

BAB II

TINJAUAN TEORITIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Pemberdayaan Masyarakat

Pemberdayaan masyarakat merupakan suatu upaya dalam memberdayakan masyarakat yang sebelumnya tidak berdaya. Pemberdayaan masyarakat juga merupakan salah satu kegiatan yang dapat mengembangkan serta meningkatkan potensi yang dimiliki oleh suatu wilayah atau suatu kelompok orang. Sehingga pemberdayaan masyarakat dapat dilakukan kepada kelompok yang lemah atau masih dalam proses berkembang. Lebih jelasnya akan dibahas mengenai pemberdayaan masyarakat mulai dari konsep, definisi, tujuan, fungsi, manajemen, dan lain sebagainya.

2.1.1.1 Pengertian Pemberdayaan Masyarakat

Pemberdayaan masyarakat merupakan sebuah upaya peningkatan kemampuan dan kesejahteraan masyarakat melalui berbagai macam program sesuai dengan kebutuhan masyarakat tersebut. Giarci (2001) dalam (Handini, Sukesi, & Astuti, 2019, hal. 14) menggambarkan bahwa pemberdayaan masyarakat sebagai sesuatu yang memiliki fokus perhatian dalam membantu dan mengayomi masyarakat pada bermacam tingkatan umur sehingga bisa tumbuh dan berkembang dengan melalui berbagai macam fasilitasi juga dukungan agar masyarakat tersebut bisa merencanakan, memutuskan, dan mengambil tindakan untuk mengolah juga mengembangkan lingkungan sekitarnya serta tingkat kesejahteraan sosialnya.

Adapula pendapat lain mengenai definisi pemberdayaan masyarakat yaitu menurut Sunyoto Usman (2004) dalam (Lesnussa, 2019, hal. 95) bahwa pemberdayaan masyarakat yaitu suatu proses dalam lingkup usaha memperkuat hal yang lazim disebut kemandirian. Pada prosesnya, masyarakat didampingi untuk membuat kajian masalah yang sedang dihadapi dan dibantu agar bisa menemukan solusi pada masalah tersebut, juga diperlihatkan bagaimana langkah untuk memanfaatkan berbagai macam kemampuan yang dimiliki oleh masyarakat

tersebut. Pengertian tersebut sejalan dengan pendapat Markdikanto dan Soebiato (2012:61) dalam (Hamid, 2018, hal. 10) yang mengemukakan bahwa pemberdayaan dalam sebuah proses merupakan kumpulan kegiatan yang bertujuan untuk memperkuat juga mengoptimalkan keberdayaan yang dalam arti kemampuan dan keunggulan untuk bersaing pada kelompok lemah dalam masyarakat, termasuk didalamnya orang-orang yang mengalami kesulitan.

Mengkaji pada beberapa pendapat ahli di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa pemberdayaan masyarakat merupakan kumpulan program yang telah direncanakan dengan baik dengan tujuan untuk memberikan dorongan, motivasi, edukasi, peningkatan, pengembangan, dan pemaksimalan potensi yang dimiliki oleh sasaran program sehingga mereka dapat meningkatkan kemandirian serta kemampuan dirinya. Pemberdayaan ini dapat digambarkan sebagai upaya membangun daya itu sendiri pada individu atau kelompok dengan cara mendorong, memotivasi, serta membangkitkan kesadaran terhadap potensi yang dimiliki sehingga mereka memiliki tekad untuk berupaya mengembangkan potensi tersebut. Selanjutnya, usaha tersebut diiringi dengan penguatan potensi yang dimiliki oleh masyarakat itu sendiri.

2.1.1.2 Tujuan dan Fungsi Pemberdayaan Masyarakat

Program pemberdayaan masyarakat tentunya tidak dilaksanakan begitu saja, namun program tersebut memiliki tujuan serta fungsi yang sudah direncanakan, ditentukan, dan diharapkan dapat terwujud. Setiap program pemberdayaan yang dilaksanakan pastinya memiliki tujuan dan fungsi yang berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan pada sasaran serta bagaimana program tersebut dikemas. Namun pada umumnya tujuan pemberdayaan masyarakat yaitu terciptanya kemandirian dimasyarakat untuk bisa menentukan langkah yang tepat bagi mereka serta dapat memaksimalkan segala potensi yang mereka miliki sehingga dapat mengembangkan serta meningkatkan kualitas diri juga lingkungannya. Hal tersebut juga sejalan dengan apa yang dikatakan oleh Hamid (2018) dalam bukunya yang berjudul “Manajemen Pemberdayaan Masyarakat” beliau mengatakan bahwa tujuan akhir dari sebuah program atau kegiatan

pemberdayaan masyarakat yang diharapkan adalah menciptakan kemandirian masyarakat dalam menentukan pilihan terbaik bagi mereka sendiri (Hamid, 2018).

Lebih jelasnya Mardikanto dan Poerwoko (2012) dalam (Hamid, 2018) merincikan tujuan dari pemberdayaan masyarakat yang meliputi berbagai macam tujuan dan membaginya kedalam 9 upaya perbaikan yang diantaranya (1) perbaikan pendidikan atau *better education*, (2) perbaikan aksesibilitas atau *better accessibility*, (3) perbaikan tindakan atau *better action*, (4) perbaikan kelembagaan atau *better institution*, (5) perbaikan usaha atau *better business*, (6) perbaikan pendapatan atau *better income*, (7) perbaikan lingkungan atau *better environment*, (8) perbaikan kehidupan atau *better living*, dan (9) perbaikan masyarakat atau *better community*.

Pertama yaitu perbaikan pendidikan (*better education*) yang artinya pemberdayaan masyarakat memiliki tujuan untuk menanamkan dan menumbuhkan semangat juga keinginan belajar pada seseorang tanpa batas waktu dan usia. Dengan adanya pemberdayaan, tidak akan melepas seorang individu dari pendidikan sepanjang hayat, tidak mengenal umur, waktu dan tempat. Dimanapun, kapanpun, siapapun berhak mendapatkan pendidikan di sepanjang hayatnya. Tujuan kedua yaitu perbaikan aksesibilitas (*better accessibility*) yang artinya dengan tumbuh dan berkembangnya motivasi belajar sepanjang hayat, diharapkan mampu memperbaiki aksesibilitas seperti pada sumber informasi atau inovasi, sumber keuangan, penyediaan produk, peralatan dan instansi pemasaran. Tujuan yang ketiga yaitu perbaikan tindakan (*better action*) yang mana melalui perbaikan pendidikan serta aksesibilitas sebelumnya, diharapkan dapat menciptakan tindakan-tindakan yang cukup baik bagi sasaran program pemberdayaan. Mereka akan mampu dan mengerti mengenai langkah atau tindakan yang seharusnya mereka lakukan.

Tujuan keempat yaitu perbaikan kelembagaan (*better institution*) yang artinya dengan perbaikan tindakan atau kegiatans sebelumnya menjadi lebih baik, diharapkan mampu memperbaiki kelembagaan yang ada di masyarakat juga, terutama pengembangan jaringan relasi atau kemitraan usaha. Selanjutnya tujuan perbaikan kelima yaitu perbaikan usaha (*better business*) yang memiliki arti

bahwa setelah terjadi perbaikan-perbaikan sebelumnya, maka akan memperbaiki usaha yang dijalankan atau akan dijalankan oleh sasaran program pemberdayaan ini. Sehingga masyarakat yang menjadi sasaran program akan memiliki daya saing yang cukup kuat dalam usahanya. Keenam yaitu perbaikan pendapatan (*better income*) yang mana setelah usaha yang dijalankan membaik, selanjutnya akan memperbaiki pendapatan yang didapatkan dari usaha tersebut termasuk pendapatan bagi keluarga dan masyarakat sekitarnya.

Tujuan perbaikan selanjutnya yaitu perbaikan lingkungan (*better environment*) yang mana setelah pendapatan membaik akan berpengaruh juga terhadap lingkungan dan masyarakat sekitarnya. Artinya perbaikan pendapatan bisa memperbaiki lingkungan baik secara fisik maupun secara sosial, karena kerusakan lingkungan sering terjadi akibat faktor terbatasnya pendapatan. Kedelapan yaitu perbaikan kehidupan (*better living*) yang berarti setelah pendapatan stabil dan lingkungan membaik, akan mengantarkan masyarakat ke kehidupan yang baik juga karena segala sesuatunya sudah memadai. Tujuan terakhir yaitu perbaikan masyarakat (*better community*) yang artinya pada situasi kehidupan yang baik serta didukung dengan lingkungan yang baik pula, diharapkan bisa mewujudkan kehidupan masyarakat yang baik pula. Dapat dilihat bahwa tujuan akhir dari pemberdayaan masyarakat yaitu terciptanya kehidupan yang lebih baik bagi sasaran programnya, dan tujuan perbaikan di atas saling berhubungan yang mana pemberdayaan masyarakat mementingkan sebuah pendidikan atau edukasi sehingga berpengaruh kepada semua aspek perbaikan lainnya.

2.1.1.3 Prinsip Pemberdayaan Masyarakat

Pemberdayaan merupakan suatu proses pemberian motivasi, edukasi, dan keterampilan yang diperlukan oleh masyarakat dalam menentukan keputusan dengan berlandas pada potensi diri melalui berbagai macam bentuk kegiatan seperti partisipasi, demokratisasi, pengalaman, dan pembelajaran. Namun dalam melaksanakan suatu program pemberdayaan masyarakat, perlu ada prinsip yang dapat dijadikan dasar dilaksanakannya pemberdayaan tersebut. Karena segala hal

yang berkaitan dengan tindakan atau kegiatan, harus memiliki prinsipnya tersendiri.

Sejalan dengan hal itu, Najiyati dalam (Efendi dkk., 2021, hal. 6) menyebutkan pada bukunya dengan judul “Pemberdayaan Masyarakat di Lahan Gambut” bahwa ada empat prinsip yang selalu digunakan ketika melaksanakan program pemberdayaan masyarakat yaitu prinsip kesetaraan, prinsip partisipasi, prinsip keswadayaan atau kemandirian, dan prinsip keberlanjutan. Prinsip pertama yaitu kesetaraan yang berasal dari kata “setara” (Efendi dkk., 2021, hal. 6). Kata setara ini dapat diartikan bahwa ada dalam suatu tingkatan yang sama, sejajar, dan kedudukan yang sama. Dengan memiliki tingkatan yang sama, maka beban yang dimiliki juga sama. Pada proses pemberdayaan masyarakat kesetaraan ini menunjukkan adanya kesamaan tanggung jawab diantara masyarakat dengan instansi atau lembaga pelaksana program pemberdayaan, baik itu antar gender, maupun antar kedudukan dipandang memiliki posisi yang sama. Maka pada prinsip kesetaraan ini, dinamika yang diciptakan yaitu hubungan kesetaraan dengan mengembangkan proses saling berbagi, saling belajar, dan saling peduli.

Kedua yaitu prinsip partisipatif yang mana dalam pelaksanaan program pemberdayaan masyarakat partisipasi masyarakat itu sendiri sangat penting. Partisipasi yang penting disini bukan hanya sebagai penikmat dan penonton saja, namun masyarakat harus berpartisipasi sebagai pelaku kegiatan juga. Karena jika masyarakat sebagai sasaran program tidak berpartisipasi dalam perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi kegiatan, mereka tidak bisa memilih keinginan mereka sendiri dan ditakutkan akan menimbulkan ketergantungan sasaran program pada penyelenggara sehingga masyarakat tidak akan bisa mandiri jika hal tersebut terjadi. Dalam (Efendi dkk., 2021, hal. 7) disebutkan bahwa hakikat pemberdayaan masyarakat yaitu partisipasi. Namun banyak program pemberdayaan masyarakat dalam pelaksanaannya belum memberikan kesempatan dan juga kebebasan bagi sasaran program atau masyarakat untuk menentukan keinginan mereka sendiri. Sebagai penyelenggara atau fasilitator, harusnya bisa mengerti pentingnya partisipasi masyarakat atau sasaran dalam suatu perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program pemberdayaan masyarakat.

Prinsip pemberdayaan masyarakat yang ketiga menurut Najiyati adalah keswadayaan. Keswadayaan sendiri berasal dari kata swadaya yang dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) memiliki arti tenaga sendiri atau tindakan yang dilakukan dengan daya, kemampuan, sumber, dan usaha yang dimiliki oleh diri sendiri pada setiap individu atau kelompok. Pemberdayaan saat ini lebih menekankan pada *charity* atau memberikan bantuan dengan cuma-cuma sehingga mengesampingkan pengembangan serta penumbuhan keterampilan juga kemampuan masyarakat agar mandiri dalam berupaya membangkitkan dirinya sendiri. Effendi dkk (2021) menyebutkan dalam bukunya tidak sedikit dari para pemangku kebijakan beranggapan bahwa pemberian bantuan dengan cara *charity* lebih efektif dalam penyelesaian masalah yang ada di masyarakat (Efendi dkk., 2021, hal. 8). Hal tersebut akan cenderung membuat masyarakat tidak mandiri dan dapat bergantung pada bantuan dari orang lain. Sebagai penyelenggara atau fasilitator program pemberdayaan masyarakat seharusnya memahami prinsip keswadayaan ini, karena pada dasarnya keswadayaan mempunyai makna menghargai serta mengedepankan kemampuan masyarakat itu sendiri.

Prinsip terakhir dalam pemberdayaan masyarakat yang ditulis oleh Najiyati yaitu berkelanjutan. Program pemberdayaan masyarakat merupakan program yang tidak cukup dilakukan hanya sekali dengan waktu yang cepat, namun program pemberdayaan harus memiliki sifat yang berkelanjutan dan berkesinambungan juga dilaksanakan secara terus menerus. Hal tersebut sangat penting untuk menjadi perhatian bagi para fasilitator atau pemangku kebijakan, karena tidak sedikit juga program pemberdayaan masyarakat yang dilakukan hanya berpaku pada dana dan waktu yang sudah ditentukan saja. Sehingga saat dana dan waktu yang telah dilakukan selesai, tidak ada tindak lanjut yang jelas dari program tersebut. Karena dapat disebut sebagai program pemberdayaan masyarakat jika dalam program yang dilakukan terdapat keberlanjutan.

2.1.1.4 Manajemen Pemberdayaan Masyarakat

Manajemen seringkali digunakan dalam bahasan ekonomi, karena merupakan salah satu cabang ilmu dari ekonomi itu sendiri. Namun sekarang manajemen juga sering dikaitkan dengan ilmu-ilmu lain seperti manajemen

kesehatan, manajemen produksi, manajemen sumber daya alam dan sebagainya. Kaitannya dengan pemberdayaan masyarakat yang selalu melakukan suatu program, manajemen berfungsi sebagai langkah bagaimana cara mengelola program pemberdayaan tersebut dengan baik sehingga tujuan dari program juga dapat tercapai. Sesuai dengan pengertian manajemen itu sendiri menurut Fayol (1949) dalam (Wardhana, dkk., 2022, hal. 1) berpendapat bahwa manajemen merupakan program meramalkan dan merencanakan, mengorganisasikan, memerintahkan, mengkoordinir, dan mengendalikan. Manajemen pada dasarnya berfungsi dalam melakukan segala kegiatan yang akan dilaksanakan dalam rangka mencapai tujuan pada batas-batas kebijakan yang telah ditentukan. Begitu juga dengan program atau kegiatan pemberdayaan masyarakat yang dalam pelaksanaannya membutuhkan pengelolaan yang cukup baik.

Sesuai dengan hal tersebut maka dalam program pemberdayaan masyarakat perlu digunakan fungsi dari manajemen. Adapun fungsi manajemen itu sendiri menurut Schremerhorn (2005) dalam bukunya yang berjudul "*Management*" menyebutkan bahwa fungsi-fungsi dari manajemen diantaranya yaitu perencanaan, pengorganisasian, monitoring, dan evaluasi. Fungsi tersebut juga hampir sama dengan pendapat Sondang P. Siagian dalam (Rohman. Abd, 2017, hal. 21) bahwa fungsi manajemen diantaranya yaitu perencanaan, pengorganisir, pemberian motivasi, pengawasan dan evaluasi. Dalam mengelola dan melakukan program pemberdayaan masyarakat bisa menggunakan fungsi-fungsi manajemen tersebut karena kaitan antara manajemen dengan program pemberdayaan masyarakat cukup erat. Pelaksanaan pemberdayaan masyarakat pada umumnya berbentuk sebuah program, baik penyuluhan, pelatihan, pengembangan ataupun peningkatan pada sebuah kelompok. Agar program pemberdayaan tersebut bisa berjalan dengan baik maka dibutuhkan teknik pengelolaan yang cukup baik juga diantaranya fungsi dari manajemen. Maka dari itu muncul juga istilah manajemen pemberdayaan masyarakat guna berfungsi untuk mengelola program pemberdayaan yang akan dilaksanakan.

2.1.1.5 Pemilihan Materi Pemberdayaan Masyarakat

Pelaksanaan pemberdayaan masyarakat harus memperhatikan berbagai macam hal diantaranya materi yang akan diangkat pada program. Materi pemberdayaan masyarakat yang akan diambil harus sesuai dengan beberapa hal, yang mana Hamid (2018) dalam bukunya menyebutkan hal-hal tersebut diantaranya:

- a. Kebutuhan utama pada masyarakat yang menjadi sasaran
- b. Permasalahan yang dihadapi oleh sasaran program
- c. Potensi sasaran seperti pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman
- d. Potensi wilayah program seperti SDA dan SDM
- e. Kondisi sosial dan budaya sasaran seperti pendidikan, norma dan aturan, kesehatan, dan lainnya
- f. Kondisi ekonomi sasaran seperti kesejahteraan dan mata pencaharian
- g. Kebijakan yang ada dalam wilayah sasaran
- h. Keterlibatan tokoh penting pada wilayah sasaran

Penetapan materi di atas tentunya telah disepakati oleh pihak penyelenggara atau fasilitator pada tahap perencanaan program. Penentuan materi program tersebut harus benar-benar memperhatikan kemauan dan kebutuhan masyarakat yang menjadi sasaran program, namun tetap memperhatikan aspek lainnya juga seperti potensi sumber daya alam yang tersedia atau kemampuan masyarakat itu sendiri. Maka dari itu, seorang penyelenggara atau fasilitator dalam program pemberdayaan masyarakat harus memahami terlebih dahulu faktor-faktor di atas, sehingga pelaksanaan program dapat berjalan dengan baik dan mendatangkan hasil yang memuaskan.

Dalam penetapan materi pemberdayaan masyarakat juga ada beberapa hal yang perlu diperhatikan. Sesuai dengan yang disebutkan oleh Mardikanto dan Soebiato (2012: 223-226) dalam buku (Hamid, 2018, hal. 142) bahwa penentuan materi atau isi pemberdayaan masyarakat perlu memperhatikan empat hal utama, diantaranya yaitu bina manusia, bina usaha, bina lingkungan dan bina kelembagaan.

a. Bina Manusia

Tujuan dasar dari bina manusia ini yaitu untuk meningkatkan kemampuan dan posisi tawar masyarakat, sehingga materi dari pemberdayaan difokuskan kepada dua hal tersebut. Peningkatan kemampuan dalam konteks pendidikan berarti mencakup aspek pengetahuan, sikap, dan keterampilan seseorang. Adapun peningkatan kemampuan yang diusahakan pada pemberdayaan masyarakat yaitu mengutamakan sikap kewirausahaan, profesionalisme juga kemandirian masyarakat yang menjadi sasaran program. Contohnya peningkatan pada sikap kewirausahaan yang berarti masyarakat sasaran program akan diarahkan untuk menemukan keunggulan komparatif yang dimiliki atau sudah tersedia dan selanjutnya diubah menjadi keunggulan bersaing. Selanjutnya peningkatan sikap profesionalisme mengarah pada upaya mengembangkan keahlian sesuai dengan kompetensi yang dimilikinya. Dan yang terakhir yaitu peningkatan pada sikap kemandirian yang berarti mendorong masyarakat atau sasaran program untuk berani mengambil keputusan bagi diri sendiri dan lingkungan sekitarnya.

Sedangkan peningkatan posisi tawar masyarakat berkaitan dengan permainan peran strategis. Peningkatan posisi ini tidak hanya mencakup kekuatan bersama, namun juga membangun relasi atau jaringan antar pemangku kepentingan seperti birokrasi, pelaku bisnis, tokoh masyarakat, akademisi, dan pengelola media yang utamanya bergerak dalam kegiatan advokasi atau politik. Dalam usaha peningkatan posisi tawar ini, perlu dipahami terlebih dahulu bahwa meningkatkan daya saing yang baik ialah membangun strategi, dengan cara menjadikan pesaing yang berpotensi untuk dijadikan mitra strategis. Maka dari itu pendekatan konflik harus bisa diusahakan agar dapat diubah menjadi manajemen kolaboratif.

b. Bina Usaha

Sebagaimana diketahui bahwa pelaku usaha di Indonesia banyak yang tergolong kedalam pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Beberapa fakta mengenai UMKM diantaranya merupakan unit

terbesar dalam menyerap tenaga kerja, tidak membutuhkan modal seperti operasional dan investasi, serta tahan menghadapi krisis yang pernah melanda Indonesia pada pertengahan tahun 1977. Namun menurut (Hamid, 2018, hal. 103) menyebutkan kenyataan lain bahwa UMKM termasuk kedalam golongan pelaku usaha yang lemah. Bukan hanya lemah pada beberapa hal seperti pada kepemilikan modal atau aset, pengetahuan, keterampilan, aksesibilitas terhadap kebijakan, pasar, teknologi dan informasi, seringkali ditemukan UMKM yang lemah dalam semangat untuk berkembang dan maju.

Bina usaha dalam pemberdayaan masyarakat mencakup beberapa hal diantaranya: (1) peningkatan pengetahuan teknis terutama pada peningkatan produktivitas dan perbaikan mutu serta nilai tambah produk, (2) Perbaikan manajemen agar bisa meningkatkan efisiensi usaha dan mengembangkan kemitraan, (3) Pengembangan sikap kewirausahaan yang berkaitan dengan peluang berbisnis serta terdorong oleh potensi atau keunggulan lokal, (4) Peningkatan aksesibilitas pada modar, pemasaran serta informasi, dan (5) Mengenai advokasi kebijakan yang mendukung pada pengembangan ekonomi masyarakat.

c. Bina Lingkungan

Program pemberdayaan masyarakat juga perlu memperhatikan lingkungan sekitar, baik secara fisik maupun sosial. Seiring berjalannya waktu terjadi perkembangan masyarakat dan menyebabkan pembangunan terjadi dimana-mana. Bukan hanya membawa dampak positif, namun pembangunan juga membawa dampak negatif seperti pencemaran lingkungan dari limbah rumah tangga atau industri dan pertanian, perusakan hutan, perusakan lahan dan lainnya. Hal tersebut harus diimbangi dengan kegiatan yang melestarikan lingkungan seperti pemberdayaan masyarakat terhadap kesadaran lingkungan. Bukan hanya lingkungan secara fisik saja yang perlu mendapatkan perhatian, namun lingkungan sosial juga perlu diperhatikan karena berpengaruh terhadap keberlanjutan bisnis dan kehidupan masyarakat.

d. Bina Kelembagaan

Pemberdayaan terhadap sebuah lembaga juga memiliki peran penting. Bukan hanya dari pembentukan lembaga-lembaga yang diperlukan dalam masyarakat saja, namun keefektifan dari sebuah lembaga yang dibentuk juga perlu diperhatikan. Maka dari itu dalam proses pemberdayaan masyarakat perlu diperhatikan juga mengenai perbaikan sistem kelembagaan yang ada pada sebuah instansi atau lembaga masyarakat itu sendiri. Pemberdayaan terhadap kelembagaan itu sendiri juga berfungsi untuk memperbaiki bagaimana lembaga dapat bekerja secara efektif dan menghasilkan dampak yang terasa. Dengan kelembagaan yang baik dan efektif, maka akan memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap bisa manusia, bina usaha dan bina lingkungan.

Keempat hal tersebut sangat perlu diperhatikan dalam sebuah pemberdayaan masyarakat. Karena dengan memperhatikan keempat hal tersebut, maka penyelenggara atau fasilitator dapat memiliki gambaran secara umum untuk menetapkan program yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat serta efektif untuk dilakukan terhadap sasaran program pemberdayaan tersebut.

2.1.2 Program

2.1.2.1 Pengertian Program

Program merupakan suatu kesatuan yang kemudian digunakan untuk langkah dalam menggerakkan sesuatu. Menurut Arikunto dan Jabar (2009) dalam (Ananda & Rafida, 2017, hal. 5) mengemukakan bahwa program didefinisikan sebagai sebuah unit atau kesatuan kegiatan yang merupakan bentuk dari implementasi maupun realisasi pada suatu kebijakan, yang mana berlangsung pada proses yang berkesinambungan dan terjadi dalam suatu organisasi yang terdiri dari sekumpulan orang. Adapun menurut Suherman dan Sukjaya (1990) dalam jurnal yang sama menyebutkan bahwa program merupakan suatu rangkaian rencana kegiatan yang telah dirumuskan secara operasional dengan memperhitungkan semua faktor terkait dengan pelaksanaan dan tujuan program

tersebut. Dari dua pengertian di atas dapat ditekankan unsur penting dalam sebuah program yaitu tindakan dari sebuah kebijakan atau keputusan, terjadi dalam waktu tertentu, dan melibatkan sekelompok orang.

Adapun pendapat lain mengenai program yaitu seperangkat aktivitas atau kegiatan yang memiliki tujuan untuk sebuah perubahan tertentu pada sasaran kegiatan tersebut (Owen dan Rogers, 2010) dalam (Hamid, 2018, hal. 198). Sedangkan Halim dan Supomo (2001) dalam (Hertanti et al., 2019, hal. 307) berpendapat bahwa program ialah kegiatan dari sebuah organisasi dalam jangka waktu yang panjang dan taksiran jumlah sumber yang akan di distribusikan untuk setiap program, umumnya ditata sesuai dengan jenis atau kelompok yang menjadi hasil kegiatan.

Berdasarkan beberapa definisi menurut ahli mengenai program di atas dapat disimpulkan bahwa program merupakan suatu pelaksanaan atau implementasi sekelompok orang dari apa yang telah ditetapkan dan direncanakan sebelumnya dalam jangka waktu juga sasaran tertentu dengan harapan bisa mendapatkan hasil yang diinginkan sesuai dengan tujuan kegiatan tersebut. Program dalam konteks ini berupa kegiatan atau rancangan aktivitas yang akan direncanakan dan telah dilaksanakan sebelumnya.

2.1.2.2 Manajemen Program

Menurut Usman dalam (Rohman. Abd, 2017, hal. 7) mengungkapkan bahwa manajemen berasal dari bahasa latin “manus” yang memiliki arti “*tangan*” dan “*agere*” yang artinya “melakukan”. Selanjutnya dua kata tersebut digabung menjadi kata kerja “*managere*” yang memiliki arti “menangani”. Pengertian ini disebut sebagai pengertian secara terminologi, yang mana kata “*managere*” jika diterjemahkan kedalam kata kerja bahasa Inggris menjadi “*to manage*” dengan kata benda “*management*”. Dan jika diterjemahkan kedalam bahasa Indonesia, kata tersebut menjadi kata manajemen, yang memiliki arti pengelolaan. Dapat ditarik kesimpulan bahwa manajemen merupakan suatu ilmu yang berkaitan dengan sebuah proses mengelola atau pengelolaan.

Menurut Solihin (2009) dalam (Hamid, 2018, hal. 4) mendefinisikan manajemen sebagai sistem perencanaan, pengelompokan, kepemimpinan dan

pengawasan dari berbagai sumber elemen organisasi untuk mendapatkan tujuan secara efektif dan efisien. Sedangkan menurut Fayol (1949) dalam (Wardhana, dkk., 2022, hal. 1) berpendapat bahwa manajemen merupakan program meramalkan dan merencanakan, mengorganisasikan, memerintahkan, mengkordinir, dan mengendalikan.

Dari beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa manajemen merupakan proses pengelolaan dalam sebuah program agar mencapai tujuan secara efisien dan efektif. Manajemen dilakukan agar proses pengelolaan program tersebut dapat berjalan dengan baik dan sesuai dengan apa yang telah direncanakan.

Manajemen dilakukan agar bisa mencapai tujuan program dengan baik, maka dari itu dalam pelaksanaannya perlu memperhatikan bagaimana fungsi manajemen tersebut dilakukan. Adapun beberapa fungsi manajemen menurut beberapa ahli, diantaranya menurut George R. Terry (1964) dalam (Rohman. Abd, 2017, hal. 20), menyebutkan bahwa fungsi manajemen diantaranya yaitu: (a) *Planning* (perencanaan), (b) *Organizing* (pengorganisasian), (c) *Actuating* (pengaktualisasian), (d) *Controlling* (pengawasan).

Selanjutnya pandangan Sondang P. Siagian dalam (Rohman. Abd, 2017, hal. 21) mengenai fungsi manajemen diantaranya: (a) *Planning* (perencanaan), (b) *Organizing* (pengorganisasian), (c) *Motivating* (pemberian motivasi), (d) *Controlling* (pengawasan), (e) *Evaluating* (evaluasi).

Berdasarkan fungsi manajemen di atas, sebelum melakukan sebuah program perlu adanya langkah-langkah yang tepat untuk dijalankan agar program tersebut berjalan dengan baik serta tujuan program tercapai dengan maksimal yang pada akhirnya dilakukan sebuah evaluasi program untuk merencanakan kembali pelaksanaan program selanjutnya.

2.1.2.3 Evaluasi Program

Berdasarkan teori sebelumnya, bahwa evaluasi merupakan salah satu fungsi dari manajemen. Selanjutnya akan dibahas apa yang dimaksud dengan evaluasi program. Evaluasi merupakan kegiatan menilai dan mengukur keberhasilan sebuah program. Hal serupa juga disampaikan oleh Djaali, Mulyono,

dan Ramly (2003) dalam (Muryadi, 2017, hal. 3) bahwa evaluasi bisa dikatakan sebagai proses untuk menilai sesuatu berdasarkan pada kriteria dan standar objektif yang dievaluasi. Maka dari itu evaluasi bisa dijadikan sebagai alat ukur akan tingkat keberhasilan sebuah program.

Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa evaluasi program merupakan kegiatan mengukur dan menilai pelaksanaan juga hasil pada sebuah program. Hal tersebut juga senada dengan pendapat Rutman dalam (Nurman, 2016, hal. 2005) bahwa evaluasi program ialah penerapan metode ilmiah untuk mengukur dan melihat hasil dari program untuk pengambilan sebuah keputusan. Mets (2007) dalam (Ambiyar & Muharika, 2019, hal. 19) juga berpendapat mengenai evaluasi program yang merupakan alat berharga bagi seorang manajer atau pengambil keputusan program, yang menganalisis data untuk memperkuat kualitas program yang dijalankan serta meningkatkan hasil atau manfaat bagi pihak yang dilayani. Dengan adanya evaluasi program, kita dapat melihat letak kekurangan dan kelebihan dari pelaksanaan sebuah program sehingga dapat menetapkan kebijakan yang tepat untuk pelaksanaan program kedepannya agar bisa lebih baik, lebih efektif dan efisien.

Alasan atau urgensi mengapa suatu program yang dilakukan perlu diperhatikan, begitu pula dengan evaluasi program. Posavac dan Casey dalam (Mutrofin, 2014, hal. 18) menunjukkan beberapa alasan mengapa evaluasi program perlu dilakukan diantaranya:

- a. Memenuhi syarat akreditasi, yang mana bertujuan memperoleh akreditasi sehingga menuntut banyak fasilitas. Agar bisa menjaga eksistensi dan berbagai programnya, suatu lembaga akan selalu meningkatkan fasilitas dan program yang dimiliki agar mendapatkan akreditasi yang baik.
- b. Pelaporan perihal dana, dalam pelaksanaan sebuah program tentunya selalu membutuhkan dana agar program tersebut bisa berjalan, baik dalam sebuah instansi atau lembaga lainnya. Maka dari itu evaluasi dibutuhkan agar bisa melihat bagaimana dana tersebut digunakan, apakah sesuai dengan pelaksanaan program, dan sebagainya.

- c. Menjawab permintaan informasi, jika tujuan evaluasi disadari dan hasil evaluasi tercatat, maka hal tersebut akan mempermudah pelaksana program dalam menyediakan catatan-catatan program jika suatu ketika dibutuhkan baik untuk syarat fasilitasi dari pemerintah atau lainnya.
- d. Pengambilan keputusan administrasi, jika evaluasi program selalu diterapkan dalam pelaksanaan program maka informasi atau data akan selalu tersedia untuk membantu tim administrasi mengambil sebuah keputusan untuk sumberdaya finansial yang akan digunakan.
- e. Membantu staf dalam pengembangan program, dengan adanya evaluasi maka akan memudahkan staf dalam melakukan pengembangan program. Karena dalam evaluasi akan terlihat kekurangan, kekuatan, potensi, masalah dari sebuah program yang telah dilaksanakan.
- f. Mempelajari berbagai pengaruh program yang tidak diinginkan, program dijalankan dengan harapan dapat memberikan pengaruh bagi sasaran program, namun adapula pengaruh yang tidak diinginkan. Maka dari itu dengan evaluasi program mampu mengantisipasi pengaruh yang tidak diinginkan dari pelaksanaan program.

Dalam pelaksanaan evaluasi program, tentunya pihak yang terlibat di dalam program tersebut harus ikut serta memberikan evaluasi terhadap program. Selain penyelenggara yang menjadi evaluator, masyarakat yang menjadi sasaran program juga dapat berpartisipasi dalam pelaksanaan evaluasi program. Evaluasi dari pihak sasaran atau peserta program sangat penting, karena mereka merupakan orang yang menerima langsung dampak dari program yang dijalankan tersebut.

Hal tersebut juga senada dengan apa yang dikemukakan oleh Cohen dan Uphoff (1977) dalam (Wahyuni & Manaf, 2016, hal. 473), dimana mereka membagi partisipasi masyarakat kedalam beberapa tahapan dalam suatu program. Tahapan tersebut diantaranya tahap pengambilan keputusan atau perencanaan, tahap pelaksanaan program, tahap menikmati hasil, dan yang terakhir yaitu tahap evaluasi. Partisipasi masyarakat atau peserta dalam tahap evaluasi pada sebuah

program dianggap sangat penting karena bisa menjadi umpan balik untuk memberikan masukan bagi perbaikan pelaksanaan program selanjutnya.

Maka dari itu partisipasi masyarakat atau sasaram dalam sebuah pembangunan juga penting, karena menandakan bahwa mereka merupakan salah satu pelaku pembangunan itu sendiri. Terkait hal tersebut dikatakan bahwa pelaku pembangunan harus dilibatkan dalam seluruh proses pembangunan mulai dari perencanaan, pelaksanaan, monitoring serta evaluasi, dalam rangka mendapatkan timbal balik bagi perencanaan pembangunan berikutnya (Chambers, 1992).

2.1.3 Tingkat Kepuasan

2.1.3.1 Kepuasan Konsumen

Menurut Ningsih dan Segoro dalam (Hermanto, 2019, hal. 21) kepuasan merupakan reaksi atau respon emosional yang ditunjukkan oleh seorang konsumen setelah melakukan proses pembelian atau pelayanan yang di pakai berasal dari perbandingan antara kemampuan sebenarnya terhadap harapan juga evaluasi pengalaman mengonsumsi produk atau layanan. Hal senada juga disebutkan oleh Handi yang dikutip dalam (Ruslim & Rahardjo, 2016, hal. 55) bahwa kepuasan konsumen yaitu suatu pandangan terhadap produk dan jasa yang sudah memenuhi harapan atau ekspektasi konsumen. Selain itu, kepuasan konsumen merupakan hasil perasaan dari dalam dirinya ketika menggunakan produk atau jasa yang disediakan.

Sedangkan menurut Kotler dan Keller dalam (Adhari, 2021, hal. 42) menyebutkan bahwa kepuasan merupakan perasaan puas atau kecewa seorang pelanggan yang didapatkan dari perbandingan antara kemampuan atau hasil produk dan layanan dengan ekspektasi yang diharapkan pelanggan. Jika kemampuannya tidak sesuai dengan ekspektasi pelanggan, maka mereka akan merasa kecewa. Begitupun dengan sebaliknya, jika produk atau layanan sesuai dengan ekspektasi pelanggan, maka mereka akan merasa puas. Selanjutnya Bitner dan Zeithaml (2003) dalam (Syaifulloh, 2011, hal. 29) mengatakan bahwa kepuasan merupakan evaluasi pelanggan pada produk dan layanan yang

digunakan dalam hal apakah produk dan layanan telah memenuhi harapan dan kebutuhan konsumen tersebut.

Dari beberapa pengertian di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa kepuasan merupakan perasaan yang dirasakan oleh seorang pelanggan atau konsumen setelah merasakan dampak dari produk dan layanan yang diberikan. Sehingga tingkat kepuasan konsumen tersebut dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi bagi perusahaan

2.1.3.2 Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Pada dasarnya, kepuasan pelanggan sangat tergantung pada harapan dan pandangan pelanggan itu sendiri. Sebuah perusahaan atau lembaga perlu mengetahui beberapa faktor yang dapat mempengaruhi harapan dan pandangan pelanggan. Adapun beberapa faktor itu disebutkan dalam (Hermanto, 2019, hal. 22) diantaranya:

- a. **Kebutuhan dan Keinginan**, ketika konsumen menggunakan sebuah produk atau jasa dari seseorang, produk atau jasa tersebut tentunya harus sesuai dengan apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen. Jika produk atau layanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan konsumen maka akan timbul rasa kecewa terhadap produk atau layanan tersebut. Namun sebaliknya, jika produk atau layanan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan konsumen, maka mereka akan merasa puas.
- b. **Pengalaman Masa Lalu**, pengalaman konsumen terhadap sebuah produk atau jasa yang telah mereka rasakan sebelumnya akan menjadi sebuah pertimbangan dengan kualitas produk yang diberikan oleh perusahaan lain. Konsumen akan membandingkan perasaan mereka ketika menggunakan produk atau jasa dari satu perusahaan dengan perusahaan lain, jika merasa lebih baik maka konsumen akan merasa puas dan akan terus menggunakan produk atau jasa yang lebih baik tersebut.
- c. **Pengalaman Orang Sekitar**, faktor selanjutnya yaitu cerita dari pengalaman orang lain terkait kualitas produk dan layanan yang didapat dari perusahaan. Cerita pengalaman tersebut akan memunculkan harapan serta

ekspektasi terhadap perusahaan sehingga akan berpengaruh pada tingkat kepuasan konsumen.

- d. Komunikasi Melalui Iklan dan Pemasaran, iklan dan pemasaran yang menarik akan menimbulkan harapan pada konsumen terkait produk atau layanan yang di iklankan. Jika kualitas produk dan layanan yang disediakan tidak sesuai dengan apa yang disebutkan dalam iklan tersebut, maka akan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

2.1.3.3 Pengukuran Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler yang dikutip oleh Tjiptono dalam (Hermanto, 2019, hal. 23) ada empat metode agar bisa mengukur kepuasan pelanggan, diantaranya sebagai berikut:

- a. Sistem Keluhan dan Saran, metode ini merupakan cara agar bisa mendapatkan masukan seperti keluhan dan saran dari pelanggan secara langsung. Media yang dapat digunakan dalam metode ini diantaranya seperti kotak saran, penyediaan kartu komentar, dan menyediakan layanan telepon.
- b. Survei Keputusan Pelanggan, metode ini dilakukan dengan cara melakukan survei kepada pelanggan terkait kepuasan yang didapatkan setelah menggunakan produk atau layanan yang kita sediakan. Dalam pelaksanaannya dapat melalui pos, telepon, ataupun wawancara secara pribadi, dan menyebarkan angket. Metode ini juga akan memberikan pandangan baik terhadap lembaga atau perusahaan karena menaruh perhatian kepada pelanggan.
- c. *Ghost Shopping*, metode ini dilakukan dengan cara mempekerjakan beberapa orang untuk membandingkan kekuatan serta kelemahan dari produk dan jasa yang dimiliki perusahaan atau lembaga dengan produk dan jasa yang dimiliki oleh pesaing.
- d. *Lost Customer Analyziz*, metode ini dilakukan dengan cara menghubungi pelanggan yang telah berhenti menggunakan produk atau jasa yang kita miliki, sehingga harapannya perusahaan bisa mendapatkan informasi mengenai penyebab hal tersebut bisa terjadi.

2.1.3.4 Tingkatan Kepuasan Konsumen

Kahl Albrecht seorang pengusaha Jerman menciptakan teori mengenai tingkatan atau level dari kepuasan pelanggan dan diberi nama *The Hierarchy of Customer Value* (Noor, 2021). Adapun 4 tingkatan kepuasan tersebut diantaranya sebagai berikut:

- a. *Basic*, pada tingkatan ini, seminimal mungkin salah satu produk atau layanan yang dibutuhkan dan diharapkan oleh pelanggan ada. Meskipun hanya sebagian dari kebutuhannya saja yang terpenuhi, pelanggan akan merasa puas walau kemungkinan besar pelanggan tersebut tidak akan kembali lagi.
- b. *Expected*, pada tingkat ini, kebutuhan pelanggan sudah terpenuhi dan mereka akan menganggap hal tersebut biasa saja. Namun masih ada kemungkinan pelanggan akan berpindah ke tempat lain jika mereka mendapatkan hal-hal yang lebih baik dari tempat pertama.
- c. *Desire*, selanjutnya dalam tingkatan ini pelanggan menemukan manfaat yang mereka inginkan dari layanan yang diberikan baik berupa produk, jasa, dan layanan jenis lainnya. Pada tingkatan ini, masih ada kemungkinan pelanggan untuk berpindah ke tempat lain jika pelanggan tersebut tidak mendapatkan manfaatnya.
- d. *Unanticipated*, tingkatan ini merupakan tingkat kepuasan pelanggan yang tertinggi. Karena pada tingkatan ini pelanggan akan diberikan beberapa layanan atau manfaat yang melebihi harapan dari pelanggan, dan akan setia pada produk atau layanan yang diberikan.

2.1.4 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Definisi mengenai usaha mikro, kecil, dan menengah atau disingkat dengan UMKM telah disebutkan oleh Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 dalam (Sanjaya & Nuratama, 2021, hal. 4) bahwa “Sebuah perusahaan yang dimaksud sebagai UMKM ialah perusahaan kecil yang dimiliki juga dikelola oleh seseorang maupun dimiliki oleh sekelompok orang yang memiliki jumlah

kekayaan dan pendapatan tertentu”. Sehingga ketika seseorang atau sekelompok orang memiliki sebuah perusahaan kecil dengan jumlah pendapatan tertentu, maka perusahaan tersebut dapat dikatakan sebagai UMKM, dan pemilik perusahaan selanjutnya disebut sebagai pelaku UMKM.

Namun definisi tersebut kemungkinan tidak berlaku bagi negara lain, karena menurut Tambunan dalam (Budianto & Kusniawati, 2017, hal. 8) bahwa konsep dan definisi dari UMKM di setiap negara berbeda. Maka dari itu tidak ada kesepakatan umum untuk membedakan atau menjelaskan mengenai UMKM.

Dalam (Handini, Sukei, & Kanty, 2019, hal. 21) disebutkan definisi UMKM dalam Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 diantaranya:

- a. Usaha mikro yaitu usaha produktif yang dimiliki perorangan atau badan usaha perorangan yang telah memenuhi kriteria usaha mikro.
- b. Usaha kecil merupakan usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang tidak termasuk anak perusahaan maupun cabang perusahaan yang dimiliki atau menjadi bagian langsung maupun tidak langsung dari suatu usaha menengah dan usaha besar.
- c. Usaha menengah adalah usaha produktif yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha dan bukan usaha yang termasuk kedalam anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung ataupun tidak langsung dari suatu usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil

Agar dapat diketahui lebih jelas mengenai definisi UMKM, UU No. 20 Tahun 2008 membagi UMKM menjadi beberapa kriteria dari jumlah aset dan omset pelaku usaha, diantaranya

Tabel 2.1 Kriteria UMKM berdasarkan aset dan omset

No	Uraian	Aset	Omset
1	Usaha Mikro	Maks. Rp 50 juta	Maks. Rp 300 juta
2	Usaha Kecil	>Rp 50 – 500 juta	>Rp 300 juta – 2,5 miliar
3	Usaha Menengah	>Rp 500 juta - < 1 miliar	>Rp 2,5 miliar – 50 miliar

(Sumber: Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008)

Selanjutnya, UMKM juga dapat dikategorikan berdasarkan jumlah tenaga kerja yang ada dalam perusahaan. Hal ini sesuai dengan apa yang disebutkan oleh Biro Pusat Statistik yang mana mengkategorikan UMKM berdasarkan jumlah tenaga kerja seperti yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 2.2 Kriteria UMKM Berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja

No	Kelompok UMKM	Jumlah Tenaga Kerja
1	Usaha Mikro	Kurang dari 4 orang
2	Usaha Kecil	5 sampai dengan 19 orang
3	Usaha Menengah	20 sampai dengan 99 orang

(Sumber: Biro Pusat Statistik (BPS))

Dari tabel pengertian di atas dapat kita simpulkan bahwa definisi dari UMKM sangat berbeda, setiap negara atau lembaga memiliki definisi UMKM masing-masing. Namun perlu diperhatikan bahwa antara usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah memiliki batasan berdasarkan kategorinya sendiri.

2.2 Hasil Penelitian yang Relevan

Sesuai dengan penelitian mengenai Tingkat Kepuasan Pelaku UMKM Dalam Program Pemberdayaan Masyarakat Kabupaten Ciamis, maka dari itu peneliti merangkum beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian ini diantaranya sebagai berikut:

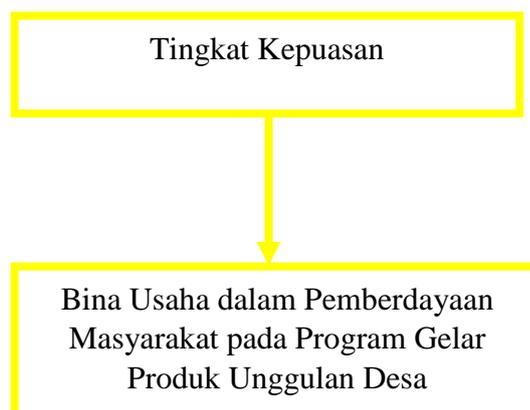
- 2.2.1 Penelitian Luh Dea Damayanti, Kadek Rai Suwena, dan Iyus Akhmad Haris (2019) dengan judul “Analisis Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelayanan Publik Berdasarkan Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) Kantor Kecamatan Sawan Kabupaten Buleleng” pada Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha. Dalam penelitian tersebut, peneliti bertujuan untuk melihat dan mengetahui persepsi dan kepuasan masyarakat terhadap pelayanan yang diberikan oleh Kantor Kecamatan Sawan di Kabupaten Buleleng. Penelitian ini diukur berdasarkan Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) yang meninjau dari pelayanan administratif.

- 2.2.2 Penelitian Hasim Ashari, Ujang Sumarwan, dan Kirbrandoko (2013) dalam Jurnal Manajemen dan Agribisnis dengan judul “Kepuasan Pelaku Usaha Terhadap Kualitas Layanan Perizinan Pupuk Di Kementerian Pertanian”. Penelitian ini melihat tingkat kepuasan pelaku usaha terhadap pelayanan untuk perizinan pupuk di Kementerian Pertanian serta menganalisis faktor dan pengaruh kepuasan pelaku usaha.
- 2.2.3 Penelitian yang dilakukan oleh Derry Kurniawan dan Mirza Abdi Khairusy (2020) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelaku Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Ukm) Dalam Pembuatan Perizinan Usaha Di Badan Pelayanan Perizinan Terpadu Kabupaten Pandeglang” dalam Jurnal Manajemen dan Bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh kualitas pelayanan untuk penerbitan izin usaha terhadap kepuasan pelaku usaha di BPPT Kabupaten Pandeglang.
- 2.2.4 Penelitian Andri Irawan dan Esi Fitriani Komara (2017) dalam Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen dengan judul “Pengukuran Tingkat Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelayanan Pemerintahan Kecamatan Katapang Kabupaten Bandung”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan masyarakat akan pelayanan yang diberikan oleh Pemerintah Kecamatan Katapang, Kabupaten Bandung.
- 2.2.5 Penelitian yang dilakukan oleh Hendi Ramdani (2021) dengan judul “Tingkat Kepuasan Anggota Kelompok Tani Terhadap Kegiatan Penyuluhan Pertanian”. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengukur tingkat kepuasan pada suatu anggota kelompok tani terhadap program penyuluhan pertanian dengan menggunakan 10 patokan Pendidikan Masyarakat sebagai indikator penelitian.

2.3 Kerangka Konseptual

Kajian teori dalam penelitian berfungsi untuk menunjukkan seberapa jauh peneliti memiliki teori dan memahami permasalahan yang diteliti (Sugiyono, 2017, hal. 88). Kerangka teoritis atau konseptual merupakan identifikasi teori-teori yang dijadikan sebagai landasan berfikir untuk melaksanakan suatu penelitian atau dengan kata lain untuk mendiskripsikan kerangka referensi yang digunakan untuk mengkaji permasalahan.

Maka dari itu dalam membuat kerangka konseptual, peneliti harus menganalisis dan mengobservasi kembali mengenai variabel dalam penelitian dengan teori yang diangkat. Perlu dianalisis kembali untuk menjawab permasalahan dalam penelitian secara teoritis.



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Sumber: (Data Peneliti, 2023)

Menurut Kotler dan Keller dalam (Adhari, 2021, hal. 42) menyebutkan bahwa kepuasan merupakan perasaan puas atau kecewa seorang konsumen terhadap produk atau jasa yang disediakan. Tingkat kepuasan bisa muncul karena adanya perbedaan antara kondisi nyata produk atau pelayanan dengan harapan konsumen. Sebagaimana disebutkan dalam (Hermanto, 2019, hal. 5) bahwa kepuasan pelanggan bisa dipenuhi oleh kualitas pelayanan dengan aspek sumber daya manusia, infrastruktur juga lingkungan kerja, hal tersebut berlaku untuk semua organisasi baik pemerintah ataupun swasta.

Kepuasan pelaku UMKM sebagai peserta pada program pemberdayaan masyarakat berupa Gelar Produk Unggulan Desa ini menjadi hal yang penting karena akan menjadi sebuah evaluasi dan proyeksi bagi Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Kabupaten Ciamis sebagai fasilitator baik pada pelaksanaan programnya. Hal ini mengingatkan bahwa masyarakat perlu berpartisipasi dalam segala proses pada program pemberdayaan yang dilakukan oleh suatu lembaga atau pemerintahan yang menjadikan mereka sebagai sasaran program. Partisipasi tersebut harus dilakukan pada seluruh tahapan program. Dengan melihat tingkat kepuasan pelaku UMKM terhadap program pemberdayaan masyarakat tersebut, maka dapat menjadi rekomendasi dan evaluasi dari sasaran program bagi penyelenggara atau fasilitator.

2.4 Pertanyaan Penelitian

Bagaimana tingkat kepuasan pelaku UMKM dalam Program Pemberdayaan Masyarakat pada Kegiatan Gelar Produk Unggulan Desa Kabupaten Ciamis?