

SKRIPSI

**PERAN PROGRAM I-SHOP DALAM PENGEMBANGAN
PRODUK UNGGULAN NUSA TENGGARA BARAT
(STUDI PADA DINAS PERDAGANGAN
PROVINSI NUSA TENGGARA BARAT TAHUN 2017)**

***THE ROLE OF I-SHOP PROGRAM IN DEVELOPMENT OF
SUPERIOR PRODUCT OF WEST NUSA TENGGARA
(STUDY IN TRADE DEPARTEMENT OF
WEST NUSA TENGGARA PROVINCE IN 2017)***



Oleh:
Laili Murpratiwi
NIM. 216110149M

**JURUSAN URUSAN PUBLIK
KONSENTRASI ADMINISTRASI PEMBANGUNAN
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI PUBLIK
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
2019**

**PERAN PROGRAM I-SHOP DALAM PENGEMBANGAN
PRODUK UNGGULAN NUSA TENGGARA BARAT
(STUDI PADA DINAS PERDAGANGAN
PROVINSI NUSA TENGGARA BARAT TAHUN 2017)**

***THE ROLE OF I-SHOP PROGRAM IN DEVELOPMENT OF
SUPERIOR PRODUCT OF WEST NUSA TENGGARA
(STUDY IN TRADE DEPARTEMENT OF
WEST NUSA TENGGARA PROVINCE IN 2017)***



SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian
guna memperoleh gelar Sarjana pada jurusan Ilmu Administrasi
Konsentrasi Administrasi Pembangunan

Oleh:

**Laili Murpratiwi
NIM. 216110149M**

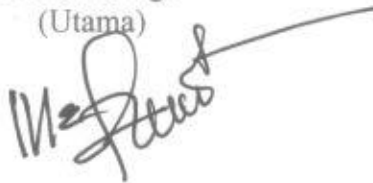
**JURUSAN URUSAN PUBLIK
KONSENTRASI ADMINISTRASI PEMBANGUNAN
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI PUBLIK
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
2019**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi ini telah telah disetujui untuk diujikan dan diajukan ke Panitia Ujian
Skripsi Program Studi Administrasi Publik:

Hari : Rabu
Tanggal : 17 Juli 2019

Pembimbing I
(Utama)



Mardiah, S.Sos., M.Si.
NIDN. 0804117201

Pembimbing II
(Pendamping)



M. Awaluddin, S.AP., M.Si.
NIDN.

Mengetahui:

Pdri Administrasi Publik
Ketua,



Rehmad Hidayat, S.AP., M.AP
NIDN: 0822048901

PENGESAHAN SKRIPSI

**Peran Program I-Shop Dalam Pengembangan
Produk Unggulan Nusa Tenggara Barat
(Studi Pada Dinas Perdagangan Provinsi Nusa Tenggara Barat Tahun 2017)**

Oleh:

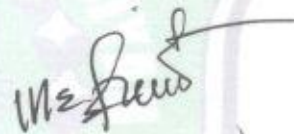
Laili Murpratiwi
NIM. 216110149M

SKRIPSI

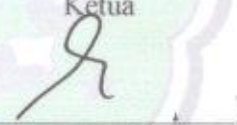
Untuk memenuhi salah satu syarat ujian
guna memperoleh gelar Sarjana pada Jurusan Urusan Publik
Telah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal
seperti tertera di bawah ini
Mataram, 17 Juli 2019

Tim Penguji

1. Mardiah, S.Sos., M.Si.
NIDN. 0804117201

()
Ketua

2. M. Awaluddin, S.AP., M.Si.
NIDN.

()
Anggota

3. Dr. H. Ibrahim H. Abdullah, M.M.
NIDN. 0830125501

()
Anggota

Mengetahui,
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Dekan,

Drs. Amil, M.M.
NIDN. 0831126204



SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, Skripsi ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana, magister, dan/atau doktor), baik di UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH maupun perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Mataram, 17 Juli 2019
Yang membuat pernyataan,



Laili Murpratiwi
NIM. 216110149M

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Kejujuran membawa kepada kebaikan, dan kebaikan mengantarkan seseorang ke Surga. Dan apabila seorang selalu berlaku jujur dan tetap memilih jujur, maka akan dicatat di sisi Allah SWT sebagai orang yang jujur. Dan jauhilah oleh kalian berbuat dusta, karena dusta membawa seseorang kepada kejahatan, dan kejahatan mengantarkan seseorang ke Neraka. Dan jika seseorang senantiasa berdusta dan memilih kedustaan maka akan dicatat di sisi Allah SWT sebagai pendusta”

(H.R. Muslim)

PERSEMBAHAN

Dengan segala puja dan puji syukur kepada Allah SWT, karena atas izin dan karunianya maka skripsi ini dapat selesai pada waktunya. Puji syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT yang meridhoi dan mengabulkan segala do'a. Skripsi ini persembahkan untuk kedua orang tua dan suamiku yang menjadi motivator dalam pencapaian tujuan hidup ini. Kalian banyak memberikan pelajaran dan selalu mengajarkanku untuk tidak putus asa. Terima kasih atas kasih sayang dan do'a yang selalu kalian ucapkan disetiap sujud kalian.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan pada kehadiran Allah SWT yang telah member rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul **“Peran Program I-Shop Dalam Pengembangan Produk Unggulan Nusa Tenggara Barat (Studi Pada Dinas Perdagangan Provinsi Nusa Tenggara Barat 2017 Tahun)”**. Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Jurusan Urusan Publik Administrasi Program Studi Administrasi Publik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Mataram.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapat bimbingan, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Melalui kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

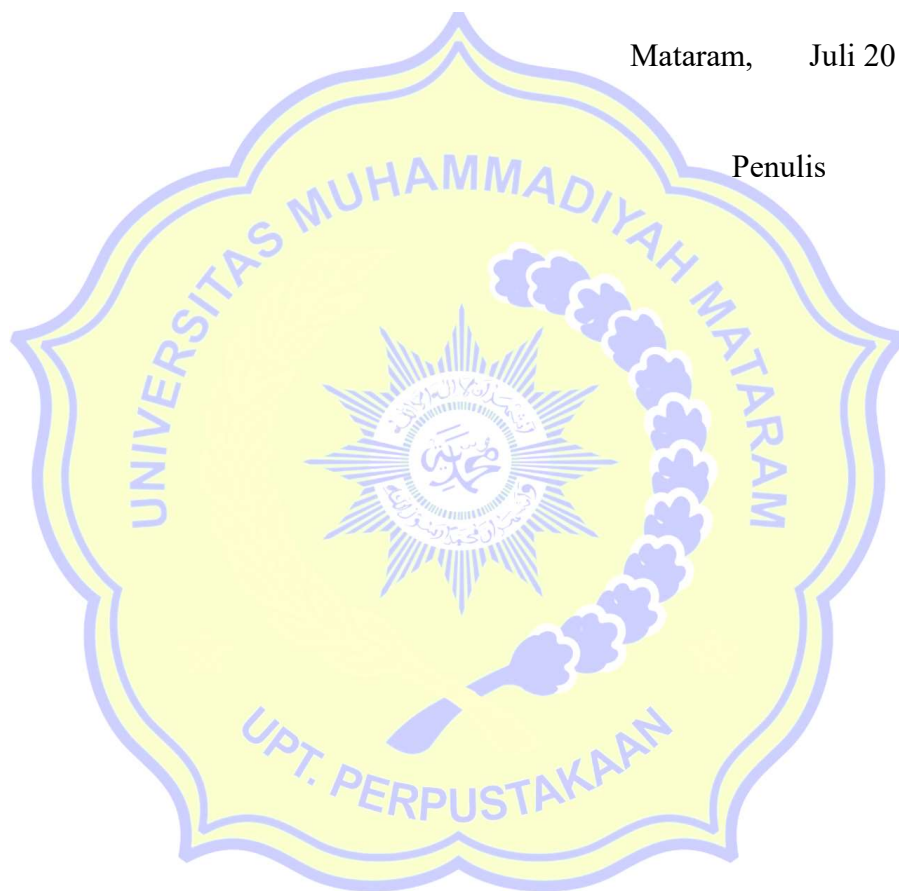
1. Bapak Drs. H. Arsyad Abdul Gani, M.Pd. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Mataram.
2. Bapak Drs. H. M. Junaidi, M.M., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.
3. Ibu Mardiah, S.Sos., M.Si., Wakil Dekan I Bidang Akademik sekaligus sebagai Dosen Pembimbing Akademik dan Pembimbing I atas dukungan dan pengarahan selama masa perkuliahan serta selalu bersedia membimbing dan mengarahkan penulis selama menyusun skripsi dan memberikan banyak ilmu serta solusi pada setiap permasalahan atas kesulitan dalam penulisan skripsi ini

4. Bapak Rahmad Hidayat, S.AP., M.AP., Ketua Program Studi Administrasi Publik yang telah memberikan kelancaran pelayanan dalam urusan Akademik
5. Bapak M. Taufik Rachman, S.H., M.H., selaku Sekretaris Program Studi Administrasi Publik yang banyak membantu memberikan kelancaran pelayanan dalam urusan Akademik
6. Bapak M. Awaluddin, S.AP., M.Si., selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia membimbing dan mengarahkan penulis selama menyusun skripsi dan memberikan banyak ilmu serta solusi pada setiap permasalahan atas kesulitan dalam penulisan skripsi ini.
7. Bapak Dr. H. Ibrahim H. Abdullah, M.M., sebagai Penguji Anggota II.
8. Seluruh Bapak/Ibu dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberikan pengetahuan yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan.
9. Seluruh staf dan karyawan Universitas Muhammadiyah Mataram yang telah memberikan bantuan kepada penulis.
10. Keluarga besar Dinas Perdagangan Provinsi Nusa Tenggara atas izin penelitian dan dukungan dalam pembuatan skripsi ini.
11. Suami, anak, orang tua dan juga anggota keluarga serta kerabat yang senantiasa memberikan doa dan dukungan semangat kepada penulis secara moril maupun materil hingga skripsi ini dapat selesai
12. Seluruh teman-teman seangkatan yang membuat perkuliahan lebih menyenangkan.
13. Semua pihak disebutkan satu persatu yang telah membantu memberikan dukungan.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan masih banyak kekurangan dikarenakan oleh segala keterbatasan dan kemampuan yang penulis miliki. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Mataram, Juli 2019

Penulis



ABSTRAK

PERAN PROGRAM I-SHOP DALAM PENGEMBANGAN PRODUK UNGGULAN NUSA TENGGARA BARAT (STUDI PADA DINAS PERDAGANGAN PROVINSI NUSA TENGGARA BARAT TAHUN 2017)

Laili Murpratiwi¹, Mardiah², M. Awaluddin³

Produk unggulan adalah produk yang potensial dikembangkan pada suatu wilayah dengan memanfaatkan sumber daya alam dan sumber daya manusia lokal yang berorientasi pasar dan ramah lingkungan, sehingga memiliki keunggulan kompetitif dan siap menghadapi persaingan global. Produk unggulan daerah mempunyai nilai ekonomis yang dapat memperbesar penerimaan daerah dari Pendapatan Asli Daerah (PAD). I-Shop NTB merupakan program inovasi Dinas Perdagangan Provinsi Nusa Tenggara Barat yang berupa portal jual beli *online* (*e-commerce*) untuk mengembangkan produk unggulan daerah. Penelitian dengan judul “Peran Program I-Shop Dalam Pengembangan Produk Unggulan Nusa Tenggara Barat (Studi Pada Dinas Perdagangan Provinsi Nusa Tenggara Barat Tahun 2017) dengan tujuan untuk mengetahui sejauh mana peran dari I-Shop NTB dalam mendukung pengembangan produk unggulan Nusa Tenggara Barat dan faktor apa saja yang mendukung dan menghambat peran tersebut.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Adapun sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder dari informan, buku, dan dokumen-dokumen dari pihak yang terkait mengenai Program I-Shop NTB. Data diperoleh dengan observasi, wawancara, dokumentasi dan gabungan.

Berdasarkan hasil penelitian dapat dikatakan bahwa *Integrated Shopping* Nusa Tenggara Barat (I-Shop NTB) berperan dalam pengembangan produk unggulan Nusa Tenggara Barat. Hal tersebut terlihat dengan adanya peningkatan nilai transaksi jual beli produk unggulan Nusa Tenggara Barat secara *online*.

Kata Kunci : Peran, I-Shop NTB, Produk Unggulan, Pengembangan

ABSTRACT

THE ROLE OF I-SHOP PROGRAM IN DEVELOPMENT OF SUPERIOR PRODUCT OF WEST NUSA TENGGARA (STUDY IN TRADE DEPARTEMENT OF WEST NUSA TENGGARA PROVINCE IN 2017)

Laili Murpratiwi¹, Mardiah², M. Awaluddin³

Superior products are products that have the potential to be developed in an area by utilizing market-oriented and environmentally friendly natural resources and local human resources, so that they have a competitive advantage and are ready to face global competition. Regional superior products have economic value that can increase regional revenues from Local Own-Source Revenue. I-Shop NTB is an innovation program of Trade Departement of West Nusa Tenggara Province in the form of an e-commerce portal to develop regional superior products. The research entitled "The Role of I-Shop Program in Development of Superior Products of West Nusa Tenggara (Study in Trade Department of West Nusa Tenggara Province in 2017) aims to find out the role of I-Shop NTB in supporting the superior product development of West Nusa Tenggara and what factors support and inhibit this role.

This study used descriptive qualitative method. The data sources used are primary data and secondary data from informants, books, and documents from related parties regarding the NTB I-Shop Program. Data obtained by observation, interview, documentation and combination.

Based on the results of the study it can be said that Integrated Shopping Nusa Tenggara Barat (I-Shop NTB) plays a role in the development of superior products in West Nusa Tenggara. This can be seen from the increase in the value of buying and selling transactions of superior products in West Nusa Tenggara by online.

Key words : Role, I-Shop NTB, Superior Product, Development

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Batasan Masalah	7
1.4. Tujuan Penelitian	8
1.5. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Administrasi Publik	10
2.2. Teori Kebijakan Publik	11
2.3. Definisi Peran	12
2.4. Usaha Kecil Menengah (UKM)	13
2.5. <i>E-Commerce</i>	
2.5.1. Definisi <i>E-Commerce</i>	15
2.5.2. Manfaat <i>E-Commerce</i>	17
2.6. Produk Unggulan Daerah	20
2.7. Kerangka Berfikir	25
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Jenis Penelitian	27
3.2. Fokus Penelitian	27
3.3. Lokasi Penelitian	28
3.4. Instrumen Penelitian	28
3.5. Jenis dan Sumber Data	
3.5.1. Jenis Data	29
3.5.2. Sumber Data	30
3.6. Teknik penentuan Informan	30

3.7. Teknik Pengumpulan Data	
3.7.1. Observasi	31
3.7.2. Wawancara	32
3.7.3. Dokumentasi	33
3.7.4. Triangulasi/Gabungan	33
3.8. Analisa Data	
3.8.1. Reduksi Data	34
3.8.2. Penyajian Data	35
3.8.3. Menarik kesimpulan	36
3.9. Teknik Analisa Keabsahan Data	
3.9.1. Perpanjangan Pengamatan	36
3.9.2. Peningkatan Ketekunan	36
3.9.3. Triangulasi (Gabungan).....	37
BAB IV HASIL PENELITIAN	
4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	38
4.1.1. Profil Dinas Perdagangan Provinsi NTB.....	38
4.1.2. Visi Misi	39
4.1.3. Unit Kerja	40
4.2. Peran Program I-Shop Dalam Pengembangan Produk Unggulan Nusa Tenggara Barat	
4.2.1. Tujuan Program I-Shop NTB	48
4.2.2. Tugas Pokok Unit I-Shop NTB	54
4.2.3. Akuntabilitas Program I-Shop NTB	58
4.2.4. Manfaat Program I-Shop NTB	62
4.3. Faktor Penghambat Program I-Shop NTB	64
4.4. Faktor Pendukung Program I-Shop NTB	70
BAB V PENUTUP	
5.1. Kesimpulan	73
5.2. Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	26
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Dinas Perdagangan Provinsi NTB	48
Gambar 4.2 Situs I-Shop NTB.....	49
Gambar 4.3 Pengunjung I-Shop NTB.....	51



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Data Transaksi I-Shop	51
Tabel 4.2 Data Transaksi I-Shop NTB Tahun 2017-2018	60



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara kepulauan yang sangat luas. Menurut hasil sensus BPS tahun 2002-2016 total luas Indonesia adalah 1.913.578 km² dengan jumlah pulau yaitu sebanyak 17.504 pulau. Suku dan budaya di Indonesia juga sangat beragam. Luas wilayah dan keragaman tersebut merupakan salah satu alasan Indonesia menjalankan otonomi daerah. Adanya otonomi daerah diharapkan dapat memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi daerah untuk mengelola seluruh sumber daya yang ada.

Menurut Undang Undang Nomor 23 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah, Pasal 1 ayat 6 pengertian otonomi daerah adalah sebagai berikut: "Otonomi Daerah adalah hak, wewenang, dan kewajiban daerah otonom untuk mengatur dan mengurus sendiri Urusan Pemerintahan dan kepentingan masyarakat setempat dalam sistem Negara Kesatuan Republik Indonesia". Otonomi daerah merupakan suatu langkah awal menuju pembangunan ekonomi nasional yang lebih tinggi dengan memberikan kehidupan yang lebih baik bagi masyarakat di daerah. Asas yang menjadi prinsip dasar otonomi adalah otonomi luas, nyata dan bertanggung jawab dengan memperhatikan aspek demokrasi, partisipasi, adil dan merata dengan tetap memperhatikan potensi dan keragaman daerah.

Pelaksanaan otonomi daerah bertujuan untuk memperbaiki kesejahteraan rakyat salah satunya melalui pengembangan produk unggulan. Pengembangan produk unggulan dinilai mempunyai kelebihan karena dianggap bahwa suatu daerah yang menerapkan ini relatif lebih mandiri dalam pengembangan ekonomi. Menurut Takahashi (dalam Chuzaimah dan Mabruroh, 2018) esensi atas penciptaan produk-produk unggulan di daerah menjadi sangat penting terlebih lagi di daerah tertinggal atau mempunyai ketimpangan ekonomi terhadap daerah lain, termasuk juga daerah perbatasan.

Pengembangan produk unggulan daerah merupakan upaya yang dilakukan pemerintah, pemerintah daerah dan masyarakat dalam mengembangkan produk unggulan daerah melalui perencanaan, pengorganisasian, pembiayaan, pengawasan, pengendalian, dan evaluasi kegiatan. Hal ini tidak lain bertujuan untuk memperbesar penerimaan daerah dari Pendapatan Asli Daerah (PAD). Dengan meningkatnya penerimaan PAD tentunya diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat daerah tersebut.

Produk unggulan adalah produk yang potensial dikembangkan pada suatu wilayah dengan memanfaatkan sumber daya alam dan sumber daya manusia lokal yang berorientasi pasar dan ramah lingkungan, sehingga memiliki keunggulan kompetitif dan siap menghadapi persaingan global (Kementerian Koperasi & UKM). Produk unggulan daerah mempunyai nilai ekonomis dan daya saing tinggi serta menyerap tenaga kerja dalam

jumlah besar, yang diproduksi berdasarkan kelayakan teknis, talenta masyarakat dan kelembagaan (Nusantoro, 2011). Terkait hal ini, semua daerah pastinya mempunyai produk unggulan, tinggal bagaimana suatu daerah mengembangkan produk unggulannya masing-masing agar hasilnya bermanfaat bagi masyarakat di daerah.

Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB) merupakan salah satu provinsi di Negara Kesatuan Republik Indonesia. Provinsi NTB terdiri atas 2 (dua) pulau besar yaitu Pulau Lombok dan Sumbawa. Luas wilayah Provinsi NTB mencapai 49.312,19 km² terdiri dari daratan seluas 20.153,15 km² (40,87%) dan perairan laut seluas 29.159,04 km² (59,13%) dengan panjang garis pantai 2.333 km. Luas Pulau Sumbawa mencapai 15.414,5 km² (76,49 %) atau 2/3 dari luas Provinsi NTB, dan luas Pulau Lombok hanya mencapai 1/3 saja.

Provinsi Nusa Tenggara Barat memiliki kekayaan yang melimpah baik yang di darat maupun di perairan, berupa sumber daya hayati maupun non hayati yang merupakan tonggak penunjang roda pertumbuhan ekonomi daerah ini. Selain itu, kekayaan budaya NTB juga beragam dalam bentuk adat istiadat, tradisi, kesenian dan bahasa. Masyarakat Nusa Tenggara Barat terdiri atas berbagai suku, antara lain suku Sasak yang mendiami Pulau Lombok, suku Samawa yang mendiami Kabupaten Sumbawa, dan suku Mbojo yang mendiami Kabupaten Bima dan Kabupaten Dompu. Kekayaan sumber daya alam dan kekhasan budaya yang ada tersebut merupakan modal Provinsi Nusa Tenggara Barat dalam

menciptakan berbagai macam produk unggulan daerah baik barang ataupun jasa.

Mengingat begitu pentingnya produk unggulan, Pemerintah Daerah (Pemda) Provinsi Nusa Tenggara Barat terus berupaya mengembangkan produk unggulan daerahnya. Perencanaan pengembangan PUD jangka menengah daerah dapat dilakukan antara lain dengan model; Inkubator, Klaster, *One Village One Product*/Ovop, dan Kompetensi inti. Model pengembangan jangka menengah ini sebagaimana dimaksud pada Pasal 5 ayat (1) Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2014 dilaksanakan antara lain melalui, peningkatan kualitas daya tarik PUD, peningkatan kualitas infrastruktur, peningkatan promosi dan investasi PUD, peningkatan kerjasama, peningkatan peran serta masyarakat, dan peningkatan perlindungan terhadap PUD.

Dinas Perdagangan Provinsi Nusa Tenggara Barat adalah satu dari sekian Organisasi Perangkat Daerah (OPD) pada Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat. Dibentuk pada tahun 2017 berdasarkan Peraturan Daerah Provinsi Nusa Tenggara Barat Nomor 11 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah Provinsi Nusa Tenggara Barat. Peraturan tersebut kemudian ditindaklanjuti dengan Peraturan Gubernur Nusa Tenggara Barat Nomor 44 Tahun 2017 Tentang Perubahan atas Peraturan Gubernur Nomor 50 Tahun 2016 Tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi serta Tata Kerja Dinas-Dinas Daerah Provinsi Nusa Tenggara Barat. Sesuai dengan

Peraturan daerah tersebut, kedudukan Dinas Perdagangan Provinsi Nusa Tenggara Barat adalah merupakan unsur pelaksana pemerintah daerah yang berada dibawah dan bertanggungjawab kepada Gubernur melalui Sekretaris Daerah. Sejalan dengan kedudukannya, Dinas Perdagangan Provinsi Nusa Tenggara Barat mempunyai tugas pokok membantu Gubernur dalam melaksanakan urusan pemerintahan daerah bidang perdagangan berdasarkan asas otonomi, tugas pembantuan dan dekonsentrasi salah satunya yaitu membantu pengembangan produk unggulan daerah.

Di zaman ini perkembangan teknologi sangat pesat terutama teknologi informasi. Teknologi informasi saat ini yang memberi kemudahan dalam penyebaran informasi melalui internet. Hal ini tentunya dimanfaatkan oleh Dinas Perdagangan Provinsi Nusa Tenggara Barat dalam mengembangkan produk unggulan daerah dengan melakukan penyebaran informasi produk unggulan Nusa Tenggara Barat melalui *e-commerce*.

Electronic commerce atau biasa disebut dengan *E-commerce* merupakan kegiatan yang meliputi transaksi proses pembelian, penjualan, transfer, atau pertukaran produk, layanan atau informasi melalui jaringan komputer, termasuk internet. Manfaat dan keuntungan menggunakan *e-commerce* adalah sebagai media promosi untuk meningkatkan volume penjualan, baik untuk penjualan *online* maupun konvensional. Dengan

melihat manfaat dan keuntungan yang diberikan tidak heran jika saat ini penggunaan *e-commerce* meningkat tajam.

I-Shop (*Integrated Shopping*) merupakan salah satu bentuk portal *e-commerce* yang dikelola oleh Dinas Perdagangan Provinsi Nusa Tenggara Barat. Karena yang dijual adalah produk asli Nusa Tenggara Barat, maka namanya menjadi I-Shop NTB. Pengelolaan I-Shop NTB bekerja sama dengan BNI 46 dan PT. Pos Indonesia.

Saat ini I-Shop NTB telah menjadi salah satu program unggulan Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat yang diresmikan pada tanggal 17 Agustus 2017 oleh Gubernur Nusa Tenggara Barat, Dr. TGH M Zainul Madji atau yang lebih dikenal dengan Tuan Guru Bajang (TGB). Namun observasi awal pada penelitian ini menemukan bahwa salah satu kendala yang dihadapi oleh I-Shop NTB yaitu kurang terkenalnya program ini. Pemerintah perlu lebih menggaungkan program I-Shop agar lebih terkenal sehingga lebih banyak lagi yang mengakses situs ini dan tentunya meningkatkan penjualan produk unggulan daerah hasil produksi UKM yang tergabung di dalam program ini.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dalam bentuk skripsi dengan judul “Peran I-Shop Dalam Pengembangan Produk Unggulan Nusa Tenggara Barat” yang mengambil lokasi penelitian pada Dinas Perdagangan Provinsi Nusa Tenggara Barat.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan yaitu:

1. Bagaimana peran I-Shop dalam pengembangan produk unggulan Nusa Tenggara Barat?
2. Apa saja faktor penghambat dan pendukung peran I-Shop dalam pengembangan produk unggulan Nusa Tenggara Barat?

1.3. Batasan Masalah

Batasan masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Beberapa batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. I-Shop yang diteliti adalah I-Shop NTB yang dikelola oleh Dinas Perdagangan Provinsi Nusa Tenggara Barat.
2. Produk unggulan daerah yang diteliti yaitu produk unggulan yang merupakan hasil produksi dari UKM binaan Dinas Perdagangan Provinsi Nusa Tenggara Barat.

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui sejauh mana peran dari I-Shop NTB dalam mendukung pengembangan produk unggulan Nusa Tenggara Barat dan faktor apa saja yang mendukung dan menghambat peran tersebut.

1.5. Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan memperoleh manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat mengembangkan konsep atau teori-teori tentang administrasi khususnya yang terkait dengan program-program pemerintah yang mendukung pembangunan negara untuk mencapai kesejahteraan masyarakat.

2. Manfaat Akademis

Secara akademis, penelitian ini merupakan salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana pada Program Studi Administrasi Publik.

3. Manfaat Praktis

a. Bagi Instansi

Memberikan referensi dan bahan masukan untuk dapat dipergunakan sebagai bahan pertimbangan untuk mengoptimalkan I-Shop NTB guna mendukung pengembangan produk unggulan Nusa Tenggara Barat.

b. Bagi Umum

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan ilmu pengetahuan dan informasi bagi pihak yang berkepentingan dengan masalah yang diteliti oleh peneliti.

c. Bagi Penulis

Dapat menambah wawasan dan pengetahuan serta kemampuan menganalisis terhadap program pemerintah dan dampaknya ke masyarakat.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Administrasi Publik

Terdapat banyak pendapat yang dikemukakan oleh para ahli mengenai administrasi publik. Dikutip dalam Maskudi (2017:223-225), berikut beberapa pendapat para ahli mengenai administrasi publik:

1. Menurut Nigro dan Nigro (dalam Stillman, 1984:2) administrasi publik merupakan usaha kerja sama kelompok dalam suatu susunan atau lingkungan pemerintah yang mencakup ketiga cabang pemerintah (eksekutif, legislatif, dan yudikatif).
2. Menurut Dimock dan Dimock (1986) "*Public administration is concerned with 'what' and 'how' of government*" (administrasi publik adalah mempersoalkan masalah-masalah "apa" dan masalah "bagaimana" dalam lingkungan pemerintahan).
3. Menurut Leonard D. White (dalam Dimock dan Dimock 1986: 22) mengemukakan bahwa "administrasi publik terdiri dari semua tindakan yang ditujukan kepada pelaksana atau pemaksa kebijakan negara"

Dari beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa administrasi publik adalah keseluruhan proses kerja sama dilakukan aparatur negara atau pemerintah dalam rangka pelaksanaan kebijakan yang berkaitan dengan hal-hal tujuan negara dan penyelenggaraan berbagai

kebutuhan publik. Program I-Shop merupakan bentuk administrasi publik. Di dalamnya terdapat proses kerja sama aparatur negara dalam rangka pelaksanaan kebijakan yang berkaitan dengan pengembangan Produk Unggulan Provinsi Nusa Tenggara Barat.

2.2. Teori Kebijakan Publik

Administrator pembangunan dalam kaitan menjalankan tugasnya menetapkan dan melaksanakan kebijakan untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Thomas R. Dye mendefinisikan bahwa kebijakan publik itu adalah “*whatever government choose to do or not to do*” (apa saja yang dipilih pemerintah untuk dilakukan ataupun tidak dilakukan) (Thoha, 2008). Menurut Thomas R. Dye pula (1995, 2) dalam buku yang berbeda definisikan kebijakan publik adalah sebagai segala sesuatu yang dikerjakan pemerintah, mengapa mereka melakukan, dan hasil yang membuat sebuah kehidupan bersama tampil berbeda.

Menurut William Dunn (1994) merumuskan kebijaksanaan publik adalah pedoman yang berisi nilai-nilai dan norma-norma yang mempunyai kewenangan untuk mendukung tindakan-indakan pemerintah dalam wilayah yurisdiksinya.

Sedangkan konsep kebijaksanaan publik menurut David Easton adalah alokasi nilai yang otoritatif untuk seluruh masyarakat akan tetapi hanya pemerintahlah yang dapat berbuat secara otoritatif untuk seluruh masyarakat, dan semuanya yang dipilih oleh pemerintah untuk dikerjakan

atau untuk tidak dikerjakan adalah hasil-hasil dari alokasi nilai-nilai tersebut.

Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2014 tentang Pedoman Pengembangan Produk Unggulan Daerah merupakan salah satu bentuk kebijakan publik pemerintah pusat dalam mengembangkan produk unggulan daerah. Oleh Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat, peraturan tersebut diturunkan salah satunya melalui Program I-Shop khususnya I-Shop NTB.

2.3. Definisi Peran

Istilah “peran” biasa digunakan dalam dunia teater, dimana seorang aktor dalam teater harus bermain sebagai tokoh tertentu dan dalam posisinya sebagai tokoh itu ia diharapkan untuk berperilaku secara tertentu. Posisi seorang aktor dalam teater itu dinalogikan dengan posisi seseorang dalam masyarakat dan keduanya memiliki kesamaan posisi (Sarwono, 1984).

Peran merupakan aspek dinamis dari kedudukan atau status. Seseorang yang telah melaksanakan hak dan kewajiban, berarti telah menjalankan suatu peran. Selain itu, peran diartikan juga pada karakterisasi yang disandang untuk dibawa oleh seorang aktor dalam sebuah pentas drama, yang dalam konteks sosial peran diartikan sebagai suatu fungsi yang dibawa seseorang ketika menduduki suatu posisi dalam struktur sosial.

Konsep Peran (*role*) menurut Komarudin dalam buku “ ensiklopedia manajemen “ yang dikutip oleh Agitio (2013) mengungkap sebagai berikut:

1. Bagian dari tugas utama yang harus dilakukan oleh manajemen
2. Pola perilaku yang diharapkan dapat menyertai suatu status
3. Bagian suatu fungsi seseorang dalam kelompok atau pranata
4. Fungsi yang diharapkan dari seseorang atau menjadi karakteristik yang ada padanya
5. Fungsi setiap variabel dalam hubungan sebab akibat

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa peran merupakan penilaian sejauh mana fungsi seseorang atau bagian dalam menunjang usaha pencapaian tujuan yang ditetapkan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa Peran I-Shop dalam pengembangan produk unggulan Nusa Tenggara Barat merupakan fungsi dari I-Shop dalam menunjang salah tujuan yang ditetapkan Pemerintah Daerah Nusa Tenggara Barat mengembangkan produk unggulan Nusa Tenggara Barat.

2.4. Usaha Kecil Menengah (UKM)

Menurut Keputusan Presiden RI No. 99 tahun 1998, Usaha Kecil Menengah adalah Kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat.

Sedangkan menurut Badan Pusat Statistik berdasarkan kuantitas tenaga kerja. Usaha kecil merupakan entitas usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 5 s.d 19 orang, sedangkan usaha menengah merupakan entitas usaha yang memiliki tenaga kerja 20 s.d. 99 orang.

Berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan Nomor 316/KMK.016/1994 tanggal 27 Juni 1994 Usaha Kecil Menengah didefinisikan sebagai perorangan atau badan usaha yang telah melakukan kegiatan usaha yang mempunyai penjualan atau omset per tahun setinggi-tingginya Rp 600.000.000 atau asset atau aktiva setinggi-tingginya Rp 600.000.000 (di luar tanah dan bangunan yang ditempati) terdiri dari:

1. Bidang usaha (Fa, CV, PT, dan koperasi)
2. Perorangan (Pengrajin/industri rumah tangga, petani, peternak, nelayan, perambah hutan, penambang, pedagang barang dan jasa)

Usaha Kecil Menengah dibagi dalam dua kriteria berdasarkan UU No 20 Tahun 2008, yaitu Usaha Kecil dan Usaha Menengah. Usaha Kecil adalah entitas yang memiliki kriteria sebagai berikut :

1. Kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
2. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

Sementara itu, yang disebut dengan Usaha Menengah adalah entitas usaha yang memiliki kriteria sebagai berikut:

1. Kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
2. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan salah satu bidang usaha yang memberikan kontribusi yang besar dalam memacu pertumbuhan ekonomi Indonesia. Hal ini dikarenakan daya serap UKM terhadap tenaga kerja yang sangat besar. Di Nusa Tenggara Barat, UKM menghasilkan berbagai produk unggulan. Salah satu media untuk pemasaran dan promosi produk-produk unggulan tersebut yaitu I-Shop NTB.

2.5. E-Commerce

2.5.1. Definisi E-Commerce

Di zaman ini sering kita dengan istilah *electronic commerce* atau disingkat *e-commerce*. Adapun definisi *e-commerce* menurut para ahli yaitu:

1. Menurut Turban (dalam Suharyanto, 2017) Perdagangan elektronik (*electronic commerce*, disingkat EC, atau *e-commerce*) meliputi

transaksi proses pembelian, penjualan, transfer, atau pertukaran produk, layanan atau informasi melalui jaringan komputer, termasuk internet.

2. Menurut J. Laudon dan Laudon (1998) *E-Commerce* (dalam Maulana, Susilo, Riyadi, 2015) adalah suatu proses membeli dan menjual produk - produk secara elektronik oleh konsumen dan dari perusahaan ke perusahaan dengan komputer sebagai perantara transaksi bisnis. Media yang dapat digunakan dalam aktivitas *e-commerce* adalah world wide web internet.
3. Sedangkan menurut Kalakota dan Whinston (dalam Maryama, 2013) mendefinisikan *e-commerce* dari beberapa perspektif berikut:
 - a. Perspektif Komunikasi : *e-commerce* merupakan pengiriman informasi, produk/layanan, atau pembayaran melalui lini telepon, jaringan komputer atau sarana eletronik lainnya.
 - b. Perspektif Proses Bisnis : *e-commerce* merupakan aplikasi teknologi menuju otomisasi transaksi dan aliran kerja perusahaan.
 - c. Perspektif Layanan: *e-commerce* merupakan salah satu alat yang memenuhi keinginan perusahaan, konsumen dan manajemen dalam memangkas service cost ketika meningkatkan mutu barang dan kecepatan pelayanan.
 - d. Perspektif Online: *e-commerce* berkaitan dengan kapasitas jual beli produk dan informasi di internet dan jasa online lainnya.

Dari pendapat beberapa ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa *e-commerce* (*electronic commerce*) adalah perdagangan elektronik yang menggunakan jaringan komputer untuk melakukan proses pembelian, penjualan, transfer, atau pertukaran produk, layanan atau informasi. Berdasarkan pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa I-Shop merupakan salah satu bentuk I-Shop.

2.5.2. Manfaat *E-Commerce*

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari *e-commerce* bagi organisasi, konsumen, dan masyarakat menurut Suyanto (dalam Rahmidani, 2015) yaitu:

1. Manfaat bagi organisasi
 - a. Memperluas *market place* hingga ke pasar nasional dan international.
 - b. Menurunkan biaya pembuatan, pemrosesan, pendistribusian, penyimpanan dan pencarian informasi yang menggunakan kertas
 - c. Memungkinkan pengurangan *inventory* dan *overhead* dengan menyederhanakan *supply chain* dan management tipe “pull”.
 - d. Mengurangi waktu antara *outlay* modal dan penerimaan produk dan jasa.
 - e. Mendukung upaya-upaya *business process reengineering*.
 - f. Memperkecil biaya telekomunikasi
 - g. Akses informasi lebih cepat.

2. Manfaat bagi konsumen, yaitu:
 - a. Memungkinkan pelanggan untuk berbelanja atau melakukan transaksi lain selama 24 jam sehari sepanjang tahun dari hampir setiap lokasi dengan menggunakan fasilitas Wi-Fi.
 - b. Memberikan lebih banyak pilihan kepada pelanggan.
 - c. Pengiriman menjadi sangat cepat.
 - d. Pelanggan bisa menerima informasi yang relevan secara detail dalam hitungan detik, bukan lagi hari atau minggu.
 - e. Memberi tempat bagi para pelanggan lain di *electronic community* dan bertukar pikiran serta pengalaman.
 - f. Memudahkan persaingan yang ada pada akhirnya akan menghasilkan diskon secara substansial.
3. Manfaat bagi masyarakat, antara lain:
 - a. Memungkinkan orang untuk bekerja di dalam rumah dan tidak harus keluar rumah untuk berbelanja. Ini berakibat menurunkan arus kepadatan lalu lintas di jalan serta mengurangi polusi udara.
 - b. Memungkinkan sejumlah barang dagangan dijual dengan harga lebih rendah.
 - c. Memungkinkan orang di negara-negara dunia ketiga dan wilayah pedesaan untuk menikmati aneka produk dan jasa yang akan susah mereka dapatkan tanpa *e-commerce*.

Sedangkan menurut Rahmidani (2015) manfaat yang dirasakan perusahaan khususnya untuk kepentingan pelanggan memperlihatkan bahwa *e-commerce* dapat memberikan manfaat:

1. Mendapatkan pelanggan baru. Studi yang menyebutkan bahwa manfaat penggunaan *e-commerce* dalam bisnis adalah mendapatkan pelanggan baru dikemukakan oleh Hamill dan Gregory, 1997 dan Swatman, 1999 serta Hoffman dan Novak, 2000. Digunakannya *e-commerce* memungkinkan perusahaan tersebut mendapatkan pelanggan baru baik itu yang berasal dari pasar domestik maupun pasar luar negeri.
2. Menarik konsumen untuk tetap bertahan. Studi yang dilakukan oleh Daniel & Storey, 1997 di industri perbankan menemukan bahwa dengan adanya layanan *e-banking* membuat nasabah tidak berpindah ke bank lain. Selain itu bank juga akan mendapatkan pelanggan baru yang berasal dari bank-bank yang bertahan dengan teknologi lama.
3. Meningkatkan mutu layanan. Dengan adanya *e-commerce* memungkinkan perusahaan dapat meningkatkan layanan dengan melakukan interaksi yang lebih personal sehingga dapat memberikan informasinya sesuai dengan apa yang diinginkan oleh konsumen. Studi yang menyebutkan bahwa penggunaan *e-commerce* dapat bermanfaat untuk meningkatkan mutu layanan ini dikemukakan oleh Gosh, 1998.

4. Melayani konsumen tanpa batas waktu. Studi yang dilakukan oleh Daniel & Storey, 1997 menemukan bahwa adanya pelanggan dapat melakukan transaksi dan memanfaatkan layanan suatu perusahaan tanpa harus terikat dengan waktu tutup ataupun buka dari suatu perusahaan tersebut.

2.6. Produk Unggulan Daerah

Produk Unggulan Daerah (PUD) merupakan suatu barang atau jasa yang dimiliki dan dikuasai oleh suatu daerah, yang mempunyai nilai ekonomis dan daya saing tinggi serta menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, yang diproduksi berdasarkan pertimbangan kelayakan teknis (bahan baku dan pasar), talenta masyarakat dan kelembagaan (penguasaan teknologi, kemampuan sumberdaya manusia, dukungan infrastruktur, dan kondisi sosial budaya setempat) yang berkembang di lokasi tertentu (Nusantoro, 2011). Menurut Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2014 Tentang Pedoman Pengembangan Produk Unggulan Daerah, Produk Unggulan Daerah yang selanjutnya disingkat PUD merupakan produk, baik berupa barang maupun jasa, yang dihasilkan oleh koperasi, usaha skala kecil dan menengah yang potensial untuk dikembangkan dengan memanfaatkan semua sumber daya yang dimiliki oleh daerah baik sumber daya alam, sumber daya manusia dan budaya lokal, serta mendatangkan pendapatan bagi masyarakat maupun pemerintah yang diharapkan menjadi kekuatan ekonomi bagi daerah dan

masyarakat setempat sebagai produk yang potensial memiliki daya saing, daya jual, dan daya dorong menuju dan mampu memasuki pasar global.

Perencanaan pengembangan PUD jangka menengah daerah dapat dilakukan antara lain dengan model; Inkubator, Klaster, One Village One Product/Ovop, dan Kompetensi inti.

Model pengembangan PUD jangka menengah sebagaimana dimaksud pada Pasal 5 ayat (1) Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2014 dilaksanakan antara lain melalui:

1. Peningkatan kualitas daya tarik PUD;
2. Peningkatan kualitas infrastruktur;
3. Peningkatan promosi dan investasi PUD;
4. Peningkatan kerjasama;
5. Peningkatan peran serta masyarakat; dan
6. Peningkatan perlindungan terhadap PUD.

Pemerintah provinsi dan kabupaten/kota menetapkan produk unggulan daerah dilakukan dengan mengidentifikasi dan menentukan potensi unggulan ekonomidaerah untuk ditetapkan menjadi produk unggulan daerah. Penentuan potensi unggulan mengacu pada Produk Domestik Regional Bruto (PDRB), mata pencaharian penduduk, dan pemanfaatan lahan yang ada di daerah. Penetapan produk unggulan daerah dilakukan dengan memenuhi kriteria dan kajian terstruktur. Pelaksanaan kajian terstruktur penentuan produk unggulan daerah menjadi kewenangan pemerintah provinsi dan kabupaten/kota untuk menetapkan produk

unggulan daerah yang menjadi bagian dari penetapan produk unggulan daerah di tingkat provinsi berdasarkan usulan pemerintah kabupaten/kota dan atau sesuai arah kebijakan pemerintah.

Penetapan Produk Unggulan Daerah dapat memenuhi kriteria sebagai berikut:

- a. penyerapan tenaga kerja;
- b. sumbangan terhadap perekonomian;
- c. sektor basis ekonomi daerah;
- d. dapat diperbaharui;
- e. sosial budaya;
- f. ketersediaan pasar;
- g. bahan baku;
- h. modal;
- i. sarana dan prasarana produksi;
- j. teknologi;
- k. manajemen usaha;
- l. harga;

Dengan pertimbangan kekhususan dan kewenangan yang dimiliki pemerintah provinsi dan kabupaten/kota dapat menggunakan sebagian besar kriteria yang digunakan untuk menentukan produk unggulan daerah kecuali kriteria huruf a sampai dengan huruf f bersifat mutlak harus terpenuhi. Berikut penjelasan dari masing-masing kriteria PUD tersebut:

1. Penyerapan tenaga kerja produk unggulan daerah di produksi dengan memanfaatkan tenaga kerja terampil di daerah produksi sehingga memberi dampak pada penciptaan lapangan kerja dan pendapatan bagi masyarakat setempat.
2. Sumbangan terhadap perekonomian merupakan produk yang memiliki nilai ekonomis memberikan manfaat bagi konsumen, memiliki keterkaitan ke depan dan ke belakang, memberi efek berganda ekonomi dan sekaligus memberikan keuntungan ekonomi bagi seluruh pemangku kepentingan dan daerah yang memproduksi produk unggulan tersebut.
3. Sektor basis ekonomi daerah merupakan produk unggulan daerah yang masuk dalam kategori kelompok sektor basis dalam PDRB dan memberikan kontribusi terbesar dalam ekonomi daerah.
4. Dapat diperbaharui memberi makna bahwa produk unggulan daerah bukan barang tambang dan memanfaatkan bahan baku yang dapat diperbaharui dan ramah lingkungan. Barang tambang tidak dapat dimasukkan sebagai produk unggulan daerah meskipun saat itu memberi kontribusi ekonomi yang besar bagi daerah.
5. Unsur sosial budaya dalam menciptakan, memproduksi dan mengembangkan produk unggulan daerah adalah menggunakan talenta dan kelembagaan masyarakat yang dibangun dan dikembangkan atas dasar kearifan lokal yang bersumber pada ciri khas

dan warisan budaya turun temurun serta kondisi sosial budaya setempat.

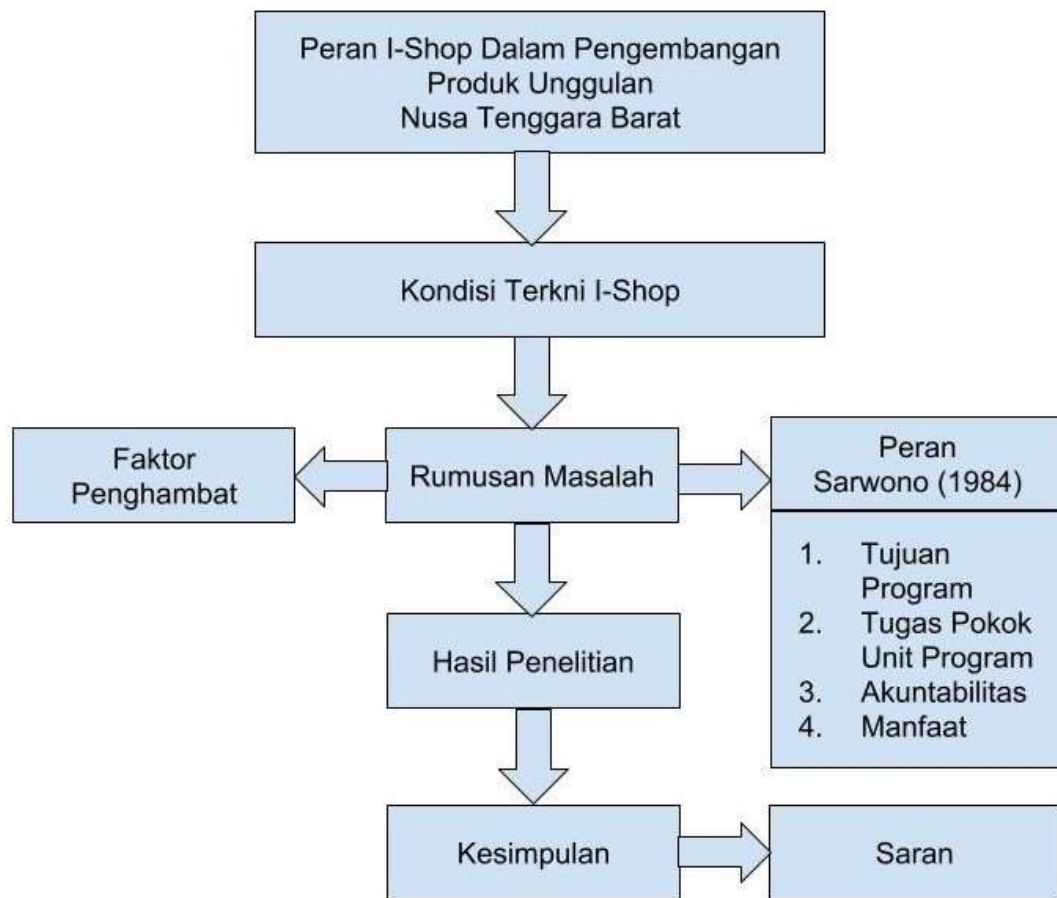
6. Ketersediaan pasar adalah kemampuan produk unggulan daerah untuk terserap pada pasar lokal, regional dan nasional serta berpotensi untuk memasuki pasar global.
7. Bahan baku terjamin ketersediaannya dengan perolehan harga yang kompetitif, terjamin kesinambungannya serta ramah lingkungan.
8. Modal adalah ketersediaan dan kecukupan dana bagi kelancaran usaha untuk kebutuhan investasi dan modal kerja.
9. Sarana dan prasarana produksi adalah kemudahan bagi pengusaha PUD untuk memperoleh sarana dan prasarana produksi pada tingkat harga yang kompetitif dan mudah diperoleh.
10. Teknologi yang relevan, tepat guna dan terdapat unsur yang tidak mudah ditiru.
11. Manajemen usaha merupakan kemampuan mengelola usaha secara profesional dengan memanfaatkan talenta dan kelembagaan masyarakat.
12. Harga merupakan kemampuan memberi nilai tambah dan mendatangkan laba usaha.

Berdasarkan data yang diperoleh dari Dinas Perdagangan Provinsi Nusa Tenggara Barat, produk unggulan yang berbentuk barang terdiri dari produk olahan pangan dan kerajinan. Produk olahan pangan contohnya yaitu produk olahan pijar (sapi, jagung, rumput laut) berupa pangan.

Sedangkan produk kerajinan contohnya yaitu kerajinan ketak, cukli, tenun, bambu dan kayu.

2.7. Kerangka Berfikir

Menurut Uma Sekaran (dalam Sugiyono, 2013:60), mengemukakan bahwa kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah didefinisikan sebagai masalah yang penting. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Program I-Shop merupakan bentuk administrasi publik. Di dalamnya terdapat proses kerja sama aparaturnya negara dalam rangka yang berperan dalam menunjang pelaksanaan kebijakan berkaitan dengan pengembangan Produk Unggulan Provinsi Nusa Tenggara Barat. Bentuk dari program I-Shop ini yaitu *e-commerce* (perdagangan elektronik) yang menggunakan jaringan komputer untuk melakukan proses pembelian, penjualan, transfer, atau pertukaran produk, layanan atau informasi. Adapun produk yang ditampilkan di I-Shop yaitu produk unggulan dan asli Nusa Tenggara Barat yang diproduksi oleh Usaha Kecil dan Menengah di Provinsi Nusa Tenggara Barat. Berikut bagan alur kerangka berpikir pada penelitian ini:



Gambar 2.1 Kerangka Berfikir



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Memperhatikan judul yang akan penulis teliti yaitu Peran Program I-Shop Dalam Pengembangan Produk Unggulan Nusa Tenggara Barat, untuk menemukan unsur-unsur pokok dengan rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian maka jenis penelitiannya deskriptif kualitatif.

Menurut Hadari Nawawi (dalam Sirait, 2011) mendefinisikan “Metode deskriptif adalah prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan/melukiskan keadaan subjek/objek penelitian (seseorang, lembaga, masyarakat dan lain-lainnya) pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya”. Sedangkan metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna.

3.2. Fokus Penelitian

Menurut Sugiyono (2013) fokus adalah batasan masalah dalam penelitian kualitatif, yang berisi pokok masalah yang masih bersifat umum. Fokus dalam penelitian kualitatif diperoleh setelah peneliti

melakukan penjelajahan umum untuk memperoleh gambaran umum menyeluruh yang masih tahap permukaan tentang situasi sosial. Adapun fokus pada penelitian ini yaitu :

1. Menganalisis peran program I-Shop khususnya I-Shop NTB yang dikelola oleh Dinas Perdagangan Provinsi Nusa Tenggara Barat dalam pengembangan produk Unggulan Nusa Tenggara Barat.
2. Menganalisis faktor pendukung dan penghambat yang dihadapi program I-Shop NTB dalam Pengembangan Produk Unggulan Nusa Tenggara Barat.

3.3. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat dimana penelitian dilakukan. Lokasi penelitian ini yaitu pada Dinas Perdagangan Provinsi Nusa Tenggara Barat, Jalan Langko No. 61 Mataram.

3.4. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat ukur dalam penelitian. Karena penelitian ini adalah penelitian kualitatif, maka yang menjadi instrumen adalah peneliti sendiri. Hal ini sesuai dengan apa yang disampaikan oleh Nasution (dalam Sugiyono, 2013:223) :

Dalam penelitian kualitatif, tidak ada pilihan lain daripada menyajikan manusia sebagai instrument penelitian utama. Alasannya ialah bahwa, segala sesuatunya belum mempunyai bentuk yang pasti. Masalah, fokus penelitian, prosedur penelitian, hipotesis yang digunakan, bahkan hasil yang diharapkan, itu semua tidak dapat ditentukan secara pasti dan jelas sebelumnya. Segala sesuatu masih

perlu dikembangkan sepanjang penelitian itu. Dalam keadaan yang serba tidak pasti dan tidak jelas itu, tidak ada pilihan lain dan hanya peneliti itu sendiri sebagai satu-satunya yang dapat mencapainya.

Menurut Sugiyono (2013) peneliti kualitatif sebagai *human instrument*, berfungsi menetapkan fokus penelitian, pemilihan informan sebagai sumber data, melakukan pengumpulan data, dan menilai kualitas data, analisis data, menafsirkan data dan membuat kesimpulan atas temuannya. Oleh karena itu, harus memahami metode penelitian kualitatif, memiliki wawasan terhadap bidang yang diteliti, dan kesiapan untuk memasuki objek penelitian

3.5. Jenis dan Sumber Data

3.5.1. Jenis Data

Adapun jenis data dalam penelitian ini adalah :

1. Data primer adalah data utama yang diperoleh peneliti secara langsung dari sumber aslinya dengan cara melakukan observasi langsung pada lokasi penelitian dan mengamati tindakan informan serta mewawancarai mereka.
2. Data sekunder, yaitu data tambahan yang diperoleh peneliti dari dokumen, surat-surat penting, arsip untuk melengkapi sumber data primer yang sudah ada.

3.5.2. Sumber Data

1. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah kata-kata dan tindakan yang didapat dari informan melalui wawancara. Adapun sumber data primer yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Informasi dari Dinas Perdagangan Provinsi Nusa Tenggara Barat; dan

2. Informasi dari Pelaku Usaha Kecil penghasil produk unggulan Nusa Tenggara Barat.

2. Sumber sekunder yang dipakai dalam penelitian ini adalah sumber tertulis seperti sumber buku, majalah ilmiah, dan dokumen-dokumen dari pihak yang terkait mengenai I-Shop.

3.6. Teknik Penentuan Informan

Informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*.

Menurut Sugiyono (2013) teknik *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Adapun kriteria informan yang dipilih dalam penelitian ini berdasarkan pada pendapat Faisal (dalam Sugiyono, 2008:293) dengan mengutip pendapat Spradley sebagai berikut:

1. Mereka yang menguasai atau memahami sesuatu melalui proses enkulturasi, sehingga sesuatu itu bukan sekedar diketahui, tetapi juga dihayati.
2. Mereka yang tergolong masih sedang berkecimpung atau terlibat pada kegiatan yang tengah diteliti.

3. Mereka yang mempunyai waktu yang memadai untuk dimintai informasi.
4. Mereka yang tidak cenderung menyampaikan informasi hasil “kemasannya” sendiri.
5. Mereka yang pada mulanya tergolong “cukup asing” dengan peneliti sehingga lebih menggairahkan untuk dijadikan semacam guru atau narasumber.

Berdasarkan kriteria di atas, informan dalam penelitian ini yaitu:

1. Kepala Dinas Perdagangan Provinsi Nusa Tenggara Barat;
2. Sekretaris Dinas Perdagangan Provinsi Nusa Tenggara Barat;
3. Kepala UPTD Balai Pengembangan, Pelatihan dan Promosi Ekspor Daerah;
4. Tim Pengelola I-Shop NTB pada Dinas Perdagangan Provinsi Nusa Tenggara Barat;
5. Staff pada Dinas Perdagangan Provinsi Nusa Tenggara Barat; dan
6. Pelaku Usaha Kecil dan Menengah yang produknya masuk dalam program I-Shop NTB.

3.7. Teknik Pengumpulan Data

3.7.1. Observasi

Sutrisno Hadi (dalam Sugiyono, 2013) mengemukakan bahwa, observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari pelbagai proses biologis dan psikologis. Selain itu, menurut

Adler & Adler (dalam Hahasah, 2016) menyebutkan bahwa observasi merupakan salah satu dasar fundamental dari semua metode pengumpulan data dalam penelitian kualitatif, khususnya menyangkut ilmu-ilmu sosial dan perilaku manusia. Observasi memudahkan peneliti untuk menemukan informasi dari lokasi penelitian. Adapun lokasi obsevasi pada penelitian ini yaitu di Dinas Perdagangan Provinsi Nusa Tenggara Barat.

3.7.2. Wawancara (Interview)

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan untuk mengetahui hal-hal dari informan yang lebih mendalam. Teknik pengumpulan data ini didasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau setidaknya-tidaknya pada pengetahuan dan atau keyakinan pribadi. Esterberg (dalam Sugiyono, 2013) mengemukakan beberapa macam wawancara yaitu:

1. Wawancara terstruktur

Wawancara terstruktur digunakan sebagai teknik pengumpulan data bila peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh.

2. Wawancara Semiterstruktur

Jenis wawancara ini sudah termasuk kategori *in-dept interview*, dimana dalam pelaksanaannya lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara dimintai pendapat dan ide-idenya.

3. Wawancara tak berstruktur

Wawancara tak terstruktur adalah wawancara bebas yang tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah terusun sistematis dan lengkap untuk mengumpulkan datanya.

Dalam penelitian ini, peneliti memilih untuk wawancara tidak terstruktur. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan dan pertanyaan akan berkembang dengan sendirinya sesuai dengan kebutuhan data dan kondisi lapangan

3.7.3. Dokumentasi

Untuk lebih mendukung hasil observasi dan wawancara pada penelitian ini, peneliti menyertakan beberapa dokumen pendukung. Dokumen adalah catatan peristiwa yang sudah lalu. Dalam penelitian ini dokumen yang diambil dari Dinas Perdagangan Provinsi Nusa Tenggara Barat yaitu berupa dokumen-dokumen arsip yang berkaitan dengan program I-Shop.

3.7.4. Triangulasi/ Gabungan

Triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang menggabungkan berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Adapun tujuan peneliti menggunakan teknik triangulasi yaitu untuk lebih memahami terhadap apa yang ditemukan selama penelitian.

3.8. Analisis Data

Setelah data-data yang dibutuhkan terkumpul, langkah selanjutnya yaitu menganalisis data-data tersebut. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif. Miles and Huberman mengemukakan bahwa terdapat tiga aktivitas dalam menganalisis data yaitu reduksi data, *display* data dan verifikasi data (Sugiyono, 2013:246).

3.8.1. Reduksi Data

Karena data yang diperoleh di lokasi penelitian jumlahnya cukup banyak, maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Semakin lama peneliti di lapangan, maka jumlah data akan semakin banyak, kompleks dan rumit. Untuk itu perlu dilakukan analisis data melalui reduksi data. Menurut Sugiyono (2013) mereduksi data berarti merengsum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya.

Dalam reduksi data, setiap peneliti akan dipandu oleh tujuan yang akan dicapai. Tujuan utama dari penelitian kualitatif adalah temuan. Oleh karena itu, jika peneliti dalam melakukan penelitian menemukan segala sesuatu yang dipandang asing, tidak dikenal, belum memiliki pola, justru itulah yang harus dijadikan perhatian peneliti dalam melakukan reduksi data.

Reduksi data merupakan proses berpikir sensitif yang memerlukan kecerdasan dan keeluasaan wawancara yang tinggi. Bagi peneliti yang masih baru, dalam mereduksi data dapat didiskusikan pada teman atau

orang lain yang dianggap ahli. Melalui diskusi ini, maka wawasan peneliti akan berkembang, sehingga dapat mereduksi data-data yang memiliki nilai temuan dan pengembangan teori yang signifikan.

Reduksi data yang peneliti lakukan adalah dengan memilih dan mengurutkan data berdasarkan banyaknya informan yang menyebutkan masalah tersebut, kemudian peneliti buat dalam sebuah narasi lalu peneliti sederhanakan dengan memilih hal-hal yang sejenis agar mudah dalam menyajikannya.

3.8.2. Penyajian Data

Setelah data direduksi, maka langkah berikutnya adalah *display*-kan data (penyajian data), dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, *flowchart* dan sejenisnya. Miles and Huberman, menyatakan yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah teks yang bersifat naratif.

Penyajian data merupakan upaya penyusunan sekumpulan informasi ke dalam suatu matrik atau konfigurasi yang mudah dipahami. Konfigurasi yang demikian ini akan memungkinkan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.

Dengan penyajian data, maka akan mempermudah untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang dipahami tersebut, Miles and Huberman, disarankan selain teks naratif

dalam penyajian data bisa menggunakan grafik matrik jaringan kerja dan chart.

3.8.3. Menarik Kesimpulan

Dari permulaan pengumpulan data, peneliti mulai mencari makna dari data-data yang telah terkumpul. Selanjutnya mencari arti dan penjelasannya kemudian menyusun pola-pola hubungan tertentu ke dalam satu kesatuan informasi yang mudah dipahami dan ditafsirkan. Data yang terkumpul kemudian dikategorikan sesuai dengan perincian masalahnya dan dibandingkan antara satu dengan lainnya sehingga mudah ditarik kesimpulan sebagai jawaban dari setiap permasalahan yang ada (G.Miles dan Michael Huberman Tjejep Rohamdi, 2014:82).

3.9. Teknik Analisis Keabsahan Data

3.9.1. Perpanjangan Pengamatan

Untuk lebih memahani data yang dikumpulkan dalam penelitian ini, peneliti melakukan perpanjangan pengamatan. Peneliti ke lapangan untuk melakukan pengamatan dan wawancara ke sumber data yang pernah ditemui atau yang baru.

3.9.2. Peningkatan Ketekunan

Cara lain untuk menguji keabsahan data yaitu dengan meningkatkan ketekunan. Pengamatan bukanlah suatu teknik pengumpulan data yang hanya mengandalkan kemampuan pancaindra, perasaan, dan insting peneliti (Moleong, 264). Peneliti perlu meningkatkan ketekunan. Dengan

meningkatkan ketekunan, peneliti akan mengecek kembali data yang diperoleh salah atau tidak. Demikian juga dengan meningkatkan ketekunan maka, peneliti dapat memberikan deskripsi data yang akurat dan sistematis tentang apa yang diamati (Sugiyono, 2013:272)

3.9.3. Triangulasi (Gabungan)

Triangulasi dalam pengujian kredibilitas adalah pengecekan data dari berbagai sumber, cara dan waktu.

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber yaitu mengkaji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.

2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik yaitu menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Misal data diperoleh dengan wawancara, lalu dicek dengan observasi atau dokumentasi.

3. Triangulasi waktu

Waktu juga sering mempengaruhi kredibilitas data. Pengujian keabsahan data dapat dilakukan dengan cara melakukan pengecekan dengan wawancara, observasi atau teknik lain dalam waktu / situasi yang berbeda. Bila hasil uji menghasilkan data yang berbeda, maka dilakukan secara berulang-ulang sehingga sampai ditemukan kapasitas datanya (Sugiyono, 2013: 274).