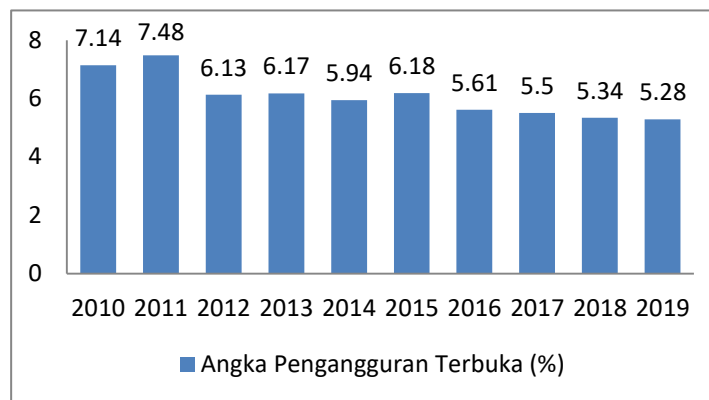


## BAB I

### PENDAHULUAN

#### I.1 Latar Belakang

Indonesia termasuk pusat kemiskinan di ASEAN. Berdasarkan laporan yang berjudul “*Financing the Sustainable Development Goals in ASEAN: Strengthening integrated national financing frameworks to deliver 2030 Agenda*” masih terdapat beberapa hal yang harus diperbaiki, karena hal tersebut berhubungan dengan posisi Indonesia sebagai negara terbesar di ASEAN. Penduduk di ASEAN berjumlah 600 juta jiwa yang mana penduduk itu tersebar luas di 10 negara, dan lebih dari satu per tiga dari total seluruh jumlah yang ada yaitu penduduk Indonesia.<sup>1</sup> Dengan jumlah penduduk yang besar itu, Indonesia dihadapkan dengan berbagai permasalahan seperti tingkat pengangguran yang tinggi. Dapat dilihat angka pengangguran terbuka di Indonesia seperti data pada grafik dibawah ini.



**Grafik I.1**

#### **Jumlah Angka Pengangguran Terbuka di Indonesia Tahun 2010-2019**

<sup>1</sup> Ternyata Indonesia Merupakan Pusat Kemiskinan ASEAN [diakses 29 november 2019, pukul 08.19] [https://www.kompasiana.com/kadirsaja/5a277dda4548\\_0258f8484\\_dc2/ternyata-indonesia-merupakan-pusat-kemiskinan-asean?page=all](https://www.kompasiana.com/kadirsaja/5a277dda4548_0258f8484_dc2/ternyata-indonesia-merupakan-pusat-kemiskinan-asean?page=all)

Sumber: Badan Pusat Statistik (Jumlah Tingkat Pengangguran Terbuka Tahun 2010-2019)

Grafik I.1 menunjukkan bahwa angka pengangguran di Indonesia dari tahun 2010 hingga 2019 mengalami naik turun atau fluktuasi. Pada tahun 2010 angka pengangguran di Indonesia sebesar 7,14%, tahun 2011 mengalami peningkatan sebesar 7,48%, kemudian tahun 2012 turun sebesar 6,13%, tahun 2013 naik sebesar 6,17%, lalu tahun 2014 turun sebesar 5,94%, kemudian tahun 2015 mengalami kenaikan sebesar 6,18%. Dari grafik tersebut rata-rata angka pengangguran di Indonesia adalah sebesar 6,5% yang menunjukkan bahwa masih belum tersedianya solusi dari pemerintah untuk bisa mengurangi angka pengangguran yang ada.

Menurut Lukita Dinarsyah selaku Wakil Kepala Badan Perencanaan dan Pembangunan Nasional pada saat hadir diacara Laporan Bank Dunia, bahwa angka pengangguran di Indonesia tercatat hampir 6% dan hal itu merupakan angka tertinggi didunia.<sup>2</sup> Dengan angka yang mencapai 6% itu dapat dikatakan merupakan angka pengangguran yang tinggi, sedangkab data pada grafik I.1 menunjukkan bahwa angka pengangguran diIndonesia pada tahun 2010 dan 2011 bahkan diatas 7% hal tersebut menunjukkan bahwa perlu adanya solusi sebagai wujud untuk mengurangi angka pengangguran yang tinggi.

Salah satu solusi untuk mengurangi angka pengangguran yang tinggi yaitu menciptakan lapangan pekerjaan dengan mengembangkan dan memberdayakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dimasyarakat. Berdasarkan Undang-Undang nomor 20 Tahun 2008 bahwa pemberdayaan UMKM perlu diselenggarakan secara menyeluruh, optimal, dan berkesinambungan melalui pengembangan iklim yang kondusif, pemberian kesempatan berusaha, dukungan,

---

<sup>2</sup> Bappenas: Tingkat Pengangguran RI Salah Satu Tertinggi di Dunia [diakses pada 9 Februari 2020, pukul 10.58] <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-2577169/bappenas-tingkat-pengangguran-ri-salah-satu-tertinggi-di-dunia>

perlindungan, dan pengembangan usaha seluas-luasnya, sehingga mampu meningkatkan kedudukan, peran, dan potensi UMKM dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi, pemerataan dan peningkatan pendapatan rakyat, pengentasan kemiskinan dan penciptaan lapangan kerja. Perkembangan UMKM di Indonesia bisa dilihat dari tabel dibawah ini

**Tabel I.1**

**Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) dan Usaha Besar (UB) Indonesia Tahun 2015-2017**

No.	Indikator	Satuan	2015	2016	2017
1.	UMKM	Unit	59.262.772	61.651.117	62.992.617
	- Mikro		58.521.987	60.863.578	62.106.900
	- Kecil		681.522	731.047	757.090
	- Menengah		59.263	56.551	58.627
2.	Usaha Besar		4.987	5.370	5.460

Sumber: Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia, data diolah dari BPS 2015

Tabel I.1 menunjukkan bahwa data perkembangan UMKM dari tahun ke tahun mengalami peningkatan yaitu pada tahun 2015 sebesar 59.262.772 unit, tahun 2016 sebesar 61.651.117 unit, hal itu menunjukkan kenaikan jumlah unit UMKM sebesar 2.388.345. Lalu pada tahun 2016 ke tahun 2017 sebesar 62.992.617 unit, menunjukkan peningkatan sejumlah 1.341.500. Meskipun terlihat dari tahun 2015-2017 mengalami peningkatan, namun dari segi kenaikan unit mengalami penurunan dari 2.388.345 ke 1.341.500, akan tetapi UMKM memiliki perkembangan jumlah unit yang sangat banyak dibandingkan dengan Usaha Besar yang tahun 2015 hingga tahun 2017 hanya berkisar 4-5 ribuan unit. Hal tersebut menunjukkan eksistensi dari UMKM memang sudah tidak diragukan

lagi, dan dari segi perkembangan jumlah unit memang lebih banyak UMKM daripada Usaha Besar.

Peran UMKM disini sangatlah penting bagi penyediaan lapangan pekerjaan karena tingginya penyerapan tenaga kerja oleh UMKM. Semakin berkembangnya jumlah UMKM yang ada, maka serapan tenaga kerja oleh UMKM juga meningkat. Daya serap tenaga kerja oleh UMKM dapat dilihat dari data pada tabel dibawah ini:

**Tabel I.2**

**Daya serap Tenaga Kerja yang dihasilkan Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) dan Usaha Besar (UB) Tahun 2015-2017**

No.	Indikator	Satuan	2015	2016	2017
1.	UMKM	Orang	123.229.386	112.828.610	116.673.416
	- Mikro		110.807.864	103.839.015	107.232.992
	- Kecil		7.307.503	5.402.073	5.704.321
	- Menengah		5.114.020	3.587.522	3.736.103
2.	Usaha Besar		4.194.051	3.444.746	3.586.769

Sumber: Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik

Indonesia, data diolah dari BPS 2015

Tabel I.2 menunjukkan bahwa daya serap oleh UMKM terlihat mengalami naik turun. Dari tahun 2015 sebesar 123.229.386 orang ke tahun 2016 sebesar 112.828.610 orang, terjadi penurunan sebesar 10.400.776 orang. Namun pada tahun 2016 ke 2017 sebesar 116.673.416 orang yang berarti mengalami peningkatan sebesar 3.844.806 orang. Tabel tersebut menjelaskan bahwa daya serap tenaga kerja oleh UMKM menunjukkan jumlah yang naik turun namun sektor UMKM tetap lebih tinggi daya serap tenaga kerja nya dibanding dengan sektor Usaha Besar. Hal tersebut dapat disimpulkan keberadaan UMKM mampu menyerap tenaga kerja yang lebih banyak dibanding Usaha Besar.

Pentingnya pengembangan UMKM adalah sebagai solusi untuk menghadapi permasalahan pengangguran maka pemerintah perlu melakukan penyesuaian untuk merespon permasalahan publik dengan membuat suatu program. Program yang dilakukan oleh pemerintah dapat sesuai dengan harapan dari masyarakat bila pemerintah mampu menyediakan program yang mampu memiliki nilai serta manfaat yang sesuai dengan keinginan masyarakat. Karena layanan atau program yang dibuat tidak hanya sebagai ukuran kinerja dari pengelolaannya namun juga nilai yang ditimbulkan setelah adanya program tersebut sehingga masyarakat sebagai penerima layanan atau program tersebut dapat menerima manfaat dan timbulah kepercayaan dalam penggunaannya.

Kota Surabaya merupakan kota metropolitan terbesar kedua di Indonesia setelah Jakarta mempunyai potensi, dan posisi geografis yang mampu membantu dalam pertumbuhan ekonomi. Menurut data BPS Jawa Timur populasi penduduk di kota Surabaya mencapai 2.771.615 jiwa tahun 2010. Potensi akan banyaknya populasi penduduk dengan kondisi kota Surabaya sebagai kota metropolitan memberikan peluang yang besar bagi berkembangnya UMKM di Surabaya. Hal tersebut di dukung oleh perkembangan jumlah UMKM pada 5 kota besar di Jawa Timur. Kota Surabaya menduduki peringkat pertama dengan jumlah UMKM yang banyak.

**Tabel 1.3**  
**Data Jumlah Peningkatan UMKM tahun 2016 dan 2017**  
**5 Kota Besar di Jawa Timur**

No.	Kota	2016	2017	Peningkatan
1.	Surabaya	385.054	466.779	81.725
2.	Sidoarjo	248.306	306.481	58.175
3.	Mojokerto	216.518	262.651	46.133
4.	Pasuruan	362.230	257.144	-105.086

<b>5.</b>	<b>Gresik</b>	<b>225.242</b>	<b>239.182</b>	<b>13.940</b>
-----------	---------------	----------------	----------------	---------------

Sumber: diskopukm.jatimprov.go.id (data diolah)

Tabel I.3 menunjukkan bahwa dari lima kota besar yang ada di Jawa Timur, umkm yang paling banyak jumlahnya yaitu Kota Surabaya yaitu sebanyak 385.054 unit pada tahun 2016 dan sebanyak 466.779 pada tahun 2017. Peningkatan pada tahun 2016 ke 2017 sebanyak 81.725 unit. Hal tersebut memperlihatkan bahwa program penumbuhan dan pemberdayaan umkm yang dilakukan pemerintah kota Surabaya berjalan lebih efektif daripada program pemberdayaan umkm yang dilakukan dikota lainnya disekitar Surabaya hal itu bisa dibuktikan dari peningkatan jumlah unit umkm. Dalam hal ini yaitu program Pahlawan Ekonomi dan Pejuang Muda.

Pahlawan Ekonomi adalah suatu program yang berada di Surabaya yang bertujuan sebagai pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah berbasis komunitas perempuan dan keluarga berupa pelatihan dan pendampingan usaha, sedangkan Pejuang Muda adalah pemberdayaan ekonomi berbasis anak muda yang baru terjun didunia bisnis di Kota Surabaya. Pejuang muda khusus untuk yang berusia 40 tahun kebawah, sedangkan pahlawan ekonomi berusia 40 tahun ke atas, sehingga ia layak disebut sebagai pahlawan ekonomi dalam keluarganya.<sup>3</sup>

Menurut Tri Rismaharini selaku Walikota Surabaya, program tersebut adalah sebagai bentuk respon dalam menghadapi permasalahan kemiskinan dan pengangguran di Kota Surabaya dengan menggerakkan roda perekonomian kedua yaitu ibu rumah tangga atau istri.<sup>4</sup> Program ini telah berjalan sejak tahun 2010 dan

<sup>3</sup> Muhamad Syarafah. 13 Juli 2019. Ada "Pahlawan Ekonomi" dalam Kebangkitan UMKM Surabaya. [diakses 9 januari 2019 pukul 12.00]  
<https://www.kompasiana.com/mohammadsyarrafah/5d28fb6c0d823070d955e023/ada-pahlawan-ekonomi-dalam-kebangkitan-umkm-surabaya?page=all>

<sup>4</sup> Aini, Nur. 08 Januari 2018. Surabaya Buat Program Pahlawan Ekonomi Bagi Perempuan. <https://www.republika.co.id/berita/nasional/daerah/18/01/08/p27upx382-surabaya-buat-program-pahlawan-ekonomi-bagi-perempuan>. [diakses pada 13 Februari 2020 pukul 10.24]

memberikan kesempatan bagi ibu rumah tangga dan pelaku UMKM di Surabaya dalam mengembangkan usaha ekonomi yang dimilikinya.

**Tabel I.4**

**Perkembangan Kondisi Sebelum dan Sesudah Program Pahlawan Ekonomi dan Pejuang Muda di Kota Surabaya**

No.	Program Inovasi Pahlawan Ekonomi dan Pejuang Muda	
	Sebelum Inovasi	Sesudah Inovasi
1.	UMKM di Surabaya tidak ada satu kesatuan gerakan dan program yang terstruktur	UMKM Surabaya telah memiliki satu kesatuan gerakan dan program yang terstruktur
2.	Produk UMKM dikemas dengan cara yang biasa	Pengemasan Produk UMKM bagus
3.	UMKM Surabaya belum mempunyai visi go internasional	UMKM Surabaya mempunyai visi Go Global, Go Digital, dan Go Finansial
4.	Pihak yang dianggap berpotensi untuk dapat bekerja sama belum melihat bisnis UMKM	Pihak yang dianggap berpotensi diajak kerjasama
5.	UMKM belum mempunyai ruang tersendiri untuk mempromosikan dan memasarkan produknya secara menyeluruh	UMKM telah mempunyai ruang tersendiri untuk mempromosikan dan memasarkan produk
6.	Penduduk Surabaya tidak mempunyai pikiran membuka bisnis rumah tangga sebagai sumber pemasukan keluarga	Penduduk Surabaya mulai mempunyai pemikiran membuka bisnis rumah tangga

Sumber: <https://organisasi.surabaya.go.id>

Tabel I.4 menunjukkan bahwa sebelum inovasi program pahlawan ekonomi, UMKM yang ada di Surabaya tidak memiliki gerakan dan program yang terstruktur. Namun setelah adanya inovasi, UMKM Surabaya lebih terstruktur. Sebelumnya, produk dikemas dengan hal yang sederhana, namun setelah inovasi, produk yang dikemas sudah lumayan bagus. Yang sebelumnya belum memiliki visi go internasional kini mempunyai visi Go Global, Go Digital, dan Go Finansial. Pihak yang sebelumnya dianggap berpotensi dalam tumbuh kembang UMKM namun tidak melihat bisnisnya, kini dapat mengajak pihak yang berpotensi untuk menjalin kerjasama. Yang sebelumnya belum memiliki akses untuk promosi dan pemasaran secara meluas, kini dibantu untuk memperluas pangsa pasar. Dan yang terakhir yaitu, sebelumnya Warga Surabaya tidak berfikir untuk membuka bisnis namun sekarang tertarik untuk berbisnis. Dari penjelasan sebelum dan sesudah program ini dijalankan terdapat perbedaan kearah yang positif yang berarti bahwa keberadaan program ini membawa pengaruh kearah yang lebih baik.

**Tabel I.5**

**Perkembangan Jumlah Anggota Program Pahlawan Ekonomi dan Pejuang Muda Kota Surabaya**

No.	Tahun	Jumlah Anggota yang bergabung	Jumlah Peningkatan
1.	2010	89	-
2.	2011	759	+670
3.	2012	861	+102
4.	2013	1.848	+987
5.	2014	2.640	+792
6.	2015	3.320	+680
7.	2016	5.000	+1.680



8.	2017	8.656	+3.656
9.	2018	9.148	+492

Sumber: Dinas Pengendalian Penduduk, Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Kota Surabaya 2018

Tabel 1.5 menunjukkan bahwa jumlah anggota yang tergabung pada program Pahlawan Ekonomi dan Pejuang Muda di Kota Surabaya menunjukkan bahwa perkembangan anggota program ini setiap tahunnya mengalami peningkatan yang signifikan. Program ini bermula sejak tahun 2010 beranggotakan 89 orang. Tahun 2011 anggotanya meningkat menjadi 759 orang. Selanjutnya tahun 2012 meningkat menjadi 861 orang. Kemudian tahun 2013 anggotanya meningkat lagi menjadi 1.848 orang. Tahun 2014 anggotanya menjadi 2.640 orang. Lalu tahun 2015 menjadi 3.320 orang. Kemudian tahun 2016 naik kembali menjadi 5000 orang. Kemudian pada tahun 2017 mengalami peningkatan yang sangat tinggi daripada tahun-tahun sebelumnya yaitu mencapai 8.656 orang dan mengalami peningkatan sebanyak 3.656 anggota, hal ini dikarenakan banyaknya anggota yang ingin bergabung pada program pahlawan ekonomi dari berbagai kalangan usia, akhirnya program ini dibedakan berdasarkan usia. Yang berusia diatas 40 tahun termasuk kedalam anggota dari pahlawan ekonomi dan yang berusia dibawah 40 tahun termasuk kedalam anggota pejuang muda. Akan tetapi pada tahun 2018 jumlah anggota dari program ini hanya mencapai 9.148 orang, yang menunjukkan bahwa peningkatannya tidak sebesar tahun sebelumnya dan hanya mengalami peningkatan sebanyak 492 anggota.

Jumlah anggota Pahlawan Ekonomi ditahun 2018 tidak begitu tinggi padahal Humas Pahlawan Ekonomi Yudi mengatakan, untuk Program Pahlawan Ekonomi di Surabaya bukan hanya diberi pendampingan ataupun latihan dalam melakukan usaha saja, namun diberi akses untuk mengurus perizinan secara gratis oleh Pemerintah Kota Surabaya seperti SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan),

TDP (Tanda Daftar Perusahaan), dan membantu pendaftaran merk.<sup>5</sup> Seharusnya lebih membuat masyarakat ikut tergabung dalam program ini. Dan disini dari jumlah keseluruhan anggota yang tergabung itu menghasilkan 99 produk yang sudah dijual ke pasar internasional, dan 105 produk unggulan sudah berstandar nasional dan ASEAN. Selain itu ada 234 produk yang dipasarkan di Jatim. Sedangkan ada 999 produk mandiri yang sudah bisa memproduksi setiap hari dalam program ini<sup>6</sup>

Meskipun anggota yang tergabung dalam program ini pada tahun 2018 sejumlah 9.148 orang namun dari keseluruhan produk yang dipasarkan jika ditotal tidak mencapai 1.500 produk. Hal tersebut menunjukkan ketimpangan jika dilihat dari jumlah anggota yang tergabung dengan produk yang dipasarkan dan hal tersebut juga tidak selaras dengan agenda besar dari program ini yaitu membuat produk Surabaya bisa go global, go digital, dan go finansial.

Adanya ketimpangan antara jumlah anggota yang tergabung dengan jumlah produk yang dihasilkan dan adanya penurunan dalam segi peningkatan jumlah anggota program ini membuat Program Pahlawan Ekonomi dan Pejuang Muda tersebut apakah masih sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh masyarakat. Dengan perspektif *Public Value* dapat mengetahui layanan atau program seperti apa yang dapat bernilai serta bermanfaat bagi kebutuhan masyarakat.

Hal lain juga ditunjukkan dalam penelitian yang berjudul Pahlawan Ekonomi dan Pejuang Muda di Kota Surabaya (Peran Pemerintah dalam Pengembangan Kapasitas Pengusaha Perempuan sebagai Upaya Peningkatan

---

<sup>5</sup> Sandhi Nurhartanto. 26 Maret 2017. Risma Launching Layanan Terpadu Pahlawan Ekonomi dan Pejuang Muda Surabaya. [diakses 17 Januari 2020 pukul 16.38] <https://www.encycity.co/risma-launching-layanan-terpadu-pahlawan-ekonomi-dan-pejuang-muda-surabaya/>

<sup>6</sup> Jajeli, Rois. 07 Januari 2018. Resmikan Pahlawan Ekonomi, Risma Ajak Warga Surabaya Jadi Pebisnis. [diakses 1 Desember 2019 pukul 16.41] <https://news.detik.com/berita-jawa-timur/d-3802527/resmikan-pahlawan-ekonomi-risma-ajak-warga-surabaya-jadi-pebisnis>

Kesejahteraan) bahwa masih banyak ditemukan kekurangan dalam proses implementasi program ini yaitu yang pertama terdapat ibu-ibu yang kurang serius dalam pelatihan, dan susahnya merubah mindset anggota khususnya yang memiliki status ekonomi menengah kebawah. Selain itu yang kedua yaitu tingkat partisipasi dalam program ini kurang, terkadang anggota banyak yang tidak datang.<sup>7</sup>

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan, membuat peneliti tertarik meneliti tentang nilai publik (*public value*) dari Program Pahlawan Ekonomi dan Pejuang muda krena program andalan ini sudah dilaksanakan sejak tahun 2010 dan jumlah anggota yang bergabung tiap tahunnya mengalami kenaikan yang signifikan, akan tetapi pada tahun 2018 jumlah peningkatan anggotanya mengalami penurunan yang jauh dari tahun sebelumnya dan jumlah produk yang dihasilkan juga mengalami ketimpangan dengan anggota yang tergabung, selain itu masih terdapat banyak kekurangan dan hambatan dalam proses implementasi.

Mark Moore mengatakan bahwa organisasi publik dapat dibidang mampu menciptakan nilai publik jika hasil dan manfaat yang diterima sesuai dengan kebutuhan masyarakat.<sup>8</sup> Pada Program Pahlawan Ekonomi dan Pejuang Muda, peneliti tertarik ingin meneliti *Public Value* (Nilai Publik) dari inovasi program yang dibuat Pemerintah Kota Surabaya. Karena untuk mengelola suatu layanan menjadi layanan yang berkualitas, yang dalam hal ini organisasi publik sebagai penyedia layanan harus mampu memenuhi kebutuhan dan mendapat kepercayaan oleh masyarakat, maka layanan yang dibuat harus memenuhi segitiga strategis

---

<sup>7</sup> Revara, Zalza Riesty. 2019. Pahlawan Ekonomi dan Pejuang Muda di Kota Surabaya (Peran Pemerintah dalam Pengembangan Kapasitas Pengusaha Perempuan sebagai Upaya Peningkatan Kesejahteraan). Skripsi, Universitas Airlangga, Surabaya

<sup>8</sup> Meynhardt, Timo, et al. 2017. *Public Value Performance: What Does It Mean to Create Value in the Public Sector?*. Public Sector Management in a Globalized. Wiesbaden: Springer Gabler, p143

dari Mark Moore. Yakni *Legitimacy and Support* (Legitimasi dan Dukungan), *Operational Capabilities* (Kemampuan Operasional), dan *Substantively Valuable* (Nilai Substansial).

Adapun berikut ini merupakan penelitian atau studi terdahulu yang relevan dengan penelitian yang diangkat oleh peneliti adalah:

**Tabel 1.6**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Kesimpulan
1.	Elisa Septiani Christiawan	Nilai Publik ( <i>Public Value</i> ) dari Program Rehabilitasi Sosial Rumah Tidak Layak Huni di Kota Surabaya	Hasil Penelitian menunjukkan bahwa program tersebut telah memenuhi aspek segitiga strategis dari Mark Moore  Program tersebut telah didukung legitimasi berupa Peraturan Walikota Surabaya Nomor 6 Tahun 2019. Namun penyampaian sosialisainya masih belum efektif. Aspek kemampuan operasional sudah didukung teknologi dan sumber daya manusia, akan tetapi sumber daya keuangan dinilai masih belum maksimal karena dana yang diterima masih minim. Kemudian dari aspek substansial

			<p>program ini tidak hanya bermanfaat bagi masyarakat namun juga memiliki kelebihan dalam segi ekonomi, sosial, budaya, politik, pendidikan, dan ekologi</p>
2.	<p>Kanishka Karunasena, Hepu Deng and Mohini Singh</p>	<p><i>Measuring the Public Value of e-government: a case study from Sri Lanka</i></p>	<p>Hasil penelitian tersebut menyajikan kerangka kerja konseptual untuk mengevaluasi nilai publik dari e-goverment.</p> <p>Penelitian tersebut membahas tentang nilai publik dari sebuah layanan yang berbasis teknologi, komunikasi, dan informasi di Sri Lanka dilihat dari dimensi kualitas layanan terkait informasi, orientasi pengguna, efisiensi, transparansi, dan responsifitas.</p> <p>Penelitian tersebut menunjukkan bahwa nilai publik dari e-government di Sri Lanka sangat tidak memuaskan karena kurangnya layanan elektronik, rendahnya penggunaan TIK dalam pemerintahan dan</p>

			rendahnya penyerapan layanan e-pemerintah yang tersedia hal tersebut menunjukkan buruknya penciptaan nilai publik. Selain itu ancaman keamanan terhadap informasi publik yang disimpan dalam organisasi pemerintah mengancam kepercayaan publik.
3.	Zalza Riesty Revara	Pahlawan Ekonomi dan Pejuang Muda di Kota Surabaya (Peran Pemerintah dalam Pengembangan Kapasitas Pengusaha Perempuan sebagai Upaya Peningkatan Kesejahteraan)	Penelitian ini melihat proses pengembangan kapasitas menggunakan teori UNDP yang terdiri dari 5 tahapan yaitu <i>Engage Stakeholders, Assess Capacity Assets and Needs, Formulate Capacity Development and Program, Implementation, and Evaluation</i> . Dari 5 tahapan yang dilaksanakan terdapat kendala yaitu pada tahap <i>Implement Capacity Development</i> yaitu kurangnya kesadaran anggota untuk mengikuti pelatihan

Penelitian pertama berjudul Nilai Publik (*Public Value*) dari Program Rehabilitasi Sosial Rumah Tidak Layak Huni di Kota Surabaya dengan teori segitiga strategis dari Mark Moore. Adapun persamaan dengan penelitian pertama terkait fokus penelitian yang diambil yaitu sama-sama melihat konsep *public value*,

yang membuat penelitian ini berbeda adalah terletak pada program atau inovasi dan kebijakan yang dikeluarkan oleh instansi pemerintah Kota Surabaya.

Penelitian kedua berjudul *Measuring the Public Value of e-government: a case study from Sri Lanka*, adapun penelitian sebelumnya yaitu melihat nilai publik dari sebuah layanan yang berbasis teknologi, komunikasi, dan informasi di Sri Lanka. Dimensi yang digunakan yaitu kualitas layanan terkait informasi, orientasi pengguna, efisiensi, transparansi, dan responsifitas, sedangkan penelitian yang diambil oleh peneliti adalah untuk mengembangkan penelitian sebelumnya yaitu menggunakan nilai publik dengan aspek nilai publik yaitu segitiga strategis dari Mark Moore yaitu *Legitimacy and Support* (Legitimasi dan Dukungan), *Operational Capabilities* (Kemampuan Operasional), dan *Substantively Valuable* (Nilai Substansial).

Kemudian penelitian ketiga berjudul *Pahlawan Ekonomi dan Pejuang Muda di Kota Surabaya (Peran Pemerintah dalam Pengembangan Kapasitas Pengusaha Perempuan sebagai Upaya Peningkatan Kesejahteraan)*, menunjukkan hasil dari 5 tahapan yang dilaksanakan terdapat kendala yaitu pada tahap *Implement Capacity Development* yaitu kurangnya kesadaran anggota untuk mengikuti pelatihan. Adapun persamaan penelitiannya adalah terkait lokus penelitian yaitu Pahlawan Ekonomi dan Pejuang Muda, perbedaannya adalah fokus penelitian terdahulu menggunakan teori UNDP yang terdiri dari 5 tahapan yaitu *Engage Stakeholders, Assess Capacity Assets and Needs, Formulate Capacity Development and Program, Implementation, and Evaluation* dan teori Gede Diva yang terdiri dari pemerintah sebagai fasilitator, regulator, dan katalisator, sedangkan penelitian ini fokusnya adalah nilai publik dari Program Pahlawan Ekonomi dan Pejuang Muda di Kota Surabaya yang diukur melalui segitiga strategis dari Mark Moore yaitu legitimasi dan dukungan, kemampuan operasional dan nilai substansial. Dengan melihat nilai publik dari program ini

tujuannya adalah memperoleh informasi tentang pengelolaan pelayanan yang mampu bernilai dan bermanfaat serta mendapatkan kepercayaan dari masyarakat.

## **I.2 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah yang hendak dijawab dalam penelitian ini adalah bagaimana nilai publik (*public value*) dari Program Pahlawan Ekonomi dan Pejuang Muda di Kota Surabaya?

## **I.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah medeskripsikan tentang nilai publik (*public value*) dari Program Pahlawan Ekonomi dan Pejuang Muda di Kota Surabaya

## **I.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini dapat memberikan manfaat dari sisi akademis maupun praktis. Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini yaitu:

### **I.4.1 Manfaat Akademis**

Ditemukan adanya *gap* antara *state of the art* yang terlihat dari penelitian sebelumnya dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Penelitian sebelumnya dilakukan oleh Kanishka Karunasena, Hepu Deng and Mohini Singh pada tahun 2011 yang berjudul *Measuring the Public Value of e-government: a case study from Sri Lanka*. Penelitian tersebut meneliti tentang nilai publik dari sebuah layanan berbasis teknologi, komunikasi, dan informasi di Sri Lanka dilihat dari dimensi kualitas layanan terkait informasi, orientasi pengguna, efisiensi, transparansi, dan responsifitas.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> Karunasena, Kanishka, Hepu Deng dan Mohini Singh. 2011. *Measuring the public value of e-government: a case study from Sri Lanka*. Transforming Government: People, Process and Policy. Vol. 5 No. 1, p81



Penelitian yang akan diambil oleh peneliti yaitu ingin mendeskripsikan tentang Nilai Publik (*Public Value*) dari Program Pahlawan Ekonomi dan Pejuang Muda di Kota Surabaya dengan segitiga strategis dari Mark Moore yaitu *Legitimacy and Support* (Legitimasi dan Dukungan), *Operational Capabilities* (Kemampuan Operasional), dan *Substantively Valuable* (Nilai Substansial).

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan rujukan bagi penelitian selanjutnya untuk mengungkap apa yang belum terungkap serta kelemahan yang ada pada program ini dan dapat memberikan tambahan wawasan untuk pengembangan kajian Ilmu Administrasi Negara khususnya tentang nilai publik, yang mana konsep dari *public value* sudah sewajarnya hadir disegala rancangan program pemerintah guna meningkatkan pengelolaan layanan menjadi layanan yang sesuai dengan keinginan masyarakat dan meningkatkan kualitas program tersebut.

#### **I.4.2 Manfaat Praktis**

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan kepada Pemerintah Kota Surabaya serta bagi pihak-pihak yang berkaitan dengan Program Pahlawan Ekonomi dan Pejuang Muda agar dalam pelaksanaan, pengembangan, dan pengawasan program dapat lebih optimal, serta menjadi informasi bagi pemerintah di daerah lain dalam rangka menciptakan nilai publik.

### **I.5 Kerangka Konseptual**

#### **I.5.1 *Public Value***

##### **I.5.1.1 Pengertian *Public Value***

Organisasi di sektor publik kini semakin dituntut untuk memberikan pelayanan publik yang baik. Hal tersebut mengakibatkan sebuah organisasi di sektor publik selalu berupaya untuk menciptakan nilai publik agar dapat memberikan hasil dan manfaat kepada masyarakat. Untuk bisa menghasilkan nilai

publik, para manajer publik dihadapkan dengan tiga pertanyaan yaitu untuk apa organisasi ini dibentuk? Kepada siapa organisasi ini bertanggung jawab? Bagaimana organisasi dapat dikatakan sukses mencapai tujuannya? Untuk dapat menjawab ketiga pertanyaan tersebut, para manajer publik perlu memahami trilogy strategi.<sup>10</sup>

Menurut Mark H. Moore dalam Karunasena nilai publik diartikan sebagai sebuah pemikiran dan tindakan strategis dari para pembuat kebijakan publik dan manajer publik dalam menghadapi kompleksitas dan sebagai sebuah saran untuk mengevaluasi efektivitas dan efisiensi pelayanan publik.<sup>11</sup> Sedangkan menurut O'Flynn penjelasan tentang Nilai Publik digambarkan sebagai sebuah struktur multidimensi, dalam penciptaannya tidak hanya melihat hasil tapi melihat proses untuk dapat memberikan kepercayaan atau keadilan. Hal itu merupakan bentuk pendekatan yang baik dalam mengelola dan meningkatkan pelayanan yang ada dipublik secara berlanjut.<sup>12</sup>

Moore sebagai penggagas konsep nilai publik mengartikan nilai publik sebagai kerangka kerja yang membantu organisasi publik terhubung dengan apa yang diyakini bernilai dan membutuhkan sumber daya publik bersamaan dengan cara untuk memperbaiki pemahaman tentang esensi “nilai publik”.<sup>13</sup> Kemudian Spano berpendapat bahwa nilai publik dapat tercapai bilamana layanan atau

---

<sup>10</sup> Pasaribu, Mangapu. 2014. *Suatu Tinjauan atas Konsep Penciptaan Nilai Publik (Public Value Creation) sebagai Paradigma Baru dalam Pelayanan Publik*. Diakses dari <http://blu.djpbk.kemenkeu.go.id/index.php?r=publication/article/view&id=2> (diakses 7 Desember 2020, pukul 13.48)

<sup>11</sup> Karunasena, Kanishka, Hepu Deng dan Mohini Singh. Loc.cit.

<sup>12</sup> O'Flynn, J. (2005b). *A Public Value Framework for Contractual Governance*. Public, Issue 07, ESADEs Institute of Public Management, Barcelona

<sup>13</sup> Todorut, Amalia Venera and Vassilis Tselentis. (2015). *Designing The Model Of Public Value Management*. Proceedings Of The 9th International Management Conference. “Management And Innovation For Competitive Advantage”, November 5th-6th, 2015. p78-80. Burcharest, Romania. p75

program dapat memenuhi kebutuhan masyarakat, sehingga semakin tinggi kepuasan masyarakat, semakin besar nilai publik yang diciptakan.<sup>14</sup>

Dari beberapa pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa nilai publik adalah sebuah kerangka kerja yang mengandung suatu nilai atau pandangan tentang suatu layanan atau program yang dapat memberikan manfaat sesuai dengan apa yang dibutuhkan dan dapat dipercaya oleh masyarakat.

### **1.5.1.2 Aspek dalam *Public Value***

Terdapat cara dalam menciptakan nilai publik yang dipopulerkan oleh Mark Moore. Strategi tersebut yakni Trilogi Strategi (a strategic triangle). Dalam strategi tersebut mengungkapkan bahwa peran dari manajer publik dilihat hampir ada kemiripan dengan manajer swasta. Jika manajer swasta memberikan nilai ekonomi kepada para pemilik modal, disini manajer publik memberikan nilai publik kepada masyarakat agar dapat memberikan kepuasan. Dengan kata lain keinginan untuk memberi kepuasan harusnya diimbangi dengan nilai publik yang tinggi, agar semakin tinggi kepuasan masyarakat maka nilai publik yang dibuat juga harus besar.<sup>15</sup>

*Public Value* menurut pandangan Moore dalam Alford dan O’Flynn memiliki aspek penting sebagai jalan keluar untuk realitas yang ada di administrasi publik yang masih belum bisa fleksibel, kurangnya inovasi, dan kreatif, aspek utamanya itu yaitu segitiga strategis yang meliputi *Legitimacy and Support* (Legitimasi dan Dukungan), *Operational Capabilities* (Kemampuan Operasional), dan *Substantively Valuable* (Nilai Substansial).<sup>16</sup>

---

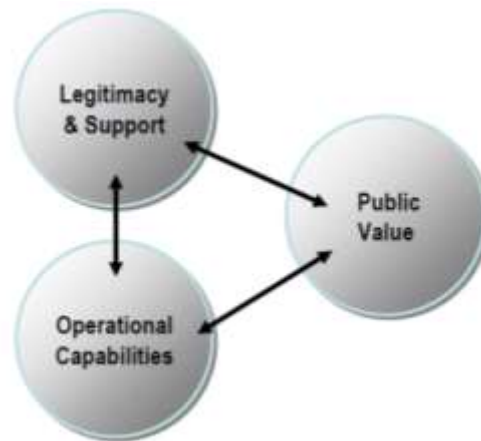
<sup>14</sup> Spano, A. 2009. *Public value creation and management control systems*. International Journal of Public Administration Vol.32 Issue 3-4, 328-348. P.332

<sup>15</sup> Ibid.

<sup>16</sup> Alford, John dan Janine O’Flynn. 2009. *Making Sense Of Public Value: Concepts, Critiques and Emergent Meaning*. The Australian National University. International Journal of Public Administration. Vol. 32. No. 3-4. p173

Keberadaan segitiga strategis tersebut untuk memberikan dampak dari sebuah pemikiran dan tindakan organisasi bahwa manajer diwajibkan untuk mempunyai pemikiran strategis dan seimbang. Jika ketiga aspek tadi salah satunya tidak diperhatikan maka perwujudan nilai publik yang diinginkan akan hilang.<sup>17</sup>

**Gambar I.1 The Strategic Triangle Mark H. Moore**



#### **I.5.1.2.1 Legitimacy and Support (Legitimasi dan Dukungan)**

Untuk mendapatkan sebuah legitimasi dan dukungan yang pantas dimata publik, maka organisasi publik diharuskan untuk membuat misi. Misinya tersebut berisi mengenai apakah tujuan yang dibuat oleh organisasi publik itu bernilai publik yaitu legitimasi dan dukungan bisa dipertahankan secara politik dan hukum.<sup>18</sup>

Legitimasi dan dukungan yang dijelaskan oleh Moore yakni sebagai bentuk aktifitas yang mampu menarik dukungan publik dan sumber daya dengan cara bersamaan dari pemberi legitimasi sosial. Legitimasi adalah sebuah proses

<sup>17</sup> Moore, Mark H. 1995. *Creating Public Value Strategic Management In Government*. Cambridge, Massachusetts London England: Harvard University Press. P74

<sup>18</sup> Spano, A. 2009, OpCit., p341

untuk mengesahkan suatu keputusan menjadi sebuah peraturan undang-undang dan dalam aspek hukum yang tertulis lainnya.<sup>19</sup>

Legitimasi merupakan hal yang perlu diperhatikan dalam tingkatan kelompok, organisasi, atau sistem, dimana legitimasi otoritas dan lembaga merupakan bagian dari budaya organisasi.

Pembahasan mengenai stabilitas sistem sosial dan politik sudah lama menekankan bahwa pentingnya tata kelola yang efektif itu bertujuan untuk memperoleh dukungan dari mereka yang ada didalam sistem. Dukungan itu memungkinkan pengakuan atas kekuasaan yang mampu menarik anggotanya berdasarkan rasa nilai yang mereka miliki bersama.<sup>20</sup>

Ketika anggota percaya terhadap apa yang menjadi keputusan dan kebijakan pemerintah, bahwa pemerintah itu sah, mereka cenderung tunduk dan mematuhi pada otoritas dan menegakkan hukum yang menjadi landasan pemerintah dalam pembuatan kebijakan. Legitimasi membuktikan bahwa masyarakat menerima hak dari pejabat untuk memerintah<sup>21</sup>

Dalam kaitannya dengan penelitian yang akan diteliti, yang dimaksud legitimasi dan dukungan adalah suatu budaya organisasi yang mana merupakan suatu bentuk aktifitas yang mampu menarik masyarakat dengan adanya suatu pengakuan yang sah terhadap kewenangan itu. Hal ini bisa diperoleh dari undang-undang atau peraturan dari program Pahlawan Ekonomi dan Pejuang Muda di Kota Surabaya dan sosialisasi yang dilakukan oleh pihak yang berwenang, serta

---

<sup>19</sup> Mulyadi, Deddy. 2015. *Studi Kebijakan Publik dan Pelayanan Publik Konsep dan Aplikasi Proses Kebijakan Publik dan Pelayanan Publik*. Bandung: Alfabeta

<sup>20</sup> Tyler, T. R. (2006). Psychological perspectives on legitimacy and legitimation. *Annual Review of Psychology*, 57(1), p380

<sup>21</sup> Levi, Margaret. Audrey Sacks and Tom Tyler. (2009). Conceptualizing Legitimacy, Measuring Legitimizing Beliefs, 53(3), p354

respon atau tanggapan dari penerima layanan terhadap program yang telah berjalan.

#### **I.5.1.2.2 *Operational Capabilities* (Kemampuan Operasional)**

Moore menjelaskan arti dari kemampuan operasional sebagai bentuk daya serap, daya tampung atau kapasitas yang dimiliki oleh semua sumber daya yang ada di organisasi publik yang sedang melakukan aktifitas yang berwenang dan hal tersebut berguna untuk kemajuan organisasi.<sup>22</sup> Manajer pada organisasi publik memiliki peranan yang penting, sebagai pengelola birokrasi dan sebagai pemberi layanan terbaik yang bermutu tinggi bagi masyarakatnya.

Peran manajer disini sangat dibutuhkan bagi organisasi, dan untuk melaksanakan kegiatan manajerial dan kemampuan operasional yang secara *continue*, diharapkan disini memiliki keahlian untuk dapat mengelola sumber daya manusia, teknologi, dan keuangan agar “nilai publik” yang diharapkan dapat tercipta.<sup>23</sup>

Hal tersebut diatas menunjukkan bahwa agar terciptanya nilai publik pada organisasi publik, diperlukan kemampuan operasional dari organisasi itu yaitu berupa sumber daya yang memadai dan didistribusikan secara benar, para pekerja yang cakap dan berpengalaman, saluran komunikasi yang jelas dan efektif, penerapan teknologi informasi yang baik dan inovatif, lalu sumber keuangan yang cukup untuk diadakannya program tersebut. Jadi, dari hal itu sangat penting untuk mengakui bahwa keberadaan kemampuan operasional pada suatu organisasi sangat dibutuhkan untuk membawa, mengarahkan, dan mengembangkan organisasi tersebut kearah yang lebih baik.

---

<sup>22</sup> Moore, Mark H. Op Cit., P71

<sup>23</sup> Todorut, Amalia Venera and Vassilis Tselentis. *Op.cit.*, p76

Dari keseluruhan yang telah dijelaskan diatas, berkaitan dengan penelitian ini bahwa kemampuan operasional disini merupakan kemampuan untuk mengelola dan mengatur sumber daya manusia yang dimiliki, yang berguna dalam menjalankan suatu program, yang kedua yaitu teknologi yang dipakai untuk menunjang kegiatan dalam pelaksanaan program, lalu selanjutnya yaitu sumber keuangan yang dipakai untuk terlaksananya program Pahlawan Ekonomi dan Pejuang Muda.

#### **I.5.1.2.3 *Substantively Valuable* (Nilai Substansial)**

Moore secara lebih lanjut mengembangkan segitiga strategis yaitu nilai dimaksud untuk membuat sesuatu secara substansial dan berharga (yaitu nilai publik).<sup>24</sup> Manajer publik dalam mengembangkan organisasi harus memiliki strategi, bahwa strategi itu harus memiliki nilai secara substansial yang dimaksudkan disini bahwa organisasi publik memberikan nilai bagi pengawas, klien dan juga penerima manfaat dengan pengeluaran dana yang rendah dalam hal pendanaan dan kewenangan.<sup>25</sup>

Peran dari administrasi publik dalam kehidupan masyarakat yaitu fokus kepada menyediakan layanan dan jaminan sosial, namun dalam hal ini harus bersikap proaktif di wilayah publik, seperti ekonomi, sosial budaya, politik, pendidikan dan ekologi. Selanjutnya menurut Benington dalam Todorut, nilai publik memiliki arti yang melebihi kordinat pasar dan juga mempertimbangkan faktor sosial dan faktor politik, yaitu seperti dibawah ini:<sup>26</sup>

##### **I.5.1.2.3.1 Nilai Ekonomi (*Economic Value*)**

Nilai ekonomi adalah sebagai nilai yang dianggap dapat memberikan keuntungan dari segi ekonomi yaitu dapat menghasilkan kegiatan ekonomi dan

---

<sup>24</sup> Alford, John and Janine. *Op.cit.*, p173

<sup>25</sup> Moore, Mark H. 1995. *Loc cit.* p71

<sup>26</sup> *Ibid.* p79

menyediakan lapangan kerja untuk masyarakat melalui suatu program atau layanan yang dibuat oleh organisasi.

#### **I.5.1.2.3.2 Nilai Sosial dan Budaya (*Social and Culture Value*)**

Nilai budaya dan sosial yaitu nilai yang dianggap dapat memberikan kontribusi terhadap apa yang dianggap baik atau tidak baik oleh masyarakat, dan juga mengarahkan perilaku dan pola hidup masyarakat sehari-hari.

#### **I.5.1.2.3.3 Nilai Politik (*Political Value*)**

Nilai politik yaitu dianggap sebagai nilai yang mampu memberikan manfaat dalam ranah publik untuk mengikutsertakan masyarakat terlibat dalam suatu program atau layanan yang dibuat oleh organisasi.

#### **I.5.1.2.3.4 Nilai Pendidikan (*Educational Value*)**

Nilai pendidikan dimaksudkan sebagai nilai yang mampu memberikan manfaat dalam ranah publik yaitu nilai pendidikan dilihat dari manfaat suatu program atau layanan bagi penambahan wawasan masyarakat.

#### **I.5.1.2.3.5 Nilai Ekologi (*Ecological Value*)**

Nilai ekologi memiliki arti untuk menambah nilai pada ranah publik dengan mempromosikan pembangunan yang berkelanjutan, mengurangi polusi, limbah dan pemanasan global. Didalam penelitian yang dimaksud ialah, nilai ekologi akan melihat pengaruh dari layanan atau program bagi masyarakat dan lingkungannya.

Setiap organisasi pasti memiliki visi dan misi dalam membuat suatu program atau layanan. Dan tentunya pasti ada alasan mengapa organisasi tersebut dibentuk. Namun masih sering terjadi bahwa pemimpin organisasi kurang mampu dalam menjelaskan apa sasaran dan tujuan organisasi. Teori nilai publik mengharapkan manajer publik mengetahui secara jelas apa tujuan pembentukan organisasi, apa hasil yang akan diperoleh oleh masyarakat, dan kepada siapa



organisasi itu bertanggung jawab. Manager publik dituntut agar dapat memberikan penjelasan terkait ketiga hal itu agar dapat meminta sumberdaya untuk menciptakan nilai publik.<sup>27</sup> Maka dari itu untuk dapat menciptakan nilai publik, manajer organisasi publik harus paham akan tiga komponen utama trilogy strategi. Ketiga komponen yang ada dalam pelayanan publik itu yang membedakan antara pelayanan publik dengan layanan swasta<sup>28</sup>

## **I.5.2 Program**

### **I.5.2.1 Pengertian Program**

Secara umum hakikat dari kebijakan ialah sebuah susunan yang dibuat oleh pemerintah agar permasalahan dimasyarakat dapat terselesaikan. Lalu dalam penerapannya, pemerintah membuat sebuah program untuk memecahkan masalah yang ada. Definisi program menurut Nurcholis merupakan sebuah instrumen dari kebijakan yang terdiri dari satu atau lebih tindakan dan dibuat oleh pemerintah, lembaga atau masyarakat yang diarahkan oleh pemerintah agar tujuan yang ditetapkan tercapai.<sup>29</sup>

Sedangkan Pasolong mengartikan program sebagai suatu perkumpulan dari tindakan atau kegiatan yang secara sistematis diselenggarakan oleh satu atau beberapa instansi pemerintah atau bentuk kerjasama bersama masyarakat atau sebagai keterlibatan masyarakat yang bertujuan untuk pencapaian sasaran yang dibuat<sup>30</sup>

---

<sup>27</sup> Pasaribu, Mangappu. 30 Oktober 2014. Suatu Tinjauan atas Konsep Penciptaan Nilai Publik (*Public Value Creation*) sebagai Paradigma Baru dalam Pelayanan Publik. [diakses 7 Desember 2019 pukul 13.48] <http://blu.djpbk.kemenkeu.go.id/index.php?r=publication/article/view&id=2>

<sup>28</sup> *Ibid*

<sup>29</sup> Hanif. 2009. *Perencanaan Partisipatif Pemerintah Daerah*. Jakarta: Grasindo. Hlm 137

<sup>30</sup> Pasolong, Harbani. 2010. *Teori Administrasi Publik*. Bandung: Alfabeta. Hal 92

Jadi kesimpulan dari program adalah sebagai sebuah bentuk perwujudan yang dibuat oleh instansi pemerintahan berupa kegiatan yang dilaksanakan untuk memecahkan masalah.

### **I.5.3 Ekonomi**

#### **I.5.3.1 Pengertian Ekonomi**

Ekonomi dalam bahasa Yunani yaitu berasal dari kata Oikos atau Oiku dan Nomos yang artinya peraturan rumah tangga. Dengan arti lain definisi dari ekonomi ialah semua hal yang berkaitan dengan rumah tangga dalam hal ini bukan cuma sekedar berpatokan pada satu keluarga yang didalamnya terdapat suami, istri, dan anak-anaknya, namun pengertian rumah tangga yang lebih luas dari itu yaitu rumah tangga bangsa, negara dan dunia.<sup>31</sup>

Ilmu Ekonomi adalah bagian dari ilmu sosial yang mempelajari tentang perilaku manusia dalam upaya pemenuhan kebutuhan hidupnya.<sup>32</sup> Hal yang sama diungkapkan oleh Adam Smith yang mendefinisikan ilmu ekonomi adalah ilmu yang mempelajari tingkah laku manusia dalam usahanya untuk mengalokasikan sumber-sumber daya yang terbatas guna mencapai tujuan yang diinginkan.<sup>33</sup>

Dari beberapa definisi diatas, dapat disimpulkan ilmu ekonomi adalah ilmu sosial yang mempelajari perilaku manusia dalam masyarakat secara individu ataupun kelompok yang dalam usahanya sebagai bentuk pemenuhan kebutuhan guna peningkatan kesejahteraan hidup.

---

<sup>31</sup> Putong, Iskandar. 2010. *Economics: Pengantar Mikro dan Makro Edisi 4*. Jakarta: Mitra Wacana Media. Hlm 1

<sup>32</sup> Dinar, Muhammad. dan Muhammad Hasan. 2018. *Pengantar Ekonomi: Teori dan Aplikasi*. Makassar: CV. Nur Lina. Hal 1

<sup>33</sup> Ibid

#### **I.5.4 Program Pahlawan Ekonomi dan Pejuang Muda**

Program pahlawan ekonomi adalah sebuah program pemberdayaan UMKM berbasis komunitas perempuan atau keluarga yang berada di Surabaya berupa pelatihan dan pendampingan usaha. Anggotanya berusia 40 tahun keatas. Pahlawan ekonomi menyediakan bantuan kepada anggotanya untuk menyiapkan usaha dan agar menjadi sumber pemasukan bagi keluarga.<sup>34</sup>

Sedangkan Program Pejuang Muda merupakan sebuah program pemberdayaan anak muda dengan usia dibawah 40 tahun. Program ini merupakan program yang dikembangkan dari pahlawan ekonomi karena pahlawan ekonomi kelebihan jumlah anggota dari bermacam-macam usia dan jenis kelamin. Maka dari itu pejuang muda lebih ditekankan pada pembinaan usaha bagi yang berusia dibawah 40 tahun. Program ini fokus awalnya pada pembinaan dan pelatihan bagi pemuda pemudi untuk menciptakan usaha karena ketidakmampuan mereka untuk melanjutkan pendidikan setelah lulus dari SMA/SMK. Namun sekarang untuk mengikuti program ini tidak melihat latar belakang pendidikannya.<sup>35</sup>

Kedua program ini telah berjalan sejak tahun 2010 hingga sekarang. Program Pahlawan ekonomi memberikan dukungan bagi anggota UMKM dalam bentuk:

1. Kerjasama melalui kegiatan usaha
2. Membangun kekuatan untuk memasarkan dan mempromosikan
3. Membuat permodalan bersama-sama
4. Memperkuat akses pasar bersama
5. Membangun pola jaringan dan kemampuan manajemen bersama

---

<sup>34</sup> Dinas Pengendalian Penduduk, Pemberdayaan Perempuan, dan Perlindungan Anak Kota Surabaya

<sup>35</sup> Ibid

Kemudian, bentuk kegiatan yang diberikan kepada komunitas perempuan dan pengusaha muda dari program yang dibuat oleh pemerintah yaitu:<sup>36</sup>

**I.5.4.1 Akses Pelatihan Dasar**

Penyelenggaraan pelatihan, pembinaan, dan pendampingan bagi anggota yang bergabung pada program Pahlawan Ekonomi dan Pejuang Muda

**I.5.4.2 Akses Legalitas dan Merk**

Sebagai bentuk fasilitas yang diberikan dalam rangka pengurusan legalitas perizinan seperti SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan), TDP (Tanda Daftar Perusahaan), memberikan nilai validitas dan keabsahan dalam pembuatan merk produk

**I.5.4.3 Akses Pemasaran Dan Promosi (Stand: Mall, Pasar, Sentra Pkl) & (Souvenir, Pameran, Event Khusus)**

Sebagai bentuk fasilitas yang diberikan berupa memasarkan dan mempromosikan produk melalui stand, yaitu di Mall, Pasar, Sentra PKL, dan sebagai souvenir, diadakan saat pameran dan event-event khusus.

**Tabel 1.7**

**Public Value dalam Program Pahlawan Ekonomi dan Pejuang Muda**

No	Aspek Publik	Kegiatan dalam Program Pahlawan Ekonomi dan Pejuang Muda		
	Value (Nilai Publik)	Pelatihan Dasar	Legalitas dan Merek	Pemasaran dan Promosi
<b>1.</b>	<b>Legitimasi dan Dukungan</b>			
	Regulasi Progam Keunggulan	Dasar regulasi atau peraturan yang mengatur program pahlawan ekonomi dan pejuang muda di kota Surabaya		

<sup>36</sup> Ibid

	Sosialisasi Program	Sosialisasi kegiatan untuk menjalankan dan memperkenalkan program kepada masyarakat
	Dukungan & Respon Masyarakat terkait program	Dukungan, tanggapan, serta respon masyarakat terkait program atau kegiatan
<b>2.</b>	<b>Kemampuan Operasional</b>	
	Teknologi	Ketersediaan sarana yang dipakai program atau kegiatan untuk memperlancar dalam pelaksanaan
	Keuangan	Ketersediaan sumber keuangan dalam pelaksanaan program atau kegiatan ini
	Sumber Daya Manusia	Kemampuan SDM yang dimiliki dalam pelaksanaan program atau kegiatan
<b>3.</b>	<b>Nilai Substansial</b>	
	Nilai Ekonomi	Keuntungan dari segi ekonomi yang diperoleh dari adanya program atau kegiatan
	Nilai Sosial dan Budaya	Pengaruh kebiasaan atau sosial budaya bagi penerima program atau kegiatan
	Nilai Politik	Keterlibatan masyarakat secara langsung atau tidak langsung
	Nilai Pendidikan	Nilai manfaat terkait peningkatan wawasan dan pengetahuan dari program atau kegiatan
	Nilai Ekologi	Pengaruh program dan kegiatan bagi lingkungan sekitar

## **I.6 Definisi Konsep**

Didalam penelitian yang akan diteliti, definisi konsep yang akan dipakai adalah sebagai berikut:

1. Nilai Publik (*Public Value*) adalah kerangka kerja yang mengandung suatu nilai atau pandangan tentang suatu layanan atau program yang dapat memberikan manfaat sesuai dengan apa yang dibutuhkan dan dapat dipercaya oleh masyarakat.
2. Legitimasi dan Dukungan adalah bentuk aktifitas yang mampu menarik masyarakat dengan adanya suatu pengakuan yang sah terhadap kewenangan itu. Hal ini bisa diperoleh dari undang-undang atau peraturan dari program Pahlawan Ekonomi dan Pejuang Muda di Kota Surabaya dan sosialisasi yang dilakukan oleh pihak yang berwenang, serta respon atau tanggapan dari penerima layanan terhadap program yang telah berjalan.
3. Kemampuan operasional adalah kemampuan untuk mengelola dan mengatur sumber daya manusia yang dimiliki yang berguna dalam menjalankan suatu program yang dibuat, yang kedua yaitu teknologi yang dipakai untuk menunjang kegiatan dalam pelaksanaan program yang ada, lalu selanjutnya yaitu sumber keuangan yang dipakai untuk terlaksananya program tersebut.
4. Nilai Substansial adalah disini bahwa organisasi publik memberikan nilai yang berguna bagi penerima manfaat.
5. Nilai Ekonomi adalah nilai yang dapat memberikan keuntungan dari segi ekonomi yaitu dapat menghasilkan kegiatan ekonomi dan menyediakan lapangan kerja untuk masyarakat melalui suatu program atau layanan yang dibuat oleh organisasi.
6. Nilai Sosial Budaya adalah nilai yang dapat memberikan kontribusi terhadap apa yang dianggap baik atau tidak baik oleh masyarakat, dan juga mengarahkan perilaku dan pola hidup masyarakat sehari-hari

7. Nilai Politik adalah nilai yang memberikan manfaat dalam ranah publik untuk mengikutsertakan masyarakat terlibat dalam suatu program atau layanan yang dibuat oleh organisasi.
8. Nilai Pendidikan adalah nilai yang mampu memberikan manfaat dalam ranah publik yaitu nilai pendidikan dilihat dari manfaat suatu program atau layanan bagi penambahan wawasan masyarakat
9. Nilai Ekologi adalah nilai pada ranah publik sebagai upaya mempromosikan pembangunan yang berkelanjutan. Didalam penelitian yang dimaksud ialah, nilai ekologi akan melihat pengaruh dari layanan atau program bagi masyarakat dan lingkungannya.
10. Program adalah sebagai sebuah bentuk perwujudan yang dibuat oleh instansi pemerintahan berupa kegiatan yang dilaksanakan untuk memecahkan masalah.
11. Ekonomi adalah ilmu yang mempelajari perilaku manusia yang dalam usahanya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan hidup guna tercapainya tujuan yang diinginkan
12. Program Pahlawan Ekonomi dan Pejuang Muda

Program Pahlawan Ekonomi adalah sebuah program pemberdayaan UMKM berbasis komunitas perempuan atau keluarga berupa pelatihan dan pendampingan usaha. Anggotanya berusia 40 tahun keatas. Pahlawan ekonomi menyediakan bantuan kepada anggotanya untuk menyiapkan usaha dan agar menjadi sumber pemasukan bagi keluarga

Program Pejuang Muda adalah sebuah program pemberdayaan anak muda berusia dibawah 40 tahun. Merupakan program yang dikembangkan dari pahlawan ekonomi karena pahlawan ekonomi kelebihan jumlah anggota dari bermacam-macam usia dan jenis kelamin. Maka dari itu pejuang muda lebih ditekankan pada pembinaan usaha bagi yang berusia dibawah 40 tahun. Program ini fokus pada pembinaan dan pelatihan bagi pemuda pemudi untuk menciptakan usaha

## I.7 Metode Penelitian

Agar rumusan masalah dalam penelitian yang akan diangkat oleh peneliti terjawab yaitu “bagaimana nilai publik (*Public Value*) dari Program Pahlawan Ekonomi dan Pejuang Muda di Kota Surabaya?” maka diperlukan metode yang pas. Metode yang akan dipakai yaitu metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif yaitu dengan melakukan kontak yang mendalam secara intens dan berkepanjangan dengan anggota yang akan dituju dan bertujuan sebagai penyelidikan kehidupan individu, kelompok, masyarakat, maupun organisasi.<sup>37</sup> Dalam penelitian kualitatif yaitu terdapat aspek-aspek penting yaitu seperti pengajuan beberapa pertanyaan, pengumpulan data secara detail dan spesifik, penganalisisan data, dan memaknai atau menafsirkan data<sup>38</sup>

Alasan mengapa peneliti memakai metode kualitatif adalah karena peneliti berkeinginan untuk mendeskripsikan dan memahami terkait fenomena yang berhubungan dengan nilai publik (*public value*) dari Program Pahlawan Ekonomi dan Pejuang Muda di Kota Surabaya. Pandangan bahwa Nilai Publik (*Public Value*) bisa dibilang baik jika dapat memenuhi 3 aspek yaitu *Legitimacy and Support* (Legitimasi dan Dukungan), *Operational Capabilities* (Kemampuan operasional) dan *Substantively Valuable* (Nilai Substansial).

### I.7.1 Tipe Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah yang telah dijelaskan, peneliti menggunakan tipe penelitian deskriptif, yang mana penelitian deskriptif yaitu menyajikan data dengan menggambarkan secara rinci tentang situasi khusus, setting sosial atau hubungan. Penelitian dengan tipe ini diawali dengan masalah

---

<sup>37</sup> Miles, MB., Huberman, A M., dan Saldana J. 2014. *Qualitative Data Analysis: a Methods Sourcebook*. Third Edition. Thousand Oaks, CA: Sage Publications Inc. Hlm9

<sup>38</sup> Creswell. 2017. *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. Edisi keempat. Diterjemahkan oleh: Achmad Fawaid dan Rianayati Kusmini P. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Hlm4



atau pertanyaan yang telah diartikan dengan baik dan berusaha untuk memberikan gambaran secara akurat. Hasil dari tipe penelitian ini yaitu memberikan sebuah gambaran secara rinci terkait masalah atau jawaban dari sebuah pertanyaan yang dibuat<sup>39</sup> Lalu tujuannya yaitu menyajikan gambaran yang rinci dan valid, menemukan data yang baru yang berlainan dengan data sebelumnya, membuat satu buah set kategori atau pengklasifikasian tipe, menjelaskan urutan tahapan, mendokumentasikan suatu proses, dan melaporkan situasi<sup>40</sup>

Dalam Penelitian yang dimaksud, peneliti berupaya menyajikan gambaran tentang suatu fenomena sosial secara rinci dan akurat terkait nilai publik dari Program Pahlawan Ekonomi dan Pejuang Muda di Kota Surabaya.

### **I.7.2 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian yaitu sebuah tempat yang ditentukan dimana objek yang akan diteliti bisa ditemukan ditempat tersebut dan bertujuan untuk memperoleh informasi yang diperlukan. Lokasi penelitian didalam buku Creswell yaitu sebuah tempat dimana penelitian akan dilaksanakan. Dalam menentukan lokasi tersebut diambil secara *purposive*, yang mana dengan sengaja dan dengan rencana yang matang dalam menentukan partisipan dan tempat yang akan mendukung peneliti menguasai dan paham akan masalah yang akan diteliti.<sup>41</sup>

Lokasi penelitian ini ditujukan kepada 2 dinas terkait, 1 organisasi privat, dan kepada anggota dari program Pahlawan Ekonomi dan Pejuang muda sebagai sasaran yang menerima manfaat. Penelitian yang akan dilakukan pada 2 dinas yang terkait dan terlibat dalam program Pahlawan Ekonomi dan Pejuang Muda yaitu karena dinas tersebut memiliki keterlibatan dalam program Pahlawan Ekonomi dan Pejuang Muda. Dinas tersebut adalah Dinas Koperasi & Usaha

---

<sup>39</sup> Neuman, W. Lawrence. 2014. *Social Research Methods Qualitative and Quantitative Approaches*. Seventh Edition. Harlow, UK: Pearson Education Limited. Hlm 38

<sup>40</sup> Ibid

<sup>41</sup> Creswell, John W. 2017. *Op Cit*. p253

Mikro Kota Surabaya yang terletak di Jl. Tunjungan no 1-3 Gedung Siola Lt. 3 Surabaya. Peran Dinas tersebut yaitu memiliki keterlibatan dalam program Pahlawan Ekonomi dan Pejuang Muda yaitu menjadikan kelompok UMKM mempunyai produk yang berkualitas dan berdaya saing tinggi. Dinas kedua yaitu Dinas Perdagangan Kota Surabaya terletak di Jl. Tunjungan no 1-3 Gedung Siola Lt. 2 Surabaya. Dinas tersebut memiliki peran dalam bidang pelayanan yaitu sertifikasi dan perizinan secara gratis terkait produk yang akan dipasarkan. Lalu peran lainnya yaitu dalam bidang pemasaran yaitu membuka pameran dagang lokal. Dan memiliki tugas dalam bidang sarana dan prasana terkait promosi. Lalu satu organisasi privat yang terkait yaitu Enciety Business Consult yang terletak pada Jl. Manyar Tirtoyoso Utara V no 7 Surabaya. Yaitu sebuah perusahaan yang bergerak dibidang riset dan konsultasi bisnis, yang mana EBC ini memiliki peran dalam menyiapkan anggaran, mereka terlibat dalam pemberian dana *Corporate Social Responsibility*. Mewadahi aktifitas dari anak muda, dan beberapa orang yang bekerja pada perusahaan ini merupakan komite dalam program Pahlawan Ekonomi & Pejuang Muda. Dan yang terakhir yaitu sasaran yang akan ditentukan sebagai lokasi penelitian yaitu di Kapas Krampung Plaza Lantai 2, Jalan Kapas Krampung no. 45 sebagai tempat program Pahlawan Ekonomi dan Pejuang Muda dilaksanakan.

Yang mendasari penentuan lokasi dalam penelitian ini yaitu berdasarkan tujuan dari penelitian yang ingin mendeskripsikan dengan rinci terkait nilai publik dari Program Pahlawan Ekonomi dan Pejuang Muda di Kota Surabaya. Dalam penentuannya berdasarkan pertimbangan karena berkaitan dengan siapa saja pihak yang berperan dalam pelaksanaan Program Pahlawan Ekonomi dan Pejuang Muda. Yaitu Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Surabaya, Dinas Perdagangan Kota Surabaya, Enciety Business Consult, serta masyarakat yang menjadi anggota program Pahlawan Ekonomi dan Pejuang Muda di Kaza City Mall Kapas Krampung Surabaya.

### **I.7.3 Teknik Penentuan Informan**

Teknik penentuan informan yang akan diambil yaitu menggunakan teknik *purposive*, yang mana teknik ini dilakukan dengan penuh pertimbangan dan secara sengaja memilih partisipan dalam membantu peneliti memecahkan masalah yang diangkat<sup>42</sup>

Berhubungan dengan pernyataan diatas maka untuk pemilihan informan menggunakan teknik *purposive*, dimana subjek yang diambil yaitu dianggap sebagai pihak yang paling memahami dan mengetahui terkait pemberian informasi dalam masalah yang akan diteliti.<sup>43</sup>

Adapun Informan yang dipilih dalam membantu penelitian ini terdiri dari 3 pihak, yaitu sektor pemerintah, privat/swasta, dan elemen masyarakat. Sektor pemerintah yaitu sebagai berikut:

1. Ina S.E, S.Sos, M.Si., sebagai Staff Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Surabaya alasan dipilih sebagai informan karena dinas ini memiliki keterlibatan menjadikan kelompok UMKM mempunyai produk yang berkualitas dan berdaya saing tinggi
2. Dwi Widya, sebagai Staff Bidang Pemasaran (Dinas Perdagangan Kota Surabaya) alasan dipilih sebagai informan karena pada bidang ini memiliki peran dalam bidang penyelenggaraan promosi dagang

Informan Sektor Privat, yaitu:

1. Sugiarto, dari Enciety Business Consult. Alasan dipilih sebagai informan karena sebagai koordinator program pahlawan ekonomi dan pejuang muda

Informan dari elemen komunitas masyarakat, yaitu:

---

<sup>42</sup> Ibid

<sup>43</sup> Creswell, John W. 2017. *Loc.Cit*

1. Ibu Choirul Mafuduah (Komunitas Pahlawan Ekonomi - Usaha Almond Crispy)
2. Ibu Diah Arsianti (Komunitas Pahlawan Ekonomi - Usaha Diah Cookies)
3. Ibu Suparti (Komunitas Pahlawan Ekonomi - Usaha Kacang Tree-G)
4. Bapak Sufiyanto Arif (Komunitas Pejuang Muda - Usaha Sego Soge)
5. Ibu Lina (Komunitas Pejuang Muda - Usaha Sinom Rhizoma)
6. Ibu Maulinda (Komunitas Pejuang Muda - Usaha Hibran Souvenir)
7. Ibu Nisma (Komunitas Pejuang Muda - Usaha Miss Kribrow (Kripik Brownies))

#### **I.7.4 Teknik Pengumpulan Data**

Untuk melakukan sebuah penelitian maka instrument yang paling penting ialah data. Fungsi dari data adalah sebagai jawaban atas masalah yang akan diteliti. Data bisa berupa data primer atau sekunder. Didalam penelitian ini memakai teknik pengumpulan data Creswell yaitu:

##### **1. Observasi Kualitatif**

Observasi dilakukan dengan turun langsung ke lapangan untuk melihat bagaimana aktifitas perseorangan di lokasi yang akan diteliti. Yang dilakukan peneliti adalah merekam dan mencatat yaitu memberikan sejumlah pertanyaan yang akan diajukan.<sup>44</sup>

Didalam penelitian ini, pengumpulan data dan informasi yaitu melalui kegiatan observasi yang dikerjakan dengan terjun langsung ke lokasi serta mengamati terkait Program Pahlawan Ekonomi dan Pejuang Muda

##### **2. Wawancara Kualitatif**

Seorang peneliti pada wawancara kualitatif adalah dengan melakukan *face to face interview* atau wawancara dengan tatap muka yaitu berhadapan dengan partisipan, mewawancarai mereka dengan telepon, atau terlibat dalam

---

<sup>44</sup> Ibid Hlm 254

*focus group interview* (wawancara dalam kelompok tertentu) yang terdiri dari enam sampai delapan partisipan per kelompok.<sup>45</sup>

Wawancara dalam penelitian ini dilakukan antara peneliti dengan informan sebagai subjek penelitian sehingga mampu memberikan gambaran dan informasi yang jelas tentang pengelolaan program untuk menciptakan nilai publik yang diciptakan oleh program Pahlawan Ekonomi dan Pejuang Muda.

### 3. Dokumen-dokumen kualitatif

Selama penelitian, peneliti dapat mengumpulkan dokumen-dokumen kualitatif. Dokumen itu dapat berupa dokumen publik (seperti, Koran, makalah, laporan kantor) ataupun dokumen privat (seperti, buku harian, diary, surat, e-mail). Dokumen didalam penelitian ini dibutuhkan untuk data sekunder yang berguna untuk memperkuat data primer serta sebagai penunjang data empirik yang ditemukan dilapangan.<sup>46</sup>

Di tahap ini, peneliti mengumpulkan dokumen yang terkait yang dapat menjelaskan dan memahami tentang nilai publik dari program Pahlawan Ekonomi dan Pejuang Muda di Kota Surabaya.

### 4. Materi Audio dan Visual Kualitatif

Pada tahapan ini sebagai tahap terakhir yaitu berupa foto, objek seni, videotape, atau segala jenis suara/bunyi<sup>47</sup>

Di tahap ini, materi audio dan visual yang dipakai adalah sebagai menambah kualitas dari data yang dikumpulkan. Data yang dimaksud adalah foto atau dokumentasi yang berhubungan dengan nilai publik dari program Pahlawan Ekonomi dan Pejuang Muda di Kota Surabaya.

---

<sup>45</sup> Ibid

<sup>46</sup> Ibid Hlm 255

<sup>47</sup> Ibid

### **I.7.5 Teknik Analisis Data**

Didalam proses analisis data yaitu diawali dengan menelaah keseluruhan data yang telah didapat. Dalam penganalisisan data didalamnya mencakup menguji, menyortir, mengkategorikan, mengevaluasi, membandingkan, mensintesis, dan merenungkan (*contemplating*) data, dan juga peninjauan kembali atas data mentah yang terekam.

Menurut Miles dan Huberman, alur kegiatan dalam menganalisis data yaitu:

#### *1. Data Condensation*

Kondensasi data berpacu pada proses memilih, memfokuskan, menyederhanakan, mengabstrakan dan atau mengubah data yang telah ditulis, transkrip wawancara, dokumen, dan bahan empiris lainnya. Tahap ini terjadi secara terus menerus sepanjang proyek yang berorientasi kualitatif. Ketika pengumpulan data berlanjut, langkah selanjutnya dari kondensasi data terjadi: menulis ringkasan, *coding*, mengembangkan tema, membuat kategori, dan menulis memo analitik. Proses kondensasi data berlanjut sampai setelah kerja lapangan atau laporan akhir selesai. Kondensasi data merupakan bagian dari analisis. Kondensasi data yaitu sebuah bentuk analisis yang bertujuan untuk mempertajam, memilah, memfokuskan, membuang, dan mengatur data sedemikian rupa sehingga dapat diambil kesimpulan akhir dan diverifikasi<sup>48</sup>

#### *2. Data Display*

Pada umumnya, penyajian data merupakan suatu kumpulan informasi yang terorganisir yang memungkinkan dalam penarikan kesimpulan dan tindakan. Penyajian data yang dibahas dan diilustrasikan tersaji dalam jenis matriks, grafik, bagan, dan jaringan. Semua bertujuan untuk mengumpulkan informasi yang terorganisir kedalam bentuk yang mudah dipahami dan ringkas sehingga analis bisa melihat apa yang terjadi dan dapat menarik kesimpulan

---

<sup>48</sup> Miles, M B., Huberman, A M., dan Saldana J. 2014. *Op Cit* hlm 12

untuk melanjutkan ke langkah analisis selanjutnya yang disajikan oleh penyajian data. Seperti halnya dengan kondensasi data, penyajian data merupakan bagian dari analisis.<sup>49</sup>

### 3. *Conclusion Drawing/Verification*

Dari awal pada saat mengumpulkan data, analisis kualitatif mengartikan apa yang dimaksud dengan memperhatikan pola, penjelasan, dan aliran sebab akibat. Kesimpulan akhir mungkin saja tidak muncul sampai pengumpulan data selesai. Kesimpulan juga diverifikasi sebagai hasil analisis. Verifikasi mungkin sesingkat pemikiran yang terlintas dibenak analisis selama penulisan dengan perjalanan singkat kembali ke catatan lapangan, atau mungkin menyeluruh dan rumit, dengan argumentasi yang panjang atau dengan upaya ekstensif untuk mereplikasi temuan dalam kumpulan data. Makna yang muncul dari data harus diuji agar masuk akal, kokoh, dan mantap – hal itu disebut validitas. Kalau tidak, kebenaran dan kegunaannya tidak akan diketahui.<sup>50</sup>

#### **I.7.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data**

Dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi adalah suatu gagasan yang melihat sesuatu dari bermacam-macam sudut pandang untuk meningkatkan keakuratan.<sup>51</sup> Triangulasi dalam penelitian ini yaitu dengan membandingkan dan pemeriksaan ulang atas data yang didapat melalui waktu dan alat yang berbeda. Triangulasi dapat diperoleh dengan cara:

- a. Melakukan perbandingan data hasil pengamatan (observasi) dengan data hasil wawancara. Dalam proses tersebut peneliti melakukan perbandingan terhadap apa yang diamati dengan panca indera tentang keadaan yang terjadi pada lokasi penelitian yaitu fokus permasalahan penelitian dengan apa yang didapat dari wawancara dengan informan.

---

<sup>49</sup> Ibid. Hlm 12-13

<sup>50</sup> Ibid. Hlm 13

<sup>51</sup> Neuman, W. Lawrence. 2014. *Op Cit* Hlm 166

- b. Melakukan perbandingan dari dokumen tertulis dengan data hasil wawancara. Peneliti membandingkan informasi yang didapat dari hasil wawancara dengan dokumen terkait pelaksanaan program Pahlawan Ekonomi dan Pejuang Muda di Kota Surabaya.
- c. Melakukan perbandingan data hasil wawancara dari berbagai informan yang berbeda. Informasi yang didapat dari satu informan akan dibandingkan dengan informasi yang didapat dari informan lain terkait dengan topik yang sama

Jadi, disini peneliti membandingkan antara informasi yang didapat dari wawancara dengan dokumen yang mempunyai hubungan dengan topik yang diteliti.