

# 2022

## MONOGRAF



# STRATEGI INTEGRASI PEMBANGUNAN INFRASTRUKTUR

WRITER BY

**RUSMEWAHNI, SE.,M.SI**

**Monograf**

# **Strategi Integrasi Pembangunan Infrastruktur**

**Rusmewahni, SE.,M.Si**



**PT INOVASI PRATAMA INTERNASIONAL**

# Strategi Integrasi Pembangunan Infrastruktur

Penulis :  
Rusmewahni, SE.,M.Si

ISBN :

Editor :  
Bincar Nasution

Penyunting :  
Nursaimatussaddiya

Desain Sampul dan Tata Letak :  
*InoVal*

Penerbit:  
PT Inovasi Pratama Internasional

Redaksi :  
Jl. Cempaka No. 25 Padang Sidempuan 22725  
Telp. +628 5360 415005  
Email: [cs@ipinternasional.com](mailto:cs@ipinternasional.com)

Distributor Tunggal :  
PT Inovasi Pratama Internasional  
Jl. Cempaka No. 25 Padang Sidempuan 22725  
Telp. +628 5360 415005  
Email: [admin@ipinternasional.com](mailto:admin@ipinternasional.com)

Cetakan Pertama, September 2022

Hak cipta dilindungi Undang-undang  
Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan dengan  
cara apapun tanpa izin tertulis dari penerbit

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur selalu kami panjatkan kehadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan semua nikmatnya sehingga penulis dapat menyusun buku monograf ini dengan judul “Strategi Integrasi Pembangunan Infrastruktur”. Tujuan di buatnya Monograf ini selain sebagai bahan rujukan bagi masyarakat untuk memberi pemahaman dan pengetahuan mengenai strategi integrasi pembangunan infrastruktur. Monograf ini ditulis berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis dalam satu tahun terakhir.

Pada dasarnya penyusunan monograf ini juga sebagai wacana bagi penulis untuk tetap selalu belajar untuk mengembangkan diri, dan memandang kedepan bahwa selalu ada jalan untuk mencapai sukses. Dan pada kesempatan ini pula penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, karena tanpa bantuan dari berbagai pihak penulis tidak akan mampu menyelesaikan buku monograf ini. Kedepan, semoga monograf ini bermanfaat bagi semua pihak.

Tebing Tinggi , September 2022

Penulis

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI .....	ii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
BAB II LANDASAN TEORI .....	5
A. Pengertian Integrasi.....	5
B. Pengertian Infrastruktur .....	8
C. Pertumbuhan Ekonomi .....	10
D. Teori Pertumbuhan Ekonomi.....	13
1. Teori Pertumbuhan Ekonomi Klasik.....	14
2. Teori Neoklasik.....	15
3. Teori Historis.....	16
4. Teori Pertumbuhan Ekonomi Modern .....	17
E. Pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).....	17
F. Peran dan Manfaat UMKM .....	21
G. Pengertian Pemasaran .....	26
BAB III DEFENISI PEMBANGUNAN.....	40
A. Pengertian Pembangunan.....	40
B. Dampak Pembangunan .....	45
1. Dampak Positif Pembangunan Ekonomi .....	45
2. Dampak Negatif Pembangunan Ekonomi .....	45
C. Pengertian Jalan Tol .....	46
BAB IV RINGKASAN.....	51
A. Gambaran Umum.....	51
B. Perumusan .....	54
C. Kerangka Pemikiran.....	55

D. Ulasan.....	56
1. Deskripsi .....	56
2. Penyajian Data .....	56

DAFTAR PUSTAKA

# BAB I

## PENDAHULUAN

Perbaikan wilayah adalah pekerjaan untuk mendorong kemajuan status keuangan, mengurangi perbedaan atau kesenjangan antar wilayah dan mengikuti keterjagaan ekologis dalam suatu ruang. Strategi Kemajuan teritorial sangat penting mengingat keadaan topografi yang sebenarnya, kontras sosial, moneter, dan sosial antara masyarakat umum lokal dengan kabupaten yang berbeda sehingga pelaksanaan pendekatan kemajuan daerah yang sebenarnya harus disesuaikan dengan keadaan, potensi, dan permasalahan dalam ruang yang bersangkutan. Area Pengembangan Strategis adalah alasan untuk persiapan jangka panjang yang dibentuk sebagai fondasi yang dapat memperkuat kemajuan kerangka kerja. Wilayah Pengembangan Strategis adalah basis perencanaan keterpaduan infrastruktur yang menstimulasi pembangunan infrastruktur agar secara bersamaan cluster industri dan perkotaan tumbuh agar hasil ekspor mempunyai daya saing yang lebih tinggi.

Pembangunan infrastruktur merupakan salah satu aspek penting dan vital untuk mempercepat proses pembangunan nasional. Infrastruktur juga memegang peranan penting sebagai salah satu roda penggerak pertumbuhan ekonomi dan kegiatan sosial. Ini dikarenakan kemajuan dan pertumbuhan ekonomi suatu negara tidak dapat dipisahkan dengan ketersediaan infrastruktur seperti transportasi, telekomunikasi, sanitasi, dan energi. Oleh karena itu, pembangunan sektor ini menjadi dasar yang kuat dalam pembangunan ekonomi selanjutnya. Infrastruktur memiliki posisi yang sangat penting bagi keberlangsungan kegiatan penduduk suatu wilayah. Kegiatan penduduk dapat ditampung dalam ruang-ruang sarana sosial dan ekonomi, tetapi tidak akan berjalan dengan baik tanpa didukung oleh pelayanan

infrastruktur yang memadai. Sebagai contoh, kegiatan perekonomian penduduk suatu wilayah mungkin dapat ditampung pada ruang-ruang yang berupa sarana perekonomian, seperti kawasan, perdagangan, jasa, dan industry yang dimiliki oleh wilayah tersebut, tetapi tanpa dukungan penyediaan jaringan infrastruktur yang baik, sebagai contoh seperti jaringan jalan, air bersih, pembuangan sampah, drainase, dan sanitasi, kegiatan tersebut tidak dapat berjalan dengan optimal.

Pembangunan infrastruktur merupakan salah satu aspek penting dan vital untuk mempercepat proses pembangunan nasional. Infrastruktur juga memegang peranan penting sebagai salah satu roda penggerak pertumbuhan ekonomi dan kegiatan sosial. Ini dikarenakan kemajuan dan pertumbuhan ekonomi suatu negara tidak dapat dipisahkan dengan ketersediaan infrastruktur seperti transportasi, telekomunikasi, sanitasi, dan energi. Oleh karena itu, pembangunan sektor ini menjadi dasar yang kuat dalam pembangunan ekonomi selanjutnya. Infrastruktur memiliki posisi yang amat penting bagi keberlangsungan kegiatan penduduk suatu wilayah. Kegiatan penduduk dapat ditampung dalam ruang-ruang sarana sosial dan ekonomi, tetapi tidak akan berjalan dengan baik tanpa didukung oleh pelayanan infrastruktur yang memadai. Sebagai contoh, kegiatan perekonomian penduduk suatu wilayah mungkin dapat ditampung pada ruang-ruang yang berupa sarana perekonomian, seperti kawasan, perdagangan, jasa, dan industry yang dimiliki oleh wilayah tersebut, tetapi tanpa dukungan penyediaan jaringan infrastruktur yang baik, sebagai contoh seperti jaringan jalan, air bersih, pembuangan sampah, drainase, dan sanitasi, kegiatan tersebut tidak dapat berjalan dengan optimal.

Begitu pentingnya infrastruktur maka diperlukan strategi integrasi Pembangunan Infrastruktur. Sehingga posisi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dalam perekonomian



nasional tidak terganggu keberadaannya mengingat Usaha Mikro kecil dan menengah memiliki peran yang penting dan strategis. Pada saat ini eksistensi Usaha MikroKecil dan Menengah sangat dominan dalam pertumbuhan perekonomian di Indonesia.

Hal ini dapat dilihat dari jumlah industri yang besar dan terdapat dalam setiap sektor ekonomi, potensi yang besar dalam penyerapan tenaga kerja, dan kontribusi UMKM dalam pembentukan PDB sangat dominan. Berkembangnya UMKM akan menunjang perekonomian suatu negara sehingga mampu produktif dan menggerakkan roda perekonomian. Selain itu UMKM berpotensi dalam pengembangan produktifitas maupun daya saing serta berfungsi untuk menciptakan teknologi, produk dan jasa yang baru, pendukung pertumbuhan ekonomi menciptakan perubahan dan kompetensi pada pasar. Perekonomian dan pertumbuhan ekonomi Indonesia ditandai juga dengan adanya pembangunan infrastruktur. Dalam empat tahun (2015- 2019), pembangunan infrastruktur menjadi salah satu program prioritas Kabinet Kerja Presiden Joko Widodo dan Wakil Presiden Jusuf Kalla. Sejak tahun 2015, pemerintah mengalihkan belanja subsidi menjadi belanja produktif, yakni pembangunan infrastruktur, kesehatan dan pendidikan. Anggaran infrastruktur terus meningkat dari Rp 155 triliun pada 2014 menjadi sekitar Rp 410 triliun pada tahun 2018. Pembangunan infrastruktur yang telah dilakukan turut berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi Indonesia serta peningkatan daya saing nasional.

Masalah Pembangunan infrastruktur jalan tol yang saat ini gencar dilakukan oleh pemerintah sayangnya tidak selalu memiliki nilai positif bagi setiap daerah. Sesuatu yang dianggap baik oleh sebagian orang pasti memiliki nilai negatifnya atau berdampak negatif.

Salah satu pembangunan infrastruktur Indonesia adalah pembangunan jalan tol di Sumatera Utara tepatnya Medan-Kualanamu-Tebing Tinggi. Jalan tol yang menghubungkan Medan, Tebing Tinggi serta Bandar Udara Internasional Kualanamu sepanjang 61,80 km dengan ujung utara adalah Tanjung Morawa dan ujung selatan adalah Tebing Tinggi ini merupakan bagian dari jalan tol TransSumatera dan terbagi 2 seksi, yaitu Seksi I (Medan-Perbarakan-Kualanamu) sepanjang 17,80 km dan Seksi II (Perbarakan-Tebing Tinggi) sepanjang 44 km. Pembangunan ini diharapkan dapat meningkatkan perekonomian dan jumlah wisatawan yang datang ke kawasan pariwisata Danau Toba Serta guna mempercepat kegiatan perekonomian diwilayah tersebut.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

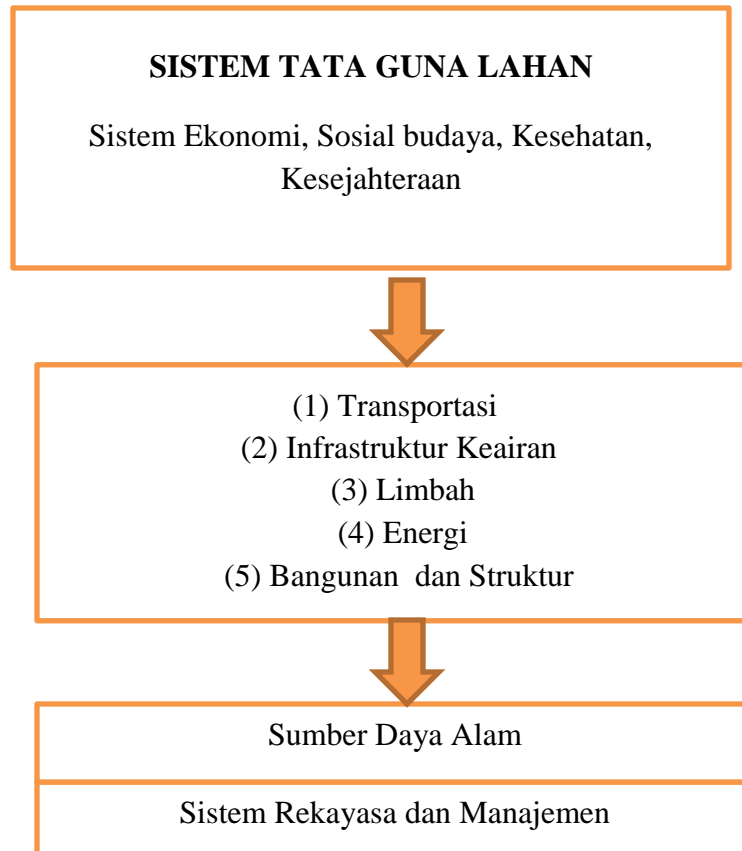
#### A. Pengertian Integrasi

Integrasi berasal dari bahasa Inggris “integration” yang berarti keseluruhan. Integrasi sosial dimaknai sebagai proses penyesuaian di antara unsur-unsur yang saling berbeda dalam kehidupan masyarakat sehingga menghasilkan pola kehidupan masyarakat yang memiliki keserasian fungsi. Istilah integrasi nasional berasal dari dua kata yaitu integrasi dan nasional. Istilah integrasi mempunyai arti pembauran atau penyatuan dari unsur yang berbeda sehingga menjadi kesatuan yang utuh atau bulat.

Istilah nasional mempunyai pengertian kebangsaan, bersifat bangsa sendiri, meliputi suatu bangsa seperti cita-cita nasional, tarian nasional, perusahaan nasional. Proses integrasi sendiri melalui beberapa tahapan diantaranya: Integrasi interpersonal yaitu taraf ketergantungan antar pribadi, Integrasi sosial yaitu taraf ketergantungan antara unsur-unsur sosial ekonomi, dan Integrasi budaya yaitu ketergantungan fungsional dari unsur-unsur kebudayaan. Dalam kamus Sosiologi, Soekanto mengartikan integrasi sebagai pengendalian terhadap konflik dan penyimpangan dalam suatu sistem sosial. Istilah Integrasi berasal dari kata Latin Integrare yang berarti member tempat dalam suatu keseluruhan, dari kata kerja itu dibentuk kata benda integritas yang memiliki arti keutuhan atau kebulatan yang diambil dari kata yang sama yakni yang dibentuk kata sifat integeryang berarti utuh maka, istilah integrasi berarti membuat unsur-unsur tertentu menjadi satu kesatuan yang bulat dan utuh. Landecker membedakan tipe-tipe integrasi menjadi empat yakni: Integrasi budaya

atau konsisten diantara standar budaya, Integrasi normatif atau konsistensi antara standar budaya dan tingkah laku masyarakat, Integrasi komunikatif atau adanya jaringan komunikasi yang sesuai dengan sistem sosial, Integrasi fungsional atau tingkatan yang disana ada hubungan kebebasan di antara unit-unit dari sistem pembagian tenaga kerja. Sehingga integrasi memiliki makna dibangunnya interdependensi yang lebih erat antara bagian-bagian dari anggota dalam masyarakat atau organisme hidup atau dengan kata lain integrasi adalah proses mempersatukan masyarakat yang cenderung membuatnya menjadi suatu kata harmonis yang didasarkan pada tatanan anggota anggotanya dianggap sama harmonisnya.

Infrastruktur sendiri dalam sebuah sistem menopang sistem sosial dan sistem ekonomi sekaligus menjadi penghubung dengan sistem lingkungan. Ketersediaan infrastruktur 9 memberikan dampak terhadap sistem sosial dan sistem ekonomi yang ada di masyarakat. Oleh karenanya, infrastruktur perlu dipahami sebagai dasar-dasar dalam mengambil kebijakan (Kodoatie, 2005). Pembangunan infrastruktur dalam sebuah sistem menjadi penopang kegiatan-kegiatan yang ada dalam suatu ruang. Infrastruktur merupakan wadah sekaligus katalisator dalam sebuah pembangunan. Ketersediaan infrastruktur meningkatkan akses masyarakat terhadap sumberdaya sehingga dapat meningkatkan efisiensi dan produktivitas yang menuju pada perkembangan ekonomi suatu kawasan atau wilayah. Oleh karenanya penting bagaimana sistem rekayasa dan manajemen infrastruktur dapat diarahkan untuk mendukung perkembangan ekonomi suatu kawasan wilayah.



Gambar 2.1 Infrastruktur Sebagai Penopang/Pendukung Sistem Ekonomi, Sosial-Budaya, Kesehatan, dan Kesejahteraan (Grigg dan Fontane, 2000)

Sistem rekayasa dan manajemen infrastruktur berpengaruh terhadap sistem tata guna lahan yang pada akhirnya membangun suatu kegiatan. Hubungan pembangunan infrastruktur terhadap sistem tata guna lahan tersebut ditegaskan oleh Grigg dan Fontane (2000) seperti pada gambar 2.1 diatas. Rekayasa dan Manajemen Infrastruktur dalam memanfaatkan sumberdaya dalam rangka pemanfaatan untuk transportasi, infrastruktur keairan, limbah, energi, serta bangunan dan struktur membentuk dan mempengaruhi sistem ekonomi, sosial-budaya, kesehatan dan kesejahteraan.

## **B. Pengertian Infrastruktur**

Berdasarkan Peraturan Presiden No. 38/ 2015 mendefinisikan infrastruktur sebagai salah satu teknis, fisik, sistem, perangkat keras dan lunak yang diperlukan untuk melakukan pelayanan kepada masyarakat serta mendukung jaringan kepada masyarakat dan mendukung jaringan struktur agar pertumbuhan ekonomi dan sosial masyarakat dapat berjalan dengan baik. The World Bank dalam Prasetyo dan Firdaus (2009) membagi infrastruktur menjadi 3 yaitu:

- a. Infrastruktur ekonomi, infrastruktur dalam bentuk nyata atau fisik untuk menunjang aktivitas ekonomi, public utilities berupa tenaga, gas, air, telekomunikasi, sanitasi dan public work berupa irigasi, jalan, drainase, bendungan serta untuk sektor transportasi berupa jalan, pelabuhan dan seterusnya.
- b. Infrastruktur sosial dapat berupa perumahan, kesehatan dan pendidikan.
- c. Infrastruktur administrasi dapat berupa koordinasi dan penegakan hukum

Sebagai kebutuhan dasar fisik, infrastruktur memerlukan pengorganisasian sistem struktur untuk jaminan ekonomi di sektor publik dan sektor privat sebagai layanan dan fasilitas yang diperlukan berupa infrastruktur fisik dan sosial agar perekonomian dapat berfungsi dengan baik (Wikipedia, 2018). Istilah infrastruktur ini lebih mengarah ke infrastruktur teknis dan fisik yang mendukung jaringan struktur seperti fasilitas jalan, air bersih, perlistrikan, telekomunikasi, pengolahan limbah, bandara, waduk, tanggul, kanal, kereta api secara fungsional dapat memperlancar aktivitas ekonomi masyarakat. Seperti adanya jalan yang baik di suatu negara maka dapat memperlancar transportasi pengiriman

bahan baku sampai ke pabrik sesuai tujuan. Maka ini disebut infrastruktur yang disediakan pemerintah disebut barang publik, selain itu seperti jalan tol merupakan infrastruktur yang disediakan oleh pemerintah (Stiglitz dalam Hapsari, 2011). Adapun ciri-ciri barang publik menurut penggunaannya (konsumsi barang publik) berupa non rivalry dan nonexcludable rivalry. Namun hal ini dapat memiliki sifat persaingan (rivalitas) dalam penggunaannya jika barang yang digunakan seseorang tersebut tidak dapat digunakan oleh orang lain. Maka dapat dikatakan barang publik sebenarnya adalah jika seseorang menggunakan barang yang tidak ada persaingan serta orang lain juga dapat menggunakan barang tersebut. Jika kondisi ini sebaliknya, seseorang tidak bisa menahan orang lain menggunakannya bersama-sama maka barang tersebut tetap dianggap sebagai barang publik. Hal ini dapat diartikan bahwa infrastruktur sangat penting mengingat bahwa sebagai tanda pelayanan pemerintah terhadap masyarakat. Selain itu, infrastruktur juga memiliki keterkaitan dalam perkembangan wilayah karena ini ciri dari laju pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Jika suatu daerah memiliki kelengkapan sistem infrastruktur yang lebih baik maka akan memiliki tingkat laju pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat juga akan lebih baik dan sebaliknya. Hal ini dapat diartikan bahwa infrastruktur sangatlah penting dalam suatu negara karena infrastruktur merupakan salah satu roda penggerak pertumbuhan ekonomi (Kwik Kian Gie dalam Chaerunnisa, 2014). Tersedianya infrastruktur suatu negara maka dapat mempengaruhi pertumbuhan ekonomi negara tersebut. Selain itu, infrastruktur memiliki posisi yang sangat penting dalam keberadaan perekonomian suatu negara sebagai pendorong produktivitas output dan melakukan kegiatan ekonomi. Namun disisi lain ada dua kendala dalam pengadaan infrastruktur, Yanuar dalam Purnomo (2009) menyatakan bahwa adanya dua kendala dalam pengadaan infrastruktur, yaitu kemungkinan ada kegagalan pasar (*market*

*failure*) dan pembiayaan. Kegagalan pasar ini dikarenakan jenis infrastruktur memiliki manfaat yang tidak hanya dirasakan secara pribadi namun juga dapat dirasakan oleh orang lain. Maka dengan kendala tersebut pemerintah mengadakan infrasktruktur melalui pengeluaran pemerintah dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara melalui pembangunan negara. Menurut teori Wagner dalam Chaerunnisa (2014) menyatakan bahwa pengeluaran pemerintah akan tumbuh cepat dari GDP (*Gross Domestic Product*), dengan kata lain elastisitas pengeluaran pemerintah terhadap GDP lebih dari satu. Maka dalam perekonomian, jika pendapatan per kapita meningkat secara relatif maka pengeluaran pemerintah juga ikut meningkat. Jadi infrastruktur sudah menjadi roda penggerak pertumbuhan ekonomi dalam suatu negara karena infrastruktur merupakan salah satu kebutuhan dasar fisik untuk jaminan ekonomi dalam bentuk layanan kepada masyarakat baik dari sektor publik maupun privat untuk kesejahteraan, memperlancar aktivitas ekonomi masyarakat serta perkembangan wilayah menjadi yang lebih baik jika infrastruktur kurang memadai maka akan terjadi masalah dan penurunan dalam laju pertumbuhan ekonomi negara tersebut.

### **C. Pertumbuhan Ekonomi**

Pertumbuhan ekonomi merupakan proses perekonomian yang berkesinambungan menjadi lebih baik selama periode tertentu. Dapat diartikan juga sebagai proses kenaikan kapasitas produksi perekonomian dalam bentuk kenaikan pendapatan nasional. Simon Kuznets menyebutkan pertumbuhan ekonomi yaitu bagaimana suatu negara mampu meningkatkan output produksi ekonomi yang diiringi dengan penyesuaian ideologi. Pertumbuhan ekonomi menunjukkan adanya pertumbuhan produksi barang/jasa di suatu wilayah. Semakin tinggi tingkat pertumbuhan ekonomi, maka semakin cepat proses



pertambahan outputnya.

Sedikitnya ada tiga komponen dasar yang diperlukan dalam pertumbuhan ekonomi suatu bangsa; (1) Meningkatnya secara terus menerus persediaan barang; (2) teknologi maju sebagai faktor utama yang menentukan drajat pertumbuhan dalam menyediakan aneka ragam barang kepada penduduknya; (3) penggunaan teknologi secara luas dan efisien memerlukan penyesuaian di bidang kelembagaan dan ideologi, sehingga inovasi yang dihasilkan oleh IPTEK umat manusia dapat dimanfaatkan secara tepat. Adanya pertumbuhan ekonomi mengindikasikan bahwa adanya keberhasilan dalam pembangunan ekonomi. Beberapa faktor lama dipandang oleh ahli-ahli ekonomi sebagai sumber penting yang dapat mewujudkan pertumbuhan ekonomi antara lain:

a. Tanah dan kekayaan alam lainnya.

Kekayaan alam suatu negara meliputi luas kesuburan tanah, keadaan iklim dan cuaca, jumlah dan jenis hasil hutan dan laut yang dapat diperoleh, dan jumlah dan jenis kekayaan barang tambang yang ada. Kekayaan alam akan dapat mempermudah usaha untuk membangun perekonomian suatu negara, terutama pada masa permulaan proses pertumbuhan ekonomi. Apabila negara tersebut mempunyai kekayaan alam yang dapat diusahakan dengan menguntungkan, hambatan (kekurangan modal, kekurangan tenaga ahli, dan kekurangan pengetahuan) akan dapat diatasi dan pertumbuhan ekonomi dipercepat.

b. Jumlah dan mutu dari penduduk dan tenaga kerja

Penduduk yang bertambah dari waktu ke waktu dapat menjadi pendorong maupun penghambat kepada perkembangan ekonomi. Penduduk yang bertambah akan memperbesar tenaga kerja, dan pertambahan tersebut memungkinkan negar itu

menambah produksi. Apabila di dalam perekonomian berlaku keadaan di mana pertambahan tenaga kerja tidak dapat menaikkan produksi yang tingkatnya adalah lebih cepat dari tingkat pertambahan penduduk, pendapatan per kapita akan menurun. Dengan demikian penduduk yang berlebih-lebihan akan menimbulkan kemerosotan ke atas kemakmuran rakyat.

c. Barang-barang modal dan tingkat teknologi

Barang-barang modal yang sangat bertambah jumlahnya, dan teknologi yang telah menjadi bertambah modern memegang peranan yang penting sekali dalam mewujudkan kemajuan ekonomi yang tinggi itu. Apabila barang-barang modal saja yang bertambah, sedangkan tingkat teknologi tidak mengalami perkembangan, kemajuan yang akan dicapai adalah jauh lebih rendah dari pada yang dicapai masa kini. Tanpa adanya perkembangan teknologi, produktivitas barang-barang modal tidak akan mengalami perubahan dan tetap berada pada tingkat yang sangat rendah. Oleh karena itu perkembangan per kapita hanya mengalami perkembangan yang kecil sekali.

d. Sistem sosial dan sikap masyarakat

Sistem sosial dan sikap masyarakat memegang peranan yang cukup penting dalam pertumbuhan ekonomi. Apabila di dalam masyarakat terdapat beberapa keadaan dalam sistem sosial dan sikap masyarakat yang sangat menghambat pertumbuhan ekonomi, pemerintah haruslah berusaha untuk menghapuskan hambatan-hambatan tersebut.

e. Luas pasar sebagai sumber pertumbuhan

Pandangan Adam Smith, menunjukkan bahwa sejak lama orang menyadari tentang pentingnya peranan luas pasar dalam


pertumbuhan ekonomi. Apabila luas pasar terbatas tidak terdapat dorongan kepada para pengusaha untuk menggunakan teknologi modern yang tingkat produktivitasnya sangat tinggi. Para pengusaha lebih suka menggunakan cara memproduksi yang teknologinya rendah. Karena produktivitas yang rendah maka pendapatan para pekerja tetap rendah, dan selanjutnya membatasi luas pasar.

#### **D. Teori Pertumbuhan Ekonomi**

##### **1. Teori Pertumbuhan Ekonomi Klasik**

Teori pertumbuhan ekonomi merupakan penjelasan mengenai faktor-faktor apa yang menentukan kenaikan output perkapita dalam jangka panjang, dan penjelasan mengenai bagaimana faktor-faktor tersebut berinteraksi satu sama lain sehingga terjadilah proses pertumbuhan.

Menurut ahli-ahli ekonomi klasik, ada empat faktor yang mempengaruhi pertumbuhan ekonomi, yaitu jumlah penduduk, jumlah stok barang-barang modal, luas tanah dan kekayaan alam, dan tingkat teknologi yang digunakan. Walaupun pertumbuhan ekonomi tergantung kepada banyak faktor, para ahli ekonomi klasik menumpahkan perhatiannya kepada pengaruh penambahan penduduk.



# ADAM SMITH

## Bapak Ekonomi Modern

Meletakkan landasan ekonomi klasik dengan karyanya *The Wealth of Nations*

**Ide Utama:**

1. Dengan **pembagian kerja** (*division of labor*) atau **spesialisasi pekerjaan**, produksi barang menjadi lebih efisien.
2. **Semakin bebas** orang dapat bertindak secara ekonomi, maka mereka akan **semakin produktif**.
3. **Pemerintah** tidak boleh mengintervensi kegiatan ekonomi, tetapi harus menjamin keamanan, menyediakan undang-undang, dan lembaga publik tertentu.
4. **Permintaan dan penawaran pasar** adalah "tangan tak terlihat" (*invisible hand*) yang akan menstimulus pasar menuju kesetimbangannya.

zenius  
EDUCATION

## 1. Teori Klasik

Teori pertumbuhan ekonomi klasik beranggapan bahwa suatu negara akan mengalami penurunan pertumbuhan ekonomi seiring bertambahnya populasi serta sumber daya yang semakin terbatas. Ahli yang merumuskan teori pertumbuhan ekonomi klasik adalah sebagai berikut:

### a. Adam Smith

Adam Smith mengatakan pertumbuhan ekonomi bertumpu pada peningkatan populasi yang berdampak pada bertambahnya output hasil

### b. David Ricardo

David Ricardo merumuskan teori ini dalam buku "The Principles of Political and Taxation" bertolak belakang

dengan pendapat Adam Smith sebelumnya, menurutnya pertumbuhan penduduk yang besar dapat berdampak pada kelebihan tenaga kerja sehingga upah yang diberikan akan menurun.

## **2. Teori Neo Klasik**

Teori pertumbuhan Neoklasik menjelaskan faktor pertumbuhan ekonomi negara dapat stabil dengan tiga komponen penting yaitu tenaga kerja, modal dan teknologi. Ahli ekonomi yang menopang teori pertumbuhan Neoklasik sebagai berikut :

### **a. Joseph Schumpeter**

Menurut Joseph Schumpeter ekonomi suatu negara dapat meningkat jika pengusaha menciptakan inovasi dan membuat kombinasi baru terkait proses produksi hingga investasi bisnisnya.

### **b. Robert M. Solow**

Teori pertumbuhan ekonomi Robert M. Solow lebih menekankan pada rangkaian kegiatan produksi yang dilakukan manusia, akumulasi modal, pemakaian teknologi modern dan hasil atau output. Menurutnya pertumbuhan penduduk bisa berdampak positif dan negatif, maka kondisi tersebut harus dimanfaatkan sebagai sumber daya yang produktif.

### 3. Teori Historis

Teori pertumbuhan ekonomi historis fokus melihat proses perkembangan ekonomi dari tahap prasejarah hingga industri dan masyarakat dunia yang memiliki tingkat konsumsi yang tinggi. Setidaknya ada 2 ahli yang mendukung teori historis ini yaitu :

a. Friedrich List

Friedrich List menganggap pertumbuhan ekonomi suatu negara dilihat dari teknik produksi sebagai sumber utama. Adapun tahapannya terdiri dari masa berburu, beternak, bertani, kerajinan serta industri perdagangan.

b. Bruno Hildebrand

Bruno Hildebrand meninjau perkembangan teknologi dapat dilihat dari cara pertukaran di tangan masyarakat misalnya pertukaran barang atau barter, pertukaran dengan uang atau pertukaran dengan kredit.

c. Werner Sombart

Werner Sombart beranggapan bahwa pertumbuhan ekonomi dapat meningkat karena dalam masyarakat terdiri dari susunan organisasi dan ideologi yang berbeda. Tahapannya terdiri dari perekonomian tertutup, kerajinan dan pertumbuhan serta kapitalisme.

#### **4. Teori Pertumbuhan Ekonomi Modern**

Teori ini didukung oleh Walt Whitman Rostow dalam buku *The Stage Of Economic Growth* yang menyebutkan bahwa pertumbuhan ekonomi terbagi menjadi 5 tahap yaitu :

1. Masyarakat tradisional yaitu tahap dimana kegiatan produksi masih sederhana hanya untuk memenuhi kebutuhan hidup sendiri
2. Pra lepas landas yaitu dimana masyarakat berada dalam proses transisi dengan menerapkan ilmu modern untuk produksi dibidang pertanian maupun industri
3. Lepas Landas yaitu tahap dimana masyarakat memperkuat atau mendorong pertumbuhan ekonomi secara luas dengan melakukan investasi efektif dan tabungan produktif
4. Dorongan menuju kedewasaan yaitu tahap dimana perekonomian tumbuh beriringan dengan penerapan teknologi modern. Selain itu investasi dan tabungan efektif meningkat hingga 20 persen.
5. Konsumsi tinggi yaitu tahap dimana sektor industri merupakan sektor yang memimpin. Pendapatan riil per kapita terus meningkat sehingga sebagian masyarakat mengalami peningkatan konsumsi yang melampaui kebutuhan bahan dasar

#### **E. Pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)**

UMKM merupakan singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Pada dasarnya, UMKM adalah arti usaha atau bisnis yang dilakukan oleh individu, kelompok, badan usaha kecil, maupun rumah tangga. Indonesia sebagai negara berkembang

menjadikan UMKM sebagai pondasi utama sektor perekonomian masyarakat, hal ini dilakukan untuk mendorong kemampuan kemandirian dalam berkembang pada masyarakat khususnya dalam sektor ekonomi. Perkembangan UMKM di Indonesia terus meningkat dari segi kualitasnya, hal ini dikarenakan dukungan kuat dari pemerintah dalam pengembangan yang dilakukan kepada para pegiat usaha UMKM, yang mana hal tersebut sangat penting dalam mengantisipasi kondisi perekonomian ke depan serta menjaga dan memperkuat struktur perekonomian nasional.



Berdasarkan Badan Pusat Statistik Usaha Kecil Menengah Berdasarkan kuantitas tenaga kerja. Usaha kecil merupakan entitas usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 5 sampai dengan 19 orang, sedangkan usaha menengah merupakan entitas usaha yang memiliki tenaga kerja 20 sampai dengan 99 orang. Sedangkan berdasarkan Undang-Undang No. 20 Tahun 2008. Pengertian Usaha Kecil Menengah: Undang-Undang tersebut membagi kedalam dua pengertian yakni: Usaha Kecil adalah entitas yang memiliki kriteria sebagai berikut:



- a. Kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah). (Tulus, 2009:16)
- b. 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:

- a. 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.
- b. 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).

Di Indonesia sendiri UMKM dibedakan menjadi beberapa bidang diantaranya :

#### 1. UMKM Bidang Kuliner



Usaha di bidang kuliner memang tidak ada habisnya, kita bisa berkreasi dengan berbagai macam ide untuk mengembangkan bisnis tersebut. Begitu pula dengan UMKM, banyak sekali jenis UMKM dalam bidang kuliner. Meskipun sedang dilanda pandemik, tetapi

para wirausaha tidak kehabisan akal. Makanan-makanan yang biasa dijual di pinggir jalan kini bisa dialihkan menjadi makanan berupa *frozen food* atau makanan kering. Contohnya seperti seblak, mie ayam, sampai lauk-lauk khas nusantara. Kini makanan-makanan itu bisa kita nikmati tanpa harus keluar rumah di tengah situasi pandemik seperti ini.

## 2. UMKM dibidang Kecantikan



Kosmetik adalah salah satu yang sangat diperlukan, tidak hanya berkaitan dengan make up. Namun juga *skincare* yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat. Saat ini, banyak muncul jenis-jenis kosmetik yang merupakan UMKM. Produk yang dijual pun sangat bervariasi dan berasal dari berbagai negara. Terutama saat ini banyak sekali produk kosmetik dari Korea Selatan dan Tiongkok yang sangat digemari oleh masyarakat luas. Namun di samping masuknya berbagai macam produk luar, banyak juga UMKM yang gencar untuk memasarkan produk lokal yang juga tidak kalah bagus.

## 3. UMKM di bidang Fashion

Bidang fashion juga selalu berkembang mengikuti trend atau zamannya. Pakaian adalah barang yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat, sehingga bisnis jual beli pakaian selalu ramai. Oleh karena itu, banyak sekali UMKM yang membuka usaha pakaian rumahan. Barang yang dijual pun bermacam-macam. Mulai dari pakaian, tas, kerudung, sepatu, dan lain-lain. Umumnya mereka memang tidak memproduksi secara langsung, melainkan menjadi seorang *reseller* atau impor pakaian thrift untuk dijual kembali. Temukan

pembahasan lebih lanjut mengenai hal ini pada buku Menguak Daya Saing UMKM Industri Kreatif.

#### 4. UMKM di bidang Agribisnis

Beberapa waktu ini banyak sekali masyarakat yang tertarik dengan bidang agribisnis. Salah satu contohnya yaitu dengan tanaman hias, banyak sekali masyarakat yang mulai mencari tanaman hias untuk koleksi. Salah satu tanaman yang terkenal adalah tanaman “Janda Bolong”, tanaman ini bahkan mencapai jutaan untuk harganya. Akibatnya, banyak UMKM dalam bidang agribisnis bermunculan. Selain jual beli tanaman, barang yang dijual dalam bidang agribisnis ini bisa berupa alat-alat berkebun, pupuk, bibit tanaman, zat untuk tanaman, dan lain sebagainya.

#### 5. UMKM dibidang Otomotif

Meskipun terlihat sulit, tetapi kini sudah banyak UMKM yang menjajal dunia otomotif. Tidak selalu mengenai mesin, usaha-usaha yang banyak dirintis UMKM di bidang ini seperti bengkel, tempat pencucian motor atau mobil, rental mobil atau motor, sampai usaha jual beli barang-barang yang dibutuhkan oleh kendaraan.

### **F. Peran dan Manfaat UMKM**

#### 1. Peran

Meskipun kecil, UMKM telah terbukti mampu mendorong kemajuan ekonomi negara. Keberadaan UMKM tidak dapat dihapuskan ataupun dihindarkan dari masyarakat bangsa saat ini. Karena keberadaannya sangat bermanfaat dalam hal pendistribusian pendapatan masyarakat. Selain itu juga mampu menciptakan kreativitas yang sejalan

dengan usaha untuk mempertahankan dan mengembangkan unsur-unsur tradisi dan kebudayaan masyarakat setempat.



Pada sisi lain, UMKM mampu menyerap tenaga kerja dalam skala yang besar mengingat jumlah penduduk Indonesia yang besar sehingga hal ini dapat mengurangi tingkat pengangguran. Dari sinilah terlihat bahwa keberadaan UMKM yang bersifat padat karya, menggunakan teknologi yang sederhana dan mudah dipahami mampu menjadi sebuah wadah bagi masyarakat untuk bekerja. Dalam menjalankan bisnis, kondisi internal dan eksternal pasti akan mempengaruhi kinerja dari bisnis yang dijalankan, baik itu usaha UMKM maupun usaha skala besar, oleh karenanya, kunci penting untuk menjadikan bisnis tersebut dapat berkembang adalah dengan merencanakan dan mengimplementasikan strategi yang tepat dan sesuai dengan perkembangan di masyarakat.

Secara umum, terdapat tiga peran UMKM atau kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi :

- a) Sarana pemerataan tingkat perekonomian rakyat kecil UMKM berperan dalam pemerataan tingkat perekonomian rakyat sebab berada

di berbagai tempat. UMKM bahkan menjangkau daerah yang pelosok sehingga masyarakat tidak perlu ke kota untuk memperoleh penghidupan yang layak.

- b) Sarana mengentaskan kemiskinan UMKM berperan untuk mengentaskan masyarakat dari kemiskinan sebab angka penyerapan tenaga kerja terhitung tinggi.
- c) Sarana pemasukan devisa bagi negara UMKM menyumbang devisa bagi negara sebab pasarnya tidak hanya menjangkau nasional melainkan hingga ke luar negeri.

Dalam proses pemulihan ekonomi Indonesia, sektor UMKM memiliki peranan yang sangat strategis dan penting yang dapat ditinjau dari berbagai aspek. Berikut tabel perkembangan UMKM di Indonesia terhitung Tahun 2011 s/d 2013

**Tabel 1 Perkembangan UMKM 2011-2013**

Perkembangan UMKM	Tabel Perkembangan UMKM		
	2011	2012	2013
Jumlah UMKM (Unit)	55206444.00	56534592.00	57895721.00
Pertumbuhan Jumlah UMKM (Persen)	2.57	2.41	2.41
Jumlah Tenaga Kerja UMKM (Orang)	101722458.00	107657509.00	114144082.00
Pertumbuhan Jumlah Tenaga Kerja UMKM (Persen)	2.33	5.83	6.03
Sumbangan PDB UMKM (Harga Konstan) (Miliar Rupiah)	1369326.00	1451460.20	1536918.80
Pertumbuhan Sumbangan PDB UMKM (Persen)	6.76	6.00	5.89
Nilai Ekspor UMKM (Miliar Rupiah)	187441.82	166626.50	182112.70
Pertumbuhan Nilai Ekspor UMKM (Persen)	6.56	-11.10	9.29

Source Url: <https://www.bps.go.id/indicator/13/1099/1/tabel-perkembangan-umkm.html>

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa Perkembangan UMKM di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya. Salah satu upaya peningkatan dan pengembangan UMKM dalam

perekonomian nasional dilakukan dengan mendorong pemberian kredit modal usaha kepada UMKM. Dari sudut perbankan, pemberian kredit kepada UMKM menguntungkan bagi bank yang bersangkutan.

- a. Pertama, tingkat kemacetannya relatif kecil. Hal ini terutama disebabkan oleh tingkat kepatuhan nasabah usaha kecil yang lebih tinggi dibandingkan nasabah usaha besar.
- b. Kedua, pemberian kredit kepada UMKM mendorong penyebaran resiko, karena penyaluran kredit kepada usaha kecil dengan nilai nominal kredit yang kecil memungkinkan bank untuk memperbanyak jumlah nasabahnya, sehingga pemberian kredit tidak terkonsentrasi pada satu kelompok atau satu sektor usaha tertentu.
- c. Ketiga, kredit UMKM dengan jumlah nasabah yang relatif lebih banyak akan dapat mendiversifikasi portopolio kredit dan menyebarkan resiko penyaluran kredit.
- d. Keempat, suku bunga kredit pada tingkat bunga pasar bagi usaha kecil bukan merupakan masalah utama, sehingga memungkinkan lembaga pemberi kredit memperoleh pendapatan bunga yang memadai. Pengalaman selama ini menunjukkan bahwa ketersediaan dana pada saat yang tepat, dalam jumlah yang tepat, sasaran yang tepat dan dengan prosedur yang sederhana lebih penting dari pada bunga murah maupun subsidi.

Namun dari beberapa hal yang melatarbelakangi seperti tersebut di atas, masih belum cukup menjadi landasan keyakinan bahwa pelaku UMKM akan mendapatkan kemudahan dalam hal pengajuan fasilitas kredit modal usaha ke lembaga-lembaga

pemberi kredit baik perbankan maupun non perbankan. Hingga saat ini masih banyak pelaku UMKM yang mengalami permasalahan dalam hal pengajuan kredit usaha.

## 2. Manfaat UMKM

Selain manfaat UMKM bagi masyarakat, juga bagus untuk perekonomian negara berikut ini manfaat UMKM :

### a. Membantu Membuka Lapangan Kerja Baru

Manfaat UMKM Indonesia yang pertama yaitu membantu membuka lapangan pekerjaan untuk masyarakat sekitar. Selain itu, persyaratan untuk bekerja di sebuah perusahaan UMKM juga tidak memerlukan persyaratan yang berat. Masyarakat yang ingin bekerja hanya perlu memiliki keterampilan di bidang usaha terkait saja. Contohnya seperti bisnis di bidang *fashion* seperti menjahit, menjaga toko, dan lainnya.

### b. Membantu Perekonomian Menjadi Merata

Usaha mikro dapat membantu meningkatkan ekonomi di kawasan pedesaan maupun perkotaan. Itulah kenapa usaha mikro berperan penting dalam membantu kondisi ekonomi yang lebih merata. UMKM merupakan bisnis yang bisa dijalankan di rumah-rumah tanpa harus pergi ke luar kota. Bahkan promosi dan pemasaran sudah dibantu dengan adanya jaringan internet.

### c. Membantu Meningkatkan Devis Negara

Manfaat UMKM bagi perekonomian Indonesia selanjutnya yaitu berpengaruh pada ekonomi negara. Karena selain membantu ekonomi agar lebih merata, juga bagus membantu mengembangkan dan

meningkatkan devisa negara. Jika dikelola dengan baik, usaha mikro dapat berkembang pesat. Contohnya seperti melakukan ekspor barang yang nantinya akan memberikan keuntungan bagi negara. Itulah manfaat UMKM bagi pemerintah.

d. Memenuhi Kebutuhan Masyarakat Luas

Produk maupun jasa yang dijual dapat memenuhi kebutuhan masyarakat. Bahkan dengan hadirnya sistem pemasaran *online*, produk atau jasa tersebut bisa memenuhi kebutuhan masyarakat yang jauh lebih luas. Contohnya penjual makanan akan membantu memenuhi kebutuhan pokok masyarakat. Contoh lainnya seperti produk busana muslim yang memudahkan masyarakat beragama Islam untuk mendapatkan busana yang tepat.

e. Sebagai Sumber Penghasilan

Usaha mikro tidak hanya bisa kamu jalankan sebagai bisnis utama saja. Bisnis yang satu ini juga sangat cocok sekali untuk usaha sampingan. Itu artinya, UMKM menawarkan peluang usaha bagi seluruh kalangan masyarakat. Di sisi lain, usaha mikro juga tidak memerlukan modal yang sangat besar. Meski begitu, potensinya tidak kalah dari perusahaan-perusahaan besar.

## **G. Pengertian Pemasaran**

Pemasaran mencakup kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan tindakan menciptakan guna atau manfaat karena tempat, waktu dan kepemilikan. Pemasaran menggerakkan barang dari satu tempat ke tempat lainnya, menyimpan



kemudian membuat perubahan dalam kepemilikan, melalui tindakan membeli dan menjual barang-barang tersebut. Pemasaran merupakan aktifitas komersial yang berhubungan dengan arus barang dan jasa antara produsen dan konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2009), “Pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan baik itu perusahaan barang atau jasa dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya.” Sedangkan menurut Tjiptono dan Chandra (2012), “Pemasaran berarti kegiatan individu yang diarahkan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan melalui barter.” Pemasaran berarti menentukan dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial dengan maksud memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia, sehingga dapat dikatakan bahwa keberhasilan pemasaran merupakan kunci kesuksesan dari sebuah perusahaan. Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa pemasaran merupakan suatu sistem keseluruhan dari kegiatan bisnis yang digunakan untuk merencanakan, menentukan harga, mendistribusikan dan mempromosikan suatu barang atau jasa yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan pembeli.



Menurut Tjiptono dan Chandra (2012), “Strategi pemasaran adalah alat fundamental yang dirancang atau direncanakan untuk mencapai tujuan suatu

perusahaan dengan melakukan pengembangan keunggulan bersaing yang berkesinambungan lewat pasar yang dimasuki dan program yang digunakan untuk melayani pasar sasaran.” Berdasarkan definisi diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi pemasaran merupakan suatu rencana yang digunakan oleh perusahaan untuk memasarkan produk yang dihasilkan sampai kepada tangan konsumen. Strategi pemasaran di setiap perusahaan merupakan perencanaan secara keseluruhan untuk mencapai tujuan perusahaan. Dengan kata lain, setiap perusahaan memiliki cara sendiri dalam melakukan proses marketing, sesuai dengan karakteristik dan kesanggupan masing-masing perusahaan. Berikut adalah konsep strategi pemasaran:

- a. Segmentasi Pasar Setiap konsumen pasti memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda. Perusahaan harus melakukan klasifikasi pasar yang sifatnya heterogen menjadi satu-satuan pasar yang bersifat homogen.
- b. Marketing Positioning Tidak ada satupun perusahaan yang benar-benar menguasai seluruh pasar. Itulah mengapa setiap perusahaan harus memilih segmen paling menguntungkan untuk mendapatkan posisi yang kuat dalam pasar.
- c. Market Entry Strategy Strategi perusahaan agar dapat masuk segmen pasar tertentu, dengan cara membeli perusahaan lain atau kerjasama dengan perusahaan lainnya.

- d. Bauran Pemasaran Kumpulan beberapa variabel yang telah digunakan perusahaan untuk memengaruhi konsumen diantaranya : product, price, place, promotion.
- e. Timing Strategy Pemilihan waktu dalam melakukan pemasaran yang baik, dimana perusahaan perlu melakukan berbagai persiapan dalam bidang produksi dan menentukan waktu yang tepat untuk mendistribusikan produk ke pasar.

Dalam melakukan kegiatan pemasaran yang efektif dan efisien, manajemen dapat menggunakan salah satu variabel pemasaran, yaitu bauran pemasaran. Menurut Sumarmi dan Soeprihanto (2010), “Marketing mix adalah kombinasi dari variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran yaitu produk, harga, distribusi, dan promosi.” Dengan kata lain, marketing mix adalah kumpulan dari variabel yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk dapat memengaruhi tanggapan konsumen atau yang biasa kita sebut sebagai bauran pemasaran. Bauran pemasaran mencakup empat unsur kombinasi yang saling berhubungan dimana masing-masing unsur atau elemen di dalamnya saling memengaruhi satu sama lainnya. Berikut adalah variabel-variabel dalam bauran pemasaran:

#### **a. Produk (Product)**

1. Pengertian produk menurut Sumarmi dan Soeprihanto (2010), “Produk adalah setiap apa saja yang bisa ditawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan.”

Produk yang dihasilkan tidak hanya berupa barang tetapi bisa juga berupa jasa ataupun gabungan dari keduanya (barang dan jasa). Dalam strategi bauran pemasaran, strategi produk merupakan salah satu unsur yang paling penting, karena dapat memengaruhi strategi pemasaran lainnya. Pemilihan jenis produk yang akan dihasilkan akan menentukan kegiatan promosi yang akan dilakukan, serta penentuan harga dan bagaimana cara penyalurannya.

2. Tahapan Dalam Pembuatan Produk
  - a) Perencanaan Produk Mencakup semua kegiatan produsen dan penyalur untuk menentukan susunan produk liniannya.
  - b) Pengembangan Produk Mencakup kegiatan teknis mengenai penelitian, pembuatan, dan desain produk.
  - c) Perdagangan Seluruh kegiatan perencanaan dari produsen ke penyalur untuk menyesuaikan produknya sesuai dengan permintaan pasar.

### 3. Aspek-aspek Produk

- a) Produk Inti (Core Product) Merupakan manfaat inti yang ditampilkan suatu produk kepada konsumen dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk inti juga dapat memberikan manfaat-manfaat tambahan kepada konsumen. Manfaat tambahan di luar produk inti itulah yang disebut produk yang diperluas atau augmented product.

b) Produk Yang Diperluas Merupakan produk yang diperluas mencakup beberapa tambahan manfaat didalamnya yang diminati oleh pelanggan dari produk inti yang dibelinya. Tambahan manfaat tersebut bisa berupa pemberian garansi, pemeliharaan, pemasangan instalasi dan pengirimannya. Oleh sebab itu, apabila suatu produk memiliki banyak manfaat yang terkandung didalamnya, hal tersebut dapat menjamin keberhasilan produk tersebut di pasar.

c) Produk Formal Merupakan Produk penampilan atau perwujudan dari produk inti maupun perluasan dari produknya. Produk formal lebih dikenal di kalangan masyarakat sebagai daya tarik yang tampak langsung di mata pembeli. Dalam hal ini ada 5 komponen yang ada di dalam produk formal, antara lain:

- a) Bentuk/Desain
- b) Kualitas/Mutu
- c) Keistimewaan/Daya Tarik
- d) Kemasan/bungkus
- e) Nama merk/Brand name

#### 4. Klasifikasi Produk

- a) Berdasarkan Daya Tahan Produk
  - a) Barang tahan lama
  - b) Barang tidak tahan lama

c) Jasa

b) Berdasarkan Tujuan Pembeliannya

a) Barang konsumsi yang berupa, kebutuhan pokok, barang pelengkap dan barang mewah atau spesial.

b) Barang industrial yang berupa, bahan dasar dan suku cadang, dan perlengkapan pabrik perusahaan.

## **2. Harga (Price)**

### **1. Pengertian harga**

Menurut Deliyanti (2012), “Harga adalah nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain yang manfaatnya dapat diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi perorangan maupun kelompok.” Harga merupakan elemen paling mudah dalam program pemasaran yang dapat disesuaikan. Sementara itu, definisi harga menurut Sumarni dan Soeprihanto (2010), “Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk jika memungkinkan) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang serta pelayanan.” Setelah produk yang diproduksi siap untuk dipasarkan, maka perusahaan akan menentukan harga dari produk tersebut. Dalam membuat kebijakan harga manajemen harus menentukan harga dasar dari produknya, kebijakan harga menyangkut potongan harga, biaya ongkos kirim dan hal lainnya yang berhubungan dengan harga.

### **2. Tujuan Penetapan Harga**

- a) Meningkatkan penjualan
- b) Mencapai target pengembalian investasi
- c) Mempertahankan dan memperbaiki market share
- d) Stabilitas Harga
- e) Mencapai laba yang maksimal

### 3. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Harga

- a) Keadaan ekonomi
- b) Biaya
- c) Penawaran dan permintaan
- d) Persaingan
- e) Pengawasan Pemerintah

### 4. Metode Penetapan Harga

- a) Berbasis permintaan

Penetapan harga dipengaruhi oleh beberapa yaitu, selera konsumen berdasarkan kemampuan dan kemauan konsumen untuk membeli, serta manfaat yang diberikan produk kepada konsumen.

- b) Berbasis biaya

Penetapan harga dipengaruhi aspek penawaran atau biaya, dan bukannya aspek permintaan. Harga ditentukan berdasarkan biaya produksi dan pemasaran produk yang ditambah dengan jumlah tertentu sehingga menutupi biaya langsung, overhead, dan juga laba.

- c) Berbasis laba

Penetapan harga yang didasarkan pada keseimbangan biaya dan pendapatan. Metode ini memiliki tiga pendekatan yaitu, penetapan harga berdasarkan target keuntungan, target harga berdasarkan penjualan dan target sebuah perusahaan.

d) Berbasis pesaing

Penetapan harga dengan cara mengikuti apa yang dilakukan pesaing. Metode ini memiliki 3 pendekatan yaitu, melalui sistem penjualan di bawah harga normal pesaing untuk menarik konsumen, menyamakan harga agar persaingan tidak terlalu besar dan mematok harga lebih tinggi dari pesaing dengan asumsi bahwa produk yang ditawarkan memiliki kualitas lebih baik dari pada pesaing.

### **3. Distribusi (place)**

Menurut Sumarmi dan Soeprihanto (2010), “Saluran distribusi adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan produk dari produsen sampai ke konsumen atau industri pemakai.” Sementara itu, menurut Sudaryono (2016) ada beberapa saluran distribusi yang dapat digunakan produsen untuk mencapai konsumen, antara lain:

1. Macam saluran distribusi yaitu:

- a. Distribusi Langsung (Produsen – Konsumen) Merupakan bentuk saluran distribusi yang dilakukan langsung dari produsen ke konsumen tanpa melalui perantara.



- b. Distribusi Melalui Pengecer Produsen mendistribusikan produknya melalui saluran pengecer untuk sampai ke tangan konsumen.
- c. Distribusi Melalui Grosir Produsen mendistribusikan produknya melalui grosir yang selanjutnya akan didistribusikan ke pengecer sebelum sampai ke tangan konsumen.
- d. Distribusi Melalui Agen atau Broker Produsen memilih agen penjualan ataupun agen pabrik sebagai penyalur. Sasaran utama penjualannya ditunjukkan kepada pengecer besar ataupun grosir.

## 2. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Saluran Distribusi

- a. Pertimbangan pasar
- b. Pertimbangan perusahaan
- c. Pertimbangan perantara
- d. Pertimbangan barang

## 3. Strategi Distribusi

Dalam hal ini (Distribusi) terkait dengan cakupan pasar yang ingin dicapai produsen biasanya memiliki 3 alternatif yang bisa diambil, antara lain:

- a) Distribusi Insentif Perusahaan menggunakan jumlah penyalur dengan jumlah yang banyak untuk bisa sampai kepada konsumen. Distribusi ini biasanya dipakai untuk produk konsumsi berbiaya rendah dengan daya tarik yang luas.

- b) Distribusi Selektif Produsen yang menggunakan saluran distribusi selektif biasanya memilih beberapa pedagang besar atau pengecer yang terpilih yang memberikan perhatian khusus atas produk tertentu. Biasanya saluran ini dipakai untuk memasarkan produk keluaran baru, barang shopping atau barang edisi spesial serta barang industri.
- c) Distribusi Eksklusif Distribusi eksklusif hanya dapat dilakukan oleh produsen yang memiliki satu pedagang besar di daerah atau wilayah pasar tertentu.
- #### 2.4.4 Promosi (Promotion)
- ##### 1. Pengertian Promosi
- Menurut Tjiptono dan Chandra (2012), “Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran.” Yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran merupakan aktivitas pemasaran yang bertujuan menyebarkan informasi, memengaruhi/membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Tujuan promosi penjualan bersumber pada komunikasi pemasaran. Tujuan khusus yang ditentukan untuk promosi penjualan beranekaragam, tergantung dari jenis target pasar. Bagi konsumen, tujuan tersebut mencakup usaha mendorong konsumen agar lebih banyak menggunakan produk, membeli produk dalam unit yang lebih besar dan mencoba merek yang dipromosikan oleh perusahaan.

#### 2. Manfaat Promosi:

- a) Meningkatkan penjualan
- b) Meningkatkan citra produk dan perusahaan
- c) Memperkenalkan produk yang baru
- d) Membangun loyalitas/kesetiaan konsumen
- e) Menghabiskan stok produk yang ada

### 3. Macam-Macam Promosi

- a. Promosi Langsung Dilakukan secara aktif, langsung ke target segmen pasar, media yang digunakan adalah media komunikasi langsung sehingga langsung berhubungan dengan pelanggan/konsumen, dalam hal ini diperlukan perencanaan yang matang karena efeknya yang bersifat langsung dan umumnya membutuhkan biaya yang relatif besar.
- b. Promosi Tidak Langsung (Pasif) Dilakukan secara pasif, tak langsung ke target pasar. Menggunakan alat/media dari pihak lain secara pasif (dari mulut ke mulut) umumnya biaya yang dikeluarkan tidak terlalu besar/relatif kecil. Adapun beberapa elemen-elemen kegiatan dalam kegiatan bauran promosi yaitu advertising, sales promotion, public relation and publicity, personal selling, dan direct selling. Secara sederhana, lima unsur tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:
  - a) Iklan (Advertising) Menurut Kotler dan Amstrong (2008), “Periklanan adalah semua bentuk terbayar presentasi nonpribadi dan promosi ide, barang, atau jasa dengan sponsor tertentu.” Sedangkan definisi periklanan menurut Wells, dkk (2011), “Iklan adalah suatu bentuk komunikasi non-personal dengan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam penggunaan media massa untuk membujuk

dan memengaruhi audiens.” Periklanan merupakan suatu kegiatan penawaran ataupun ajakan kepada suatu kelompok masyarakat, baik secara lisan ataupun dengan tulisan mengenai suatu produk. Adapun fungsi periklanan, antara lain:

1. Memberi informasi
2. Membujuk / memengaruhi
3. Menciptakan kesan (image)
4. Memuaskan keinginan

#### b) Promosi (Promotion)

Promosi penjualan adalah kegiatan perusahaan untuk menjajakan produk yang dipasarkannya sehingga konsumen akan lebih mengenal dan mengetahui produk yang dihasilkan oleh perusahaan, bahkan dengan cara penempatan dan pengaturan yang baik maka produk tersebut akan menarik perhatian konsumen. c) Penjualan Pribadi (Personal Selling) Personal selling merupakan kegiatan perusahaan untuk melakukan kontak langsung dengan para calon konsumennya. Dengan kontak langsung yang dilakukan diharapkan akan terjadi hubungan atau interaksi yang positif antara perusahaan dengan calon konsumennya. Kontak langsung merupakan kesempatan yang sangat baik bagi perusahaan. Oleh karena itu, strategi pemasaran harus memadukan antara potensi pasar dengan keterbatasan fasilitas yang dimiliki. Kelebihan dari personal selling:

1. Sumber informasi mudah melakukan penyesuaian terhadap kondisi yang terjadi serta perbedaan sasaran.
2. Interaksi yang terjadi bersifat spontan.
3. Dapat melakukan demonstrasi yang memengaruhi keputusan pembelian.

Kekurangan dari personal selling:

1. Menelan biaya yang relatif mahal
  2. Tidak semua hal cocok didekati menggunakan metode ini.
- d) Hubungan Masyarakat (Publicity) Seperti halnya iklan pada umumnya, publicity menggambarkan komunikasi massa namun juga tidak seperti iklan, perusahaan tidak mengeluarkan biaya untuk waktu dan ruang beriklan. Publicity biasanya dilakukan dalam bentuk berita atau komentar mengenai produk atau jasa dari perusahaan. Hal-hal tersebut dimuat kedalam media cetak atau televisi secara gratis karena perwakilan media menganggap informasi tersebut sangat penting dan layak untuk disampaikan kepada khalayak umum. Publisitas digolongkan menjadi 2 kelompok, yaitu:
1. Publisitas Produk (Product Publicity) Publisitas produk adalah publisitas yang ditujukan untuk menggambarkan/memberi tahu kepada masyarakat maupun konsumen tentang suatu produk beserta penggunaannya.
  2. Publisitas kelembagaan (Institutional Publicity) Publisitas kelembagaan adalah publisitas yang menyangkut tentang organisasi pada umumnya.
- e) Pemasaran Langsung (Direct Selling) Hubungan langsung dengan konsumen individual yang ditargetkan secara tepat untuk memperoleh respons segera dan membangun hubungan yang harmonis dengan pelanggan.

## **BAB III**

### **DEFENISI PEMBANGUNAN**

#### **A. Pengertian Pembangunan**

Tikson (2005) dalam Sumampouw (2017:7) berpendapat bahwa teori pembangunan dalam ilmu sosial dapat dibagi ke dalam dua paradigma besar yaitu modernisasi dan ketergantungan. Paradigma modernisasi mencakup teori-teori makro tentang pertumbuhan ekonomi dan perubahan sosial dan teori-teori mikro tentang nilai-nilai individu yang menunjang proses perubahan. Paradigma ketergantungan mencakup teori-teori keterbelakangan (under development) ketergantungan (dependent development) dan sistem dunia (world system theory).

Pengertian pembangunan harus kita lihat secara dinamis, dan bukan dilihat sebagai konsep statis. Pembangunan adalah suatu orientasi dan kegiatan usaha yang tanpa akhir. Proses pembangunan sebenarnya adalah merupakan suatu perubahan sosial ekonomi. Pembangunan agar dapat menjadi suatu proses yang dapat bergerak maju atau kekuatan sendiri tergantung kepada manusia dan struktur sosialnya. Jadi, bukan hanya yang dikonsepsikan sebagai usaha pemerintah belaka. Proses pembangunan menghendaki adanya pertumbuhan ekonomi yang diikuti dengan perubahan (growth plus change) dalam perubahan struktur ekonomi, dari pertanian ke industri atau jasa, perubahan kelembagaan, baik lewat regulasi maupun reformasi kelembagaan. Pembangunan secara berencana lebih dirasakan sebagai suatu usaha yang lebih rasional dan teratur bagi pembangunan masyarakat yang belum atau baru berkembang. (Subandi: 2011) Adapun pembangunan menurut beberapa ahli yaitu : pembangunan menurut Rogers

(Rochajat,dkk: 2011) adalah perubahan yang berguna menuju suatu sistem sosial dan ekonomi yang diputuskan sebagai kehendak suatu bangsa. Selanjutnya menurut W.W Rostow (Abdul: 2004) pembangunan merupakan proses yang bergerak dalam sebuah garis lurus, yakni dari masyarakat terbelakang ke masyarakat negara yang maju. Pembangunan mula-mula dipakai dalam arti pertumbuhan ekonomi. Sebuah masyarakat dinilai berhasil melaksanakan pembangunan, bila pertumbuhan ekonomi masyarakat tersebut cukup tinggi. Dengan demikian, yang diukur adalah produktivitas masyarakat atau produktivitas negara setiap tahunnya. (Rochajat,dkk: 2011) Dalam bidang sosial, usaha-usaha pembangunan pada umumnya diarahkan untuk mengembangkan nilai-nilai dan sikap-sikap dalam masyarakat yang lebih kondusif bagi pembaharuan, pembangunan, pembangunan dan pembinaan bangsa. Dalam hal ini termasuk pengembangan motivasi kegairahan usaha yang bersifat produktif. Dan yang lebih penting adalah dapat dikembangkan suatu proses pendewasaan masyarakat melalui pembinaan dan dorongan serta adanya energi. Usaha dalam bidang ekonomi ditujukan untuk menambah peralatan modal dan keterampilan agar satu sama lain dapat saling mendukung usaha-usaha dalam peningkatan pendapatan perkapita serta produktivitas perkapita. Pemupukan modal sangat tergantung pada tabungan dalam negeri, terutama tabungan masyarakat, untuk itu berbagai upaya perlu diupayakan untuk mencapainya. (Subandi: 2011) Selanjutnya Todaro mengatakan bahwa keberhasilan pembangunan ekonomi ditunjukkan oleh 3 nilai pokok, yaitu:

- a. Berkembangnya kemampuan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan pokoknya (basic needs),
- b. Meningkatnya rasa harga diri (self-esteem) masyarakat sebagai manusia,

- c. Meningkatnya kemampuan masyarakat untuk memilih (freedom from servitude). Pembangunan merupakan suatu kenyataan fisik sekaligus tekat suatu masyarakat untuk berupaya sekeras mungkin melalui serangkaian kombinasi proses sosial, ekonomi dan institusional, demi mencapai kehidupan yang serba lebih baik. Untuk mencapai “kehidupan yang serba lebih baik” semua masyarakat minimal harus memiliki tiga tujuan inti sebagai berikut (Todaro, 2000: 28) :
- a. Peningkatan ketersediaan serta perluasan distribusi berbagai macam barang kebutuhan hidup yang pokok , seperti pangan , sandang, papan, kesehatan dan perlindungan keamanan.
  - b. Peningkatan standar hidup yang tidak hanya berupa peningkatan pendapatan tetapi juga meliputi penambahan penyediaan lapangan kerja, perbaikan kualitas pendidikan, serta peningkatan perhatian atas nilai-nilai kultural dan kemanusiaan, yang kesemua itu tidak hanya untuk memperbaiki kesejahteraan materiil , melainkan juga menumbuhkan jati diri pribadi dan bangsa yang bersangkutan.
  - c. Perluasan pilihan-pilihan ekonomis dan sosial bagi setiap individu serta bangsa secara keseluruhan, yakni dengan membebaskan mereka dari belitan sikap menghamba dan ketergantungan, bukan hanya terhadap orang atau negara, bangsa lain, namun juga terhadap setiap kekuatan yang berpotensi merendahkan nilai-nilai kemanusiaan mereka.



Pembangunan Fisik dan Non Fisik Menurut Muljarijadi (2011) secara sederhana para ahli pembangunan membagi dua makna pembangunan, yaitu dari sisi fisik dan non fisik. Makna pembangunan dari sisi fisik lebih diartikan bahwa pembangunan dilaksanakan untuk dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi berupa peningkatan jumlah dan komposisi output dan jasa yang bisa dihasilkan oleh sebuah negara atau wilayah serta peningkatan pendapatan masyarakatnya sampai perubahan pola komposisi output barang dan jasa sering kali dikenal dengan sebagai perubahan struktural. Pembangunan dalam pengertian fisik diwujudkan dengan adanya peningkatan pada jalan yang dibangun, pabrik dan perusahaan yang menghasilkan berbagai komoditas, serta kemampuan masyarakat dalam mengkonsumsi barang dan jasa sebagai akibat dari adanya peningkatan pendapatannya. Berikut adalah contoh dari pembangunan fisik, seperti:

- a) Prasarana perhubungan yaitu: jalan, jembatan dll,
- b) Prasarana pemasaran yaitu: gedung, pasar,
- c) Prasarana sosial yaitu: gedung sekolah, rumah-rumah ibadah, dan Puskesmas.

Disisi lain, pembangunan non fisik adalah pembangunan yang tidak terwujud namun dapat di rasakan manfaatnya oleh masyarakat. Pembangunan non fisik yang biasa disebut perubahan fundamental atau perubahan pola pikir (state of mine) yang positif, yang mencakup pada perilaku dan kelembagaan yang ada di masyarakat, perubahan pada kondisi sosial, administratif, maupun perubahan pada kondisi budaya masyarakat. Berikut contoh pembangunan non fisik, seperti:

- a) Pembangunan bidang keagamaan
- b) Pembangunan bidang kesehatan dan keluarga berencana

- c) Pembangunan bidang keamanan dan ketertiban
- d) Pelayanan terhadap urusan masyarakat seperti pembuatan KTP, pembuatan kartu keluarga, pembuatan surat kelahiran
- e) Pembuatan surat keterangan berdomisili.

Infrastruktur atau prasarana dan sarana adalah aset fisik/fasilitas-fasilitas, struktur-struktur, peralatan-peralatan, instalasi-instalasi yang dirancang/dibangun dan yang dibutuhkan untuk berfungsinya sistem sosial dan sistem ekonomi masyarakat sehingga memberikan pelayanan publik. Kodoatie (2005) dalam Arsana (2018) mengemukakan bahwa: “infrastruktur menunjuk pada sistem yang menyediakan transportasi, pengairan, drainase, bangunan-bangunan gedung dan fasilitas publik yang lain yang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan dasar manusia dalam lingkup sosial dan ekonomi”. Suryokusumo (2008) dalam Arsana (2018:158) berpendapat bahwa baik buruknya sebuah kota bisa dilihat dari ketersediaan dan pengelolaan prasarana dan sarana yang ada di kota tersebut, semakin lengkap, tertata, terawat dan terpelihara menunjukkan bahwa pengelolaannya dilakukan secara baik. Sementara itu The World Bank (1994) dalam Cahyono (2012) membagi infrastruktur menjadi tiga, yaitu:

1. Infrastruktur ekonomi, merupakan aset fisik yang diperlukan untuk menunjang aktivitas ekonomi baik dalam produksi maupun konsumsi final, meliputi public utilities (tenaga, telekomunikasi, air minum, sanitasi dan gas), public work (jalan, bendungan, kanal, saluran irigasi dan drainase) serta sektor transportasi (jalan, rel kereta api, angkutan pelabuhan, lapangan terbang dan sebagainya).
2. Infrastruktur sosial, merupakan aset yang mendukung kesehatan dan keahlian masyarakat, meliputi pendidikan (sekolah dan perpustakaan), kesehatan (rumah sakit dan pusat kesehatan), perumahan dan rekreasi (taman, museum dan lain-lain).

3. Infrastruktur administrasi/institusi, meliputi penegakan hukum, control administrasi dan koordinasi serta kebudayaan.

## **B. Dampak Pembangunan**

Pembangunan ekonomi dapat berdampak positif dan berdampak negatif terhadap lingkungan hidup menurut Ahman (2007:16) adalah sebagai berikut:

### **1. Dampak Positif Pembangunan Ekonomi :**

- a. Pembangunan ekonomi dapat meningkatkan taraf hidup.
- b. Pembangunan ekonomi dapat memanfaatkan sumber daya alam yang potensial menjadi riil.
- c. Pembangunan ekonomi dapat meningkatkan persediaan barang-barang kebutuhan masyarakat.
- d. Pembangunan ekonomi dapat membantu mempermudah masyarakat memenuhi kebutuhan hidup.
- e. Pembangunan ekonomi dapat menyediakan kebutuhan sesuai dengan tuntutan zaman.

### **2. Dampak Negatif Pembangunan Ekonomi**

- a. Pembangunan ekonomi dapat mengakibatkan kepunahan sumber daya alam jika pemanfaatan sumber daya alam tidak bertanggung jawab.
- b. Pembangunan ekonomi dapat menyebabkan pencemaran lingkungan hidup
- c. Pembangunan ekonomi dapat menyebabkan kerusakan fisik lingkungan hidup.

- d. Akibat pencemaran dan pemanfaatan sumber daya alam yang tidak bertanggung jawab, akan mengakibatkan bencana alam dan penurunan tingkat kesehatan masyarakat.
- e. Pada sebagian negara, pembangunan ekonomi yang tidak mereka tidak dapat menyebabkan kesenjangan ekonomi.

### **C. Pengertian Jalan Tol**

Jalan adalah prasarana transportasi darat yang meliputi segala bagian jalan, termasuk bangunan pelengkap dan perlengkapannya yang diperuntukkan bagi lalu lintas, yang berada pada permukaan tanah, di atas permukaan tanah, bawah permukaan tanah dan / atau air, serta di atas permukaan air, kecuali jalan kereta api, jalan lori dan jalan rel. Salah satu jenis infrastruktur adalah jalan tol. Menurut Ikhrom (2017) jalan tol atau yang bisa disebut juga dengan jalan bebas hambatan merupakan salah satu cara pemerintah untuk dapat mewujudkan pembangunan secara merata dan sebagai salah satu cara agar mempercepat pelayanan pengiriman jasa distribusi dan para pengguna jalan tol pun harus membayar sejumlah uang agar bisa menggunakan jalan tersebut.



Adapun pengertian jalan tol berdasarkan pada PP No.15 Tahun 2005 tentang jalan, “jalan tol adalah jalan umum yang merupakan bagian dari sistem jaringan jalan dan sebagai jalan nasional yang penggunaannya diwajibkan membayar tol”. Pengertian Tol menurut Peraturan Pemerintah tersebut adalah sejumlah uang tertentu yang dibayarkan untuk penggunaan jalan tol Peraturan Pemerintah (PP) No. 15 Tahun 2005 tentang jalan tol, dijelaskan bahwa definisi jalan tol adalah jalan umum yang merupakan bagian sistem jaringan jalan dan sebagai jalan nasional yang penggunaannya diwajibkan membayar tol. Tol adalah sejumlah uang tertentu yang dibayarkan untuk penggunaan jalan tol. Pengguna jalan tol adalah setiap orang yang menggunakan kendaraan bermotor dengan membayar tol. Ruas jalan tol adalah bagian atau penggal dari jalan tol tertentu yang pengusahaannya dapat dilakukan oleh badan usaha tertentu. Penyelenggaraan jalan tol dimaksudkan untuk mewujudkan pemerataan pembangunan dan hasil-hasilnya serta keseimbangan dalam pengembangan wilayah dengan memperhatikan keadilan, yang dapat dicapai dengan membina jaringan jalan yang dananya berasal dari pengguna jalan. Penyelenggaraan jalan tol dimaksudkan untuk mewujudkan pemerataan pembangunan dan hasil-hasilnya serta keseimbangan dalam pengembangan wilayah dengan memperhatikan keadilan, yang dapat dicapai dengan membina jaringan jalan yang dananya berasal dari pengguna jalan. Lingkup Peraturan Pemerintah ini mencakup pengaturan penyelenggaraan jalan tol, BPJT (Badan Pengatur Jalan Tol), serta hak dan kewajiban Badan Usaha dan pengguna jalan tol.

## **Syarat-syarat jalan tol menurut PP No.15 tahun 2005**

### **1. Syarat umum**

- a. Jalan tol merupakan lintas alternatif dari ruas jalan umum yang ada.
- b. Jalan tol dapat tidak merupakan lintas alternatif apabila pada kawasan yang bersangkutan belum ada jalan umum dan diperlukan untuk mengembangkan suatu kawasan tertentu.
- c. Ruas jalan umum sekurang-kurangnya mempunyai fungsi arteri atau kolektor.
- d. Dalam hal jalan tol bukan merupakan lintas alternatif, jalan tol hanya dapat dihubungkan ke dalam jaringan jalan umum pada ruas yang sekurang-kurangnya mempunyai fungsi kolektor

## **2. Syarat teknis**

- a) Jalan tol mempunyai tingkat pelayanan keamanan dan kenyamanan yang lebih tinggi dari jalan umum yang ada dan dapat melayani arus lalu lintas jarak jauh dengan mobilitas tinggi.
- b) Jalan tol yang digunakan untuk lalu lintas antarkota didesain berdasarkan kecepatan rencana paling rendah 80 (delapan puluh) Universitas Sumatera Utara 35 kilometer per jam, dan untuk jalan tol di wilayah perkotaan didesain dengan kecepatan rencana paling rendah 60 (enam puluh) kilometer per jam.
- c) Jalan tol didesain untuk mampu menahan muatan sumbu terberat (MST) paling rendah 8 (delapan) ton.

- d) Setiap ruas jalan tol harus dilakukan pemagaran, dan dilengkapi dengan fasilitas penyeberangan jalan dalam bentuk jembatan atau terowongan
- e) Pada tempat-tempat yang dapat membahayakan pengguna jalan tol, harus diberi bangunan pengaman yang mempunyai kekuatan dan struktur yang dapat menyerap energi benturan kendaraan.
- f) Setiap jalan tol wajib dilengkapi dengan aturan perintah dan larangan yang dinyatakan dengan rambu lalu lintas, marka jalan, dan/atau alat pemberi isyarat lalu lintas.
- g) Ketentuan dilaksanakan berdasarkan ketentuan peraturan lalu lintas dan angkutan jalan
- h) Ketentuan persyaratan teknik diatur lebih lanjut dengan peraturan Menteri.

### **3. Spesifikasi jalan tol**

- a. Tidak ada persimpangan sebidang dengan ruas jalan lain atau dengan prasarana transportasi lainnya;
- b. Jumlah jalan masuk dan jalan keluar ke dan dari jalan tol dibatasi secara efisien dan semua jalan masuk dan jalan keluar harus terkendali secara penuh;
- c. Jarak antarsimpang susun, paling rendah 5 (lima) kilometer untuk jalan tol luar perkotaan dan paling rendah 2 (dua) kilometer untuk jalan tol dalam perkotaan;
- d. Jumlah lajur sekurang-kurangnya dua lajur per arah;

- e. Menggunakan pemisah tengah atau median; dan
- f. Lebar bahu jalan sebelah luar harus dapat dipergunakan sebagai jalur lalu-lintas sementara dalam keadaan darurat



## BAB IV

### RINGKASAN

#### A. Gambaran Umum

Keberadaan jalan tol juga berarti dapat mempermudah ataupun mempercepat masyarakat menuju suatu daerah yang jauh dapat ditempuh secara cepat. Transportasi umum maupun pribadi merupakan contoh nyata yang digunakan oleh masyarakat setiap harinya. Upaya pembangunan infrastruktur jalan tol juga menjawab keresahan masyarakat mengenai kemacetan yang kerap terjadi di Tanah Air. Hal ini terjadi karena setiap harinya jumlah Meningkatnya pengguna transportasi pribadi semakin meningkat sejalan dengan populasi Penduduk di Indonesia yang meningkat. Seperti halnya dalam pembangunan infrastruktur pada daerah-daerah di tanah air yang di lakukam oleh pemerintah, Kabupaten Serdang Bedagai, Sumatera Utara adalah salah satu contoh wilayah pembangunan jalan tol. Daerah ini memiliki begitu banyak tempat wisata salah satunya wisata kuliner yaitu pasar tradisional Bengkel berbasis UMKM yang letaknya di perlintasan Trans Sumatera. Usaha Mikro Kecil dan Menengah dipasar bengkel ini sangat identik sekali dengan wilayah tersebut. Dengan adanya pasar ini maka membuat roda perekonomian disekitan pasar bengkel menjadi lebih baik. Namun saat ini dengan adanya pembangunan jalan tol yang dilakukan setidaknya peneliti mendata setidaknya ada sekitar 41 toko tutup pada tahun 2022.

**Tabel 1 Data Jumlah Penduduk Tahun 2021 Berdasarkan Pekerjaan Desa Bengkel Kec. Perbaungan Kab. Serdang Bedagai**

NO	JENIS PEKERJAAN								
	DUSUN	PNS	TNI/POLRI	KARYAWAN	WIRASWASTA	JASA	TANI	BURUH	JUMLAH
1	I	24	4	45	300	15	6	19	413
2	II	18	4	30	280	10	10	15	367
3	III	15	1	25	160	16	15	13	245
4	IV	15	2	28	302	20	30	11	408
5	V	-	-	6	60	17	35	40	158
	JUMLAH	72	11	134	1.102	78	96	98	1.591

Sumber : Kantor Kepala Desa, Desa Bengkel (2021)

**Tabel 2. Daftar Nama Toko Dodol dan Pemilik yang Masih Beroperasi  
Tahun 2021**

No.	Nama Toko	Nama Pemilik	No	Nama Toko	Nama Pemilik
1	Dodol Rina	Amiruddin	30	Dodol Mawar	Junaidi
2	Dodol Novita Sari	Amri	31	Dodol Saiyo	M. Nawi Lubis
3	Dodol Mentari 2	Andi Santika	32	Dodol New Indah	M. Rizki Rangkuti
4	Dodol Mentari	Andi Santika	33	Dodol Nahlda	M. Yusuf Nasution
5	Dodol Nining	Baniah	34	Dodol Wenny	Misran
6	Dodol Kurnia	Darman Hasibuan	35	Dodol Melati	Nur Azizah
7	Dodol Podo Seneng 2	Ekawati	36	Dodol Rinto 1	Nurma Sari
8	Dodol Rezza	Fatimah	37	Dodol Nurmi	Nurmiyanti
9	Dodol Irma	Fatimah	38	Dodol Nurmi 2	Nurmiyanti
10	Dodol New Pulungan	Gusnar Efendi Pulungan	39	Dodol Citra	Rahmawati Nst
11	Dodol Mak Atik	H. Amran Nasution	40	Dodol Riana	Riana
12	Dodol Deli	H. Amran Nasution	41	Dodol Siti Rahayu	Siti Rahayu
13	Dodol Sinar Serdang	H. Jamaluddin	42	Dodol Pulungan	Sri Gunawan Pulungan
14	Dodol Purnama	H. M. Arifin Lubis	43	Dodol Berkah	Suhana
15	Dodol Hariati	H. Nazammuddin	44	Dodol Riska 1	Sukamdi
16	Dodol Nona Lubis	H. Zulfikar Lubis	45	Dodol Riska 2	Sukamdi
17	Dodol Indah	Hj. Arbaiyah	46	Dodol Sukesi	Sukesi
18	Dodol Hayati	Hj. Khairiyah	47	Dodol Teratai	Sunariato
19	Dodol Anugrah	Hj. Nursiah	48	Dodol Muria	Suratman
20	Dodol Linda	Hj. Rukaiyah	49	Dodol Budi	Sutrisno
21	Dodol Murni	Hj. Salamiah	50	Dodol Juwita	Syahrial Tanjung
22	Dodol Tekad 1	Hj. Seneng	51	Dodol Nisa	Syahrul Bahri
23	Dodol Sri Utami	Hj. Supaini	52	Dodol Reddo	Syamsul Wijaya
24	Dodol Fajar	Hj. Suryani	53	Dodol Yanti	Teti Gusyana
25	Dodol Kak Ida	Ida	54	Dodol Sari	Wahyuni
26	Dodol Mega	Indah P. Sari Rangkuti	55	Dodol Lestari	Wati
27	Dodol Sekar	Jaiman	56	Dodol Yasmin	Weni Setiawan
28	Dodol Kharisma	Jhon Pili	57	Dodol Soleha	Yanti
29	Dodol Sri Rezeki	Joni Suhairi	58	Dodol Fitra	Yuswati

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2021)

**Tabel 3. Daftar Nama Toko Dodol dan Pemilik yang Sudah Tutup Tahun 2021**

No	Nama Toko	Nama Pemilik	No	Nama Toko	Nama Pemilik
1	Dodol Nurmi 3	Nurmiyanti	22	Dodol Reihan	Jasmin
2	Dodol Chandra	Syafuddin	23	Dodol Ria	Suheri
3	Dodol Pak Iwan	Ridwan Sinaga	24	Dodol Madina	Darmayanti
4	Dodol Bintang Mas	Rina Herlina	25	Dodol Sukma	Yudernis
5	Dodol Rinto 2	Rinto	26	Dodol Juny	Juny
6	Dodol Rivai	Risnaldi	27	Dodol M. Riadi	Rustam Rasmidan
7	Dodol Sejahtera	Rita Maizar	28	Dodol Rani	Sutrani
8	Dodol Delta	Rubiah	29	Dodol Wati	Wati
9	Dodol Raudah	Rukiah	30	Dodol Puja	Lasni
10	Dodol Sari Utami	Ruslina	31	Dodol Denni	Henny
11	Dodol Riska 3	Sukamdi	32	Dodol Isya	M. Zaini
12	Dodol Sahabat Baru	Yuslina	33	Dodol Ani	Jubaidah
13	Dodol Rini	Rini	34	Dodol Putri	Rafli
14	Dodol Sanjo 2	M. Nawi Lubis	35	Dodol Salsabila	Eko Subakti
15	Dodol Fitra	Syaiful	36	Dodol Kartika	Hj. Maimunah
16	Dodol Istana	Khairina	37	Dodol Tengku	Zulazmi
17	Dodol Azwar	Ilhamsyah	38	Dodol Julianda	Sri
18	Dodol Nurmi 4	Nurmiyanti	39	Dodol Cahaya	M. Yusuf
19	Dodol Podo Seneng 3	H. Basri	40	Dodol Puspita	Zulkarnain
20	Dodol Nurlela	Syahrial	41	Dodol Delima	Zulkifli
21	Dodol Lezat	Darwis			

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2021)

## **B. Perumusan**

Sesuai dengan apa yang dijelaskan dalam latar belakang, peneliti ingin mengetahui bagaimana transformasi pedagang UMKM di Pasar Bengkel pasca pembangunan jalan tol di desa Bengkel, Serdang Bedagai. Berangkat dari latar belakang dan judul dalam penelitian ini, maka peneliti menyusun rumusan masalah dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut bagaimana “Strategi Integrasi Pembangunan Infrastruktur Pada Sistem Pemasaran Produk UMKM di Kabupaten Serdang Bedagai pasca pembangunan jalan tol di desa Bengkel”.

### C. Kerangka Pemikiran

Pembangunan merupakan suatu usaha yang dilakukan bisa dari perseorangan atau suatu negara yang diharapkan adanya perubahan ke taraf yang lebih baik dan untuk kesejahteraan manusia. Salah satunya pembangunan jalan tol Medan-Kualanamu-Tebing Tinggi diharapkan dapat membantu memperlancar aktifitas masyarakat yang pastinya lebih efisien. Adanya pembangunan jalan tol ini memiliki efek atau perubahan bagi pelaku usaha Pasar Bengkel. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif dengan maksud mengidentifikasi fakta yang terjadi. Berawal dari pemilihan materi Transformasi Pedagang UMKM di Pasar Bengkel Pasca Pembangunan Jalan Tol. Dengan memfokuskan pada transformasi pedagang UMKM-nya saja, maka skema kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dilihat dari gambar berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

## **D. Ulasan**

### **1. Deskripsi**

Kabupaten Serdang Bedagai terletak pada posisi 20 57” Lintang Utara, 30 16” Lintang Selatan, 980 33” Bujur Timur, 990 27” Bujur Barat dengan luas wilayah 1.999,22 Km<sup>2</sup> dengan batas wilayah sebagai berikut sebelah utara dengan Selat Malaka, sebelah Selatan dengan Kabupaten Simalungun, sebelah timur dengan Kabupaten Asahan dan Kabupaten Simalungun, serta sebelah Barat dengan kabupaten Deli Serdang. Dengan ketinggian wilayah 0-500 meter dari permukaan laut. Kabupaten Serdang Bedagai mempunyai Kecamatan salah satunya adalah Kecamatan Perbaungan. Kecamatan Perbaungan merupakan sebuah Kecamatan yang luas wilayahnya 111,620 Km<sup>2</sup> yang terdiri dari 4 kelurahan dan 24 Desa, salah satu desanya ialah Desa Bengkel.

### **2. Penyajian Data**

#### **2.1 Informan**

Dalam penelitian ini peneliti akan menyajikan data informan penelitian yang diambil pada bulan Juni 2019 dengan melakukan wawancara secara mendalam kepada pihak-pihak yang berhubungan dengan judul penelitian ini yakni Dinas tenaga kerja koperasi dan usaha mikro Kab. Serdang dan 2 pemilik toko dodol sebagai informan kunci serta 3 Karyawan toko dodol sebagai informan utama. Serta Pakar Ilmu Pemasaran

#### **2.2 Temuan dilapangan mengenai transformasi pedagang UMKM di pasar Bengkel pasca pembangunan jalan Tol**

Data dan Informasi mengenai sistem integrasi pedagang UMKM di pasar bengkel pasca pembangunan jalan tol ini diperoleh dari hasil

wawancara dengan Dinas tenaga kerja koperasi dan usaha mikro Kab. Serdang Bedagai, Pedangan UMKM desa Bengkel dan karyawan/I yang bekerja di beberapa UMKM di pasar bengkel.

### **2.3 Dampak Positif dan negatif pembangunan Jalan Tol Kota Medan Kuala**

#### **Namu – Kota Tebing Tinggi**

Setiap perubahan yang dilakukan pasti memiliki dampak positif maupun negatif begitu juga dampak pembangunan jalan Tol Medan Kuala Namu – Tebing Tinggi. Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (PUPR) menyelesaikan pembangunan Jalan Tol Kuala Tanjung-Tebing Tinggi-Parapat untuk permudah akses dari Medan ke Kawasan Pariwisata Strategis Nasional (KSPN) Danau Toba. Dengan terbangunnya akses jalan akan meningkatkan akselerasi pengembangan destinasi wisata. “Akses jalan yang semakin baik akan menunjang perekonomian masyarakat di kawasan wisata, dan dengan dibangunnya Jalan Tol Kuala Namu-Tebing Tinggi-Parapat dapat memperbanyak aksesabilitas ke Danau Toba sehingga para wisatawan mempunyai banyak pilihan jalur transportasi, mulai dari moda transportasi udara, laut dan darat. Dengan adanya jalan tol dari Medan, dapat menghidupkan perekonomian daerah yang dilalui hingga Parapat. Pembangunan jalan tol ini diharapkan akan memacu pertumbuhan ekonomi Sumatera Utara termasuk sektor ekonomi Pelabuhan Kuala Tanjung dan Pariwisata tujuan Danau Toba yang dapat ditempuh dengan waktu cepat. Selaku Kasi Pemberdayaan Usaha Mikro, Kab. Serdang Bedagai ibu yusva mengatakan :

“ Bahwa dampak positif pasca pembangunan jalan tol yang sangat terasa sekali adalah penguraian/pengurangan kemacetan yang sangat signifikan karena selama ini kawasan pasar bengkel dan sekitarnya selalu mengalami kemacetan yang berkepanjangan. Dengan adanya jalan tol yang dibangun maka perjalanan akan lebih singkat.”

Selanjutnya Peneliti mewawancarai beberapa pedagang UMKM dikawasan pasar bengkel mereka mengatakan demikian, artinya dampak positif pembangunan jalan tol sangat mengurangi kemacetan dikawasan pasar bengkel. Kemudian Peneliti mencoba mewawancarai karyawan yang bekerja di toko-toko pasar bengkel mereka juga kompak mengatakan hal yang sama yakni hanya dapat mengurai kemacetan namun berdampak negatif sekali bagi UMKM di pasar Bengkel.

Sedangkan dampak Negatif pasca pembangunan jalan tol Medan kualanamu – Tebing Tinggi sendiri adalah Para pedangan UMKM mengatakan bahwa pendapat mereka menurun drastis bahkan mereka terpaksa merumahkan beberapa karyawan yang bekerja di Toko mereka. Jika awalnya mereka dapat mempekerjakan 4 sampai 5 karyawan sekarang mereka hanya mempekerjakan 1 atau 2 karyawan saja.

Para pengunjung biasanya mampir di toko mereka untuk makan, minum atau bahkan membeli oleh-oleh khas UMKM pasar bengkel untuk diberikan ke keluarga, sanak saudara maupun temen. Tetapi mereka sekarang urung mampir karena ingin cepat sampai. Beberapa Travel yang bekerja sama dengan toko UMKM desa bengkel pun tidak bisa menolak permintaan penumpang untuk



memakai jalur jalan Tol hal ini tidak dapat dihindarkan demi kepuasan dari penumpang travel itu sendiri.

## **2.4 Strategi Integrasi Pembangunan Infrastruktur Pada Sistem Pemasaran Produk UMKM**

Pemasaran yang efektif adalah pemasaran yang lebih berorientasi konsumen, bukan berorientasi produk. Pemasaran berhubungan erat dengan upaya untuk memenuhi berbagai kebutuhan yang ada dan mengantisipasi kebutuhan-kebutuhan yang akan datang, dan semua aktivitas ini tidak harus berakhir dengan upaya mempengaruhi atau dipengaruhi. Pengertian pemasaran adalah suatu system keseluruhan dari kegiatan-kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial. Begitu pula dengan pemasaran yang dilakukan oleh pedagang UMKM di Pasar Bengkel untuk menarik pengunjung yang datang ke masing-masing toko mereka. Kegiatan pemasaran yang biasa dilakukan pihak pedagang seperti: produk, tempat, promosi dan harga. Berdasarkan hasil wawancara pedagang UMKM di Pasar bengkel mereka selalu berusaha menjaga kualitas produk mereka, menjaga kebersihan dan kenyamanan pengunjung menyediakan tempat makan, istirahat, toilet bahkan musholah bagi para pengunjung yang singgah. Sedang untuk harga sendiri para pedangan mengatakan mematok harga yang wajar dan kompetitif untuk dodol harganya Rp20.000 – Rp30.000, kalau untuk keripik Rp5.000 dan Rp10.000 hal ini tergantung pada

ukuran asing- masing. Namun untuk promosi sendiri mereka tidak menggunakan sistem online hanya menetap di toko saja.

Peneliti juga mewawancarai wisatawan Pasar Bengkel yang sedang berkunjung bernama Rina beliau harapan untuk kemajuan ataupun masa depan Pasar Bengkel agar dapat diminati seperti dulu sebelum adanya jalan tol mengingat bahwa Pasar Bengkel ini sudah sejak dulu menjadi tempat wisata kuliner dengan dodol sebagai khasnya,“Lebih membuat keunikan dan kreatifitas di Pasar Bengkel. Sehingga pengunjung yang singgah tidak hanya disajikan oleh berbagai produk UMKM tapi juga dapat berwisata dan beswafoto diarea pasar bengkel.

Ibu yusva sendiri selaku Kasi Pemberdayaan Usaha Mikro, Kab. Serdang Bedagai mengatakan ada banyak upaya yang telah dilakukan untuk meningkatkan kembali pendapat para pelaku UMKM didesa bengkel yakni dengan cara memfasilitasi para pelaku UMKM untuk menggunakan pemasaran digital. Jadi membuka mindset para pelaku UMKM tidak hanya berharap dari kegiatan pemasaran konvensional seperti yang mereka lakukan sebelum adanya pembangunan infrastruktur jalan tol. Upaya pemerintah sendiri melalui dinas Koperasi usaha kecil dan menengah bahwa:

1. Pada Juni 2022 telah mengundang dan kemudian melatih para pedagang UMKM di Serdang Bedagai dan mayoritas yang mengikuti acara ini adalah para pelaku UMKM di Pasar Bengkel dengan memeberikan materi dan sosialisasi bagaimana menjual dan memasarkan prodek mereka melalui digital marketing, E-Commerce/

market place. Acara tersebut dilakukan selama tiga hari berturut-turut dan bertempat di pantai cermin dengan narasumberpraktisi yang sudah berpengalaman dan tentunya kompeten dibidangnya. Hal yang diajarkan pada acara tersebut seperti bagaimana pengambilan gambar produk yang baik dan menarik, pembuatan video serta akun sosial media yang akan digunakan. Bahkan dalam acara ini mereka juga di perkenalkan dengan *e-commerce* bagaimana membuat aakun dan pendaftarkannya di *e-commerce* besar seperti shope, Tokopedia maupun Lazana yang saat ini digandrungi masyarakat Indonesia. Untuk even-even ini sendiri piak Dinas Koperasi dan usaha kecil menengah kabupaten serdang bedagai tidak dapat memastikan akan berapa even yang akan dilakukan setiap bulannya atau tahannya karena hal ini tergantung oleh anggaran yang diajukan dan diberikan pemerintah.

2. Pihak dinas Koperasi dan usaha mikro kecil menengah kabupaten serdang bedagai sudah telah mengupayakan agar pedagang UMKM khususnya yang paling berdampak pada pembanguna jalan tol untuk mendapat dispensasi harga toko yang berada di rest area jalan tol agar meraka dapat tetap berjualan dan memperkenalkan produk-produk yang mereka jual untuk para pengunjung yang melintas di kawasan rest area jalan tol namun hingga saat ini upaya mereka tidak membuahkan hasil. Menginagt harga satu lost toko yang berada di rest area masih sangat mahal dan tidak terjangkau oleh pelaku

UMKM. Bayangkan saja 1 lost untuk ukuran yang paling kecil harga sewanya mencapai 50 juta pertahun dan harus lunas diawal. Tentu hal ini sangat memberatkan bagi pelaku UMKM. Hingga saat ini masih belum ada kesepakatan yang memihak pada UMKM.

3. Selain melakukan upaya pemasaran digital yang lebih modern para dinas terkait juga melakukan pendampingan terhadap SDM (Pelaku UMKM) dalam hal ini mendampingi pembuatan kemasan yang menarik serta mendampingan pembuatan labeling para produk.
4. Pihak terkait juga turut melibatkan para pelaku UMKM untuk turut serta mempromosi produk mereka melalui bazar-bazar yang dilakukan dikota Medan dan sekitarnya. Serti lapang merdeka Medan, Mesjid Agung Medan dan tempat-tempat lainnya.
5. Di wisata wong rame juga pernah diadakan even pameran UMKM Kab. Serdang bedagai
6. Di galeri Plut Dinas Koperasi & UKM Propinsi Sumatera Utara Digatedung Jln. Gatot Subroto beberapa UMKM yang sesuai kriteria juga dipromosikan di galeri tersebut.
7. Pada saat bapak menteri Sandiaga Uno selaku menteri pariwisata dan ekonomi kreatif berkunjung ke kabupaten Serdang Bedagai Didesa Bulu Duri Kec. Sipis-pis juga diupayakan pameran dan promosi selama 3 hari berturut-turut.

Selanjutnya Peneliti Mewawancarai Salah satu Dosen yang fokus bidang Ilmunya adalah pemasaran, Menanggapi fenomena yang terjadi dikawasan pasar

bengkel beliau mengatakan bahwa sistem integrasi harus dilakukan dengan baik hal ini tidak dapat terlepas dari dukungan dari pemerintah dan tentunya para pelaku UMKM itu sendiri. Pemerintah harus memberikan solusi yang nyata dan langkah yang tegas guna menghidupkan kembali geliat perekonomian khususnya di desa bengkel kabupaten serdang bedagai. Alangkah bijaksananya jika pemerintah membuat kebijakan dalam hal ini pembangunan jalan tol, juga harus memikirkan dampak yang akan timbul khususnya pada masyarakat disekitar jalan tol tersebut. Tentu pada saat ini kita berharap pemerintah mau memfasilitasi maupun menjempati kesepakatan antara para pedagang UMKM dengan pengelola jalan tol agar memberikan ruang untuk membuka dagangan di rest area yang tentunya mendapat dispensasi harga. Ibu DR. Fitria juga mengatakan pedagang juga harus giat dan lebih kreatif lagi dalam memasarkan produk-produknya hal ini dalam hal ini pedagang tidak boleh hanya berharap kunjungan dari pengunjung saja tapi harus dapat memasarkan produknya secara luas melalui digital marketing yang nantinya pembeli bisa datang dari mana saja termasuk dari seluruh pelosok negeri maupu permintaan dari luar negri. Hal ini tentu saja bisa terjadi bila pemerintah dan pelaku UMKM sendiri mau konsisten dalam memasarkan produk mereka.

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Herry Buchori, Djaslim, Saladin (2013). Manajemen Pemasaran. Linda Karya. Bandung.
- Abdul Hakim. (2004) Ekonomi Pembangunan. Yogyakarta: Ekonisia Kampus Fakultas Ekonomi UII
- Ahman, E. (2007). Ekonomi dan Akuntansi: Membina Kompetensi Ekonomi. (D. A. Badri, Penyunt.) Bandung: Grafindo Media Pratama.
- Arsana, J. ., & Dkk. (2018). Perencanaan Prasarana Perkotaan. Yogyakarta: Deepublish.
- Chaerunnisa, D.N. (2014). Pengaruh Infrastruktur Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Kota Sukabumi. Skripsi. Bogor: Institut Pertanian Bogor
- Deliyanti Oentoro. (2012) Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: LaksBang PRESSindo
- Didit, Purnomo. (2009) Fenomena Migrasi Tenaga Kerja Dan Peranya Bagi Pembangunan Daerah Asal (Studi Empiris Di Kabupaten Wonogiri) Jurnal Ekonomi Pembangunan Vol. 10, No.1, Juni 2009, hal. 84 – 102.
- Eko Fajar Cahyono (2012) Analisis Pengaruh Infrastruktur Ekonomi Terhadap Produk Domestik Bruto Di Indonesia. Universitas Islam Negeri Malang
- Fathani Muttakin (2018).Pengaruh infrastruktur jalan Tol terdapat Pendapatan Masyarakat Desa (Teluk Rendah Kecamatan Tebo Ilir Kabupaten Tebo). Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi
- Grigg, N. Dan Fontane, D. G. (2000) Infrastructure System Management & Optimazation Internasional Civil Engineering Departement Diponegoro University
- Ikrom, Muhammad Rosyidin. (2017). Dampak Pembangunan Tol Cikopo Palimanan Terhadap Kondisi Mata Pencaharian Dan Pendapatan Masyarakat Desa Tegalkarang, Palimanan, Cirebon. Jakarta. Program Studi Pendidikan IlmuPengetahuan Sosial Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta
- Harun, Rochajat dan Ardianto, Elvinaro. (2011) Komunikasi Pembangunan dan Perubahan Sosial. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Hendra Julianto, Noptri Jumario (2018). Pengaruh Pembangunan Infrastruktur Jalan Terhadap Penataan Kawasan Kumuh Pesisir Kota Tarakan. Universitas Kaltara,Tanjung Selor

- Herianto, Roziqin M. (2012). Dampak Pembangunan Jalan Lingkar Selatan Salatiga Terhadap Perkembangan UKM di Sekitar Jalan Lingkar Selatan Salatiga. Salatiga: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi AMA Salatiga
- Kodoatie, Robert J. (2005) Pengantar Manajemen Infrastruktur. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2.Jakarta: PT. Indeks
- Kotler dan Keller. (2009) Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2008) Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Moriarty, S., Mitchell, N. & Wells, W. (2011) Advertising. Edisi 8. Jakarta: Kencana.
- Muljarjadi, Bagdja. (2011) Pembangunan Ekonomi Wilayah. Sumedang: UNPAD Press.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 15 Tahun 2005 Tentang Jalan Tol
- Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 38 Tahun 2015, Kerjasama Pemerintah dengan Badan Usaha dalam Penyediaan Infrastruktur. 20 Maret 2015. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2015 Nomor 62. Jakarta.
- Prasetyo, Rindang & Firdaus. (2009). Pertumbuhan Infrastruktur pada Pertumbuhan Ekonomi Wilayah di Indonesia. Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Pembangunan. Volume 2, No 2
- Simanjuntak, Timbul Hamonangan., dan Imam Mukhlis. (2012). Dimensi Ekonomi Perpajakan dalam Pembangunan Ekonomi, Edisi 1. Jakarta: Penerbit Raih Asa Sukses.
- Sjamsuddin , Nazaruddin, 1989, Integrasi Politik di Indonesia, Gramedia, Jakarta
- Subandi, (2011) Ekonomi Pembangunan. Cetakan Kesatu. Bandung: Alfabeta.
- Sudaryono. (2016) Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Sumampouw, J.O., dan Jack Roebijoso. (2017). Pembangunan Wilayah Berwawasan Kesehatan. Yogyakarta: Deepublish
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV.
- Suliyanto. (2018). Metode Penelitian Bisnis. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.

- Sumarni, Murti dan John Soeprihanto. 2010. Pengantar Bisnis (Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan). Edisi ke 5. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta
- Tikson, Deddy. T. 2005. Administrasi Pembangunan. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono & Chandra, G. ( 2012). Pemasaran Strategik. Edisi Kedua. Yogyakarta Yogyakarta: ANDI
- Todaro P. Michael. (2000) Pembangunan Ekonomi Dunia Ketiga Jilid I, Jakarta : Erlangga
- Tunjung Hapsari (2011). Pengaruh Infrastruktur terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta
- Yeni, Absah dkk. (2016). Strategi Bersaing. USU Press. Medan
- Zupi Andriyani Sagala (2019). Pengaruh Pembangunan Infrastruktur Jalan Dan Sumber Daya Alam Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Di Kabupaten. Labuhanbatu Utara. Universitas Negeri Sumatera Utara



# **STRATEGI INTEGRASI PEMBANGUNAN INFRASTRUKTUR**

**RUSMEWAHNI, SE.,M.SI**

Perbaikan wilayah adalah pekerjaan untuk mendorong kemajuan status keuangan, mengurangi perbedaan atau kesenjangan antar wilayah dan mengikuti keterjagaan ekologis dalam suatu ruang. Strategi Kemajuan teritorial sangat penting mengingat keadaan topografi yang sebenarnya, kontras sosial, moneter, dan sosial antara masyarakat umum lokal dengan kabupaten yang berbeda sehingga pelaksanaan pendekatan kemajuan daerah yang sebenarnya harus disesuaikan dengan keadaan, potensi, dan permasalahan dalam ruang yang bersangkutan. Area Pengembangan Strategis adalah alasan untuk persiapan jangka panjang yang dibentuk sebagai fondasi yang dapat memperkuat kemajuan kerangka kerja. Wilayah Pengembangan Strategis adalah basis perencanaan keterpaduan infrastruktur yang menstimulasi pembangunan infrastruktur agar secara bersamaan cluster industri dan perkotaan tumbuh agar hasil ekspor mempunyai daya saing yang lebih tinggi.



Penerbit  
PT Inovasi Pratama Internasional  
[www.ipinternasional.com](http://www.ipinternasional.com)