

**Strategi Pemasaran UKM
Melalui Program CSR
di Perbatasan Kalimantan Utara**

deepublish / publisher

UU No 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta

Fungsi dan sifat hak cipta Pasal 4

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

Pembatasan Pelindungan Pasal 26

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- i. penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- ii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- iii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- iv. penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

Strategi Pemasaran UKM Melalui Program CSR di Perbatasan Kalimantan Utara

Dr. Hj. Rahmawati, S.E., M.M.

Bramantika Oktaviani, S.E., M.Si., Ak., CA, CPA.

Dr. Muh. Djamal, M.Si.



**STRATEGI PEMASARAN UKM LEWAT PROGRAM CSR
DI PERBATASAN KALIMANTAN UTARA**

**Rahmawati
Bramantika Oktaviani
Muh. Djamal**

Desain Cover : Herlambang Rahmadhani
Tata Letak Isi : Tia Dwijayanti
Sumber Gambar : www.acmehousing.com/images/csr1.png

Cetakan Pertama: Maret 2018

Hak Cipta 2018, Pada Penulis

Isi diluar tanggung jawab percetakan

Copyright © 2018 by Deepublish Publisher
All Right Reserved

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau
memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini
tanpa izin tertulis dari Penerbit.

**PENERBIT DEEPUBLISH
(Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA)**
Anggota IKAPI (076/DIY/2012)

Jl.Rajawali, G. Elang 6, No 3, Drono, Sardonoharjo, Ngaglik, Sleman
Jl.Kaliurang Km.9,3 – Yogyakarta 55581
Telp/Faks: (0274) 4533427
Website: www.deepublish.co.id
www.penerbitdeepublish.com
E-mail: cs@deepublish.co.id

Katalog Dalam Terbitan (KDT)

RAHMAWATI

Strategi Pemasaran UKM Melalui Program CSR di Perbatasan Kalimantan
Utara/oleh Rahmawati, Bramantika Oktaviani, & Muh. Djamal.--Ed.1, Cet. 1--
Yogyakarta: Deepublish, Maret-2018.

xii, 67 hlm.; Uk:17.5x25 cm

ISBN 978-602-453-916-0

1. Manajemen Pemasaran

I. Judul

658.81

RINGKASAN

Pengembangan orientasi kewirausahaan dan strategi pemasaran, penting untuk dilakukan oleh pemerintah dan pihak private untuk memberikan perhatian terhadap pelaku UMKM, khususnya yang berada di daerah perbatasan. Dimana hingga saat ini masih banyak hambatan yang terjadi dilapangan dalam aktivitas pengembangan usaha dillevel mikro. Harapan agar perusahaan swasta mampu memiliki program sosial yang memiliki kesinambungan terhadap program pemerintah menjadi salah satu tujuan dilakukannya penelitian ini. Tujuan akhir adalah agar pencapaian masyarakat para pelaku UMKM mampu menjalankan usaha mereka secara berkelanjutan (*sustainability*) serta memiliki keseimbangan yang selaras dengan kondisi di era Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) dapat diwujudkan melalui sumbangsih berupa pengetahuan keilmuan pemasaran dalam kreatifitas sistem produksi, pelayanan, harga, serta pendistribusian produk. Serta tujuan jangka panjangnya adalah agar perusahaan-perusahaan yang beroperasi khususnya diperbatasan Kalimantan Utara mampu menjadi fasilitator masyarakat pelaku usaha UMKM untuk mengembangkan usaha yang dimiliki serta memberikan pembinaan khusus agar UMKM tidak hanya tumbuh dalam jumlah tetapi juga berkembang dalam kualitas dan daya saing produknya.

Metode penelitian menggunakan analisis data Sekunder terhadap data dokumentasi pemerintah serta analisis data primer yang dilakukan dengan menggunakan metode wawancara terbuka serta observasi lapangan. Data dianalisis dengan menggunakan metode kualitatif. Hasil penelitian menunjukan jika terdapat sejumlah hambatan baik secara internal maupun eksternal diantaranya adalah akses pasar yang masih tergantung dengan pasar Malaysia. Saran yang diberikan terkait permasalahan tersebut adalah 1. Mengadakan training UMKM secara berkelanjutan dan terencana, 2. Memanfaatkan fasilitas tol laut, 3. Pemberian Subsidi untuk ongkos kirim produk unggulan, 4. Pembuatan aplikasi *e-marketing*, 5. Melakukan kerjasama program PKBL/CSR Perusahaan

Kata Kunci: UMKM, CSR, Strategi Pemasaran, Perbatasan Kaltara

PRAKATA

Puji beserta syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kesehatan dan rahmat-Nya kepada tim peneliti sehingga laporan kemajuan Penelitian Unggulan Perguruan Tinggi (PUPT) ini bisa diselesaikan tepat pada waktunya. Oleh karenanya ucapan terima kasih turut kami sampaikan kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan penelitian ini yaitu kepada Kementerian Riset dan Teknologi selaku penyandang dana, Universitas Mulawarman yang dalam hal ini diwakilkan oleh pihak Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LP2M) Universitas Mulawarman, seluruh tim *eunomator*, dan khususnya kepada seluruh narasumber di Kabupaten Nunukan dan Kecamatan Sebatik di Provinsi Kalimantan Utara. Lebih lanjut, penulis menyadari, masih terdapat banyak kekurangan yang terdapat dalam penelitian ini. Sehingga, adanya kritik, saran serta masukan yang membangun akan sangat diharapkan demi perbaikan lebih lanjut. Akhir kata, ucapan terima kasih kami haturkan.

Samarinda, 30 Oktober 2017

Penulis

deer

DAFTAR ISI

RINGKASAN	v
PRAKATA	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Tujuan dan Sasaran	3
1. Tujuan.....	3
2. Sasaran.....	4
1.3 Keluaran	4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Konsep Pemetaan Sosial.....	7
2.2 Konsep Pemberdayaan Masyarakat	8
2.3 Strategi Pemasaran.....	9
2.4 Cooperate Social Responsibility (CSR).....	12
BAB 3 TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN	13
3.1 Tujuan Penelitian	13
3.2 Manfaat Penelitian	13
3.2.1. Manfaat Teortis	13
3.2.2. Manfaat Empiris	14
BAB 4 METODE PENELITIAN	15
4.1 Definisi Operasional.....	15
4.2 Populasi dan Sampel	16
1. Populasi.....	16
2. Sampel	16
4.3 Pendekatan Penelitian	17

4.4	Lokasi dan Waktu Penelitian	17
4.4.1.	Lokasi Penelitian	17
4.4.2.	Waktu Penelitian	17
4.5	Teknik Pengumpulan Data	18
4.5.1.	<i>Observasi/</i> Pengamatan	18
4.5.2.	Wawancara Mendalam	18
4.5.3.	Dokumentasi	19
4.6	Informan Penelitian	20
4.7	Analisis Data.....	20
BAB 5	HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI	21
5.1	Kabupaten Nunukan.....	21
A.	Identifikasi Potensi Fisik, Sosial dan Budaya	21
B.	Kecamatan Nunukan.....	25
C.	Kondisi Sosial dan Budaya	26
D.	Kondisi ekonomi	29
E.	Potensi.....	30
F.	Permasalahan.....	31
5.2	Kecamatan Sebatik Tengah	32
A.	Identifikasi Potensi Fisik dan Lingkungan.....	32
B.	Kondisi Sosial Dan Budaya.....	34
C.	Kondisi Ekonomi.....	34
D.	Potensi.....	36
E.	Permasalahan.....	40
BAB 6	KESIMPULAN DAN SARAN	48
6.1	Kesimpulan.....	48
6.2	Saran.....	49
DAFTAR PUSTAKA		51
LAMPIRAN		53
1.	Transkrip <i>Interview</i>	53
2.	Abstract	67

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1.	Jadwal Penelitian Tahun Pertama	18
Tabel 5.1.	Luas desa/Kelurahan di Kecamatan Sebatik Utara	26
Tabel 5.2.	Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin	27
Tabel 5.3.	Kepadatan Penduduk Menurut Desa di Kecamatan Sebatik Utara	28
Tabel 5.4.	Jumlah Rumah Tangga Perikanan menurut sub sektor Perikanan di Kecamatan Sebatik Timur Tahun 2016	29
Tabel 5.5.	Sektor Ekonomi Masyarakat Kecamatan Sebatik Tengah	35

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.2.	Alur Proses Wawancara.....	19
Gambar 5.1.	Daftar Kecamatan di Kabupaten Nunukan dalam Grafik	22
Gambar 5.2.	Jarak dari Ibu Kota Kecamatan menuju Ibu Kota Kabupaten di Nunukan	23
Gambar 5.3.	Nama dan Ukuran Panjang Sungai di Kabupaten Nunukan	24
Gambar 5.4.	Peta Kecamatan Nunukan, Kabupaten Nunukan, Provinsi Kalimantan Timur	25
Gambar 5.5.	Grafik jumlah Penduduk menurut desa di Kecamatan Nunukan	28
Gambar 5.6.	Komposisi Penduduk menurut tingkat Pendidikan	30
Gambar 5.7.	Kecamatan Sebatik Tengah	32
Gambar 5.8.	UKM Centre Karang Unarang	41
Gambar 5.9.	Salah satu pelaku usaha mikro dan produk-produk olahan khas Kecamatan Sebatik Tengah.....	42
Gambar 5.10.	Aneka Macam produk UMKM dari berbagai pelaku usaha di Pulau Sebatik.....	43

DAFTAR LAMPIRAN

1. Transkrip Interview.....	53
2. Abstract	67

deepublish / publisher

deepublish / publisher

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kalimantan Utara (Kaltara) adalah sebuah provinsi di Indonesia yang terletak di bagian utara Pulau Kalimantan. Provinsi ini berbatasan langsung dengan negara tetangga, yaitu Negara Bagian Sabah dan Serawak. Saat ini, Kaltara merupakan provinsi termuda di Indonesia, dan telah resmi disahkan menjadi provinsi dalam rapat paripurna DPR pada tanggal 25 Oktober 2012 berdasarkan Undang-undang Nomor 20 Tahun 2012. Kementerian Dalam Negeri menetapkan 11 daerah otonomi baru yang terdiri atas satu provinsi dan 10 kabupaten, termasuk Kaltara pada hari Senin, 22 April 2013.

Berdasarkan pembentukan tersebut Pemerintahan Provinsi Kaltara saat ini tengah menyusun berbagai macam strategi agar masyarakat yang berada diwilayah tersebut dapat merasakan persatuan dalam satu negara yakni Negara Indonesia, hal tersebut sama halnya dengan apa yang menjadi tujuan Pemerintah Indonesia dalam teks program Nawa Cita ke 2 sampai dengan ke 5 yang di berikan oleh Presiden Jokowi, yakni: 2) Membangun Indonesia dari pinggiran dengan memperkuat daerah-daerah dan desa dalam kerangka negara kesatuan, 3) Meningkatkan kualitas hidup manusia Indonesia melalui peningkatan kualitas pendidikan dan pelatihan dengan program "Indonesia Pintar", serta peningkatan kesejahteraan masyarakat dengan program "Indonesia Kerja" dan "Indonesia Sejahtera" dengan mendorong *land reform* dan program kepemilikan tanah seluas 9 hektar, program rumah kampung deret atau rumah susun murah yang disubsidi serta jaminan sosial untuk rakyat di tahun 2019, 4) Meningkatkan produktivitas rakyat dan daya saing di pasar internasional sehingga bangsa Indonesia bisa maju dan bangkit bersama

bangsa-bangsa Asia lainnya, 5) Mewujudkan kemandirian ekonomi dengan menggerakkan sektor-sektor strategis ekonomi domestik.

Pada poin kedua, dalam teks nawa cita pun dikatakan bahwa “Membuat pemerintah tidak absen dengan membangun tata kelola pemerintahan yang bersih, efektif, demokratis, dan terpercaya, dengan memberikan prioritas pada upaya memulihkan kepercayaan publik pada institusi-institusi demokrasi dengan melanjutkan konsolidasi demokrasi melalui reformasi sistem kepartaian, pemilu, dan lembaga perwakilan” masyarakat pada wilayah kabupaten Nunukan beranggapan bahwa hingga saat ini pemerintah dianggap kurang memfasilitasi tata kelola pemerintahan yang ada, mulai dari administrasi penduduk hingga administrasi sekolah. Selain itu dalam hal pemenuhan kebutuhan bahan baku sendiri masyarakat lebih mempercayakannya kepada negara tetangga dikarenakan kurang lengkapnya bahan baku yang dipasok oleh Pemerintah Indonesia, sehingga kepercayaan masyarakat mengenai kebutuhan hidup ditujukan kepada negara tetangga yakni Malaysia.

Disisi lain, adanya pengembangan perusahaan asing yang memiliki program *Coorporate Social Responsibility* kemudian disingkat sebagai CSR merupakan kegiatan sukarela yang dilakukan Perusahaan kepada masyarakat disekitar lingkungan perusahaan, CSR belum terlalu akrab dikalangan pengusaha nasional, banyak perusahaan yang melakukan kegiatan CSR kepada masyarakat sebatas dalam bentuk sumbangan (*Community service*), padahal pada hakikatnya kegiatan CSR merupakan upaya untuk membuat masyarakat berdaya, sejahtera dan mandiri. Hasil survey yang dilakukan oleh Suprpto pada tahun 2005 terhadap 375 perusahaan di Jakarta menunjukkan bahwa 166 atau 44,27% perusahaan menyatakan tidak melakukan kegiatan CSR dan 209 atau 55,75% perusahaan melakukan kegiatan CSR. Sedangkan bentuk CSR yang dijalankan meliputi; pertama, kegiatan kekeluargaan (116 perusahaan), kedua, sumbangan pada lembaga agama (50 perusahaan), ketiga, sumbangan pada yayasan social (39) perusahaan keempat, pengembangan komunitas (4 perusahaan). Survei ini juga

mengemukakan bahwa CSR yang dilakukan oleh perusahaan amat tergantung pada keinginan dari pihak manajemen perusahaan sendiri.

Sebuah kemandirian tentunya akan muncul ketika masyarakat *marginal* tersebut memiliki daya atas apa yang dikehendakinya. salah satu wujud kemandirian adalah dengan menciptakan Desa EMAS yang terdiri dari beberapa pilar dimana peneliti mengambil beberapa pilar untuk dapat diterapkan diwilayah perbatasan Kalimantan Utara, yakni: pilar 1 tentang certif *technopreneur* dan certif keluarga sejahtera dan parentung dan juga pilar 2 nya yaitu Satu Desa Satu KUBE, Satu Desa Satu Klindes dan Pilar 5 yaitu Satu Desa Satu Produk Unggulan. Oleh karena itu untuk mewujudkan program tersebut kehadiran pemerintah yang juga dibantu oleh pihak perusahaan swasta yang berada diwilayah ini diharapkan dapat membantu mengembangkan berbagai macam sarana dan prasarana bagi masyarakat setempat melalui program CSR.

Program yang dibangun nantinya menggunakan model Perencanaan *Bottom up* dimana program yang dirancang bersumber dari masyarakat, oleh masyarakat dan untuk masyarakat.

1.2 Tujuan dan Sasaran

Dari latar belakang di atas maka dapat dimaknai bahwa tujuan dari penelitian ini adalah melakukan pemetaan sosial dengan menjangir aspirasi masyarakat mengenai potensi dan kemampuan mereka untuk mengembangkan perekonomian UMKM termasuk didalamnya *lifeskill*, selain itu pemetaan terhadap kriteria PMKS juga dapat dicakup dalam penelitian ini, dengan mengedepankan data primer yang diperoleh dari masyarakat itu sendiri dan data skunder yang dapat diperoleh dari data kecamatan dalam angka, monografi desa ataupun hasil studi lain terkait dengan wilayah.

1. Tujuan

Tujuan dari identifikasi kebutuhan (*need and assesment*) dan pemetaan sosial adalah

- Identifikasi potensi fisik, sosial dan budaya pada lingkungan yang menjadi objek penelitian

- Identifikasi kondisi masyarakat, skill dan karakteristik tertentu yang bersumber dari Sumber Daya Manusia (SDM) di sekitar perusahaan, terutama terkait dengan potensi serta resiko yang akan muncul dalam program pembangunan.
- Identifikasi kebutuhan yang diperlukan dari program CSR khususnya terkait aset produksi.
- Merencanakan berbagai kegiatan pembangunan dan pengembangan ekonomi dengan pendekatan PRA baik jangka pendek ataupun jangka panjang
- Memberikan inovasi terhadap pengembangan produk-produk unggulan daerah perbatasan

2. Sasaran

Sasaran dari identifikasi dan pemetaan ini meliputi

- Teridentifikasinya sebaran geografis wilayah-wilayah prioritas sasaran Program CSR/CD.
- Teridentifikasinya potensi fisik dan sosial lingkungan dan masyarakat sekitar Perusahaan.
- Teridentifikasinya kelompok penduduk prioritas mendapat fasilitas/bantuan melalui Program CSR/CD
- Terbentuknya rancangan Perencanaan pembangunan dan Pengembangan SDM serta ekonomi masyarakat berdasarkan *need and Assesment*
- Rekomendasi dan saran-saran.

1.3 Keluaran

Identifikasi sosial ekonomi masyarakat yang menjadi bahan dasar dalam penyusunan program-program CSR/CD perusahaan, dengan kegiatan ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi dan saran-saran serta menghasilkan data dan informasi tentang potensi wilayah dan/atau kelompok penduduk prioritas sebagai sasaran dari program pengembangan pemberdayaan masyarakat. Selain itu keluaran dari hasil penelitian ini juga akan membentuk sebuah rancangan Program CSR/CD khususnya bidang ekonomi bagi masyarakat, dalam

pelaksanaan program pembangunan bidang ekonomi tersebut diharapkan dapat memberikan perubahan signifikan terhadap kondisi sosial ekonomi masyarakat sekitar perusahaan.

No	Jenis Luaran		Indikator Pencapaian			
			TS ¹⁾	TS ²⁾	TS ³⁾	TS ⁿ⁾
1	Publikasi Ilmiah ²⁾	Internasional		submitted	accepted	
		Nasional Terakreditasi				
2	Pemakalah dalam Temu ilmiah ³⁾	Internasional	Tidak ada			
		Nasional	Tidak ada			
3	Invited speaker dalam temu ilmiah ⁴⁾	Internasional				
		Nasional	terdaftar	terlaksana		
4	Visiting Lecturer ⁵⁾	Internasional	Tidak ada			
5	Hak Kekayaan Intelektual (HKI) ⁶⁾	Paten	Tidak ada			
		Paten Sederhana	Tidak ada			
		Hak Cipta	Tidak ada			
		Merek Dagang	Tidak ada			
		Rahasia Dagang	Tidak ada			
		Desain Produk Industri	Tidak ada			
		Indikasi Geografis	Tidak ada			
		Perlindungan Varietas Tanaman	Tidak ada			
		Perlindungan Topografi Sirkuit Terpadu	Tidak ada			
6	Teknologi Tepat Guna ⁷⁾		Tidak ada			
7	Model/ Purwarupa/ Desain/Karya Seni/		Tidak ada			

No	Jenis Luaran		Indikator Pencapaian			
			TS ¹⁾	TS ²⁾	TS ³⁾	TS ⁿ
	Rekayasa Sosial ⁸⁾					
8	Buku Ajar (ISBN) ⁹⁾				editing	
9	Tingkat kesiapan Teknologi (TKT) ¹⁰⁾		Tidak ada			

deepublish / publisher

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konsep Pemetaan Sosial

Pemetaan sosial (*social mapping*) didefinisikan sebagai proses penggambaran masyarakat yang sistematis serta melibatkan pengumpulan data dan informasi mengenai masyarakat, di mana termasuk di dalamnya *profile* dan masalah sosial yang ada pada masyarakat tersebut. Merujuk pada Netting, Kettner dan McMurtry (1993), pemetaan sosial dapat disebut juga sebagai *social profiling* atau “pembuatan profile suatu masyarakat”.

Pemetaan sosial dapat dipandang sebagai salah satu pendekatan dalam Pengembangan Masyarakat yang oleh Twelvetrees (1991:1) didefinisikan sebagai “*The process of assisting ordinary people to improve their own communities by undertaking collective actions.*”

Sebagai sebuah pendekatan, pemetaan sosial sangat dipengaruhi oleh ilmu penelitian sosial dan geografi. Salah satu bentuk atau hasil akhir pemetaan sosial biasanya berupa suatu peta wilayah yang sudah diformat sedemikian rupa sehingga menghasilkan suatu image mengenai pemusatan karakteristik masyarakat atau masalah sosial, misalnya jumlah orang miskin, rumah kumuh, anak terlantar, yang ditandai dengan warna tertentu sesuai dengan tingkatan pemusatannya.

Mengacu pada Netting, Kettner dan McMurtry (1993:68) ada tiga alasan utama mengapa para praktisi pekerjaan sosial memerlukan sebuah pendekatan sistematis dalam melakukan pemetaan sosial:

1. Pandangan mengenai “manusia dalam lingkungannya” (*the person-in environment*) merupakan faktor penting dalam praktek pekerjaan sosial, khususnya dalam praktek tingkat makro atau praktek pengembangan masyarakat. Masyarakat di mana

seseorang tinggal sangat penting dalam menggambarkan siapa gerangan dia, masalah apa yang dihadapinya, serta sumber-sumber apa yang tersedia untuk menangani masalah tersebut. Pengembangan masyarakat tidak akan berjalan baik tanpa pemahaman mengenai pengaruh-pengaruh masyarakat tersebut.

2. Pengembangan masyarakat memerlukan pemahaman mengenai sejarah dan perkembangan suatu masyarakat serta analisis mengenai status masyarakat saat ini. Tanpa pengetahuan ini, para praktisi akan mengalami hambatan dalam menerapkan nilai-nilai, sikap-sikap dan tradisi-tradisi pekerjaan sosial maupun dalam memelihara keamanan dan mengupayakan perubahan.
3. Masyarakat secara konstan berubah. Individu-individu dan kelompok-kelompok bergerak kedalam perubahan kekuasaan, struktur ekonomi, sumber pendanaan dan peranan penduduk. Pemetaan sosial dapat membantu dalam memahami dan menginterpretasikan perubahan-perubahan tersebut.

2.2 Konsep Pemberdayaan Masyarakat

Pemberdayaan masyarakat adalah suatu upaya yang dilakukan untuk 'merubah' masyarakat agar menjadi lebih mampu untuk menganalisis keadaannya sendiri, kemudian memikirkan apa yang bisa dilakukan untuk memperbaiki keadaannya, serta mengembangkan potensi-potensi dan keterampilan mereka untuk meningkatkan kesejahteraan hidup. Oleh sebab itu pemberdayaan masyarakat hanya terjadi apabila perubahan perilaku masyarakat juga terjadi. Perubahan perilaku yang diharapkan oleh Metode PRA adalah perubahan perilaku yang membuat masyarakat kuat dan mandiri serta mengerti hak-hak dan kewajiban mereka.

Agar perilaku masyarakat dapat berubah, maka diperlukan adanya pendidikan. Namun pendidikan yang dimaksudkan di sini bukanlah pendidikan seperti pendidikan formal di sekolah, melainkan pendidikan yang berupa pembelajaran yang dilakukan oleh orang dewasa melalui kegiatan bersama. Berdasarkan prinsip dasar PRA, maka

peneliti bukan bertindak sebagai guru, namun hanya sebatas sebagai fasilitator belajar untuk saling berbagi pengetahuan dan pengalaman.

Secara praktis oleh sebab itu dalam jangka pendek Metode PRA bertujuan menyelenggarakan kegiatan bersama masyarakat untuk mengupayakan pemenuhan kebutuhan praktis dan peningkatan kesejahteraan masyarakat, sekaligus sebagai sarana proses belajar tersebut. Sedangkan secara startegis tujuan untuk jangka panjang adalah membawa visi di atas, yaitu mencapai Pemberdayaan Masyarakat dan Perubahan Sosial melalui pengembangan masyarakat dengan menggunakan pendekatan pembelajaran (Johani, 1996).

2.3 Strategi Pemasaran

Menurut Kotler (2000:5), pemasaran adalah "Sebuah proses sosial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, menawarkan dan secara bebas bertukar produk dan jasa yang bernilai dengan orang lain". Menurut Solomon dan Elnora (2003:221), segmentasi adalah "*The process of dividing a larger market into smaller pieces based on one or more meaningful, shared characteristic*".

Dengan melaksanakan segmentasi pasar, kegiatan pemasaran dapat dilakukan lebih terarah dan sumber daya yang dimiliki perusahaan dapat digunakan secara lebih efektif dan efisien dalam rangka memberikan kepuasan bagi konsumen. Selain itu perusahaan dapat melakukan program-program pemasaran yang terpisah untuk memenuhi kebutuhan khas masing-masing segmen.

Ada beberapa variabel segmentasi yaitu:

1. Demografis

Segmentasi ini dilakukan dengan membagi pasar ke dalam kelompok-kelompok berdasarkan variabel demografis seperti: Usia, jenis kelamin, besarnya keluarga, pendapatan, ras, pendidikan, pekerjaan, geografis.

2. Psikografis

Segmentasi ini dilakukan dengan membagi pasar ke dalam

kelompok-kelompok yang berlainan menurut kelas sosial, gaya hidup, kepribadian, dan lain-lain. Informasi demografis sangat berguna, tetapi tidak selalu menyediakan informasi yang cukup untuk membagi konsumen ke dalam segmen-segmen, sehingga diperlukan segmen berdasarkan *psychografis* untuk lebih memahami karakteristik konsumen.

3. Perilaku

Segmentasi ini dilakukan dengan membagi konsumen ke dalam segmen-segmen berdasarkan bagaimana tingkah laku, perasaan, dan cara konsumen menggunakan barang/situasi pemakaian, dan loyalitas merek. Cara untuk membuat segmen ini yaitu dengan membagi pasar ke dalam pengguna dan non-pengguna produk.

Agar segmen pasar dapat bermanfaat maka harus memenuhi beberapa karakteristik:

- *Measurable*: Ukuran, daya beli, dan profil segmen harus dapat diukur meskipun ada beberapa variabel yang sulit diukur,
- *Accessible*: Segmen pasar harus dapat dijangkau dan dilayani secara efektif.
- *Substantial*: Segmen pasar harus cukup besar dan menguntungkan untuk dilayani,
- *Differentiable*: Segmen-segmen dapat dipisahkan secara konseptual dan memberikan tanggapan yang berbeda terhadap elemen-elemen dan bauran pemasaran yang berbeda.
- *Actionable*: Program yang efektif dapat dibuat untuk menarik dan melayani segmen-segmen yang bersangkutan.
 - a. Langkah dalam mengembangkan segmentasi yaitu: Mensegmen pasar menggunakan variabel-variabel permintaan, seperti kebutuhan konsumen, manfaat yang dicari, dan situasi pemakaian.
 - b. Mendeskripsikan segmen pasar yang diidentifikasi dengan menggunakan variabel-variabel yang dapat membantu perusahaan memahami cara melayani kebutuhan konsumen tersebut dan cara berkomunikasi dengan konsumen.

Menurut Solomon dan Elnora (2003:232), *target market* ialah "Group that a firm selects to turn into customers as a result of segmentation and targeting". Setelah pasar dibagi-bagi dalam segmen-segmen, maka perusahaan harus memutuskan suatu strategi target market. Perusahaan dapat memilih dari empat strategi peliputan pasar:

1. *Undifferentiated targeting strategy*, strategi ini menganggap suatu pasar sebagai satu pasar besar dengan kebutuhan yang serupa, sehingga hanya ada satu bauran pemasaran yang digunakan untuk melayani semua pasar.
Perusahaan mengandalkan produksi, distribusi, dan periklanan massa guna menciptakan citra superior di mata sebagian besar konsumen.
2. *Differentiated targeting strategy*, perusahaan menghasilkan beberapa produk yang memiliki karakteristik yang berbeda. Konsumen membutuhkan variasi dan perubahan sehingga perusahaan berusaha untuk menawarkan berbagai macam produk yang bisa memenuhi variasi kebutuhan tersebut.
3. *Concentrated targeting strategy*, perusahaan lebih memfokuskan menawarkan beberapa produk pada satu segmen yang dianggap paling potensial.
4. *Custom targeting strategy*, lebih mengarah kepada pendekatan terhadap konsumen secara individual.

Langkah dalam mengembangkan targeting yaitu:

1. Mengevaluasi daya tarik masing-masing segmen dengan menggunakan variable-variabel yang dapat mengkuantifikasi kemungkinan permintaan dari setiap segmen, biaya melayani setiap segmen, dan kesesuaian antara kompetensi inti perusahaan dan peluang pasar sasaran.
2. Memilih satu atau lebih segmen sasaran yang ingin dilayani berdasarkan potensi laba segmen tersebut dan kesesuaiannya dengan strategi korporat perusahaan.

2.4 Corporate Social Responsibility (CSR)

Konsep CSR merupakan konsep yang sulit diartikan. Hal inilah yang membuat definisi CSR sangatlah luas dan bervariasi. Pengertian CSR menurut Holme dan Watt, dalam (Hadi,2011:46) “CSR adalah komitmen berkelanjutan dari perusahaan yang berjalan secara etis dan memiliki kontribusi terhadap pembangunan untuk meningkatkan kualitas hidup tenaga kerja dan keluarga mereka, dan juga komunitas lokal serta masyarakat luas”. Pengertian CSR menurut Johnson dan Johnson, dalam (Hadi, 2011:46) menyatakan bahwa: “*CSR is about how companies manage the business processes to produce an overall positive impact to society*“. Definisi ini pada dasarnya berangkat dari filosofi bagaimana mengelola perusahaan baik sebagian maupun keseluruhan memiliki dampak positif bagi dirinya dan lingkungannya. Untuk itu perusahaan harus mampu mengelola operasi bisnisnya dengan menghasilkan produk yang berorientasi secara positif terhadap masyarakat dan lingkungan.

BAB 3

TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

3.1 Tujuan Penelitian

- Identifikasi potensi fisik, sosial dan budaya pada lingkungan yang menjadi objek penelitian
- Identifikasi kondisi masyarakat, skill dan karakteristik tertentu yang bersumber dari Sumber Daya Manusia (SDM) disekitar perusahaan, terutama terkait dengan potensi serta resiko yang akan muncul dalam program pembangunan.
- Identifikasi kebutuhan yang diperlukan dari program CSR khususnya terkait aset produksi.
- Merencanakan berbagai kegiatan pembangunan dan pengembangan ekonomi dengan pendekatan PRA baik jangka pendek ataupun jangka panjang
- Memberikan inovasi terhadap pengembangan produk-produk unggulan daerah perbatasan

3.2 Manfaat Penelitian

3.2.1. Manfaat Teortis

Secara teoritis penelitian mengenai identifikasi sosial ekonomi masyarakat ini nantinya akan memberi manfaat terhadap penyusunan program-program CSR/CD perusahaan. Lebih lanjut nantinya diharapkan dengan adanya kegiatan ini dapat memberikan kontribusi serta rekomendasi berikut saran-saran yang dihasilkan dari data dan informasi mengenai potensi wilayah serta kelompok penduduk yang menjadi prioritas dari sasaran program pengembangan pemberdayaan masyarakat.

3.2.2. Manfaat Empiris

Secara empiris hasil penelitian ini akan membantu membentuk sebuah rancangan Program CSR/CD khususnya bidang ekonomi bagi masyarakat. Sehingga dalam pelaksanaannya program pembangunan dibidang ekonomi tersebut nantinya diharapkan dapat memberikan perubahan signifikan terhadap kondisi sosial ekonomi masyarakat yang ada disekitar perusahaan.

BAB 4

METODE PENELITIAN

4.1 Definisi Operasional

Definisi operasional adalah petunjuk pelaksanaan dalam mengukur dan menjalankan variabel maupun objek yang akan diteliti, dengan memberikan gambaran yang jelas mengenai variabel yang digunakan dalam penelitian.

Coorporate Social Responsibility untuk kemudian disingkat sebagai CSR merupakan kegiatan sukarela yang dilakukan perusahaan kepada masyarakat yang berdomisili disekitar lingkungan perusahaan yang ada di Kepulauan Sebatik, saat ini CSR belum terlalu akrab dikalangan pengusaha nasional, banyak perusahaan yang melakukan kegiatan CSR kepada masyarakat sebatas dalam bentuk sumbangan (*community service*), sementara pada hakikatnya kegiatan CSR merupakan upaya untuk membuat masyarakat di Kepulauan Sebatik berdaya, sejahtera dan mandiri. Sebuah kemandirian tentunya akan muncul ketika masyarakat *marginal* tersebut memiliki daya atas apa yang dikehendakinya.

Pengembangan Orientasi Kewirausahaan adalah strategi yang dilakukan untuk meningkatkan kemampuan kewirausahaan pelaku UMKM yang ada di Kepulauan Sebatik, Menawarkan kegiatan pada masyarakat yang menguntungkan bagi peserta program dan masyarakat pada umumnya. Menawarkan kegiatan yang berkelanjutan dan dapat ditiru oleh masyarakat. Mendayagunakan sumberdaya, Memberdayakan Koperasi Simpan Pinjam dan Lembaga-lembaga lainnya bagi keberlangsungan usaha produk-produk unggulan Kepulauan Sebatik.

Strategi Pemasaran adalah pengambilan keputusan tentang biaya pemasaran, bauran pemasaran, alokasi pemasaran dalam hubungan dengan keadaan lingkungan yang diharapkan dan kondisi persaingan

usaha produk-produk UMKM di Kepulauan Sebatik. Dalam penelitian ini strategi pemasaran yang akan di lakukan nantinya menganalisis pola fundamental, dimana adanya suatu perencanaan pemasaran, pengarahannya sumber daya, serta interaksi dengan pasar, pesaing, konsumen produk unggulan UMKM yang ada di Kepulauan Sebatik. Analisis ini bertujuan untuk mempertimbangkan tujuan dari pemasaran, pasar yang akan dituju dan bagaimana mengelola sumberdaya dengan efektif dan efisien.

UMKM adalah usaha produktif milik orang perorangan dan / atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro Kecil dan Menengah sebagaimana diatur dalam Undang-Undang no 20 tahun 2008, yang berlokasi di Kepulauan Sebatik.

Pulau Sebatik adalah pulau terdepan dan pulau terluar di wilayah Indonesia yang berada di Provinsi Kalimantan Utara. Pulau Sebatik terdiri dari 5 Kecamatan dan 19 Desa yang siap menjadi DOB (Daerah Otonomi Baru). Kecamatan Sebatik yang menjadi objek penelitian adalah Kecamatan Sebatik Barat, Kecamatan Sebatik Induk, Kecamatan Sebatik Tengah, Kecamatan Sebatik Timur dan Kecamatan Sebatik Utara.

4.2 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan subyek penelitian (Arikunto, 2010:173). Sedangkan menurut (Sugiyono, 2011:119), populasi dapat didefinisikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah sejumlah pengusaha dan masyarakat perbatasan di Kabupaten Nunukan Kalimantan Utara.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2011:120). Sedangkan menurut pendapat lainnya yang dimaksud sampel atau contoh adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti (Arikunto, 2010:174). Penelitian ini menetapkan sampel penelitian berdasarkan keterkaitan sampel tersebut

terhadap objek yang diteliti yaitu pengusaha dibidang unit usaha mikro kecil dan menengah. Adapun sampel penelitian ini adalah pihak Dinas Koperasi dan UMKM, Badan Perbatasan Pedesaan Daerah (BPPD) Kabupaten Nunukan, Dinas Pariwisata kabupaten Nunukan, Kecamatan Sebatik Barat, Kecamatan Sebatik Induk, Kecamatan Sebatik Timur, Kecamatan Sebatik Utara, Kecamatan Sebatik Tengah dan Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah.

4.3 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah penelitian yang bersifat alamiah dan menghendaki keutuhan Moelong (2002). Pelaksanaan penelitian, sedapat mungkin kehadiran peneliti ditempat, penelitian ini tidak mengganggu atau mengubah suasana yang ada. Pengamatan mengenai pengembangan sosial dan perekonomian masyarakat melalui program CSR Perusahaan yang ditargetkan untuk memasuki wilayah perbatasan di Kabupaten Nunukan Kalimantan Utara sebagai suatu keutuhan yang tidak dapat dipisahkan.

4.4 Lokasi dan Waktu Penelitian

4.4.1. Lokasi Penelitian

Tempat penelitian dilaksanakan di Kepulauan Sebatik Kabupaten Nunukan, Kalimantan Utara.

4.4.2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian tidak ditentukan berdasarkan kalender administratif, tetapi berdasarkan pertimbangan lengkap atau tidaknya data yang diperlukan. Walaupun sebenarnya pengumpulan data sudah dilakukan sejak penyusunan draft proposal.

Tabel. 4.1 Jadwal Penelitian Tahun Pertama

Bulan	Waktu Pelaksanaan							Keterangan
	B1	B2	B3	B4	B5	B6	B7	
Tahun 1	v	v	v	v	v	v	v	Pemetaan Sosial dan UMKM di Kepulauan Sebatik

4.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan langkah yang amat penting serta data yang digunakan harus valid. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan mengambil data sekunder, Analisis data Sekunder yaitu dengan mengumpulkan data-data terkait melalui Pemerintah.

4.5.1. Observasi/ Pengamatan

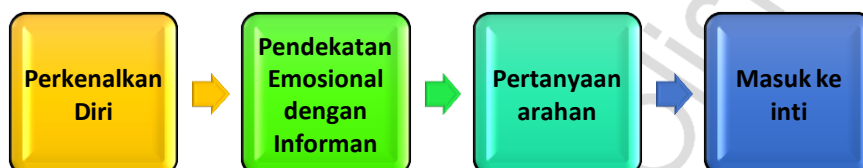
Observasi/pengamatan adalah teknik pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung terhadap objek yang akan diteliti. Peneliti melakukan pengamatan di Kepulauan Sebatik. Peneliti memulai dengan mendatangi tokoh masyarakat setempat dan menanyakan kondisi penduduk setempat. Menjelaskan dan mensosialisasikan program CSR pada masyarakat.

4.5.2. Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam (*depth interview*) adalah pengumpulan data dengan menggunakan teknik interview terhadap informan. Bertujuan agar data yang diperoleh menjadi lebih jelas dan detail. Teknik ini disertai pencatatan konsep, gagasan, pengetahuan informan yang diungkapkan lewat tatap muka.

Pencatatan konsep dan gagasan diterapkan peneliti secara penuh dalam melakukan wawancara terhadap masyarakat setempat selaku pemilik dan pengelola Usaha Mikro Kecil dan Menengah di wilayah perbatasan Kabupaten Nunukan. Konsep dan gagasan yang dikemukakan oleh informan penelitian, selanjutnya diterjemahkan kembali oleh peneliti. Penterjemahan dilakukan dengan persepsi dan pandangan peneliti sendiri tanpa mengurangi konsep dan gagasan informan.

Wawancara peneliti terhadap informan dilakukan dengan cara mengenalkan diri terlebih dulu, meminta ijin dan dalam mendapatkan informasi, peneliti hanya mengarahkan jalan cerita, dengan mengajukan pertanyaan arahan sehingga jawabannya yang diperoleh peneliti terkesan natural. Wawancara dalam penelitian ini dilakukan peneliti dengan langkah-langkah sebagai berikut:



Gambar 4.2. Alur Proses Wawancara
Sumber: Diolah Peneliti, 2016

Dalam tahap wawancara, peneliti melakukan perkenalan diri terlebih dahulu untuk mengurangi kekakuan sebagai seorang peneliti. Peneliti melakukan pendekatan emosional dengan informan dengan cara meminta ijin agar dapat mewawancarai informan, karena pada penelitian ini peneliti bermaksud menggunakan wawancara terbuka walaupun pada akhirnya akan mengurangi efek natural dari setiap jawaban yang diberikan. Peneliti berusaha untuk menghormati informan dan berharap informan dapat lebih terbuka dalam menanggapi setiap pertanyaan arahan yang peneliti berikan. Kemudian ketika wawancara pada satu informan dirasa cukup, peneliti meminta rekomendasi untuk informan selanjutnya.

4.5.3. Dokumentasi

Dokumentasi ialah salah satu cara memperoleh dan mengumpulkan data yang bersumber dari sejumlah dokumen dinas, instansi dan pengusaha sarung tenun setempat. Dokumentasi dapat dilakukan dengan cara penghimpunan data dan perekaman data yang sifatnya dokumentatif.

Dokumentasi dalam penelitian terhadap Pelaku Usaha diwilayah Perbatasan, dilakukan dengan cara pengambilan foto lokasi beberapa

aset/ modal usaha dan lokasi usaha dilakukan untuk mengetahui lebih spesifik area kerja agar perusahaan rekanan yang akan memasuki wilayah melalui program CSR menjadi tertarik.

4.6 Informan Penelitian

Informan dipilih dengan menggunakan teknik non-probabilitas yaitu menggunakan metode *snowballing sampling* atau sample bola salju yang bermakna bahwa pemilihan informan atau sampel adalah dengan mengikuti rekomendasi. Lebih lanjut informan-informan yang dipilih merupakan pihak yang telah direkomendasikan karena dianggap memenuhi kriteria yang sesuai dengan tujuan peneliti. Penentuan kriteria tersebut didasarkan pada ruang lingkup kelompok informan yang merupakan pelaku UMKM di Kepulauan Sebatik dalam ruang lingkup bidang pertanian, perikanan dan perkebunan.

4.7 Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan melakukan proses pelacakan dan pengaturan secara sistematis transkrip wawancara catatan lapangan dan bahan-bahan lainnya yang telah dikumpulkan untuk meningkatkan pemahaman terhadap bahan penelitian agar dapat dipresentasikan semuanya pada pihak lain. Analisa data merupakan proses pengorganisasian dan mengurutkan data kedalam pola kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan dalam data. Tahapan dalam analisis data yaitu

1. Diawali dengan melakukan pengamatan untuk mempelajari seluruh data dari berbagai sumber,
2. Dilanjutkan dengan melakukan reduksi data dengan cara membuat rangkuman inti.
3. Langkah selanjutnya adalah menyusun hasil reduksi data dalam satuan-satuan yang kemudian dikategorikan dalam satu kelompok yang sama,
4. Untuk kemudian dilakukan pemeriksaan atas keabsahan data,
5. Dan terakhir adalah merumuskan kesimpulan atas hasil olah data.

BAB 5

HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

5.1 Kabupaten Nunukan

A. Identifikasi Potensi Fisik, Sosial dan Budaya

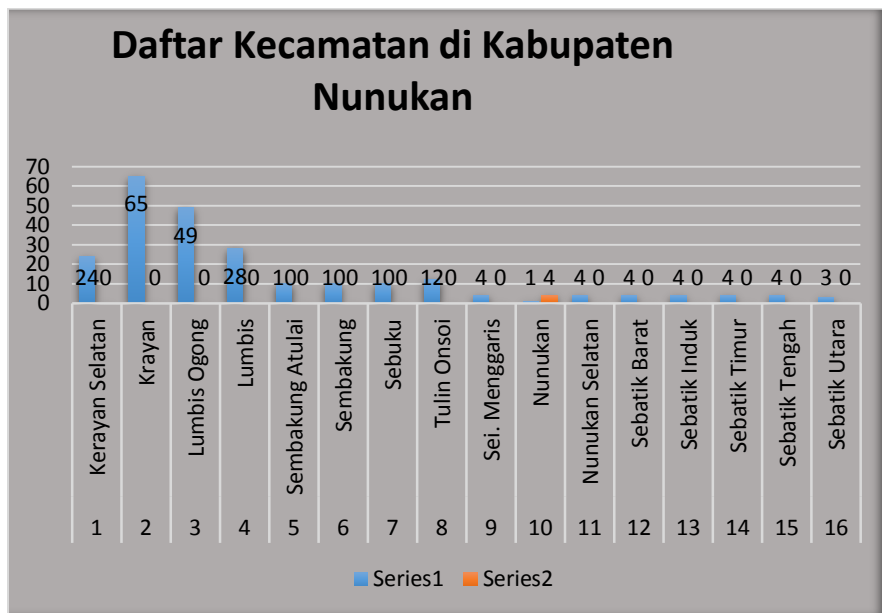
Kabupaten Nunukan merupakan satu diantara 5 kabupaten/kota di Provinsi Kalimantan Utara, dengan luas wilayah sebesar 14.263,68 km². Berdasarkan keadaan geografisnya, Kabupaten Nunukan terletak di wilayah paling Utara Kalimantan yang berbatasan langsung dengan negara tetangga yaitu Malaysia. Secara administratif Kabupaten Nunukan memiliki batas-batas wilayah sebagai berikut :

- Sebelah utara dengan Negara Malaysia Timur–Sabah;
- Sebelah timur dengan Selat Makassar dan Laut Sulawesi;
- Sebelah selatan dengan Kabupaten Bulungan dan Kabupaten Malinau; dan
- Sebelah barat dengan Negara Malaysia Timur–Serawak.

Dengan letak geografis tersebut, Kabupaten Nunukan memiliki potensi besar untuk mengembangkan jalinan hubungan internasional dengan dunia luar khususnya negara Malaysia, sehingga mampu mencerminkan kemajuan pembangunan di wilayah Republik Indonesia. Masyarakat Nunukan telah lama menjalin hubungan dengan Malaysia, khususnya dibidang ekonomi seperti perdagangan dan Tenaga Kerja Indonesia (TKI). Hal ini tentunya sangat mempengaruhi mekanisme peredaran uang, dimana secara moneter transaksi perdagangan melibatkan mata uang Malaysia (ringgit) relatif tinggi dan tidak menutup kemungkinan berdampak terhadap fluktuasi indeks harga spasial berdasarkan berbagai jenis komoditi barang dan jasa baik ditinjau dari sisi konsumen maupun produsen, sehingga dapat memicu tingginya angka inflasi regional.

Berdasarkan kondisi topografi, Kabupaten Nunukan didominasi oleh perbukitan. Di sebelah utara memiliki perbukitan terjal dengan ketinggian 1.500m–3.000m diatas permukaan laut, perbukitan di sebelah selatan memiliki ketinggian berkisar 500m–1.500m diatas permukaan laut dengan kemiringan sudut di lereng perbukitan rata-rata berkisar antara 0–50%.

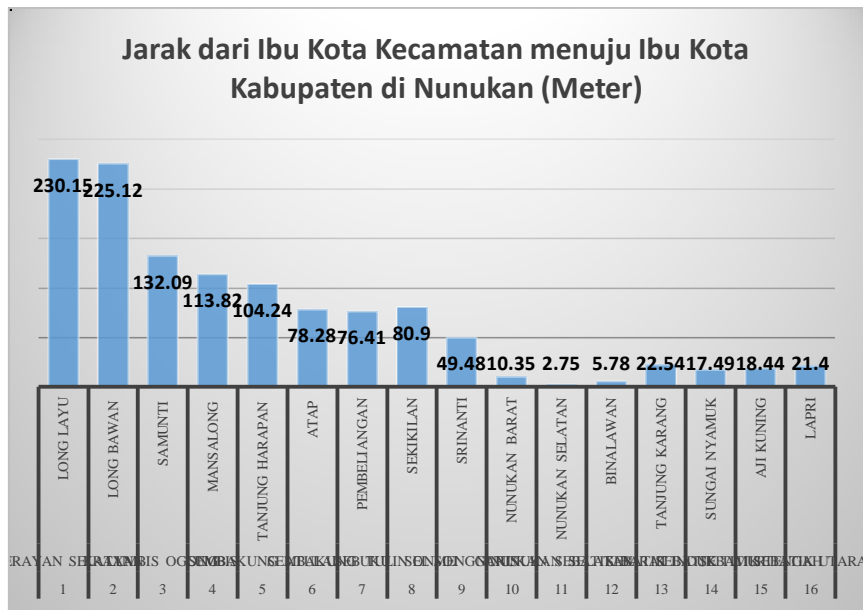
Dari sisi pemerintahan Kabupaten Nunukan terdiri dari 16 kecamatan, 236 desa dan 4 kelurahan (Gambar 5.1.). Data tersebut diperoleh berdasarkan sumber data yang berasal dari Badan Pusat Statistik pada tahun 2017. Sedangkan jarak terjauh antara Ibu Kota Kecamatan menuju Ibu Kota Kabupaten Nunukan adalah Kecamatan Kerayan Selatan (Gambar 5.2.).



Gambar 5.1. : Daftar Kecamatan di Kabupaten Nunukan dalam Grafik

Sumber: Data diolah dari BPPS Kabupaten Nunukan tahun

2017

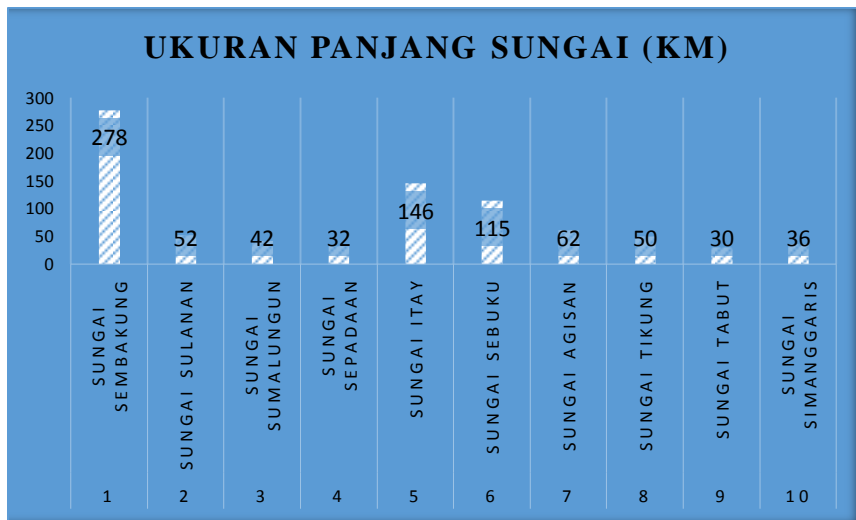


Gambar 5.2.: Jarak dari Ibu Kota Kecamatan menuju Ibu Kota Kabupaten di Nunukan

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Nunukan 2017
(berdasarkan data tahun 2015)

Sebagai daerah yang memiliki sejumlah pulau, Kabupaten Nunukan memiliki potensi hidrologi yang cukup besar, hal tersebut diindikasikan oleh adanya aliran sejumlah sungai (Gambar 5.3.) yang memiliki beberapa peranan penting, diantaranya adalah sebagai berikut:

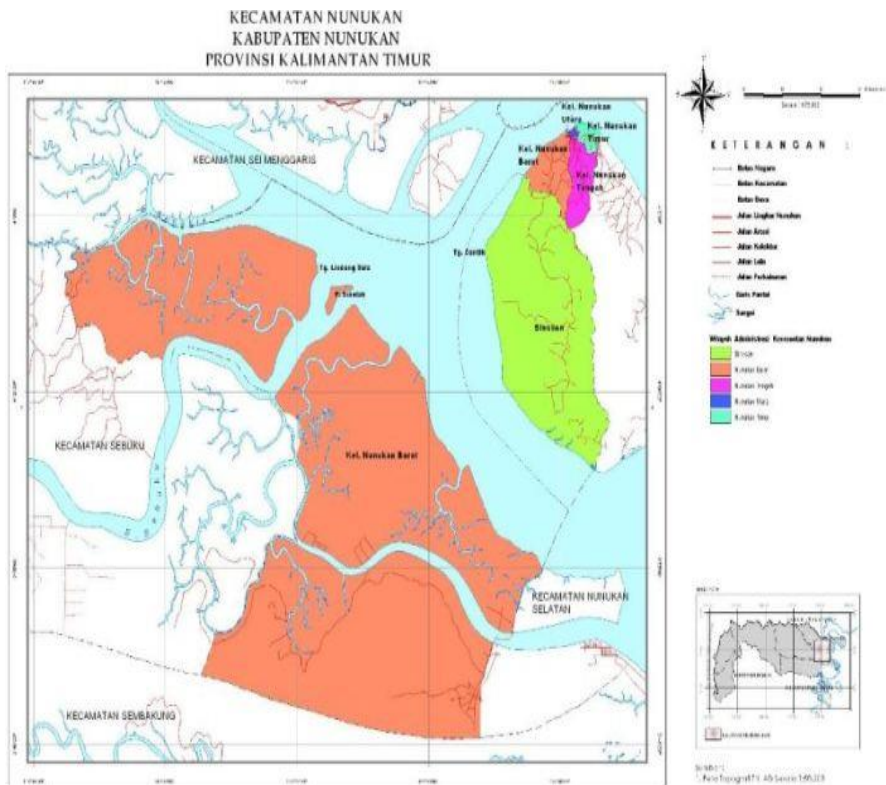
- Sebagai sarana transportasi air (mobilisasi penduduk, hasil pertanian/ perkebunan, barang dagangan) antar daerah pantai dan pedalaman;
- Sarana pengangkutan hasil hutan berupa kayu tebangan perusahaan Hak Pemegang Hutan (HPH);
- Sumber air bagi aktivitas MCK penduduk yang bermukim di sepanjang daerah aliran sungai.



Gambar 5.3.: Nama dan Ukuran Panjang Sungai di Kabupaten Nunukan
 Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Nunukan 2017 (berdasarkan data BPPD tahun 2014)

deepublish

B. Kecamatan Nunukan



Gambar 5.4.: Peta Kecamatan Nunukan, Kabupaten Nunukan, Provinsi Kalimantan Timur

Kecamatan Nunukan adalah sebuah kecamatan di Kabupaten Nunukan, Provinsi Kalimantan Utara, Indonesia. Kecamatan nunukan memiliki luas wilayah 565,29 Km², dengan topografi wilayah kepulauan kecamatan nunukan memiliki batas wilayah sebagai berikut:

- Sebelah Utara : Berbatasan dengan selat Sebatik – Pulau Sebatik
- Sebelah Timur : Berbatasan dengan – Kec. Nunukan Selatan
- Sebelah Selatan : Berbatasan dengan – Teluk Seburu
- Sebelah Barat : Berbatasan dengan – Selat Seburu

Kecamatan nunukan secara administratif terdiri dari 4 (empat) Kelurahan dan 1 (satu) desa, yaitu Kelurahan Nunukan Barat,

Kelurahan Nunukan Tengah, Kelurahan Nunukan Timur, Kelurahan Nunukan Utara, dan desa Binusan dengan luas masing-masing tertera pada tabel berikut ini;

Tabel 5.1.
Luas desa/Kelurahan di Kecamatan Sebatik Utara

Desa / Kelurahan	Luas (Km ²)	Persentase (%)	Keterangan (Kelurahan/Desa)
1. Nunukan Barat	458,52	81,11	Kelurahan
2. Binusan	96,44	17,06	Desa
3. Nunukan Tengah	7,78	1,38	Kelurahan
4. Nunukan Timur	2,07	0,37	Kelurahan
5. Nunukan Utara	0,48	0,08	Kelurahan
Jumlah	565,29	100,00	

Sumber : Kecamatan Nunukan dalam Angka 2017

Sementara dari aspek pemerintahan Rukun Tetangga (RT) di Kecamatan nunukan mencapai 99 RT jumlah rumah tangga mencapai 14.772 rumah tangga yang tersebar di lima desa.

C. Kondisi Sosial dan Budaya

Kependudukan

Penduduk merupakan unsur penting dalam pengembangan ekonomi dan pembangunan wilayah dengan tingkat penduduk yang tinggi kemungkinan untuk mencapai tujuan pembangunan akan lebih baik dibandingkan jumlah penduduk yang sedikit, asalkan pemberdayaan dilakukan secara maksimal dan komprehensif serta fokus pada peminatan dan potensi yang ada di wilayah tersebut. Penduduk memegang peranan yang sangat vital baik sebagai objek maupun subjek dari pembangunan itu sendiri. Jumlah penduduk di Kecamatan Nunukan pada Tahun 2016 mencapai 55.229 jiwa dengan komposisi laki-laki 52,02% dan Perempuan 47,98%.

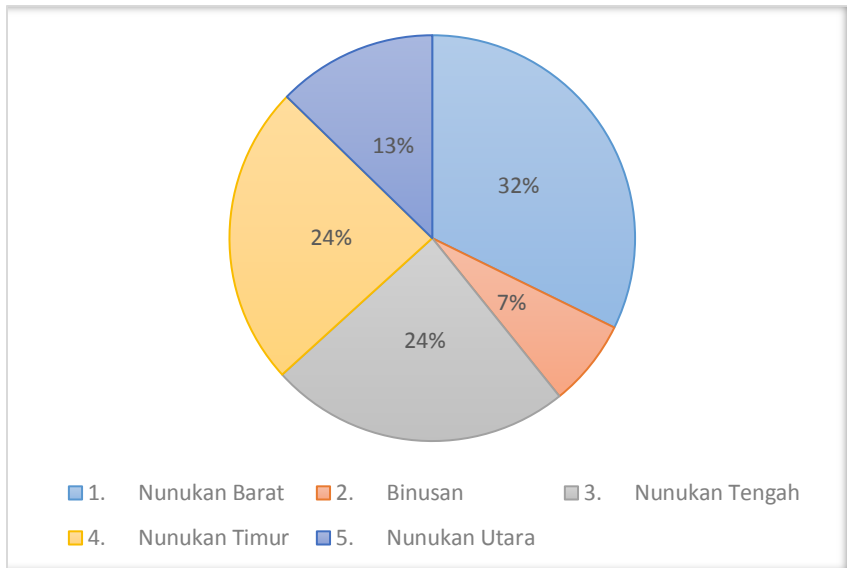
Tabel 5.2.
Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin

Berdasarkan Desa di Kecamatan Sebatik Timur

Desa / Kelurahan	Laki-laki	Perempuan	Jumlah Penduduk	Jumlah Rumah Tangga
1. Nunukan Barat	9.536	8.287	17.823	4.672
2. Binusan	2.063	1.781	3.844	1.137
3. Nunukan Tengah	6.499	6.765	13.284	3.098
4. Nunukan Timur	7.084	6.362	13.266	3.919
5. Nunukan Utara	3.644	3.388	7.032	1.896
Jumlah	28.826	26.583	55.229	14.722

Sumber : Kecamatan Nunukan dalam Angka 2017

Berdasarkan data yang diperoleh jumlah penduduk tertinggi untuk kecamatan Nunukan terdapat di Kelurahan Nunukan Barat yakni mencapai 32% dari total Populasi, tertinggi kedua adalah Kelurahan Nunukan Timur dengan jumlah penduduk mencapai 24% dari total populasi, selanjutnya nunukan tengah dengan 24%, dan nunukan timur dengan 13% dari total Populasi, sementara jumlah penduduk terendah berada di Desa Binusa yang dihuni oleh sekitar 7% saja dari total populasi penduduk di Kecamatan Nunukan.



Gambar 5.5.: Grafik jumlah Penduduk menurut desa di Kecamatan Nunukan

Selanjutnya dari sisi kepadatan penduduk dikecamatan Nunukan memiliki karakteristik sebagai berikut;

Tabel 5.3.
Kepadatan Penduduk Menurut Desa di Kecamatan Sebatik Utara

Desa / Kelurahan	Luas (Km ²)	Jumlah Penduduk (Jiwa)	Kepadatan Penduduk (Jiwa/Km ²)
1. Nunukan Barat	458,52	17.823	38,871
2. Binusan	96,44	3.844	39,859
3. Nunukan Tengah	7,78	13.284	1707,5
4. Nunukan Timur	2,07	13.266	6408,7
5. Nunukan Utara	0,48	7.032	14650
Jumlah	565,29	55.229	97.7003

Sumber: Kecamatan Nunukan Dalam Angka 2017

Desa dan kelurahan yang ada di Kecamatan Nunukan memang memiliki kepadatan penduduk yang tinggi hal ini karena Kecamatan Nunukan berkembang sebagai pusat pertumbuhan di Kabupaten Nunukan.

D. Kondisi ekonomi Mata Pencaharian

Mayoritas Rumah tangga di Kecamatan Nunukan bermata pencaharian sebagai nelayan dan ekonomi kreatif, khususnya nelayan tangkap, diketahui bahwa pada akhir 2016 jumlah rumah tangga yang bekerja disektor budidaya Pantai/laut mencapai 592 rumah tangga, sementara yang berprofesi sebagai nelayan tangkap mencapai 334 rumah tangga sementara untuk budidaya tambak hanya 32 rumah tangga dan budidaya perikanan kolam hanya 26 rumah tangga.

**Tabel 5.4.
Jumlah Rumah Tangga Perikanan menurut sub sektor
Perikanan di Kecamatan Sebatik Timur Tahun 2016**

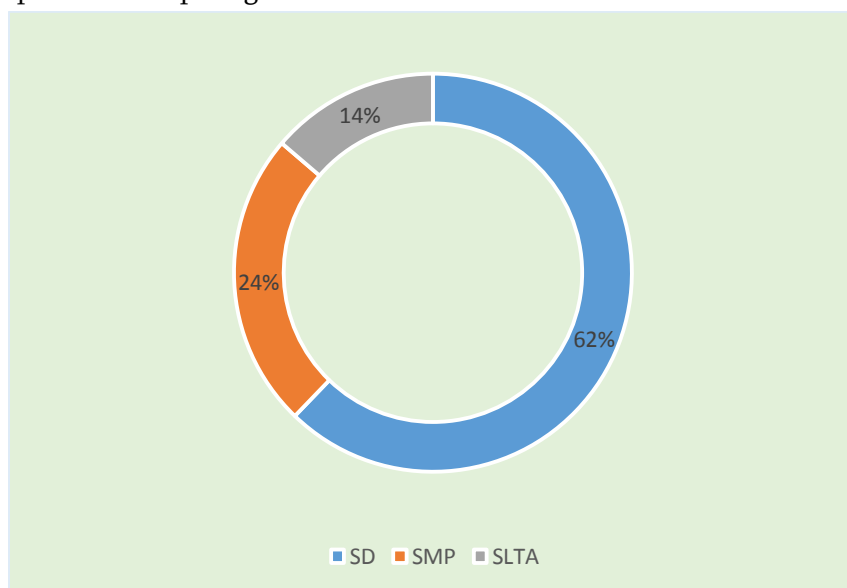
Sub sektor Perikanan	Tahun 2016
Perikanan tangkap	
√ Laut	334
√ Perairan Umum	-
Budidaya	
√ tambak	32
√ Kolam	26
√ Keramba	-
√ sawah	-
√ Pantai / Laut	592
Jumlah	984

Sumber : Kecamatan sebatik Timur dalam angka 2017

Sosial Pendidikan

Tingkat pendidikan masyarakat di Kecamatan Nunukan diketahui tertinggi adalah tingkat pendidikan dasar (SD) yaitu mencapai 62% dari populasi, sementara terendah adalah jumlah penduduk dengan tingkat

pendidikan menengah atas (SLTA) yaitu mencapai 24% dari populasi, seperti terlihat pada grafik berikut ini:



Gambar 5.6.: Komposisi Penduduk menurut tingkat Pendidikan

E. Potensi Perikanan

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa perikanan merupakan potensi besar yang selama ini menjadi penopang ekonomi masyarakat di Kecamatan Nunukan, potensi ini kiranya masih perlu dikembangkan lebih jauh lagi dengan dukungan dari Pemerintah pusat dan daerah serta Dunia Usaha lewat Program CSR atau Pemberdayaan Masyarakat berbasis ekonomi pesisir.

UMKM

Selain itu potensi pengembangan ekonomi lewat UMKM memiliki potensi baik di Kecamatan Nunukan, hasil laut selain perikanan, rumput laut, dan lainnya dapat diolah menjadi makanan kecil, agar-agar, dan lainnya.

F. Permasalahan Infrastruktur

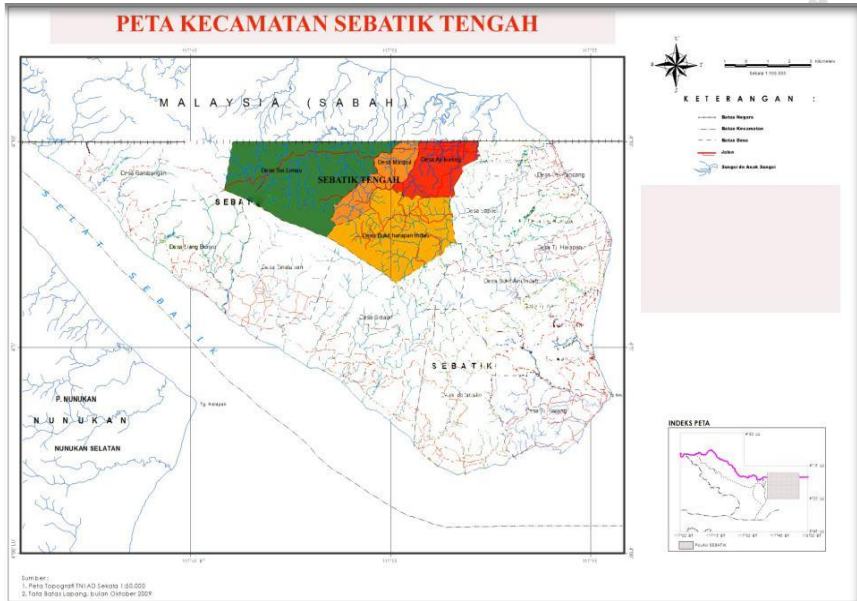
Fasilitas dan sarana pengembangan ekonomi di kecamatan ini umumnya adalah infrastruktur, terbatasnya aksesibilitas keluar dan masuk kecamatan ini menjadi kendala tersendiri bagi pengembangan ekonomi dan bisnis utamanya pada upaya Pengembangan UKM, minimnya transportasi, minimnya prasarana Listrik juga menjadi kendala besar bagi masyarakat dalam mengembangkan UKM, meski sudah ada beberapa program dan pengembangan UKM berbasis teknologi, namun instrumen teknologi tersebut cenderung tidak dapat difungsikan secara maksimal.

Pemasaran

Masalah pemasaran dari awal sudah menjadi masalah yang penting untuk dicarikan solusinya, selain aksesibilitas wilayah dan infrastruktur yang kurang baik, umumnya kesulitan pengembangan ekonomi kerakyatan berbasis UMKM terkendala di Pemasaran, untuk itu inovasi teknologi dalam hal pemasaran perlu dikembangkan utamanya dalam hal mempromosikan produk-produk UMKM lokal lewat media sosial, atau pengembangan aplikasi berbasis android yang berisikan data UMKM yang dikemudian hari diharapkan akan memudahkan dalam hal proses pendataan, pemantauan, pendampingan dan pembinaan UMKM itu sendiri.

5.2 Kecamatan Sebatik Tengah

A. Identifikasi Potensi Fisik dan Lingkungan



Gambar 5.7: Kecamatan Sebatik Tengah
(Sumber: Profil Kecamatan Sebatik Tengah 2017)

Kecamatan Sebatik Tengah resmi dibentuk pada Tahun 2011 berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 25 Tahun 2011 yang dulunya merupakan wilayah Kecamatan Sebatik. Setelah berpisah dari Kecamatan Sebatik jumlah penduduk di Kecamatan Sebatik Tengah mencapai 6.315 jiwa pada tahun 2011. Luas Wilayah Kecamatan Sebatik Tengah keseluruhan sekitar 47,71 km, yang terdiri dari 3 desa di tepi kawasan hutan dan 1 desa di luar kawasan hutan. Kecamatan sebatik tengah memiliki 4 desa, 4 Badan Perwakilan Desa dengan jumlah 8 RW dan 40 RT yang tersebar di kecamatan ini. Adapun Desa-desa yang berada di Kecamatan Sebatik Tengah adalah :

1. Desa Aji Kuning
2. Desa Sungai Limau

3. Desa Maspul
4. Desa Bukit Harapan

Ketersediaan sarana dan prasarana yang lengkap menjadi satu hal yang dapat menunjang pembangunan suatu daerah. Saat ini, di kecamatan Sebatik Tengah penerangan jalan utama kecamatan menggunakan pasokan listrik yang diusahakan oleh pemerintah. Dalam hal pemakaian bahan bakar untuk keperluan rumah tangga, saat ini sebagian masyarakat di kecamatan ini lebih banyak menggunakan gas/LPG. Fasilitas tempat buang sampah sebagian besar keluarga didalam lubang/dibakar. Sedangkan fasilitas buang air besar menggunakan adalah jamban sendiri. Di kecamatan Sebatik Tengah banyak dialiri oleh sungai-sungai. Dari data yang diperoleh, aliran sungai banyak dimanfaatkan oleh masyarakat untuk mandi, mencuci, dan irigasi pertanian.

Sedangkan sarana yang mendukung bidang kesehatan yang tercatat semenjak tahun 2011 di kecamatan Sebatik Tengah antara lain adalah tersedianya 1 unit Puskesmas Induk, 4 puskesmas pembantu, dan 11 Posyandu, dan 1 toko khusus obat/jamu. Sumber air minum/memasak sebagian besar keluarga masih memanfaatkan air hujan. Masalah pendidikan juga tidak bisa diacuhkan begitu saja, karena dengan pendidikan yang baik disitulah diharapkan muncul bibit-bibit masa depan yang mampu membawa nama baik bangsa Indonesia. Fasilitas yang lengkap dan memadai membantu lancarnya proses belajar mengajar. Oleh karena itu diharapkan dengan adanya 7 unit TK Swasta, 6 SD Negeri, 2 SLTP Negeri, 1 unit SMU Negeri dapat lebih mencerdaskan masyarakat.

Ditinjau dari sisi keagamaan dan kepercayaan yang ada di kecamatan ini, masyarakat Sebatik Tengah memeluk agama Islam dan Kristen, dengan mayoritas penduduk adalah beragama Islam dan memiliki jumlah sarana ibadah yaitu Masjid sebanyak 17 buah dan 1 Gereja Kristen. Beragam suku yang terdapat di kecamatan Sebatik Tengah, tercatat ada 3 suku yang menetap dengan mayoritas Suku Bugis. Sarana dan prasarana olah raga di Kecamatan Sebatik Tengah

terdiri dari 3 lapangan sepak bola, 1 lapangan bola basket, dan 1 lapangan tenis meja.

B. Kondisi Sosial Dan Budaya.

Masyarakat diwilayah Kecamatan Sebatik Tengah memiliki mata pencaharian, sebagai nelayan, petani, wiraswasta dan pegawai negeri. Selain itu, sebagian masyarakat juga memilih bekerja sebagai tenaga kerja ilegal di negara tetangga yang umum dikenal dengan sebutan sebagai Tenaga Kerja Indonesia (TKI). Maraknya kondisi tersebut dikarenakan faktor penghasilan yang lebih tinggi masih menjadi daya tarik bagi sebagian masyarakat non-terdidik / tidak memiliki ketrampilan khusus, dibandingkan penghasilan yang akan diperoleh jika mencari nafkah di negara sendiri.

Masalah kependudukan merupakan hal yang sangat penting dalam mencapai tujuan pembangunan. Penduduk memegang peranan yang sangat vital baik sebagai objek maupun subjek dari pembangunan itu sendiri. Berdasarkan data sensus terakhir pada tahun 2012 tercatat bahwa jumlah penduduk di Kecamatan Sebatik Tengah pada tahun 2012 sebanyak 6.880 jiwa, dengan jumlah penduduk laki-laki sebanyak 3.649 jiwa dan penduduk perempuan sebanyak 3.231 jiwa. Mayoritas mata pencaharian penduduk di Kecamatan Sebatik Tengah bergerak dibidang pertanian dan perkebunan. Secara administratif berdasarkan data yang diperoleh, tercatat jumlah aparatur kecamatan berdasar tingkat pendidikan, 3 orang merupakan lulusan SMA dan sederajat dan 6 orang lulusan S1.

C. Kondisi Ekonomi

Kecamatan Sebatik Tengah dikenal sebagai pusat budidaya pertanian, khususnya perkebunan dan hortikultura. Selama ini, hampir seluruh komoditas hasil pertanian masyarakat Sebatik Tengah dipasarkan di Tawau Malaysia dan tata niaga tradisional. Komoditas yang dikembangkan oleh para petani, cenderung menyesuaikan dengan permintaan pasar di Tawau Malaysia dengan harga sepenuhnya

dikendalikan oleh pasar. Oleh karenanya perlu diupayakan pasar alternatif yang lebih baik bagi produk hasil pertanian masyarakat Kecamatan Sebatik Tengah sehingga posisi tawar dan kesejahteraan mereka juga dapat lebih meningkat.

Industri pengolahan bahan baku juga belum berkembang. Industri rumah tangga juga belum berkembang secara optimal, selain terbentur pada masalah permodalan, peralatan dan keterampilan yang masih terbatas, industri pengolahan ini juga terbentur dengan pemasaran. Perlu ada intervensi dari pemerintah maupun swasta yang lebih baik untuk mendorong agar sektor ini juga dapat tumbuh dan berkembang untuk meningkatkan nilai tambah ekonomi bagi masyarakat.

Perekonomian masyarakat lebih dominan pada sektor perkebunan meskipun masih ada sebagian kecil yang mengembangkan sektor pertanian. Sektor perkebunan mendominasi mata pencarian sebagian besar masyarakat di setiap desa. Sedangkan satu-satunya desa yang masih mengembangkan sektor pertanian (sawah) adalah Desa Bukit Harapan. Potensi sector pertanian di desa tersebut sebenarnya masih potensial untuk ditingkatkan mengingat masih tersedia lahan yang cukup memadai untuk dapat dikembangkan menjadi lahan persawahan, namun memerlukan insentif dan bantuan dari Pemerintah. Berikut ini adalah tabel sektor ekonomi masyarakat Sebatik Tengah.

Tabel 5.5
Sektor Ekonomi Masyarakat Kecamatan Sebatik Tengah

SEKTOR	JUMLAH
Pertanian	16 Ha
Perkebunan	3.391 Ha
Peternakan	-
Pasar desa	5 Buah
Koperasi desa	6 Buah

Sumber : PPL Kec.Sebatik Tengah Tahun 2015

Tabel di atas memberikan gambaran bahwa luas lahan untuk sektor perkebunan lebih banyak dibandingkan dengan sektor lainnya. Hal tersebut mengindikasikan bahwa perekonomian masyarakat lebih bertumpu pada sektor tersebut. Sektor perkebunan dimaksud meliputi komoditas sawit, kakao, dan buah-buahan (durian, rambutan, pisang dll). Sedangkan sektor pertanian meliputi komoditas padi.

Dengan bertambahnya penduduk akibat imigrasi dan kelahiran, maka kebutuhan akan lahan juga terus meningkat secara signifikan. Hal tersebut juga berdampak pada maraknya kegiatan alih fungsi lahan, termasuk alih fungsi lahan hutan lindung menjadi lahan-lahan perkebunan yang dilakukan secara sepihak oleh masyarakat. Akibatnya terjadi potensi degradasi lingkungan yang merusak ekosistem hayati. Perlu ada solusi konkrit yang lebih adil untuk memecahkan persoalan ini.

D. Potensi

1. Potensi bidang pertanian

Kecamatan Sebatik Tengah dikenal sebagai salah satu kawasan perkebunan di pulau Sebatik. Sekitar 73% (3494 Ha) dari luas wilayah Kecamatan Sebatik Tengah adalah merupakan kawasan perkebunan. Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh Kementerian Desa, PDT dan Transmigrasi (2015), perkebunan yang paling menonjol di Kecamatan Sebatik Tengah adalah: perkebunan kelapa sawit, perkebunan kakao dan perkebunan pisang.

Satu-satunya desa yang masih mengembangkan sektor pertanian (sawah) adalah Desa Bukit Harapan. Sektor pertanian di desa tersebut sebenarnya masih potensial untuk ditingkatkan mengingat masih tersedia lahan yang cukup memadai untuk dapat dikembangkan menjadi lahan persawahan, namun memerlukan insentif dan bantuan dari Pemerintah.

Selain itu, di Kecamatan Sebatik Tengah juga berkembang perkebunan buah-buahan seperti durian, buah naga, rambutan, salak, langsung dan duku. Hampir semua hasil pertanian dan perkebunan

masyarakat di wilayah ini dipasarkan di Tawau Sabah Malaysia melalui pihak kedua (tengkulak).

2. Potensi pariwisata

Wisata Perbatasan

Wisata perbatasan yang paling terkenal adalah wisata perbatasan di patok 3 Desa Aji Kuning. Patok 3 adalah salah satu patok yang posisinya masih diperdebatkan antara Pemerintah Indonesia dan Malaysia di pulau Sebatik (*Outstanding Boundary Problems*)

Selain itu terdapat juga potensi wisata perbatasan lainnya seperti lapangan olahraga yang terdapat di Desa Sungai Limau yang berdekatan dengan patok 7. Di lapangan yang sebagian “masuk” dalam wilayah Malaysia tersebut, berbagai aktifitas kegiatan masyarakat seperti perlombaan olah raga, atraksi kesenian, perkemahan pramuka maupun kegiatan keramaian lainnya rutin digelar. Tidak jarang kegiatan keramaian tersebut melibatkan penduduk Malaysia yang bermukim di sepanjang perbatasan Indornesia-Malaysia di pulau Sebatik.

Kecamatan Sebatik Tengah juga dikenal dengan lembaga pendidikan yang memfasilitasi pendidikan bagi anak-anak Buruh Migran Indonesia (BMI). Salah satu lembaga pendidikan yang terkenal dan pernah diangkat dalam salah satu lomba film dokumenter di salah satu stasiun TV swasta adalah Sekolah Tapal Batas. Lembaga Pendidikan Swasta ini, selain memfasilitasi pendidikan bagi anak BMI juga menyelenggarakan berbagai program pemberdayaan, pendidikan, sosial dan da'wah bagi masyarakat perbatasan sekitar maupun bagi Buruh Migran Indonesia (BMI) yang bekerja di perkebunan-perkebunan yang ada di wilayah Sebatik Malaysia.

Wisata Agro

Wisata agro ini dapat dikembangkan di tiga desa yakni Desa Maspul, Desa Sungai Limau dan Desa Bukit Harapan. Pada saat musim durian, masyarakat pencinta buah durian dari berbagai wilayah di Kabupaten Nunukan membanjiri desa-desa tersebut untuk menikmati durian dengan berbagai varietas tersebut. Selain tanaman cokelat dan

buah durian, wilayah ini juga dikenal dengan buah dukunya. Belakangan ini, masyarakat juga mengembangkan budidaya buah naga.

Wisata Religi

Bagi penganut agama Kristen Katolik, Gua Bunda Maria yang dibangun di Kampung Lodres Desa Sungai Limau juga berpotensi untuk dikembangkan menjadi Wisata Religi. Gua yang dibangun berdampingan dengan salah satu gereja katolik terbesar di pulau Sebatik tersebut diresmikan oleh Bupati Lembata Propinsi Nusa Tenggara Timur (NTT) pada tahun 2014..

Kampung Loudres adalah salah satu lokasi perkampungan yang terdapat di Dusun Berjoko Desa Sungai Limau. Kampung yang berada di ketinggian tersebut dihuni oleh masyoritas warga yang berasal dan Propinsi Nusa Tenggara Timur. Dari kampung tersebut, pengunjung dapat menikmati pemandangan Kota Tawau Sabah Malaysia dari kejauhan.

Wisata Budaya

Wisata Budaya juga memiliki potensi untuk dikembangkan di Kecamatan Sebatik Tengah. Sebagaimana diketahui, bahwa pulau Sebatik secara umum dan Sebatik Tengah secara khusus dihuni oleh berbagai suku dan etnis. Suku dan etnis tersebut hidup harmonis antara satu sama lain dengan tetap berupaya melestarikan budaya daerahnya masing-masing. Salah satu atraksi budaya yang masih dapat dinikmati di wilayah ini adalah tradisi Tudang Sipulung yang rutin digelar tiap tahunnya oleh warga asal Massenreng Pulu, Sulawesi Selatan. Kegiatan ini biasanya digelar antar bulan Maret-April setiap tahunnya di rumah adat Massenrengpulu yang berlokasi di Desa Maspul. Dalam kegiatan ini digelar acara syukuran dan sekaligus selamatan yang dilanjutkan dengan makan bersama dengan bersimpuh sambil menikmati atraksi kesenian yang ditampilkan oleh kelompok kesenian yang ada.

Selain itu, pelestarian kesenian daerah juga gencar dilakukan baik oleh paguyuban-paguyuban berbasis etnis maupun di lingkungan pembaga pendidikan yang ada. Para siswa kelas di berbagai jenjang pendidikan sangat lihai memainkan berbagai jenis tari dan seni

lainnya. Hal tersebut dapat disaksikan pada acara-acara keramaian yang digelar oleh Pemerintah maupun masyarakat setempat.

3. Potensi industri pengolahan

Saat ini, masyarakat Kecamatan Sebatik Tengah telah mulai mengembangkan berbagai jenis makanan olahan berbasis komoditas bahan baku lokal. Program “*one village one product*” yang dicanangkan oleh Pemerintah Kecamatan telah berhasil mendorong munculnya berbagai jenis produk turunan dari berbagai jenis buah dan pisang yang memang dengan mudah dapat ditemukan di Kecamatan yang berbatasan langsung dengan Sebatik Malaysia tersebut. Di tingkat desa, motor penggerak dari produk-produk turunan tersebut adalah TP. PKK Desa dengan UP2K-nya masing-masing. Pada tingkat kecamatan, TP. PKK Desa ini dikoordinasikan oleh TP. PKK Kecamatan.

Melihat potensi dan posisi geografis daerah, maka Kecamatan Sebatik Tengah juga memiliki potensi untuk dibangun industri pengolahan. Selain berbatasan langsung dengan Malaysia, komoditas-komoditas pertanian dan perkebunan yang melimpah yang dikembangkan masyarakat dapat menjadi bahan baku bagi industri pengolahan maupun kerajinan di wilayah tersebut. Industri pengolahan yang dapat dikembangkan antara lain :

- 1) Pengolahan bahan makanan berbahan baku pisang
- 2) Pengolahan produk turunan komoditas pertanian lainnya
- 3) Pengembangan industri kerajinan tangan

Ditinjau dari sisi pemasaran hingga kini pihak kecamatan telah berupaya untuk memasarkan produk-produk unggulan UMKM dari Kecamatan Sebatik Tengah kepada sejumlah konsumen melalui sarana sejumlah even pameran yang diselenggarakan oleh pemerintah baik didalam atau di luar negeri. Menurut informasi yang diperoleh dari narasumber dana anggaran untuk mengembangkan UMKM selama ini menggunakan dana iuran dari para PNS kantor Kecamatan Sebatik Tengah, seperti pada statement berikut ini

“Biasanya sebulan 2 bulan kalau barangnya habis baru uangnya dikirim. Kita urunan bayar dulu pakai uang kita, kalo tidak punya dana talangan kasihan ibu-ibunya. Dana talangan dari iuran PNS dari kita, kalau ada yang mau nyumbang ya ayo...karena ada beberapa event yang kita ikuti seperti Wonderful Malaysia, kita diundang yang diundang Kabupaten Nunukan tapi Kabupaten Nunukan kita yang mewakili karena satu-satunya Kecamatan yang memiliki UKM. Di tempat lain ada UKM nya tapi dikelola orang/orang. Kalo disini kan pusatnya di Kecamatan dan dikelola orang Kecamatan (UKM Mandiri)”

E. Permasalahan

Di balik potensi yang dimiliki, Kecamatan Sebatik Tengah juga menghadapi berbagai kendala dan masalah. Permasalahan tersebut ada yang bersifat internal dan ada pula yang bersifat eksternal. Permasalahan-permasalahan tersebut diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Internal

- a. Belum optimalnya tata kelola pemerintahan kecamatan dan desa
- b. Masih minimnya jumlah aparatur
- c. Minimnya sarana dan prasarana aparatur
- d. Belum optimalnya pelayanan bidang perizinan dan non perizinan
- e. Belum maksimalnya koordinasi penanganan masalah trantibum

2. Eksternal

- a. Belum berkembangnya industri pengolahan bahan baku
- b. Akses pasar yang masih tergantung dengan pasar Malaysia
- c. Belum berkembangnya usaha kecil menengah (UKM)
- d. Belum optimalnya partisipasi masyarakat dalam pembangunan di tingkat desa
- e. Masih tingginya angka penyandang masalah kesejahteraan sosial

Terkait permasalahan eksternal yang lebih banyak didominasi oleh persoalan pengembangan pemanfaatan dan pengolahan bahan baku perkebunan, pertanian dan perikanan yang dihasilkan di wilayah Kecamatan Sebatik, pihak pemerintah telah berupaya untuk mendirikan UKM Centre bernama “UKM Centre Karang Unarang” (Gambar 5.8) yang berlokasi di Kantor Kecamatan Sebatik Tengah.



Gambar 5.8: UKM Centre Karang Unarang

UKM Centre Karang Unarang didirikan dengan tujuan untuk memasarkan berbagai macam produk yang dihasilkan oleh kelompok-kelompok usaha mikro di wilayah Pulau Sebatik. Dari hasil observasi dan interview dengan pihak pegawai Kecamatan Sebatik Tengah, diketahui jika UKM Centre Karang Unarang menerima seluruh produk-produk hasil olahan industri mikro dari sejumlah pelaku usaha mikro yang berasal dari sejumlah kecamatan lain seperti Kecamatan Sebatik Utara, Kecamatan Sebatik Timur, Kecamatan Sebatik Barat dan Kecamatan Sebatik Induk.



Gambar 5.9: Salah satu pelaku usaha mikro dan produk-produk olahan khas Kecamatan Sebatik Tengah

Anggaran yang digunakan untuk mengelola UMKM umumnya diperoleh dari keuntungan hasil penjualan berbagai macam produk usaha mikro tersebut. Siklus penjualan produk-produk usaha mikro di UMKM Karang Unarang berlangsung selama kurang lebih 2 bulan. Setelahnya dana yang diperoleh diserahkan kepada pihak pelaku usaha mikro. Namun apabila diwaktu-waktu tertentu dana operasional yang dibutuhkan belum tersedia maka sejumlah pegawai kecamatan memberikan sumbangan untuk menutupi biaya yang telah dikeluarkan dan juga untuk mendanai pengeluaran yang dibutuhkan untuk mengikuti sejumlah event pameran baik di level nasional maupun internasional.

Meskipun disejumlah kecamatan lainnya juga memiliki unit usaha mikro, namun keberadaan unit usaha tersebut masih dikelola secara perorangan. Sehingga sebagai satu-satunya kecamatan yang memiliki UMKM dan telah mengelola serta mengkoordinir UMKM, maka Kecamatan Sebatik Tengah akan mewakili Kabupaten Nunukan apabila ada undangan untuk menghadiri sejumlah event seperti “Wonderful Malaysia”. Beragam produk yang dipamerkan turut berasal dari para pelaku usaha di kelima kecamatan. Seperti produk amplang bandeng jantan dan olahan pisang yang diproduksi oleh pengusaha mikro yang berdomisili di Kecamatan Sebatik Timur, kerajinan botol

pasir hias yang berasal dari pelaku usaha di Kecamatan Sebatik Barat, kerajinan anyaman koran dari Kecamatan Sebatik Utara dan terakhir produk teri ambalat yang merupakan ciri khas produksi ushaa mikro Kecamatan Sebatik Induk (gambar 5.10).



Gambar 5.10: Aneka Macam produk UMKM dari berbagai pelaku usaha di Pulau Sebatik

Terkait upaya untuk memperoleh bantuan dana seperti pengajuan proposal sejumlah perusahaan maupun bank untuk memperoleh dana CSR guna membantu proses produksi dan pemasaran, pihak kecamatan mengemukakan jika hingga saat ini hal tersebut belum pernah dilakukan. Namun pada tahun 2016, UMKM Karang Unarang telah mengajukan permohonan bantuan ke Disperindagkop untuk mendanai proses pengurusan uji sertifikasi halal. Berbeda halnya dengan produk usaha non makanan, labeling halal dipandang penting apabila meninjau

potensi jangka panjangnya, bahwa produk-produk UMKM tersebut dapat dijadikan sebagai sajian snack pada acara-acara resmi pemerintahan dan bahkan dapat difungsikan sebagai souvenir di sejumlah hotel. Informasi tersebut di peroleh dari hasil wawancara seperti dibawah ini.

T : “Apakah pihak kecamatan sudah pernah mengajukan permohonan bantuan dana kepada perusahaan. Kan banyak tuh pak perusahaan-perusahaan yang beroperasi di Pulau Sebatik”?

J : “Belum pernah. Banyak PT masuk kesini tapi tahun-tahun awal lebih ke pekerjaan fisik, belum menyentuh UMKM. Bupati baru visi misinya sekarang ke Agrobisnis. Kita juga baru membicarakan dengan camat karena camatnya juga baru. Baru sebulan. Kalo bisa kita dikasih waktu untuk bincang-bincang dengan Bupati. Kita punya produk perikanan yang bisa diunggulkan di NNK. Kita realistis mau bawa produk ke Jawa biayanya besar. Paling tidak usahanya, produk kami ini jadi produk *welcome* di hotel-hotel misalnya, jadi semacam souvenir untuk tamu dari pemerintah pusat, pemprov. Kan seperti saya bilang, secara legalitas ada sertifikat MUI karena kita tinggalnya di Sebatik Tengah maka yang kita pusatkan di Sebatik Tengah. Gebrakannya Kabupaten”.

Maraknya kemunculan produk-produk usaha makanan di Kecamatan Sebatik Tengah dalam kurun waktu 3 sampai dengan 4 tahun terakhir ini tidak luput dari upaya pemerintah kecamatan yang memiliki program ‘1 *village* 1 *innovation*’. Sehingga proses sertifikasi halal pada produk usaha kategori makanan sangat diperlukan untuk membantu proses pemasaran dan penjualan produk tersebut ke berbagai kalangan. Sebelumnya pengurusan sertifikasi halal sudah pernah di fasilitasi oleh Universitas Gadjah Mada, namun baru sebagian produk yang telah memperoleh label sertifikasi halal. Sementara untuk sejumlah produk baru hingga saat ini belum mendapatkannya.

Berlimpahnya hasil perkebunan kakao dan pisang menjadikan Kecamatan Sebatik Tengah ingin mencirikhasikan produk UMKM diwilayah tersebut dengan memanfaatkan olahan bahan pangan yang

berasal dari kedua hasil perkebunan tersebut, pisang dan kakao. Pemerintah berharap agar kuantitas pekerbunan kelapa sawit di wilayah Sebatik Tengah tidak terlalu banyak, dan lebih memfokuskan pada upaya untuk menanam, memproduksi dan memasarkan produk-produk berbahan baku pisang dan kakao. Seperti statement hasil wawancara dengan salah satu pegawai dikantor kelurahan sebagai berikut

T : “Apa ciri khas produknya UMKM di Sebatik Tengah ini pak?”

J : “Pisang dan kakao. Di sebatik pada dasarnya sama semua, perkebunan dan pisang. Kakao masih dijual mentah tapi disini ada wisata kakao, ada hasil produksi Kakao sampai hasil olahannya. Kita jangan jual bahan mentah ke Malaysia deh, kita pinginnya jual barang jadi, selama ini kita jual pisang ke Malaysia kembali kesini lagi diolah disana. Kalao pisang memang lebih banyak di Sebatik Tengah karena memang pisang lebih banyak disini”.

Kalau tempat lain tuh karena ada lautnya ya macam-macam. Ya ikan, keripik ikan, ikan teri ambalat itu. 2 tahun eh, setahun kemarin kita sempat kerjasama dengan Disperindagkop, kami disuruh sipakan produk dan lokasi trainnya, Cuma kendalanya menyiapkan anggarannya sewa gedung. Semuanya dibebankan ke kami, untuk yang jaga stand. Sementara produknya tidak ada di kami. Tahun 2008 kami minta supaya siapkan gajinya 300rb/bulan”.

T : “Bagaimana dengan program agribisnis?”

J : “Mulai tahun 2016, program Bupati baru. Kalau untuk kecamatan yaitu pemberdayaan, peningkatan ekonomi bidang pertanian”.

T : “Yang membina UMKM?”

J : “PKK, seperti dodol klapa sawit di Sebatik Barat, sebatik Induk. Sebetulnya kita ingin perkebunan kelapa sawit tidak terlalu banyak. Pelaksana usaha 100% ibu-ibu, kerajinan dari Sebatik utara karena hanya disini yang punya UMKM”.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut diketahui jika masing-masing kecamatan di Pulau Sebatik telah menetapkan dan memiliki kekhas-an dari produk unggulan UMKM yang menjadi ciri pengenal masing-masing kecamatan. Kecamatan Sebatik Tengah memiliki ciri khas produk olahan pisang dan kakao. Kecamatan Sebatik Utara menghasilkan produk anyaman kertas koran. Kecamatan Sebatik Timur terkenal akan produk olahan ikan dan rumput laut, Kecamatan Sebatik Induk terkenal akan kerajinan pasir pantainya dan Kecamatan Sebatik Barat terkenal akan produk udang kering dengan kualitas No.1.

Meskipun demikian hingga saat ini masih terdapat sejumlah kendala yang dihadapi oleh pihak kecamatan dan para pelaku usaha pada umumnya. Sejumlah kendala tersebut diantaranya yaitu:

1. Kesulitan dalam memperoleh bahan baku untuk sejumlah usaha seperti kerajinan kertas koran di Kecamatan Sebatik Utara dan kerajinan botol pasir hias di Kecamatan Sebatik Barat. Hal tersebut berdampak pada kemampuan dalam memenuhi permintaan pasar, penetapan harga dan juga kemampuan bersaing dengan produk-produk sejenis yang diproduksi pelaku usaha khususnya yang berasal dari Pulau Jawa.
2. Masih minimnya sarana dan prasarana dalam memproduksi berbagai produk dikarenakan akses infrastruktur yang terbatas seperti listrik dan air bersih.
3. Masih terbatasnya keahlian yang dimiliki oleh pelaku usaha dalam berinovasi guna memberikan nilai tambah bagi produk-produk pangan dan non pangan. Contohnya adalah inovasi untuk mengawetkan makanan secara alami bagi produk pangan dan inovasi untuk menciptakan model dan bentuk baru bagi usaha non pangan yaitu usaha kerajinan.
4. Tingginya tingkat ketergantungan terhadap konsumen dari negara tetangga Malaysia dalam memasarkan produk-produk mentah-non olahan hasil pertanian, perkebunan dan perikanan. Kondisi tersebut dipicu oleh belum tersedianya fasilitas dan market area yang memadai di Pulau Sebatik dan Kabupaten

Nunukan bagi kekayaan hasil alam Indonesia. Sehingga tanpa adanya proses pengolahan lebih lanjut untuk memberi nilai tambah bagi produk mentah, petani terpaksa menjual kepada konsumen terdekat yaitu Malaysia. Sejumlah responden mengemukakan bahwa para pengusaha dari Malaysia atau yang lebih dikenal dengan istilah “*toke*” bersedia untuk menjadi penyanggah dana yang membiayai pengeluaran operasional para petani dan nelayan dalam menghasilkan produk-produk alam namun dengan syarat setelahnya haruslah dijual kepada pihak penyanggah dana dengan harga yang sudah ditentukan.

5. Mahalnya biaya pengiriman atas produk-produk UMKM di Pulau Sebatik, berdampak pada harga jual produk per-unitnya. Hal tersebut mengakibatkan rendahnya daya saing produk dan terbatasnya akses pemasaran. Umumnya produk UMKM hanya dijual kepada turis atau tamu yang kebetulan datang berkunjung ke Sebatik atau dijual pada event-event pameran yang diselenggarakan setiap tahunnya. Menurut sejumlah pelaku usaha, Malaysia sebenarnya merupakan salah satu konsumen tetap bagi produk-produk UMKM di Pulau Sebatik. Khusus untuk produk olahan, konsumen dari negara jiran ini hanya mau membeli produk tersebut dalam bentuk dan kemasan polos tanpa adanya keterangan merk atau informasi apapun. Setibanya di Malaysia, produk tersebut dikemas ulang kembali dengan mencantumkan “*brand*” dari negara Malaysia untuk kemudian dijual kembali ke Indonesia dengan harga yang tentunya lebih tinggi.

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa adanya kemiripan permasalahan yang dihadapi oleh masing-masing kecamatan terkait kondisi UMKM di Pulau Sebatik. Permasalahan tersebut dirangkum menjadi 5 kesimpulan yaitu:

1. Kesulitan dalam memperoleh bahan baku untuk sejumlah usaha seperti kerajinan kertas koran di Kecamatan Sebatik Utara dan kerajinan botol pasir hias di Kecamatan Sebatik Barat dikaenakan masih mininya sarana dan prasarana usaha dalam beraktifitas. Tentunya kondisi tersebut berdampak pada kemampuan dalam memenuhi permintaan pasar, penetapan harga dan juga kemampuan bersaing dengan produk-produk sejenis yang diproduksi pelaku usaha khususnya yang berasal dari Pulau Jawa.
2. Masih terbatasnya keahlian yang dimiliki oleh pelaku usaha dalam berinovasi guna memberikan nilai tambah bagi produk-produk pangan dan non pangan. Contohnya adalah inovasi untuk mengawetkan makanan secara alami bagi produk pangan dan inovasi untuk menciptakan model dan bentuk baru bagi usaha non pangan yaitu usaha kerajinan.
3. Tingginya tingkat ketergantungan terhadap konsumen dari negara tetangga Malaysia dalam memasarkan produk-produk mentah-non olahan hasil pertanian, perkebunan dan perikanan. Kondisi tersebut dipicu oleh belum tersedianya fasilitas dan market area yang memadai di Pulau Sebatik dan Kabupaten Nunukan bagi kekayaan hasil alam Indonesia. Sehingga tanpa adanya proses pengolahan lebih lanjut untuk memberi nilai tambah bagi produk mentah, petani terpaksa menjual kepada

konsumen terdekat yaitu Malaysia. Sejumlah responden mengemukakan bahwa para pengusaha dari Malaysia atau yang lebih dikenal dengan istilah “*toke*” bersedia untuk menjadi penyandang dana yang membiayai pengeluaran operasional para petani dan nelayan dalam menghasilkan produk-produk alam namun dengan syarat setelahnya haruslah dijual kepada pihak penyandang dana dengan harga yang sudah ditentukan.

4. Mahalnya biaya pengiriman atas produk-produk UMKM di Pulau Sebatik, berdampak pada harga jual produk per-unitnya. Hal tersebut mengakibatkan rendahnya daya saing produk dan terbatasnya akses pemasaran. Umumnya produk UMKM hanya dijual kepada turis atau tamu yang kebetulan datang berkunjung ke Sebatik atau dijual pada event-event pameran yang diselenggarakan setiap tahunnya. Menurut sejumlah pelaku usaha, Malaysia sebenarnya merupakan salah satu konsumen tetap bagi produk-produk UMKM di Pulau Sebatik. Khusus untuk produk olahan, konsumen dari negara jiran ini hanya mau membeli produk tersebut dalam bentuk dan kemasan polos tanpa adanya keterangan merk atau informasi apapun. Setibanya di Malaysia, produk tersebut dikemas ulang kembali dengan mencantumkan “*brand*” dari negara Malaysia untuk kemudian dijual kembali ke Indonesia dengan harga yang tentunya lebih tinggi.

6.2 Saran

1. Untuk mengatasi kesulitan dalam memperoleh bahan baku bagi sejumlah usaha sebaiknya pihak Kabupaten Nunukan dan Pihak Kecamatan Sebatik Tengah, Utara, Timur, Barat dan Induk mengadakan kerjasama program PKBL/CSR dengan pihak perusahaan yang beroperasi di wilayah tersebut. Agar produk yang dihasilkan dapat bersaing dengan produk-produk sejenis, dan yang terpenting adalah pelaku usaha dapat memenuhi permintaan pasar.

2. Untuk mengatasi kurangnya keahlian yang tidak dimiliki pelaku usaha disektor mikro, pemerintah perlu untuk terus mengadakan pelatihan-pelatihan berdaya saing dan mengevaluasi secara berkala pasca pelatihan selesai dilakukan. Hal tersebut bertujuan untuk mengetahui kekurangan dan hambatan yang dihadapi oleh para peserta pelatihan.
3. Pembuatan aplikasi *e-marketing* diharapkan akan membantu mengatasi permasalahan yang dihadapi dalam memperkenalkan dan memasarkan produk-produk hasil olahan tiap-tiap UMKM
4. Adanya kerjasama antara pihak-pihak terkait seperti Disperindagkop Provinsi dan Pusat dalam menyediakan sarana fasilitas Tol Laut bagi pelaku usaha mikro didaerah perbatasan. Hal tersebut diharapkan dapat meningkatkan siklus perputaran barang dan meringankan biaya pengiriman keseluruh pelosok negeri.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler Philip, Lee Nancy. 2005. Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause, *Published by John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey*
- Kotler Philip and Kevin Lee Keller. 2012. *Marketing Management*. 14th edition, Pearson Education, Inc, Publishing as Prentice Hall
- Keller, Kevin Lane. 2001. *Strategic Brand Management*, Prentice Hall, Upper Saddle River, NJ
- Kotler Philip. 2003. Dalam Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium, Edisi Bahasa Indonesia, Jakarta: *Pearson Education Asia Pte. Ltd dan PT. Prenhallindo*
- Moeleong, Lexy. 2002. *Metode Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosda Karya. Bandung.
- Syairozi, Muhammad. 2013. *Elastisitas Penyerapan Tenaga Kerja pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Samarinda*. Fakultas Ekonomi. Universitas Mulawarman. Samarinda.
- Soepchenko, Akbar. Penerbit Jurnal: Konsep dan Teori CSR: www.scribt.com
- Varadarajan, P.R. and Menon, A. 1988. Cause related marketing: a co-alignment of marketing strategy and corporate philanthropy, *Journal of Marketing*, vol. 52 No. 3, pp 58-74

LAMPIRAN

LAMPIRAN

1. Transkrip Interview

Transkrip 5.1. Perwakilan bidang Ekonomi dan Pembangunan Kabupaten Nunukan.

Responden : Bapak Muchtar

Direkam pada tanggal 31 Juli 2017

CSRnya 1 tahun ini bias masuk, 2017/ 2018 sekitar 5 M semua perusahaan. Ini program wajib sebelumnya untuk masyarakat, bangun jembatan, jalan. Ada PT Laura di Sebatik Barat dan PT Sampurna (belum ada ijin) belum terdaftar sebagai PT. yang 1 belum operasi, baru IUP B (Budidaya). Banyak masyarakat punya tapi tidak ada ijinnya, milik per orangan. PT Sampurna dari Palembang. PT Laura berdisri tahun 2011. Nanti aka nada pujasera untuk UMKM, rencana ke depan akan dibuat per kecamatan lain yang potensial. Hasil PT Laura di jual ke Malaysia tapi saat ini belum punya ijin. Ada 400 Ha

Transkrip 5.2. Sekretaris Camat Sebatik Tengah

Responden : Bapak Nur

Direkam pada tanggal 1 Agustus 2017

1. Darimana anggaran untuk mengembangkan UMKM?

Biasanya sebulan 2 bulan kalau barangnya habis baru uangnya dikirim. Kita urunan bayar dulu pakai uang kita, kalo tidak punya dana talangan kasihan ibu-ibunya. Dana talangan dari iuran PNS dari kita, kalau ada yang mau nyumbang ya ayo...karena ada beberapa event yang kita ikuti seperti Wonderful Malaysia, kita diundang yang diundang Kab. Nunukan tapi Kab. NNK kita yang mewakili karena satu-satunya

Kecamatan yang memiliki UKM. Di tempat lain ada UKMnya tapi dikelola orang/orang. Kalo disini kan pusatnya di Kec. Dan dikelola orang Kec. (UKM Mandiri).

2. Upaya ke perusahaan mengajukan proposal ke Bank-bank untuk CSR?

Kalau dana CSR kita belum ada, tahun kemarin sempat diusulkan ke Disperindagkop. Maksud saya produk ini kita jangan bicara jangka pendek. Paling tidak untuk makan minum tamu, di setiap kantor dan daripada tamu datang kita sediakan Apollo dari Malaysia. Nah, kalau begini kan sudah ada PIRT dari Dinkes bahkan sudah ada yang ada sertifikat halalnya.

Kendala kita disertifikasi halal ke MUI yang posisinya masih di SMD. Nah, kalo ngurus kesana kan perlu biaya. Pernah di fasilitasi UGM tapi baru sedikit yang produk-produk lama, yang baru belum.

3. Aji Kuning yang memiliki produk.

Di jaman Camat I, disetiap desa harus bikin inovasi, harus punya produk. 1 village 1 innovation. Kemudian 3-4 tahun belakangan produk sudah agak banyak.

4. Pernah mengajukan proposal ke PT?

Belum pernah. Banyak PT masuk kesini tapi tahun-tahun awal lebih ke pekerjaan fisik, belum menyentuh UMKM. Bupati baru visi misinya sekarang ke Agrobisnis. Kita juga baru membicarakan dengan camat karena camatnya juga baru. Baru sebulan. Kalo bisa kita dikasih waktu untuk bincang-bincang dengan Bupati. Kita punya produk perikanan yang bisa diunggulkan di NNK. Kita realistis mau bawa produk ke Jawa biayanya besar. Paling tidak usahanya, produk kami ini jadi produk welcome di hotel-hotel misalnya, jadi semacam souvenir untuk tamu dari pemerintah pusat, pemprov. Kan seperti saya bilang, secara legalitas ada sertifikat MUI karena kita tinggalnya di Sebatik Tengah maka yang kita pusatkan di Sebatik Tengah. Gebrakannya kabupaten.

5. Apa ciri khas produknya?

Pisang dan kakao. Di sebatik pada dasarnya sama semua, perkebunan dan pisang. Kakao masih dijual mentah tapi disini ada wisata kakao, ada hasil produksi Kakao sampai hasil olahannya. Kita jangan jual bahan mentah ke Malaysia deh, kita pinginnya jual barang jadi, selama ini kita jual pisang ke Malaysia kembali kesini lagi diolah disana. Kalao pisang memang lebih banyak di Sebatik Tengah karena memang pisang lebih banyak disini.

Kalau tempat lain tuh karena ada lautnya ya macam-macam. Ya ikan, keripik ikan, ikan teri ambalat itu.

2 tahun eh, setahun kemarin kita sempat kerjasama dengan Disperindagkop, kami disuruh sipakan produk dan lokasi trainnya, Cuma kendalanya menyiapkan anggarannya sewa gedung. Semuanya dibebankan ke kami, untuk yang jaga stand. Sementara produknya tidak ada di kami. Tahun 2008 kami minta supaya siapkan gajinya 300rb/bulan.

6. Bagaimana dengan program agribisnis?

Mulai tahun 2016, program Bupati baru. Kalau untuk kecamatan yaitu pemberdayaan, peningkatan ekonomi bidang pertanian.

7. Yang membina UMKM?

PKK, seperti dodol klapa sawit di Sebatik Barat, sebatik Induk. Sebetulnya kita ingin perkebunan kelapa sawit tidak terlalu banyak. Pelaksana usaha 100% ibu-ibu, kerajinan dari Sebatik utara karena hanya disini yang punya UMKM.

Transkrip 5.3. Kepala Sub Bagian Ekonomi dan Pembangunan, Kec. Sebatik Utara

Responden : Bapak Supriyono

Direkam pada tanggal 2 Agustus 2017

1. Bantuan dari pemerintah atau swasta untuk UKM?

Pembuatan plang ikan Bandeng. Disini masalah pemasaran. Kalau kita buat produk mau dilempar kemana. Semua orang punya pisang kendalanya ya itu. Kemarin juga pengrajin roti mereka berhenti dari kerja di Tawau, berhenti. Mereka dapat pelatihan dari Bandiklat, Disperindagkop seperti mesin jahit. Dari Badan perbatasan dapat kripik buah tapi alatnya mangkrak. Listriknya tekanannya tinggi. Kalau di Balikpapan atau Jawa, lalu lintas cukup padat

2. Selain Dinas Peridagkop?

Belum ada. Pertamina hanya sunatan massal sekitar 30 orang yang mendaftar.

3. Potensi Sebatik Utara?

Masyarakat pesisir rata2 nelayan. Seperti di Cilacap harga ikan sekilo 80 rb, disini hanya 25 rb. Disini rata2 cumi2 basah 25rb per kilo. Tapi belum ada yang mengelola karena proses pemasaran kemana. Mereka mau dilatih tapi pelemparannya bagaimana. Solusi tol laut yang digagas pak Jokowi hanya untuk produk tertentu. Seperti rumput laut disini masih melimpah. Peminatnya cukup banyak dari Malaysia, Tawau.

Kalo nelayan, mereka yang mempunyai kelompok nelayan atau koperasi, ada respon dari Bank tapi tidak melalui kami, langsung dengan pihak Bank. Mereka untuk modal pribadi. Kalo CSR dari Bank dengan memberikan beasiswa untuk sekolah-sekolah, itu dari BRI. Tapi program dari Pusat untuk perbatasan untuk Sebatik Utara.

4. Potensi lain selain petani, nelayan?

Ada kerajinan Koran. Anggota kami pernah memiliki kegiatan di Samarinda. Anggota kami memiliki harga pemintal sehingga bias dijual lebih murah. Kalo di daerah Bontang ada mesin penganyam, di daerah Malinau ada juga kegiatan erau. Kita kalah bersaing dari peralatan, sehingga kurang rapi dan harga mahal.

5. Program dari Kecamatan?

Ada Program Bumdes dari Kementerian Agraria, dari Sebatik Utara dan Tengah ada kawasan pengembangan pisang. Mereka membuat program untuk tempat Diklat nanti ada anggaran dari kementerian terkait. Nanti ada program yang akan dilaksanakan di Krayan. Hanya kendalanya program seperti itu langsung ditangani Pusat. Mungkin masalah politik.

Kemarin pisang termasuk harga tinggi bahkan dijual ke sebelah sekarang murah, 10 sen bisa kena 320. Kita terlena, Malaysia dapat nama termasuk kepiting dan udang, lari kesana dengan packaging harganya 2 kali lipat nilai tukarnya. Kita tidak bisa langsung ke Brunei karena tidak ada perjanjian. Kita keterpaksaan daripada pisang busuk.

6. UMKM yang berijin?

Tidak pernah ada data. Kalau ada kegiatan baru kita data. Mereka tidak mau, kalo usaha yang terdata ya PT, toko. UMKM terkendala sertifikasi halal, urusannya ribet, ke BPOM juga. Masyarakat tidak mau. Pernah ada formulir untuk kendala ini tapi tidak ada respon dari pemerintah kabupaten karena katanya tidak ada anggaran.

7. Ada peran PKK?

Di kecamatan kami hanya untuk makanan tradisional untuk lomba-lomba, mereka yang mengumpulkan UMKM dan dibawa ke Nunukan dan juara 3. Anyaman dari botol aqua dll. Bordiran pakai sulam, rajutan, ikat rambut cuma pemasarannya kemana. Sedangkan yang modern lebih banyak. Kemarin disimpan disini

tapi terus kita kembalikan. Untuk khasnya Sebatik, misalnya rumput laut, teri ambalat yang sudah kita olah dan tinggal makan.

**Transkrip 5.4. Kepala Sub Bagian Ekonomi dan Pembangunan -
Sebatik Timur**

Responden : Ibu Jumahirah Tahir

Direkam pada tanggal 2 Agustus 2017

1. UMKM ada?

Timur tidak ada, yang ada Sebatik Utara. Masing-masing di rumah, belum terpusat. Kalau ada kegiatan pameran baru kami mengambil produk-produk. Kami ada 4 desa, sungai nyamuk, tanjung harapan, tanjung aru dan Bukit aru Indah. Tanjung aru gak punya, yang punya sungai nyamuk, amplang.

2. Ada program CSR?

Yang sering dapat di Tj. Aru. Mereka sering ikut pelatihan di Kabupaten. Bukit aru Indah produknya kripik pisang. Dapat bantuan penggorengan dan alat pengepakan tapi tidak tau darimana. Biasanya pelatihan dari pusat langsung ke orangnya tidak lewat kecamatan, kami tidak diikuti. Biasanya dari dinas2.

3. Yang membina UMKM?

Ada UP2K. itu masing2 desa untuk kerajinan tangan, seperti botol the gelas dan barang bekas yang diolah. Mayoritas pelaku UMKM ibu-ibu, petani sawit. Kalo bagian pesisir perikanan, seperti sungai nyamuk pesisir, jadi nelayan.

4. Pernah mengajukan proposal bantuan ke dinas2?

Tidak ada. Itulah kami, kami data kan dari desa jadi kalau desa belum ngasih data ke kami.....

**Transkrip 5.5. Pelaku usaha sektor Mikro - Teri Ambalat -
Kecamatan Sebatik Induk**

Responden : Andi muis, nurmiati

Direkam pada hari Rabu, 2/8/2017

1. Q : Sudah berapa lama Ibu usaha ikan teri Ambalat?
A : Ada tujuh tahun.
2. Q : Masih ingat berapa modal awal usaha?
A : Jual perahu baru beli bagang (tempat menjaring ikan teri). Nibung 4500 ringgit satu pasang, lain mesinnya, lain lampu, kayunya, bambunya. Mau 40 jutaan. Modal dari sebelah (Tawau) dibawa kesini.
3. Q : Sudah berapa bagang yang Ibu punya?
A : Pernah ada tiga. Tapi hanyut. Bikin lagi. Mahal sekarang kalau mau bangun bagang lagi, karena nibungnya saja sekarang 4.500, baru tiang itu, jadi sekitar 13 juta itu baru tiang saja itu, lain bambunya, lain kayu, banyak. 40 jutaanlah.
4. Q : Bagaimana cara penjualannya?
A : Istilahnya di sini satu air (dua minggu sekali panen). Kalau panen kita kirim ke Tawau. Sekarang ini 20 ringgit satu kilo. Kadang turun kadang naik. Ada naik begini (panen) kita jual pakai toke (pengepul).
5. Q : Berapa biasanya satu kali panen?
A : Kadang tiga pikul dua pikul. Satu pikul 100 kilo. 60 ribu satu kilo, tapi potong pengeposan. Kalau macam ini kuat ombak, mahal lagi *lure* (ikan teri ambalat). Kadang bagang juga hanyut, bikin lagi, modal lagi.
6. Q : Pernah Ibu mencoba untuk beri kemasan ikan terinya?
A : Ndak. Kadang marah toke (jika dikemas) karena kita ambil minyak, makanan kalau mau turun (panen), jadi dipotong semua dari smua itu.
7. Q : Berapa keuntungannya kalau sudah dijual di toke?

8. A : Kadang kalau musimnya satu bulan 4000 ringgit.
9. Q : Pernah ikut pelatihan usaha?
10. A : Belum pernah.

Keterangan :

- Usaha ikan teri ambalat milik ibu Nurmiati tergolong usaha kecil dengan modal sekitar Rp40 juta rupiah.
- Produksi dua kali sebulan
- Jumlah produksi sekitar 300 kilogram per satu kali produksi
- Harga net Rp60 ribu satu kilogram.
- Produknya tidak menggunakan kemasan
- Sistem penjualan melalui pengepul (toke)
- Wilayah penjualan ke Tawau

Transkrip 5.6. Kepala Seksi Ekonomi dan Kesra - Kecamatan Sebatik Induk

Responden : Unknown

Direkam pada hari Rabu, 2/8/2017

1. Apa jenis usaha UMKM di Sebatik Induk?

Di sini juga ada amplang, nugget cuma *ndak* tiap hari. Mereka bikin pada waktu-waktu tertentu seperti kalau pada saat ada yang minta, dalam rangka ekspo.

2. Bagaimana dengan usaha lain yang ciri khas Sebatik Induk sebagai daerah pantai?

Ikan teri Ambalat. Setiap hari-hari tertentu itu *kan* ada tol laut, itu (teri Ambalat) diangkut ke Palu, Surabaya. Tapi ini dalam bentuk mentah, belum dalam bentuk kemasan.

3. Kenapa bisa begitu?

Di sini mereka belum terlalu fokus *sih* dalam hal melaksanakan secara komersil karena masalah pemasaran.

4. Bagaimana gambaran masyarakat Sebatik Induk?

Masyarakat di sini *tuh* boleh dikatakan 70% bekerja di sektor agribisnis, perkebunan kelapa sawit, 15% di perikanan,

selebihnya itu di sektor swasta seperti wiraswasta wirausaha, seperti itu....dominan itu di agrobisnis dalam arti luas ada perkebunan, persawahan, tapi yang paling mendongkrak ekonomi mereka itu perkebunan kelapa sawit. Mereka langsung jual mentah. Ada yang membuat dodol kelapa sawit, cuma belum sampai tahapan komersil. Cuma sampai pada tahapan ekspo. Tidak rutin tiap hari juga bikinnya.

5. **Apa ada upaya dari kecamatan untuk membina pelaku usaha ini?**
Setiap saat kita melakukan pembinaan melalui PKK. Promosi, sering kami lakukan promosi seperti kalau ada pameran kami bawa produk-produk mereka, terus juga lewat media sosial, lewat *website*. Pernah kami punya *website*, cuma sekarang nggak aktif lagi karena domainnya sudah lewat.
6. **Bagaimana dengan upaya pemasarannya?**
Pemasarannya, istilahnya kalau ada misalnya *kayak* di bandara atau pelabuhan ada yang mau menampung secara *kontinyu* tiap hari mereka minta produk olahan itu pasti mereka mau. Masalahnya tidak ada.

Transkrip 5.7. Pengrajin Pasir - Kecamatan Sebatik Induk

Responden : KAHAR

Direkam pada hari Rabu, 2/8/2017

1. **Sudah berapa lama usaha ini?**
Baru dua tahun
2. **Apa ide awal buat usaha ini?**
Ide awalnya kadang orang dari luar *kan* selalu mau bawa oleh-oleh. Kalau macam hari raya, tahun baruan *kan* banyak orang datang (berlibur di pantai). Kalau hari Minggu *kan* tidak ada kerjaan, saya *standby*, jadi kalau ada orang dari Tawau jalan-jalan atau orang dari luar itu kadang pesan-pesan nama...karena niatnya *kan* ini jadi souvenir.

3. **Pembelinya dari mana saja?**
Dari Tawau, dari luar Sebatik juga ada kalau kebetulan jalan-jalan di sini.
4. **Berapa untungnya produk ini?**
Dapat Rp500 ribu per sekali musim seperti hari Raya. Jualnya Rp30 ribu, modalnya Rp15an ribu. Botolnya sebenarnya daur ulang karena di pantai itu kadang banyak orang buang sampah botol. Modal buatnya itu di catnya *aja*, Rp.80an ribu satu kaleng. Saya habiskan itu kadang satu warna itu dua kaleng. Sekali produksi ada 20-an. Sekali bikin 15 menit.
5. **Bagaimana dengan promosinya?**
Sebatas *facebook* saja. Kalau ada pendatang, foto pasang di Instagramnya. Minta tolong dipromosikan.
6. **Bagaimana dengan pesanan online-nya?**
Kalau pesanan *online* belum. Kalau pesan langsung sering, dari Tawau atau datang dari Jakarta jalan-jalan di galeri, minta dibikinkan tulisan di botol.
7. **Apakah ada pelanggan tetap?**
pelanggan tetap tidak ada, turis sih. Kalau lokal jarang, yang biasa pesan yang jauh-jauh.
8. **Apakah pernah ada yang mau memodali dari bank atau perusahaan?**
Belum pernah ada yang tertarik untuk modali.
9. **Apakah pernah ikut pelatihan?**
Belum pernah juga ikut pelatihan, otodidak dari *Youtube*.
10. **Apakah punya karyawan?**
Saya tidak punya karyawan, Saya ada titip produk di galeri di pantai. Tidak ada modal sewa karena punya keluarga.
11. **Bagaimana dengan promosi di ekspo-ekspo?**
Iya, biasa promosi. Macam ada ekspo yang mewakili kecamatan Sebatik, saya yang biasanya ikut.

12. Punya rencana memperbaiki kualitas produknya?

Rencananya kalau ada kesempatan mau perbaiki lagi produknya, supaya lebih menarik, ini masih pakai botol-botol bekas. Lukisan saya khasnya pantai, gunung sama gradasi warna. Di Nunukan kayaknya saya aja. Ciri khasnya Sebatik Induk, daerah pantai, *kan* wisatanya juga pantai

Transkrip 5.8. Pelaku Usaha Mikro Udang Kering - Kecamatan Sebatik Barat

Responden : RIVAI

Direkam pada hari Rabu, 2/8/2017

1. Q : Sudah berapa lama usaha udang kering?
A : Sudah berjalan 20 tahun.
2. Q : Berapa modal awalnya?
A : Kalau saya modal awal punya perahu satu, sekitar 20an juta. Kami *ndak* perlu terlalu banyak modal, karena begitu masuk gudang, langsung kami bawa ke Tawau. Paling satu hari langsung ada uang kan langsung bayar. Sistimnya *nda* bayar dimuka. Tapi kalau sekarang kan karena kurang, bayar di muka.
3. Q : Darimana ambil udang keringnya?
A : Daerah sini *aja* (ambil udang kering), daerah Sebatik Barat *aja*.
4. Di wilayah mana saja dipasarkan?
Jualnya ke Surabaya dan Jakarta. Saya juga jual *online* di *Shopee*.
5. Bagaimana dengan penjualan ke Tawau?
Kalau yang ke Malaysia mereka perorangan, cuman mereka jual lagi, mereka pengumpul kayak saya, cuma mereka ecer lagi di pasar. Kalau di Tawau itu begitu.
6. Apakah produknya sudah dalam bentuk kemasan?
Belum dikemas (penjualan ke Surabaya dan Jakarta), kalau yang di *Shopee* ini sudah dikemas bentuk satu kiloan, cuma *ndak* pake

label, kemasan biasa *aja*. Saya *nggak* kasi merek, karena permintaan mereka begitu. Mau dijual lagi.

7. Berapa harga jualnya?

Sekilo saya jual Rp.75 ribu sekarang ini, jadi ongkir ditanggung pembeli. Kalau di *Shopee* ada pelanggan tetap, *nda* beli banyak karena penjualan terbatas. Dari Surabaya yang banyak.

8. Berapa banyak biasanya permintaan udang kering yang mau dijual di Tawau?

Kalau di Tawau, *nggak* terbatas, biar berapa diambil semua. Kalau sekarang satu bulan sekitar dua ton. Nelayan *kan* satu orang 10 sampai 20 kilo. Dulu saya tahun 2010an satu air 4 ton. Akhirnya satu bulan bisa 4 ton. Sekarang sudah menurun karena nelayannya sudah beralih ke rumput laut.

9. Kenapa bisa begitu?

Kalau dulu masih 2010an saya kirim ke Surabaya 4 ton-an satu kali kirim. Per dua minggu. Sebulan bisa 8 ton. Mereka ini berhenti karena rumput laut pernah tinggi Rp.18 ribu per kilo. Waktu itu 40ribuan sampe 50ribuan.

10. Bagaimana cara promosi barang-barang ini selain lewat online dan jual langsung? Pernah ikut pameran?

Kalau pameran sering juga ikut, kadang-kadang dari Disperindag. Kami dua kali ikut ke Batam, sekitar 2013.

11. Apa Bapak punya karyawan?

Karyawan saya ya satu, pekerja, terus di rumah dua orang perempuan. Kalau yang lainnya *kan* nelayan.

12. Bagaimana sistem pembelian dari nelayan?

Kami begitu terkumpul langsung kirim, jadi *ndak* menampung. Saya bawa paling 20 karung.

13. Apakah pernah mengajukan bantuan untuk usaha ini?

Belum pernah sih buat-buat proposal. Cuma kalau ada pameran biasanya kita kasi label. Paling yang dapat bantuan nelayannya, saya ada izin (izin usaha).

14. Bagaimana dengan keuntungan?
Sebenarnya untungnya di udang kering, per kilo bisa kita dapat di atas 2000 sampai 5000 per kilo. Satu air omzetnya di atas 100. Sekitar dua minggu. Dibanding rumput laut untungnya paling 500.
Di sebatik Barat ini dikenal udang kering sama Tarakan. Bedanya lebih bersih kita punya, cuma Tarakan agak besar sedikit. Kalau kita disini udang besarnya dijual mentah.
15. Bagaimana dengan kendala yang pernah Bapak hadapi?
Sebenarnya banyak sih minat udang kering, cuma ongkos kirimnya yang mahal. Kalau dari sini ke Surabaya kotanya Rp.38 ribu per kilo. Jatuhnya 100 ribu lebih. Tapi masih ada yang sanggup jual di sana.
Itulah kendalanya di ongkos. Jadi pembeli di Jawa itu beratnya di ongkos kirim itu. Ada biaya lagi *kan* paling *ndak* 1000- 1500 kalau ada kemasan lagi.
16. Pernah ikut pelatihan untuk usaha Bapak?
Kalau pelatihan, saya belum pernah ikut *sih* kalau pelatihan produk. Kalau dari perusahaan *ya* ikut. Kalau dari bank saya belum juga.
17. Bagaimana dengan perusahaan yang ada di sini? Pernah dapat bantuan CSR?
Di sebatik Barat, Sampoerna Sejahtera beroperasi, tapi belum menyalurkan CSR.

Transkrip 5.9. Kasi Ekonomi - Sebatik Barat

Responden : DODI HERMAWAN

Direkam pada hari Rabu, 2/8/2017

1. **Apakah pernah kecamatan melakukan pelatihan kepada pelaku UMKM?**
Ada pelatihan untuk warga, tapi dari Kementerian Koperasi & Disperidagkop tahun 2017. Jadi pelatihannya itu tentang

pengolahan kulit pisang, jantung pisang jadi keripik. Pesertanya dari ibu-ibu rumah tangga dan pelaku UMKM. Kita (kecamatan) sekedar fasilitator. Kita kumpulkan masyarakat untuk ikut pelatihan. Tempatnya di kantor kecamatan.

2. Bagaimana dengan bantuan CSR perusahaan yang beroperasi di sini?

Di Sebatik Barat, Sampoerna (perusahaan sawit) yang punya sawit. Mereka sudah produksi. Bantuan mereka biasanya kayak memperbaiki gedung sekolah.

DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURSHIP ORIENTATION AND
MARKETING STRATEGY WITH UTILIZATION OF CSR PROGRAM
IN BORDER AREA OF NORTH BORNEO

Rahmawati
Bramantika Oktavianti
Muh. Jamal

Abstract

This research was conducted in Sebatik sub-district, located in North Kalimantan Province, which aims to identify the obstacles and problems faced by the perpetrators of MSMEs in Sebatik Islands, especially in 5 sub-districts namely Sebatik Tengah, North, Timur, Induk, Barat.

The objective of the research is to carry out social mapping from the physical and social aspect of the community domiciled in Sebatik Islands especially related to social, economic, and environmental characteristics. In addition, this research is also useful and the risks that will arise in the development program in order to identify and opportunities of potential business community that is the perpetrators of SMEs in order to be able to run their business sustainability through the contribution of science in the field of marketing in the creativity of production systems, Price, and distribution of Micro, Small and Medium Enterprise (MSME) products.

The research method used is qualitative research method by using phenomenology analysis. Data were collected by survey method, in-depth interviews and Focus Group Discussion (FGD). The results of this study found that the constraints faced by MSMEs in Sebatik Islands are mostly packaging, marketing, product quality and business legality and the limitations of processing their natural resource advantages. The importance of knowledge about brands and labeling, as well as increased understanding of online marketing through the internet, as well as the connection of business legality management is a necessary factor right now.

Keywords: Sebatik Islands, Micro, Small and Medium Enterprise (MSME), Marketing Strategy , CSR (Corporate Social Responsibility).