

**KINERJA TIM MARKETING DINAS PERINDUSTRIAN
PERDAGANGAN & ENERGI SUMBER DAYA MINERAL (ESDM)
KABUPATEN KULON PROGO
DALAM KEGIATAN PENGEMBANGAN PASAR & DISTRIBUSI
BARANG/PRODUK**



**Disusun Oleh :
HANANTO WIBOWO
NIM : D0105071**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas
Dan Memenuhi Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Jurusan Ilmu Administrasi**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA
2010**

HALAMAN PENGESAHAN

Telah Diuji dan Disahkan oleh Panitia Penguji Skripsi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sebelas Maret
Surakarta

Pada Hari :

Tanggal :

Panitia Penguji :

1. **Dra. Sri Yuliani, M.Si** ()
NIP. 196307301990032002
2. **Dra. Sudaryanti, M.Si** ()
NIP. 195704261986012002
3. **Drs. Sudarmo, M.A. Ph.D** ()
NIP. 196311011990031002

Mengetahui,

Dekan

FISIP UNS

Drs. H Supriyadi, SN., SU.

NIP. 195301281981031001

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Dengan mengucap Alhamdulillah Robbil'alamin, puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan segala rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“KINERJA TIM MARKETING DINAS PERINDUSTRIAN PERDAGANGAN & ESDM KABUPATEN KULON PROGO DALAM KEGIATAN PENGEMBANGAN PASAR DAN DISTRIBUSI BARANG/PRODUK”**.

Penulis telah berusaha segenap kemampuan dalam menyelesaikan skripsi ini untuk memperoleh hasil yang terbaik. Namun sebagai hamba Allah yang dhoif, penulis menyadari masih begitu banyak kekurangan dalam penulisan ini., karena itu mohon maaf bila terdapat kekurangan maupun kesalahan dalam penulisan skripsi ini.

Adapun keberhasilan penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak, untuk ini penulis ingin menyampaikan penghargaan setinggi-tingginya dan terima kasih setulus-tulusnya kepada:

1. Drs. Sudarmo, M.A. Ph.D selaku pembimbing skripsi yang telah mengarahkan, membimbing dan memotivasi penulis hingga selesainya skripsi ini.
2. Drs. Sudarto, M.Si selaku pembimbing akademik yang telah membantu selama kami menuntut ilmu di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UNS.
3. Bapak Bambang Widodo, Bapak Bambang Sutrisno, Ibu Sudarminah dan seluruh jajaran Dinas Perindustrian Perdagangan & ESDM Kabupaten Kulon Progo yang telah membantu dalam dan memberi kemudahan dalam penulisan skripsi ini.

4. IMM Ki Bagus Hadikusumo 05 (Amin, Azis, Dwi, Nita) dan Keluarga Besar IMM Ki Bagus Hadikusumo.
5. Teman-teman AN 2005
6. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa banyak kekurangan dalam penulisan ini. Kritik dan saran sangat kami harapkan. Akhirnya semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat, baik bagi penulis sendiri maupun bagi pihak yang berkepentingan dengan penulisan skripsi ini.

Billahi Fii Sabilil Haq Fastabiqul Khairat

Wassalamualaikum Wr. Wb

Surakarta, Januari 2010

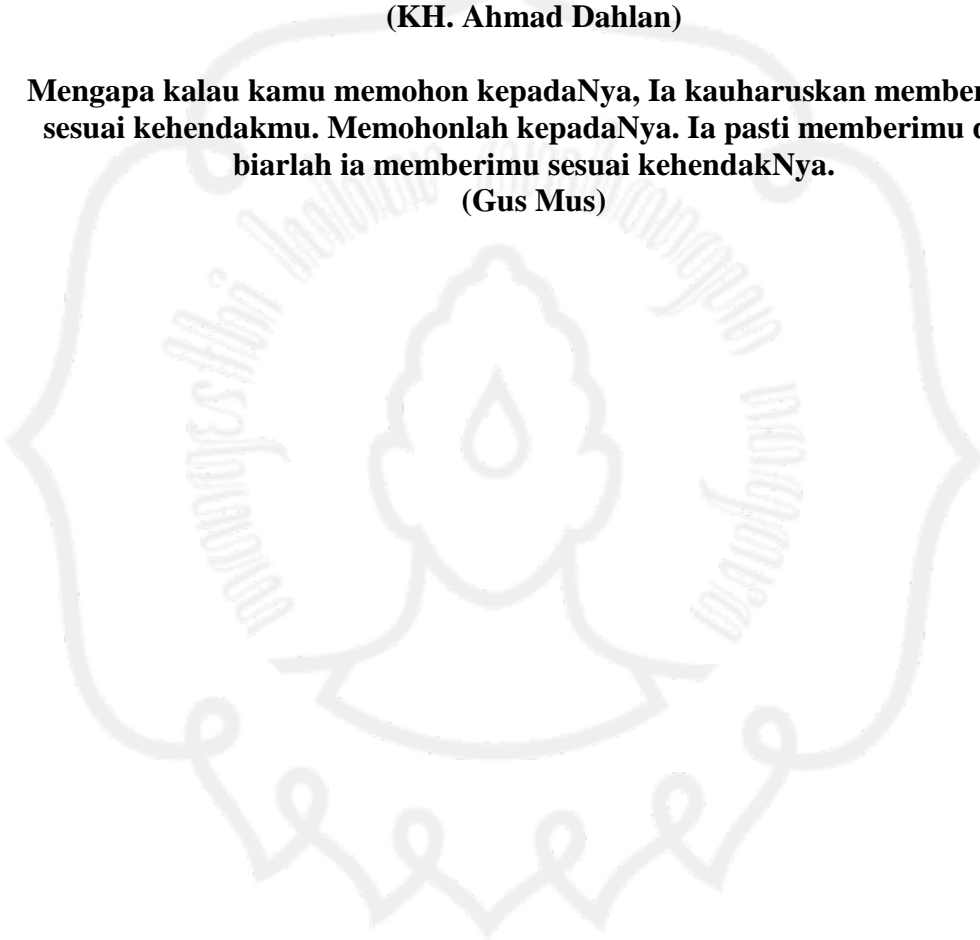
Penulis

MOTTO

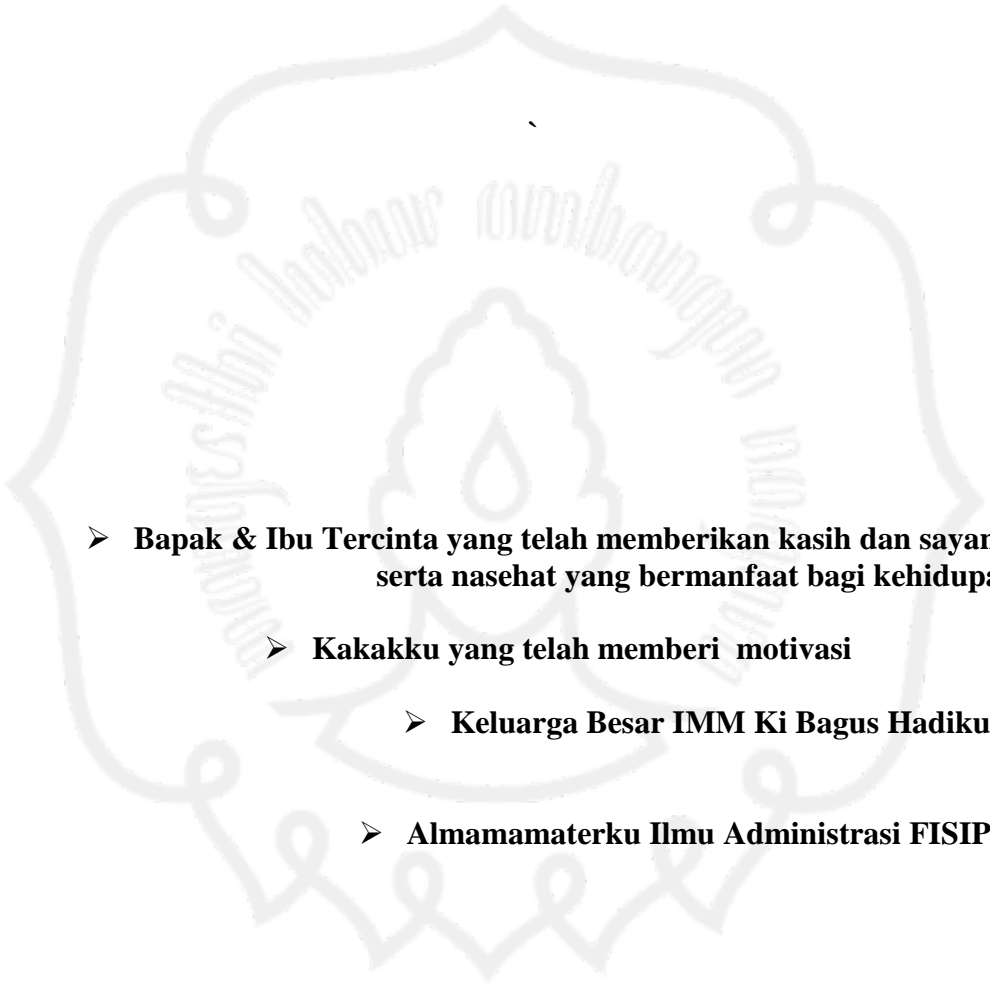
**“Dan bahwasanya seseorang manusia tidak memperoleh selain apa yang telah diusahakan”
(Q.S An Najm : 39)**

**“Pada hakikatnya setiap insan akan mati, kecuali mereka yang berilmu. Orang yang berilmu akan bingung, kecuali mereka yang beramal. Orang yang Beramal akan sia-sia, kecuali mereka yang ikhlas”
(KH. Ahmad Dahlan)**

**Mengapa kalau kamu memohon kepadaNya, Ia kauharuskan memberimu sesuai kehendakmu. Memohonlah kepadaNya. Ia pasti memberimu dan biarlah ia memberimu sesuai kehendakNya.
(Gus Mus)**



PERSEMBAHAN

- 
- **Bapak & Ibu Tercinta yang telah memberikan kasih dan sayang serta nasehat yang bermanfaat bagi kehidupanku.**
 - **Kakakku yang telah memberi motivasi**
 - **Keluarga Besar IMM Ki Bagus Hadikusumo**
 - **Almamaterku Ilmu Administrasi FISIP UNS**

DAFTAR ISI

	Hal
Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan.....	ii
Halaman Pengesahan.....	iii
Halaman Motto.....	iv
Halaman Persembahan.....	v
Kata Pengantar.....	vi
Daftar Isi.....	viii
Daftar Tabel.....	xi
Daftar Gambar.....	xii
Abstrak.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
E. Kajian Pustaka.....	6
1. Pengertian Kinerja.....	6
2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja.....	8
3. Indikator Kinerja.....	11
4. Kinerja Tim Marketing Dinas Perindustrian Perdagangan	

& ESDM Kabupaten Kulon Progo Dalam Kegiatan Pengembangan Pasar & Distribusi Barang/Produk.....	26
F. Kerangka Pemikiran.....	27
G. Metode Penelitian.....	29
BAB II DESKRIPSI LOKASI.....	35
A. Deskripsi Tentang Kondisi Alam dan Letak Gografis Kabupaten Kulon Progo.....	35
B. Deskripsi Dinas Perindustrian Perdagangan & ESDM Kabupaten Kulon Progo.....	36
C. Program Kerja.....	44
D. Kondisi Kepegawaian Dinas Perindustrian Perdagangan & ESDM Kabupaten Kulon Progo.....	48
E. Pelaksanaan Program Kerja.....	49
BAB III HASIL PENELITIAN.....	55
A. Pengembangan Pasar dan Distribusi Barang/Produk Oleh Tim Marketing Dinas Perindustrian Perdagangan & ESDM Kabupaten Kulon Progo.....	55
B. Penilaian Kinerja.....	64
1. Responsibilitas.....	64
2. Responsivitas.....	66
3. Akuntabilitas.....	69

4. Sumber Daya Manusia.....	71
5. Kualitas Layanan.....	73
BAB IV PENUTUP.....	75
A. Kesimpulan.....	75
B. Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



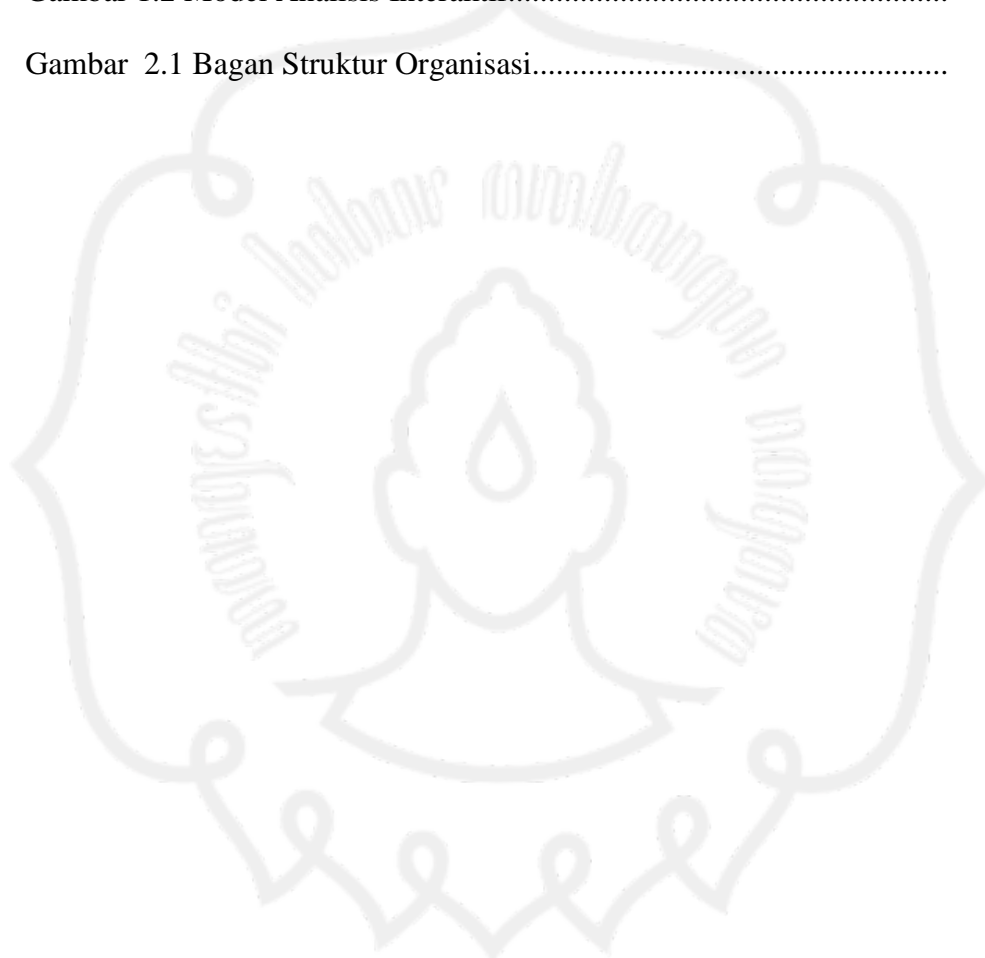
DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 2.1 Keadaan Pegawai Menurut Bagian.....	48
Tabel 2.2 Keadaan Pegawai Berdasarkan Tingkat Eselon.....	49
Tabel 2.3 Keadaan Pegawai Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	49



DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran.....	28
Gambar 1.2 Model Analisis Interaktif.....	34
Gambar 2.1 Bagan Struktur Organisasi.....	38



ABSTRAK

Hananto Wibowo D0105071, **Kinerja Tim Marketing Dinas Perindustrian Perdagangan kabupaten Kulon Progo & Energi Sumber Daya Mineral Dalam Kegiatan Pengembangan Pasar & Distribusi Barang/Produk**, Jurusan Ilmu Administrasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Sebelas Maret, Surakarta, 80 Halaman.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh potensi-potensi di bidang perindustrian & perdagangan di Kabupaten Kulon Progo yang belum maksimal pengelolaannya sehingga tidak maksimal pendapatan yang diperoleh dari bidang tersebut. Kenyataan tersebut kemudian direspon oleh Dinas Perindustrian Perdagangan & Energi Sumber Daya Mineral dengan kegiatan maupun program dengan tujuan meningkatkan pendapatan dari potensi yang belum maksimal tersebut.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran tentang Kinerja Tim Marketing Dinas Perindustrian Perdagangan & Energi Sumber Daya Mineral kabupaten Kulon Progo dalam kegiatan pengembangan pasar dan distribusi barang/produk. Selain itu untuk mengetahui seberapa besar pengaruhnya kegiatan yang dilaksanakan terhadap para pengusaha maupun pedagang. Serta pelaksanaan akuntabilitas kepada atasan maupun kepada publik.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, dimana sumber datanya diperoleh dari data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Kemudian untuk memberikan jaminan bagi kemantapan kesimpulan dan tafsiran makna sebagai hasil penelitian, maka dilakukan uji validitas data dengan menggunakan teknik triangulasi data.

Kinerja Tim Marketing Dinas Perindustrian Perdagangan & Energi Sumber Daya Mineral Kabupaten Kulon Progo Dalam Kegiatan Pengembangan Pasar & Distribusi Barang/Produk dapat dilihat melalui indikator responsibilitas, responsivitas, akuntabilitas, sumber daya manusia, dan kualitas layanan. Melalui indikator respinsibilitas terlihat bahwa kemampuan aparat dalam menjalankan kegiatan sudah sesuai dengan aturan yang ada meskipun dengan inovasi-inovasi yang dibutuhkan dalam menjalankan kegiatannya. Indikator responsivitas terlihat dari respon atas permasalahan pengusaha maupun pedagang dalam mengenalkan dan memasarkan produknya dengan melaksanakan program pembinaan, promosi dan pameran. Indikator akuntabilitas terlihat dari pertanggungjawaban atas pelaksanaan kegiatan yang dilaksanakan kepada atasan selaku pemberi mandat serta kepada publik melalui pembinaan maupun fasilitasi terhadap pengusaha maupun pedagang. Indikator sumber daya manusia terlihat dengan adanya kegiatan pengembangan sumber daya manusia dari aparat dinas baik melalui pelatihan-pelatihan maupun melalui tugas belajar sehingga mampu melaksanakan tugas sesuai dengan bidangnya. Indikator kualitas layanan terlihat dari adanya pelayanan fasilitasi sesuai dengan standar-standar yang ada. Dalam pelaksanaan kegiatan tidak terlepas dari hambatan yang dihadapi. Meskipun demikian kegiatan tersebut dapat berjalan dengan cukup baik.

ABSTRACT

Hananto Wibowo D0105071, The Marketing Team Performance of Industry, Trading and Mineral Energy Resource Office in Kulon Progo Regency in the Market & Product Distribution Development Activity, Public Administration, Faculty Social Science and Political Science, Sebelas Maret University. 80 pages.

This research is foreshadowed by the potential in industry and trading area in Kulon Progo Regency that has not been maximal in its management, so that the revenue gained by the area is not maximal. Such reality is responded by the Industry, Trading and Mineral Energy Resource Office in Kulon Progo Regency with the activity and program aiming to improve the income from such non-maximal potential.

This research aims to find out the description of Marketing Team Performance of Industry, Trading and Mineral Energy Resource Office in Kulon Progo Regency in the Market & Product Distribution Development Activity. In addition, it also aims to find out how far the effect of the activity implemented is on the employers or merchants, as well as the accountability implementation to both the superior and public.

The method employed in this research was a descriptive qualitative, where the data sources employed were primary and secondary data. Techniques of collecting data used in this research were interview, observation and documentation. Then, for guaranteeing the validity of conclusion and meaning interpretation, the validity test was done using data triangulation technique.

The Marketing Team Performance of Industry, Trading and Mineral Energy Resource Office in Kulon Progo Regency in the Market & Product Distribution Development Activities can be seen from the indicators of responsibility, responsiveness, human resource and service quality. Through the indicator of responsibility it can be seen that the apparatus's capability in undertaking the activity has been consistent with the existing rule despite the innovation necessary in undertaking it. Indicator of responsiveness can be seen from responses to the employer's or merchant's problems in introducing, and marketing its product by implementing the establishment, promotion and exhibition program. Indicator of accountability can be seen from the responsibility for the implementation of activity or facilitation of the employer and merchant. Indicator of human resource can be seen from the human resource development activity done by the office apparatuses through both training and studying program so that they can run the task corresponding to their field. Indicator of service quality can be seen from the facilitation service consistent with the existing standard. The implementation of activity cannot be apart from the obstacles encountered. Nevertheless such activities run fairly well.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Potensi Indonesia dalam sektor perindustrian dan perdagangan sangat besar. Oleh sebab itu perlu penanganan yang baik agar kedua sektor tersebut mampu berkembang dan memberikan manfaat bagi kesejahteraan masyarakat Indonesia. Potensi-potensi tersebut meliputi: industri migas dan industri non migas. Industri migas dibagi kedalam industri pengilangan minyak bumi dan industri gas alam cair, industri non migas dibagi menjadi industri pengolahan pangan, industri sandang dan kulit, industri kimia, industri bangunan, industri logam, industri alat angkut dan mesian dll. Sedangkan untuk sektor perdagangan meliputi perdagangan migas dan non migas.

Berdasarkan perkembangan perdagangan di Indonesia dalam beberapa sektor dan perkembangan dari tahun ketahun. Pertumbuhan perdagangan di Indonesia terlihat volume perdagangan non migas lebih banyak daripada volume perdagangan migas dengan data dari BPS tahun 2008 yaitu Migas sebesar US\$ 29.126 juta dan Non Migas US\$ 107.894 juta. Meskipun demikian jika dilihat dari potensi yang ada perdagangan migas di Indonesia minimal dapat menyumbang lebih banyak daripada yang sekarang. Alasan dari semua itu karena minyak maupun gas berada dalam harga yang cukup bagus sehingga kekayaan Indonesia yang berupa minyak dan gas dapat memberikan nilai lebih bagi perdagangan

Indonesia. Perdagangan migas Indonesia belum bisa memberikan hasil optimal sebab ketertinggalan teknologi Indonesia dalam mengolah sumber daya ini.

Dalam sektor perindustrian Indonesia memiliki potensi dari industri migas maupun industri non migas, industri-industri tersebut berperan dalam pembangunan Indonesia. Peranan tersebut bisa berupa penyerapan tenaga kerja dan juga sebagai sumber pendapatan negara. Dan kemudian dijadikan sebagai modal dalam pembangunan.

Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia pada tahun 2008 menurut BPS pada tahun 2008 sebesar Rp 4. 954 triliun. Dari PDB Indonesia tahun 2008 tersebut Kabupaten Kulon Progo Menyumbangkan PDB sebesar Rp 50 milyar. Dengan PDB Kulon Progo diatas maka akan dibahas mengenai potensi-potensi Kabupaten Kulon Progo dalam keterkaitannya dengan perindustrian dan perdagangan.

Potensi Kulon Progo yang merupakan daerah pertanian meliputi hasil-hasil pertanian maupun olahannya. Potensi-potensi tersebut meliputi hasil ternak (Sapi dan Kambing PE), perkebunan dan olahan (Cengkeh, Kopi, Kelapa), produk kerajinan dan handycraft yang variatif dan kreatif dan juga memiliki keunggulan kompetitif. Potensi tersebut sangat bagus didalam pengembangan Kabupaten Kulonprogo demi mengejar ketertinggalannya dari daerah-daerah lain dalam wilayah Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta pada khususnya dan secara nasional pada umumnya. Dibawah ini dapat dilihat potensi industri di Kabupaten Kulonprogo.

Potensi industri di Kulon Progo meliputi pengolahan pangan, sandang dan kulit, kimia dan bahan bangunan serta kerajinan dan umum. Perhitungan dari jumlah industri tersebut yaitu 20.645 unit usaha dan mampu menyerap 56.455 tenaga kerja dengan nilai investasi sebesar Rp. 53.730.970.000,-. Maka sektor industri ini sangat menjanjikan bila dikembangkan dan dikelola dengan baik sehingga mampu menjadikan pemasukan bagi daerah, menjadikan dan juga dapat mensejahterakan masyarakat di Kulon Progo. Potensi pedagang di Kulon Progo dengan jumlah total 4985 pedagang dan tersebar di 12 kecamatan menjadikan suatu modal bagi pengembangan perdagangan. Besarnya potensi tersebut dilihat oleh pemerintah kabupaten Kulonprogo dapat dikembangkan agar lebih baik sehingga dilakukan langkah nyata dengan mengadakan bimbingan usaha bagi pedagang tersebut. Dalam menjalankan tugas, bidang perdagangan yang memiliki tugas pembinaan dan pengembangan usaha. Sektor industri terkait juga dengan sektor perdagangan. Sehingga ketika berbicara industri kita tidak bisa lepas dari perdagangan. Industri merupakan produsen (penghasil) sedangkan perdagangan merupakan pemasaran dari hasil tersebut.

Dinas Perindustrian Perdagangan & Energi Sumber Daya Mineral Kabupaten Kulon Progo dengan melihat potensi-potensi yang ada seperti jumlah industri yang sangat besar yaitu 20.645 unit yang mampu menyerap 56.455 tenaga kerja, sedangkan potensi dari jumlah pedagang di Kulon Progo sebesar 4985. Maka dinas berusaha mengembangkan potensi tersebut untuk dijadikan sebagai modal bagi pembangunan Kulon progo. Pembangunan disini baik pembangunan secara fisik maupun ekonomi sehingga dapat mewujudkan masyarakat Kulon

Progo yang makmur dan sejahtera. Adapun dalam mengembangkan perindustrian dan perdagangan tersebut dapat dilihat masalah yang dihadapi dalam bidang ini. Masalah yang dihadapi tersebut ialah tentang pemasaran dari produk-produk unggulan dan potensial yang dihasilkan. Untuk menghadapi masalah tersebut Pemerintah Daerah Kabupaten Kulonprogo melalui Dinas Perindustrian Perdagangan dan Energi Sumber Daya Mineral membentuk suatu tim yang berada didalam bidang perdagangan. Tim marketing memiliki tugas untuk mempromosikan tentang produk-produk unggulan tersebut agar dapat dikenal secara Nasional maupun Internasional dan juga dapat meningkat penjualannya.

B. Perumusan Masalah

Permasalahan yang akan diteliti dalam skripsi ini adalah sebagai berikut:

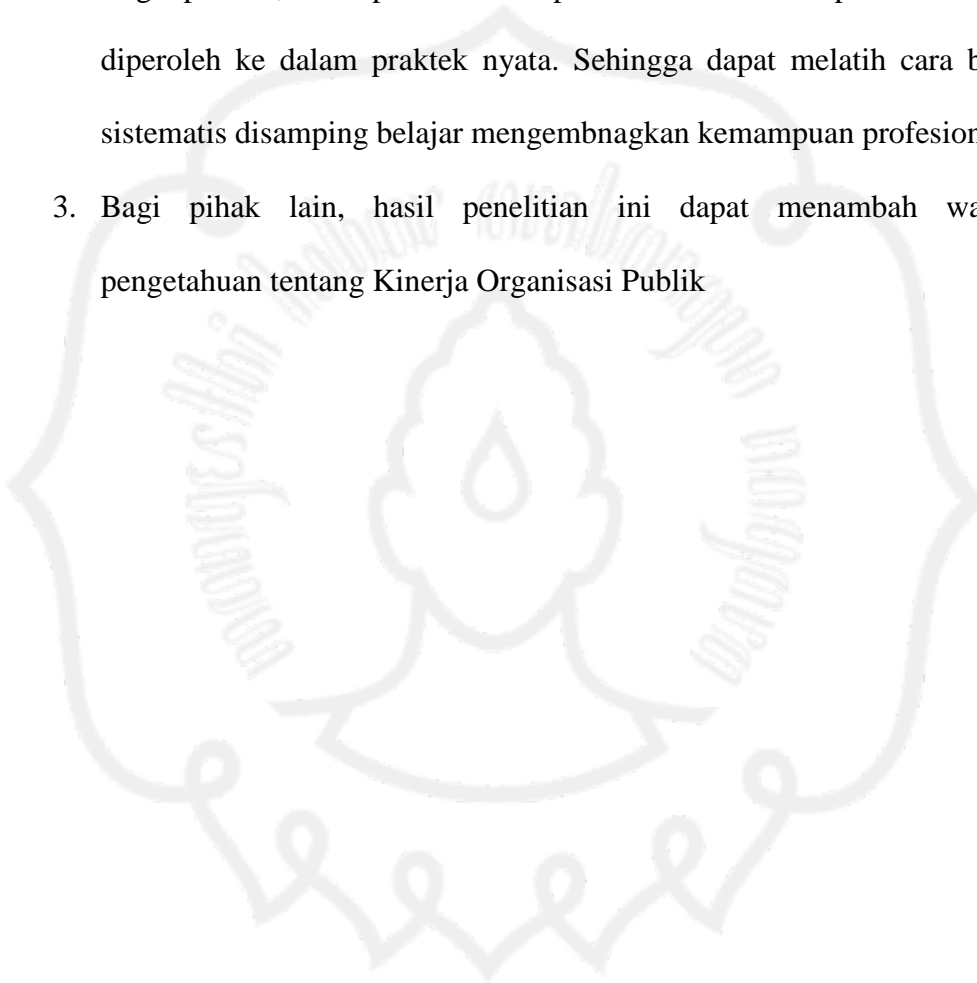
Bagaimana Kinerja Tim Marketing Dinas Perindustrian Perdagangan & Energi Sumber Daya Mineral dalam kegiatan pengembangan pasar dan distribusi barang/produk?

C. Tujuan penelitian

1. Memberi Gambaran yang jelas tentang fenomena yang diteliti yaitu Kinerja Tim Marketing Dinas Perindustrian Perdagangan & ESDM dalam kegiatan pengembangan pasar & distribusi barang/produk
2. Untuk memenuhi dan melengkapi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret

D. Manfaat Penelitian

1. Diperolehnya informasi dan gambaran mengenai kinerja organisasi publik pada umumnya dan tim marketing Dinas Perindustrian Perdagangan & ESDM dalam pengembangan pasar & distribusi barang/jasa.
2. Bagi penulis, merupakan kesempatan untuk menerapkan teori yang diperoleh ke dalam praktek nyata. Sehingga dapat melatih cara berfikir sistematis disamping belajar mengembangkan kemampuan profesional.
3. Bagi pihak lain, hasil penelitian ini dapat menambah wawasan pengetahuan tentang Kinerja Organisasi Publik



E. Kajian Pustaka

1. Pengertian Kinerja

Kajian mengenai kinerja untuk lebih jelasnya akan dijelaskan dalam bahasan dibawah ini. Berdasarkan literatur yang ada, kinerja diterjemahkan sebagai:

Kinerja adalah gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu kegiatan program/ kebijaksanaan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, misi dan visi organisasi yang tertuang dalam skema strategis (*strategic planning*) suatu organisasi. Secara umum dapat dikatakan bahwa kinerja merupakan prestasi yang dapat dicapai melalui oleh organisasi dalam periode tertentu (Bastian, 2001 dalam Abdul Halim 2007:209).

Menurut Rue dan Buars (2000:375) dalam Abdul Halim (2009:291) dikatakan bahwa kinerja adalah “tingkat pencapaian (*the degree of accomplishment*)”. kinerja bagi setiap organisasi merupakan kegiatan sangat penting terutama penilaian ukuran keberhasilan suatu organisasi dalam batas waktu tertentu. Chaizi Nasucha (2004:107) dalam Abdul halim (2009:292)

“mendefinisikan kinerja organisasi sebagai efektifitas organisasi secara menyeluruh untuk memenuhi kebutuhan yang ditetapkan dari setiap kelompok yang berkenan melalui usaha-usaha yang sistematis dan meningkatkan kemampuan organisasi secara terus menerus untuk mencapai kebutuhannya secara efektif”.

Menurut Joko widodo (2005:78) juga dikatakan Bahwa kinerja adalah suatu kegiatan dan menyempurnakan sesuatu dengan tanggung jawabnya dengan hasil seperti yang diharapkan. Kinerja juga dikatakan sebagai suatu hasil karya yang dapat dicapai seseorang atau kelompok orang dalam suatu organisasi, sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing

dalam rangka mencapai tujuan organisasi bersangkutan secara legal, tidak melanggar hukum, dan sesuai dengan moral dan etika. Suryadi Prawirosentono, 1999 dalam Joko Widodo (2005:78)

Pengertian kinerja juga diungkapkan oleh Bastian dalam Hessel Nogi (2005:175) kinerja organisasi adalah ukuran kuantitatif dan kualitatif yang menggambarkan tingkat pencapaian sasaran atau tujuan yang telah ditetapkan dengan memperhitungkan elemen indikator-indikator.

Dalam Manajemen Sumber daya Manusia, Suryadi Prawirosentono (1999:2) juga mengatakan bahwa performance adalah

”Sebagai hasil kerja yang dapat dicapai seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi, sesuai dengan wewenang dan tanggungjawab masing-masing, dalam rangka mencapai tujuan organisasi bersangkutan secara legal, tidak melanggar hukum dan sesuai dengan moral maupun etika”

Kinerja individu menggambarkan sampai seberapa jauh seseorang telah melaksanakan tugas pokoknya sehingga dapat memberikan hasil yang ditetapkan oleh kelompok atau institusi. Kinerja kelompok menggambarkan sampai seberapa jauh suatu kelompok telah melaksanakan semua kegiatan pokoknya sehingga mencapai hasil sebagaimana ditetapkan oleh institusi. Kinerja institusi berkenaan dengan sampai seberapa jauh suatu institusi telah melaksanakan semua kegiatan pokoknya sehingga mencapai misi dan visi institusi. (Yeremias T. Keban, 2004:193)

Sedangkan kinerja oleh Lembaga Administrasi Negara diartikan sebagai gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu kegiatan / program /

kebijakan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, visi, misi organisasi. (Joko Widodo, 2005:79).

Berdasarkan literatur-literatur tersebut maka dapat disimpulkan bahwa pengertian dari kinerja organisasi adalah kemampuan organisasi untuk melaksanakan kegiatan ataupun aktivitas yang menjadi tanggungjawabnya dalam rangka pencapaian hasil dari tujuan yang telah direncanakan sebelumnya dalam kurun waktu tertentu.

2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja

Dalam kinerja organisasi dapat dilihat bahwa banyak faktor-faktor yang berperan dan mempengaruhi kinerja. Faktor-faktor tersebut akan dijelaskan lebih lanjut dalam bahasan berikut ini.

Kinerja suatu organisasi dipengaruhi oleh faktor yang berasal dari dalam (internal) maupun faktor yang berasal dari luar (eksternal). Faktor-faktor tersebut merupakan suatu unsur yang dapat dijadikan informasi tentang pelaksanaan dari unit-unit organisasi. Yuwono dkk. (2002:53) dalam Hessel N. S. Tangkilisan (2005:178) mengemukakan bahwa faktor-faktor yang dominan mempengaruhi kinerja organisasi meliputi upaya manajemen dalam menerjemahkan dan menyelaraskan tujuan organisasi, budaya organisasi, kualitas sumber daya manusia yang dimiliki organisasi, dan kepemimpinan yang efektif.

Sedangkan Soesilo (2000:22-12-22-13) dalam Hessel N. S. Tangkilisan (2005:181) mengemukakan bahwa kinerja suatu organisasi birokrasi dimasa depan dipengaruhi oleh:

- a. Struktur organisasi sebagai hubungan internal yang berkaitan dengan fungsi yang menjalankan aktifitas organisasi.
- b. Kebijakan pengelolaan berupa visi dan misi organisasi.
- c. Sumber daya manusia, yang berkaitan dengan kualitas karyawan untuk bekerja dan berkarya secara optimal.
- d. Sistem informasi manajemen, yang berhubungan dengan pengelolaan *data base* untuk digunakan dalam mempertinggi kinerja organisasi.
- e. Sarana dan prasarana yang dimiliki, yang berhubungan dengan penggunaan teknologi bagi penyelenggaraan organisasi.

Selanjutnya Atmosoeperto (2001:11-19) dalam Hessel N. S. Tangkilisan mengemukakan bahwa kinerja suatu organisasi sangat dipengaruhi oleh faktor internal maupun faktor eksternal sebagai berikut ini:

a. Faktor eksternal terdiri dari:

1. Faktor politik, yaitu hal yang berhubungan dengan keseimbangan kekuasaan negara yang berpengaruh pada keamanan dan ketertiban, yang akan mempengaruhi ketenangan organisasi untuk berkarya secara maksimal.
2. Faktor ekonomi, yaitu tingkat perkembangan ekonomi yang berpengaruh pada tingkat pendapatan masyarakat sebagai daya beli untuk menggerakkan sektor-sektor lainnya sebagai suatu sistem ekonomi yang lebih besar.
3. Faktor sosial, yaitu orientasi nilai yang berkembang ditengah masyarakat, yang mempengaruhi pandangan mereka terhadap etos kerja yang dibutuhkan bagi peningkatan kinerja organisasi.

b. Faktor internal terdiri dari:

1. Tujuan organisasi, yaitu apa yang ingin dicapai dan apa yang ingin diproduksi oleh suatu organisasi.
2. Struktur organisasi, sebagai hasil desain antara fungsi yang akan dijalankan oleh unit organisasi dengan struktur formal yang ada.
3. Sumber daya manusia, yaitu kualitas dan pengelolaan anggota organisasi sebagai penggerak jalannya organisasi secara keseluruhan.

4. Budaya organisasi, yaitu gaya dan identitas suatu organisasi dalam pola kerja yang baku dan menjadi citra organisasi yang bersangkutan.

Sedangkan Suyadi Prawirosentono (1999:27-32) menyebutkan bahwa kinerja organisasi dipengaruhi oleh beberapa faktor sebagai berikut:

a. Efektivitas dan efisiensi (*effectiveness and efficiency*)

Mengenai arti efektif dan efisien disampaikan oleh Chester I Bernard dalam Suyadi (1997:27) sebagai berikut:

“Bila suatu tujuan tertentu akhirnya dapat dicapai, kita boleh mengatakan bahwa kegiatan tersebut adalah efektif. Tetapi bila akibat-akibat yang tidak dicari dari kegiatan mempunyai nilai yang lebih penting dibanding dengan hasil yang tercapai, sehingga mengakibatkan ketidakpuasan walaupun efektif, hal ini disebut tidak efisien. Sebaliknya bila akibat yang tidak dicari-cari tidak penting atau remeh, maka kegiatan tersebut efisien”.

b. Otoritas dan tanggungjawab (*Authority and Responsibility*)

Chester I. Bernard dalam Suyadi (1999:29) menerangkan otoritas sebagai berikut:

“Otoritas adalah sifat dari komunikasi atau perintah dalam suatu organisasi formal yang dimiliki (diterima) oleh seseorang peserta organisasi kepada para anggota organisasi lain untuk melakukan suatu kegiatan kerja, sesuai dengan kontribusinya (sumbangan tenaganya). Perintah tersebut menyatakan apa yang boleh dilakukan dan apa yang tidak boleh dikerjakan dalam organisasi yang bersangkutan.”

c. Disiplin (*Discipline*)

Robert E.Quinn Cs dalam Suyadi (1999:31) menerangkan bahwa disiplin ialah:

“Disiplin meliputi ketaatan dan hormat kepada perjanjian yang dibuat antara perusahaan dan karyawan. Disiplin juga berkaitan erat dengan sanksi yang perlu dijatuhkan kepada pihak yang melanggar.”

d. Inisiatif (*initiative*)

Menurut Robert E.Quinn dalam Suyadi (1999:32) dinyatakan bahwa:

“Inisiatif seseorang (atasan atau karyawan) berkaitan dengan daya pikir, kreativitas dalam bentuk ide untuk merencanakan sesuatu yang berkaitan dengan tujuan organisasi.”

Dari pendapat-pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa ada begitu banyak faktor yang dianggap mempengaruhi tingkat kinerja yang dapat dicapai oleh suatu organisasi. Berdasarkan bahasan tersebut dapat disimpulkan faktor yang berpengaruh tersebut dipisahkan menjadi 2 faktor besar, yaitu faktor yang disebabkan oleh faktor dari luar organisasi (*eksternal*) maupun faktor dari dalam Organisasi (*internal*).

3. Indikator Kinerja

Penilaian mengenai kinerja merupakan hal yang penting dalam mengukur keberhasilan suatu organisasi dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Penilaian kinerja bagi organisasi publik juga sangat diperlukan untuk mengetahui sejauh mana organisasi publik melaksanakan tugasnya dalam mengemban misi sebagai pelayan publik. Kajian dibawah ini akan membahas tentang pengertian dan indikator penilaian kinerja.

Menurut Joko Widodo (2005:94) pengukuran kinerja menjadi keharusan untuk setiap organisasi pemerintah, karena hal-hal berikut:

1. Jika kinerja tidak diukur, maka tidak mudah membedakan antara keberhasilan dengan kegagalan.
2. Jika suatu keberhasilan tidak diidentifikasi, maka kita tidak dapat menghargainya.
3. Jika keberhasilan tidak dihargai, kemungkinan besar malahan menghargai kegagalan.

4. Jika tidak mengenali keberhasilan, berarti juga tidak akan bisa belajar dari kegagalan.

Pengukuran kinerja (Performance Measurement) menurut Robertson adalah suatu proses penilaian kemajuan pekerjaan terhadap tujuan dan sasaran yang telah ditentukan sebelumnya, termasuk informasi atas: efisiensi penggunaan sumber daya dalam menghasilkan barang dan jasa; kualitas barang dan jasa (seberapa baik barang dan jasa diserahkan kepada pelanggan dan sampai seberapa jauh pelanggan terpuaskan); hasil kegiatan dibandingkan dengan maksud yang diinginkan; dan efektivitas tindakan untuk mencapai tujuan. Sementara menurut Lohman pengukuran kinerja merupakan suatu aktivitas penilaian pencapaian target-target tertentu yang diderivasi dari tujuan strategis organisasi. Whittaker menjelaskan bahwa pengukuran kinerja merupakan suatu alat manajemen yang digunakan untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan akuntabilitas. (Mohammad Mahsun, 2006:25).

Pengukuran kinerja merupakan aktivitas menilai kinerja yang dicapai oleh organisasi, dalam melaksanakan kegiatan berdasarkan indikator kinerja yang telah ditetapkan. Inti aktivitas pengukuran kinerja yakni melakukan penilaian. Untuk bisa melakukan penilaian tentu dibutuhkan standar penilaian. Hakikat penilaian yakni membandingkan antara realita dengan standar yang ada. Karena itu, cara melakukan pengukuran kinerja yakni dengan cara: 1. membandingkan antara rencana dan realisasi, 2. realisasi tahun ini dengan tahun lalu, 3. membandingkan organisasi lain yang sejenis (*bench-marking*), 4. membandingkan antara realisasi dengan standarnya. (Joko Widodo, 2005:95).

Sedangkan penilaian kinerja menurut Achmad S. Ruky (2001:158), Dilakukan pada akhir periode tertentu yang telah ditetapkan yaitu membandingkan antara hasil yang sebenarnya diperoleh dengan yang direncanakan. Sehingga dapat diketahui mana yang telah dicapai sepenuhnya, mana yang diatas standar (target) dan mana yang berada dibawah target atau tidak tercapai penuh.

Penilaian kinerja (*performance appraisal*) pada dasarnya merupakan faktor kunci guna mengembangkan suatu organisasi secara efektif dan efisien (id.wikipedia.org). Dalam *Journal The importance of managing performance processes well: performance appraisal and performance management processes should both be supportive. But the latter has the potential to affect a member's employment (INDUSTRIAL FOCUS)* yang ditulis oleh Dawn Duncan (2007: 25) menyatakan bahwa “*Performance appraisals should be positive and provide the employee with an opportunity to have achievements recognised, set goals and develop professionally*“ (<http://find.galegroup.com/itx/start.do?prodId=EAIM>).

James B. Whittaker dalam Hessel Nogi (2005:171) menyebutkan bahwa pengukuran kinerja merupakan suatu alat manajemen yang digunakan untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan akuntabilitas. Seperti dalam *Int. J. Business Performance Management*, Vol. 10, No. 1, 2008 “*The impacts of performance measurement on the quality of working life*”, Juhani Ukko (2008: 87) menyatakan bahwa “*...the main purpose of Performance Measurement (PM) is to deliver reliable information to support decision making*“ (<http://www.inderscience.com/sample.php?id=3>).

Dalam *Int. J. Business Performance Management*, Vol. 10, No. 1, 2008

Copyright “*The strategic management of operations system Performance*”, Edson

Pinheiro de Lima (2008: 109) menyatakan bahwa

“..the strategic dimension of the organisations’ performance and needs an in-depth comprehension about the interplay between action and measurement, the performance information use in their decision-making processes and their subsequently actions”
(<http://www.inderscience.com/sample.php?id>).

Penilaian kinerja menurut Agus Dwiyanto (2006:47), Kinerja merupakan suatu kegiatan yang dapat digunakan sebagai ukuran keberhasilan suatu organisasi dalam mencapai misinya. Untuk organisasi pelayanan publik, informasi mengenai kinerja tentu sangat berguna untuk menilai seberapa jauh pelayanan yang diberikan oleh organisasi ini memenuhi harapan dan memuaskan pengguna jasa. Dengan melakukan penilaian terhadap kinerja, maka upaya untuk memperbaiki kinerja bisa dilakukan secara lebih terarah dan sistematis.

Jadi penilaian/pengukuran kinerja adalah suatu proses penilaian kemajuan pekerjaan terhadap tujuan dan sasaran yang telah ditentukan sebelumnya. Sehingga digunakan untuk mengetahui seberapa jauh organisasi publik mampu melaksanakan tugasnya dalam rangka memperbaiki dan meningkatkan kinerja organisasi dalam mencapai misi dan tujuannya.

Indikator yang biasanya digunakan untuk mengukur kinerja birokrasi publik menurut Dwiyanto (1995) dalam Dwiyanto (2006:50) ialah sebagai berikut:

a. Produktivitas

Konsep produktivitas tidak hanya mengukur tingkat efisiensi, tetapi juga efektivitas pelayanan. Produktivitas pada umumnya dipahami sebagai rasio antara input dengan output. Konsep produktivitas dirasa terlalu sempit dan kemudian General Accounting Office (GAO) mencoba mengembangkan satu ukuran produktivitas yang lebih luas dengan memasukkan seberapa besar pelayanan publik itu memiliki hasil yang diharapkan sebagai salah satu indikator kinerja yang penting.

b. Kualitas Layanan

Isu mengenai layanan cenderung menjadi semakin penting dalam menjelaskan kinerja organisasi pelayanan publik. Banyak pandangan negatif terbentuk mengenai organisasi publik muncul karena ketidakpuasan masyarakat terhadap kualitas layanan yang diterima dari organisasi publik. Dengan demikian, kepuasan masyarakat terhadap layanan dapat dijadikan indikator kinerja organisasi publik. Keuntungan utama menggunakan kepuasan masyarakat sebagai indikator kinerja adalah informasi mengenai kepuasan masyarakat sering kali tersedia secara mudah dan murah. Informasi mengenai kepuasan terhadap kualitas pelayanan sering kali dapat diperoleh dari media massa atau diskusi publik. Akibat akses terhadap informasi mengenai kepuasan masyarakat terhadap kualitas layanan relatif sangat tinggi, maka bisa menjadi suatu ukuran kinerja organisasi publik yang mudah dan murah dipergunakan. Kepuasan masyarakat bisa menjadi parameter untuk menilai kinerja organisasi publik.

c. Responsivitas

Responsivitas adalah kemampuan organisasi untuk mengenali kebutuhan masyarakat, menyusun agenda dan prioritas pelayanan, dan mengembangkan program-program pelayanan publik sesuai dengan kebutuhan dan aspirasi masyarakat. Secara singkat responsivitas disini menunjuk pada keselarasan antara program dan kegiatan pelayanan dengan kebutuhan dan aspirasi masyarakat. Responsivitas dimasukkan sebagai salah satu indikator kinerja karena responsivitas secara langsung menggambarkan kemampuan organisasi publik dalam menjalankan misi dan tujuannya, terutama untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Responsivitas yang rendah ditunjukkan dengan ketidakselarasan antara pelayanan dengan kebutuhan masyarakat. Hal tersebut jelas menunjukkan kegagalan organisasi dalam mewujudkan misi dan tujuan organisasi publik. Organisasi yang memiliki responsivitas rendah dengan sendirinya memiliki kinerja yang jelek pula.

d. Responsibilitas

Responsibilitas menjelaskan apakah pelaksanaan kegiatan organisasi publik itu dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip administrasi yang benar atau sesuai dengan kebijakan organisasi, baik yang eksplisit maupun implisit (Lenvine, 1990). Oleh sebab itu, responsibilitas bisa saja pada suatu ketika berbenturan dengan responsivitas.

e. Akuntabilitas

Akuntabilitas publik menunjuk pada seberapa besar kebijakan dan kegiatan organisasi publik tunduk pada para pejabat politik yang dipilih oleh rakyat.

Asumsinya adalah bahwa para pejabat politik tersebut karena dipilih oleh rakyat. Dalam konteks ini, konsep akuntabilitas publik dapat digunakan untuk melihat seberapa besar kebijakan dan kegiatan organisasi publik itu konsisten dengan kehendak masyarakat. Kinerja organisasi publik tidak hanya bisa dilihat dari ukuran internal yang dikembangkan oleh organisasi publik atau pemerintah, seperti pencapaian target. Kinerja sebaiknya harus dinilai dari ukuran eksternal, seperti nilai-nilai dan norma yang berlaku dalam masyarakat. Suatu kegiatan organisasi publik memiliki akuntabilitas yang tinggi kalau kegiatan itu dianggap benar dan sesuai dengan nilai dan norma yang berkembang dalam masyarakat.

Berdasarkan beberapa indikator kinerja yang disampaikan, maka yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *responsibilitas*, *responsivitas*, *akuntabilitas*, sumber daya manusia, dan kualitas layanan sebagai indikator kinerja.

Indikator tersebut dipilih karena: indikator kualitas layanan juga dapat mewakili indikator produktivitas karena produktivitas menyangkut masalah layanan. Hal ini dapat dilihat dari uraian tentang kualitas layanan dan produktivitas. Indikator reponsivitas dipilih sebab dapat dijadikan penilaian apakah organisasi publik dapat merespon kebutuhan masyarakat sebab pada masa sekarang organisasi publik dituntut untuk mengetahui kebutuhan masyarakat dan mewujudkannya dalam bentuk layanan. Sedangkan indikator akuntabilitas dipilih sebab untuk mewujudkan pelayanan dari organisasi publik yang bertanggung jawab dalam mewujudkan tata pemerintahan yang baik diperlukan akuntabilitas baik kedalam maupun keluar. Dalam hal ini akuntabilitas dipilih sebagai indikator

kinerja suatu organisasi publik. Serta indikator responsibilitas dipilih sebab organisasi publik dapat melaksanakan tugas sesuai dengan *job desknya* sehingga tidak terjadi tumpang tindih tugas dengan organisasi publik yang lain.

Berikut ini akan diuraikan lebih lanjut mengenai batasan-batasan indikator yang telah dipilih tersebut.

1) Responsibilitas

Responsibilitas banyak dipergunakan dalam menilai kinerja organisasi publik. Responsibilitas menurut Friedrich dalam Joko Widodo (2005) merupakan konsep yang berkenaan dengan standar profesional dan kompetensi teknis yang dimiliki administrator publik (birokrasi publik) dalam menjalankan tugasnya.

Responsibilitas dapat diukur dengan standar penilaian administratif sebab responsibilitas merupakan aspek administrasi.

Responsibilitas dalam Riawan (2005:43) menjelaskan sejauh mana pelaksanaan kegiatan organisasi publik itu dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip Implisit atau eksplisit. Semakin kegiatan organisasi publik sesuai dengan prinsip-prinsip administrasi dan peraturan serta kebijaksanaan organisasi, maka kinerjanya akan dinilai semakin baik.

Responsibilitas berkaitan dengan sejauhmana instansi pemerintah melaksanakan segala kegiatannya sesuai dengan prinsip-prinsip dan peraturan yang benar dengan standar profesional kompetensi teknis yang dimiliki dalam rangka pencapaian tujuan secara optimal.

Jadi responsibilitas tim marketing dalam pelaksanaan kegiatan pengembangan pasar dan distribusi barang/produk adalah kemampuan aparatur

tim marketing Dinas Perdagangan Perindustrian & ESDM dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawab menangani masalah pengembangan pasar dan distribusi barang/produk sesuai dengan standar yang telah ditetapkan sehingga dapat menghasilkan suatu output yang maksimal dan sesuai standar.

2) Responsivitas

Responsivitas merupakan salah satu konsep yang digunakan sebagai indikator untuk menilai kinerja. Responsivitas ini merupakan daya tanggap yang dimiliki organisasi terhadap suatu permasalahan. Konsep reponsivitas menurut Hessel N. S. Tangkilisan (2005:177) responsivitas menunjuk pada keselarasan antara program dan kegiatan pelayanan dengan kebutuhan dan aspirasi masyarakat. Smith dalam Joko Widodo (2005: 152) mengartikan responsivitas sebagai kemampuan untuk menyediakan apa yang menjadi tuntutan rakyat. Sementara Joko Widodo (2005:151) menyatakan responsivitas sebagai pertanggungjawaban dari sisi yang menerima pelayanan (masyarakat) yakni seberapa tanggap para administrator negara bersikap terhadap apa yang menjadi permasalahan, kebutuhan, keluhan dan aspirasi masyarakat. Smith dalam Joko Widodo (2005:151) mengartikan responsivitas sebagai kemampuan untuk menyediakan apa yang menjadi tuntutan rakyat.

Responsivitas menurut Dilulio dalam Agus Dwiyanto (2006:62) adalah kemampuan birokrasi untuk mengenali kebutuhan masyarakat, menyusun agenda dan prioritas pelayanan, serta mengembangkan program-program pelayanan sesuai dengan kebutuhan dan aspirasi masyarakat. Responsivitas sangat diperlukan dalam pelayanan publik karena hal tersebut merupakan bukti

kemampuan dari suatu organisasi untuk mengenali kebutuhan masyarakat, menyusun agenda dan prioritas pelayanan serta mengembangkan program-program pelayanan publik sesuai dengan kebutuhan dan aspirasi masyarakat. Osborne & Plastrik (1997) dalam Agus Dwiyanto (2006:62) menyatakan organisasi yang memiliki responsivitas yang rendah dengan sendirinya memiliki kinerja yang jelek juga.

Responsivitas secara tidak langsung menggambarkan kemampuan organisasi publik dalam menjalankan misi dan tujuannya terutama untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Responsivitas yang rendah menunjukkan kegagalan organisasi dalam mewujudkan misi dan tujuan organisasi publik. Dengan adanya indikator ini maka organisasi yang memiliki responsivitas yang rendah dapat disimpulkan organisasi tersebut memiliki kinerja yang buruk. Sebaliknya organisasi yang memiliki responsivitas tinggi dapat disimpulkan memiliki kinerja yang baik.

Organisasi publik harus memiliki responsivitas yang tinggi terhadap apa yang menjadi masalah, kebutuhan, keluhan dan aspirasi masyarakat. Organisasi diharapkan cepat memahami apa yang menjadi tuntutan dari masyarakat dan diharapkan dapat semaksimal mungkin dapat memenuhinya. Organisasi dapat menganalisa masalah yang berkembang dan berada dalam ranah publik sehingga dapat dicari solusinya. Dengan adanya kebutuhan untuk menganalisa dan mencari solusi dari masalah publik, sehingga diperlukan sumber daya manusia yang memadai peka agar dapat mengatasi masalah publik tersebut.

Responsivitas menurut Agus Dwiyanto, dkk (2006:63) dalam operasionalnya, responsivitas pelayanan publik dijabarkan menjadi beberapa indikator, seperti meliputi: (1) terdapat tidaknya keluhan dari pengguna jasa selama satu tahun terakhir; (2) sikap aparat birokrasi dalam merespon keluhan dari pengguna jasa; (3) penggunaan keluhan dari pengguna jasa sebagai referensi bagi perbaikan penyelenggaraan pelayanan pada masa mendatang; (4) berbagai tindakan aparat birokrasi untuk memberikan kepuasan pelayanan kepada pengguna jasa; serta (5) penempatan pengguna jasa oleh aparat birokrasi dalam sistem pelayanan yang berlaku.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan responsivitas berarti kemampuan Tim Marketing Dinas Perindustrian Perdagangan & ESDM Kabupaten Kulonprogo dalam merespon dan menanggapi apa yang menjadi permasalahan dan keinginan pihak industri dan pedagang yang direalisasikan dalam program dan kegiatannya demi tercapainya tujuan dari kegiatan pengembangan pasar dan distribusi barang/produk. Keberhasilan dari kegiatan pengembangan pasar dan distribusi barang/produk tidak bisa dilepaskan dari kemampuan tim marketing dalam merespon kebutuhan industri dan pedagang. Wujud dari pelaksanaan responsivitas dapat dilihat dari adanya pelaksanaan program klinik bisnis yaitu pemberian penyuluhan kepada para pengusaha industri maupun pedagang. Dasar dari pelaksanaan ini sebab pengusaha maupun pedagang masih kurang pengetahuannya dalam cara pemasaran. Selain klinik bisnis tim marketing juga mengadakan acara temu usaha, dan juga mengadakan pameran

produk industri tersebut. Pameran ini dilaksanakan sendiri maupun dengan mengikuti pameran yang bertaraf provinsi maupun nasional.

3) Akuntabilitas

Akuntabilitas dalam penyelenggaraan pelayanan publik menurut Agus Dwiyanto (2006:57) adalah suatu ukuran yang menunjukkan seberapa besar tingkat kesesuaian penyelenggaraan pelayanan dengan ukuran nilai-nilai atau norma eksternal yang ada dimasyarakat atau yang dimiliki oleh *stakeholders*. Nilai dan norma pelayanan yang berkembang dalam masyarakat tersebut, diantaranya meliputi transparansi pelayanan, prinsip keadilan, jaminan penegakan hukum, hak asasi manusia, dan orientasi pelayanan yang dikembangkan terhadap masyarakat pengguna jasa.

Akuntabilitas menurut Mohammad maksun (2005:83) dalam pengertian luas dapat dipahami sebagai kewajiban pihak pemegang amanah (agent) untuk memberikan pertanggungjawaban, menyajikan, melaporkan dan mengungkapkan segala aktivitas dan kegiatan yang menjadi tanggungjawabnya kepada pihak pemberi amanah (principal) yang memiliki hak dan kewenangan untuk meminta pertanggungjawaban tersebut.

Chandler dan Plano dalam Joko Widodo (2005:100) mengartikan akuntabilitas menunjuk pada instansi tentang “check and balances” dalam sistem administrasi. Akuntabilitas berarti menyelenggarakan perhitungan (account) terhadap sumber daya atau kewenangan yang digunakan.

Akuntabilitas sektor publik saat ini harus lebih ditujukan pada akuntabilitas horizontal sebab yang menerima atau merasakan pelayanan adalah masyarakat

luas oleh sebab itu maka organisasi publik harus bertanggung jawab terhadap masyarakat tersebut. Meskipun demikian akuntabilitas secara vertikal juga tidak diabaikan. Akuntabilitas vertikal dibutuhkan untuk mengetahui sejauh mana pelaksanaan program maupun kegiatan yang dilakukan organisasi publik apakah sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.

Menurut Ellwood dalam Mohamad Maksun (2006:85) terdapat empat dimensi akuntabilitas yang harus dipenuhi oleh organisasi sektor publik:

a) Akuntabilitas Kejujuran dan Akuntabilitas Hukum

Akuntabilitas kejujuran terkait dengan penghindaran penyalahgunaan jabatan (*abuse of power*), sedangkan akuntabilitas hukum terkait dengan jaminan adanya kepatuhan terhadap hukum dan peraturan lain yang disyaratkan dalam penggunaan sumber dana publik.

b) Akuntabilitas Proses

Akuntabilitas proses terkait dengan apakah prosedur yang digunakan dalam melaksanakan tugas sudah baik dalam hal kecukupan sistem informasi akuntansi, sistem informais manajemen, dan prosedur administrasi. Akuntabilitas proses termanifestasi melalui pemberian pelayanan publim yang cepat, responsif, dan murah biaya.

c) Akuntabilitas Program

Akuntabilitas terkait dengan pertimbangan apakah tujuan yang ditetapkan dapat dicapai atau tidak, dan apakah telah mempertimbangkan

alternatif program yang memberikan hasil yang optimal dengan biaya yang minimal.

d) Akuntabilitas Kebijakan

Akuntabilitas kebijakan terkait dengan pertanggungjawaban pemerintah, baik pusat maupun daerah, atas kebijakan-kebijakan yang diambil pemerintah terhadap DPR/DPRD dan masyarakat luas

Berdasarkan uraian-uraian tersebut, maka akuntabilitas merupakan pertanggungjawaban dari tim marketing Dinas Perindustrian Perdagangan dan ESDM dalam menyelenggarakan kegiatan pengembangan pasar dan distribusi barang/produk baik secara vertikal kepada atasan yang memberikan kewenangan maupun secara horizontal kepada para pengusaha industri dan juga pedagang sehingga dapat memenuhi keinginan para pengusaha industri dan pedagang yang mempunyai hak untuk menuntut pertanggungjawaban.

4) Kualitas Sumber Daya Manusia

Penekanan terhadap aspek ini dibenarkan sebab terus meningkatnya perhatian yang sedang diarahkan ke arah sumber daya manusia. Tidak hanya di dalam peran yang tradisional tetapi juga didalam pengaruh sumber daya manusia pada faktor kunci kinerja yang lain. Sebagai contoh, Ian MacMillan Randall Schuler mengusulkan bahwa " memusatkan pada sumber daya manusia, perusahaan bisa menyediakan suatu kesempatan penting untuk menjamin suatu sumber daya manusia di atas pesaing. Ini adalah suatu gagasan menarik. Penggunaan sumber daya manusia sebagai senjata kompetitif di dalam meningkatkan kinerja organisasi merupakan suatu

dimensi baru di dalam manajemen perilaku keorganisasian. (Paul Hersey 1996:384)

Sumber daya manusia di dalam pengembangan pasar dan distribusi barang/jasa merupakan kemampuan aparatur dalam melaksanakan setiap tugasnya sehingga dapat mencapai tujuan dari kegiatan tersebut yaitu berkembangnya industri dan juga perdagangan di kabupaten Kulonprogo.

5) Kualitas Layanan

Pada dasarnya pelayanan adalah merupakan proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Pelayanan sendiri, khususnya yang diperlukan manusia terdiri dari dua jenis yaitu layanan fisik yang sifatnya pribadi sebagai manusia, dan layanan administrasi yang diberikan oleh orang lain selaku anggota organisasi baik itu organisasi baik itu organisasi massa atau negara (Moenir, 1992:17 dalam Hessel N. S. Tangkilisan, 2005:208).

Perlu ditekankan juga bahwa harapan pelanggan mempunyai peranan yang besar dalam menentukan kualitas barang dan jasa., karena pada dasarnya ada hubungan yang erat antara penentuan kualitas dan kepuasan pelanggan. Karena pelanggan adalah orang yang menerima hasil pekerjaan seorang atau suatu organisasi, maka hanya pelangganlah yang dapat menentukan kualitasnya seperti apa dan hanya mereka pula yang dapat menyampaikan apa dan bagaiman kebutuhan mereka. (Hessel N. S 2005:209).

Dari pendapat diatas kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai hasil dari suatu proses pemenuhan kebutuhan pelanggan oleh organisasi yang menyediakan barang ataupun jasa.

Jadi kualitas layanan Dinas Perindustrian Perdagangan & ESDM kabupaten Kulonprogo yaitu pemenuhan kebutuhan pengusaha Industri dan pedagang dalam pengembangan pasar dan distribusi barang/jasa yang dilaksanakan oleh Dinas.

4. Kinerja Tim Marketing Dinas Perindustrian Perdagangan & ESDM KabupatenKulonprogo dalam Kegiatan Pengembangan Pasar dan Distribusi Barang/Produk

Berdasarkan uraian dari teori-teori diatas dapat diambil kesimpulan bahwa kinerja tim marketing Dinas Perindustrian Perdagangan & ESDM adalah kemampuan dalam melaksanakan kegiatan yang telah direncanakan yaitu pengembangan pasar dan distribusi barang/produk dapat memperoleh hasil yang maksimal sehingga tujuan dari kegiatan ini dapat tercapai.

Studi penelitian ini berusaha untuk mengetahui kegiatan pengembangan pasar dan distribusi barang oleh Dinas Perindustrian Perdagangan dan Energi Sumber Daya Mineral Kabupaten Kulonprogo dan selanjutnya mencari hambatan-hambatan yang dihadapi oleh dinas dalam melaksanakan kegiatan tersebut serta solusi yang dilakukan atas berbagai hambatan tersebut. Sehingga kegiatan pengembangan pasar dan distribusi barang/produk yang dilaksanakan dapat berdampak baik bagi pengusaha industri dan pedagang pada khususnya dan masyarakat Kulonprogo pada umumnya.

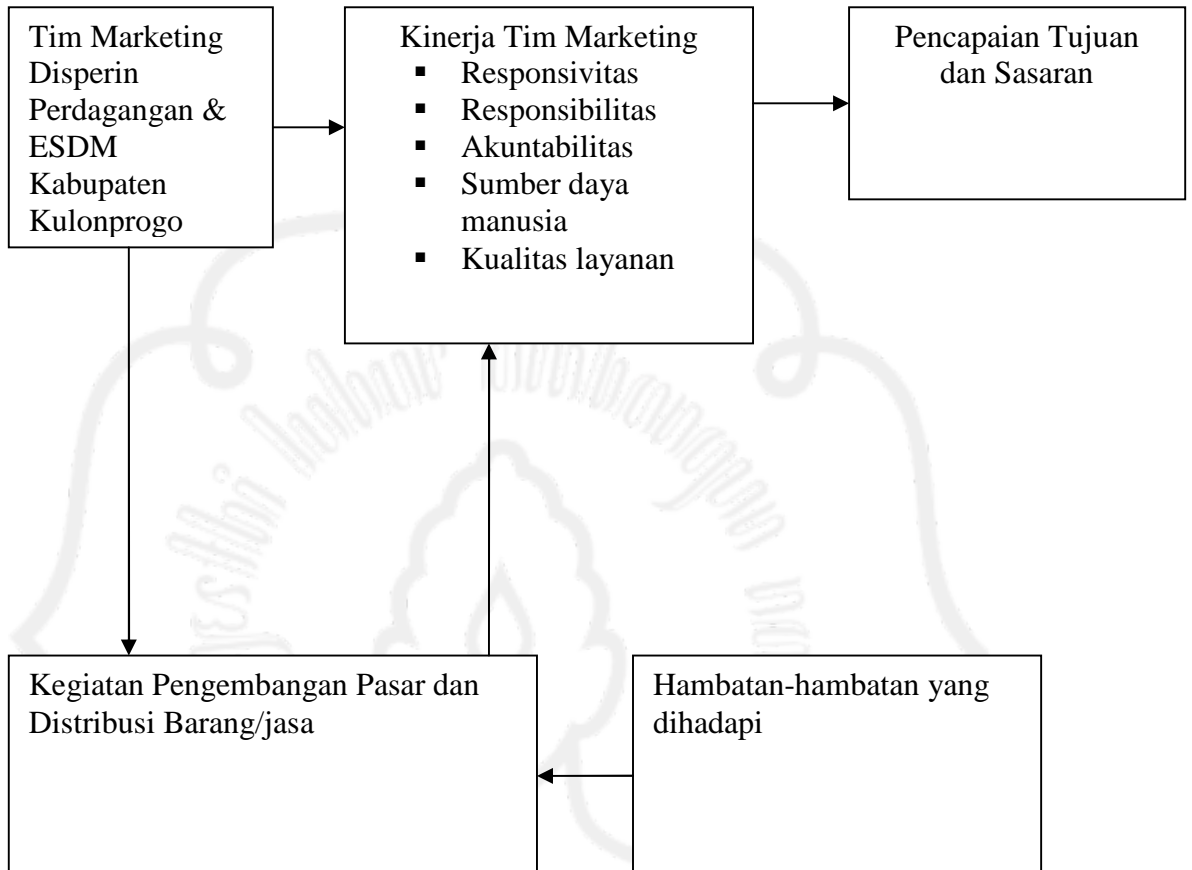
F. Kerangka Pemikiran

Dinas Perindustrian Perdagangan & Energi Sumber Daya Mineral Kabupaten Kulonprogo melalui tim marketing mengadakan kegiatan pengembangan pasar dan distribusi barang/jasa sebagai upaya meningkatkan daya saing dan promosi produk-produk unggulan dari Kulonprogo. Kegiatan ini diterjemahkan melalui penyuluhan-penyuluhan, mengadakan pameran produk unggulan, serta ikut serta dalam pameran baik yang berskala provinsi maupun nasional.

Kinerja Tim Marketing Dinas Perindustrian Perdagangan & ESDM Kabupaten Kulonprogo ialah kemampuan yang dimiliki Tim Marketing dalam melaksanakan tugasnya untuk mencapai tujuan secara optimal sebagai hasilnya. Dengan adanya penilaian kinerja ini diharapkan mampu memberikan penjelasan apakah Tim Marketing Dinas Perindustrian Perdagangan & ESDM Kabupaten Kulonprogo mampu melaksanakan tugas-tugas yang diamanatkan sesuai dengan maksud dan tujuannya.

Dalam menilai kinerja Tim Marketing Dinas Perindustrian Perdagangan & ESDM ini menggunakan indikator responsivitas, tanggung jawab, akuntabilitas, sumber daya manusia, dan kualitas layanan. Tim Marketing dengan kegiatan pengembangan pasar dan distribusi barang/jasa tidak terlepas dari hambatan-hambatan yang dihadapi. Kerangka pemikiran ini dapat diperjelas dalam skema berikut:

Gambar 1.1
Skema Kerangka Pemikiran



G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Studi penelitian ini merupakan suatu penelitian deskriptif kualitatif. Peneliti menggambarkan fenomena empiris secara aktual, akurat, dan sesuai fakta serta secara sistematis untuk mempermudah pemahaman dan penarikan kesimpulan. Penelitian ini berusaha untuk memperoleh gambaran secara jelas mengenai suatu keadaan yaitu Kinerja Tim Marketing Dinas perindustrian Perdagangan & ESDM Kabupaten Kulonprogo dalam Kegiatan Pengembangan Pasar dan Distribusi Barang/Jasa. Disamping itu penelitian ini menggunakan teknik kepustakaan dan penelitian lapangan. Teknik kepustakaan ialah kegiatan penelitian melalui pustaka-pustaka yang relevan terutama dalam menyusun landasan teori dan kerangka pemikiran. Penelitian lapangan ialah pengumpulan data dilapangan baik berupa data primer maupun data skunder.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Kantor Dinas Perindustrian Perdagangan & ESDM dengan alasan penanganan produk-produk unggulan Kabupaten Kulonprogo berada dibawah dinas ini. Produk-produk unggulan Kulonprogo dipromosikan melalui berbagai cara seperti pameran-pameran produk baik tingkat lokal maupun nasional oleh Dinas Perindustrian Perdagangan & ESDM.

3. Metode Penarikan Sampel

Penarikan sampel dari penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dimana peneliti memilih informan yang dianggap tahu dan dapat dipercaya untuk menjadi sumber data. Informan yang tepat dijadikan informan

dalam penelitian ini ialah orang yang mengetahui informasi dan permasalahan secara mendalam. Namun demikian informan yang dipilih dapat menunjuk informan lain yang lebih tahu (*snowball sampling*). (Patton dalam H.B. Sutopo,2002).

4. Nara Sumber

Orang-orang yang dipandang mengetahui masalah yang akan diteliti dan dikaji dan juga dapat memberi informasi dan data yang diperlukan. Dalam penelitian ini, untuk memperoleh data atau informasi, peneliti akan melakukan wawancara secara intensif terhadap pihak-pihak yang terkait dengan usaha pengembangan pasar dan distribusi barang/jasa. Dalam hal ini peneliti akan mencari informasi dari:

1. Kepala Bidang Perdagangan Dinas Perindustrian Perdagangan & ESDM
2. Kepala Bidang Perindustrian Dinas Perindustrian Perdagangan & ESDM
3. Staf yang terkait dengan pelaksanaan kegiatan

Selain melalui wawancara data juga didapatkan dari buku-buku yang berhubungan dengan masalah penelitian serta dokumentasi. Data ini digunakan sebagai pelengkap dan pendukung dari data primer.

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan ini dilakukan oleh kedua belah pihak, yaitu pewawancara (interviewer) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (interviewee) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. (Lexy J. Moleong 2007:186).

Wawancara merupakan kegiatan untuk memperoleh informasi dengan memberikan kerangka dan garis besar pokok-pokok yang akan ditanyakan dalam proses wawancara. Wawancara dilakukan secara mendalam dengan menggunakan garis besar pertanyaan yang telah disiapkan penulis untuk memperoleh informasi yang lebih jelas dan mendalam mengenai aspek yang diteliti.

c. Observasi

Observasi merupakan teknik yang digunakan untuk menggali data berupa sumber data yang berupa peristiwa, tempat atau lokasi, benda-benda serta rekaman gambar-gambar (H.B. Sutopo, 2002:64)

b. Telaah Dokumen

Merupakan teknik pengumpulan data sekunder menggunakan yang berasal dari dokumen-dokumen, laporan-laporan atau naskah maupun arsip-arsip yang berkaitan dengan permasalahan demi terciptanya analisis yang lebih dalam.

6. Validitas Data

Validitas data dimaksudkan sebagai pembuktian bahwa data yang diperoleh sesuai dengan kenyataan/fakta sehingga kesimpulan yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan. Dalam hal ini peneliti menggunakan cara triangulasi data. Triangulasi data adalah teknik pemeriksaan keabsahan data dengan memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu (Lexy J. Moleong 2007:330). Dalam hal ini, triangulasi yang digunakan

adalah triangulasi sumber yang berarti membandingkan dan mengecek balik informasi yang diperoleh melalui alat dan waktu berbeda. Hal ini dilakukan dengan cara membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara dan atau membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan. Dengan demikian data yang satu akan dikontrol oleh data yang sama dari sumber lain.

7. Teknik Analisis Data

Penelitian kualitatif pada dasarnya proses analisis dilakukan bersamaan dengan proses pelaksanaan pengumpulan data. Model yang digunakan adalah model yang saling terjalin dan interaktif yang merupakan suatu model analisis yang dilaksanakan setelah data inti diperoleh. Kemudian dilakukan penafsiran data dimana penulis mengungkapkan dalam bentuk uraian dan penjelasan dan pada akhirnya didapatkan kesimpulan serta saran-saran.

Dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan ialah model analisis interaktif. Analisis interaktif terdiri dari tiga komponen yaitu: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Aktivitas yang dilakukan dalam bentuk interaktif dengan proses pengumpulan data sebagai suatu proses siklus. (H.B. Sutopo, 2002:91). Pengertian dari tiga komponen tersebut adalah:

a. Reduksi Data

Merupakan proses seleksi, pemusatan, penyederhanaan dan abstraksi data kasar yang ada dilapangan. Reduksi merupakan kegiatan analisis

yang menajamkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasi data. Proses ini berlangsung terus sepanjang pelaksanaan riset, yang dimulai dari sebelum pengumpulan data dilakukan.

b. Sajian Data

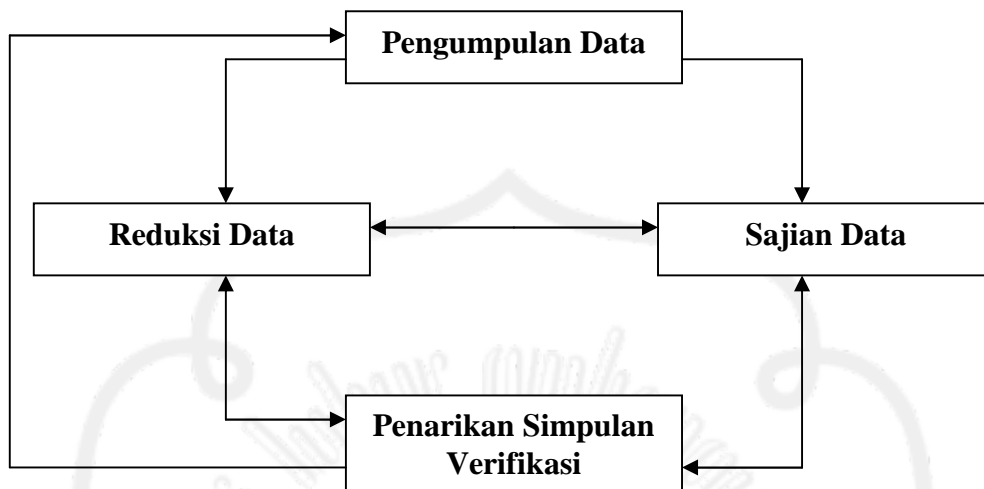
Menyajikan data-data yang telah diolah dalam bentuk tabel, matriks, grafiks maupun teks naratif yang didesain secara sistematis sehingga memudahkan pembaca untuk memahaminya. Penyajian data-data yang memberikan informasi ini dapat digunakan untuk analisa tentang sesuatu yang terjadi, untuk selanjutnya memungkinkan menarik kesimpulan dan mengambil tindakan.

c. Penarikan Simpulan Verifikasi

Penarikan kesimpulan dilakukan setelah semua data berhasil dikumpulkan. Kemudian setelah menganalisis data-data tersebut dicari pola, tema, ketentuan, penjelasan dan kesamaan-kesamaan yang muncul. Dalam proses ini landasan yang kuat sangat diperlukan agar simpulan yang dibuat dapat dipertanggungjawabkan.

Siklus-siklus diatas dapat dilihat dalam skema berikut ini:

Gambar 1.2
Skema Model Analisis Interaktif



(Sumber: Miles dan Huberman dalam H.B. Sutopo, 2002:95)

BAB II

DISKRIPSI LOKASI PENELITIAN

A. Deskripsi Tentang Kondisi Alam dan Letak Geografis Kabupaten Kulon Progo

Kabupaten Kulon Progo merupakan wilayah bagian Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang terletak paling barat dengan luas area 58 ribu km² yang meliputi kecamatan dan 88 desa. Kulon Progo memiliki kekayaan alam yang melimpah dan secara geografis sangat menguntungkan karena terletak dalam posisi strategis yaitu sebagai salah satu kabupaten di Propinsi yang memiliki karakter yang kuat yaitu Daerah Istimewa Yogyakarta. Secara fisiografis kondisi kabupaten Kulon Progo wilayahnya adalah daerah datar di wilayah bagian selatan yang berbatasan dengan Samudera Indonesia, sedangkan wilayah utara sebagian besar merupakan dataran tinggi berciri perbukitan yaitu dikenal dengan perbukitan menoreh.

Secara umum dalam rencana tata ruang wilayah kabupaten Kulon Progo terbagi dalam 3 zone wilayah pembangunan. Zone utara meliputi Kecamatan Samigaluh, Kalibawang, Girimulyo, dan Nanggulan, adalah zone tanaman perkebunan dan tanaman keras. Disamping itu juga adanya keunggulan tanaman empon-empon (obat tradisional) serta peternakan kambing peranakan etawa (PE). Daerah ini sebagian besar merupakan perbukitan Menoreh sehingga potensial yang dikembangkannya wisata alam pegunungan dan agrowisata. Khusus kecamatan Kalibawang dikembangkan sebagai daerah agribisnis yaitu menjadi kawasan agropolitan. Zone tengah meliputi Kecamatan Sentolo, Lendah,

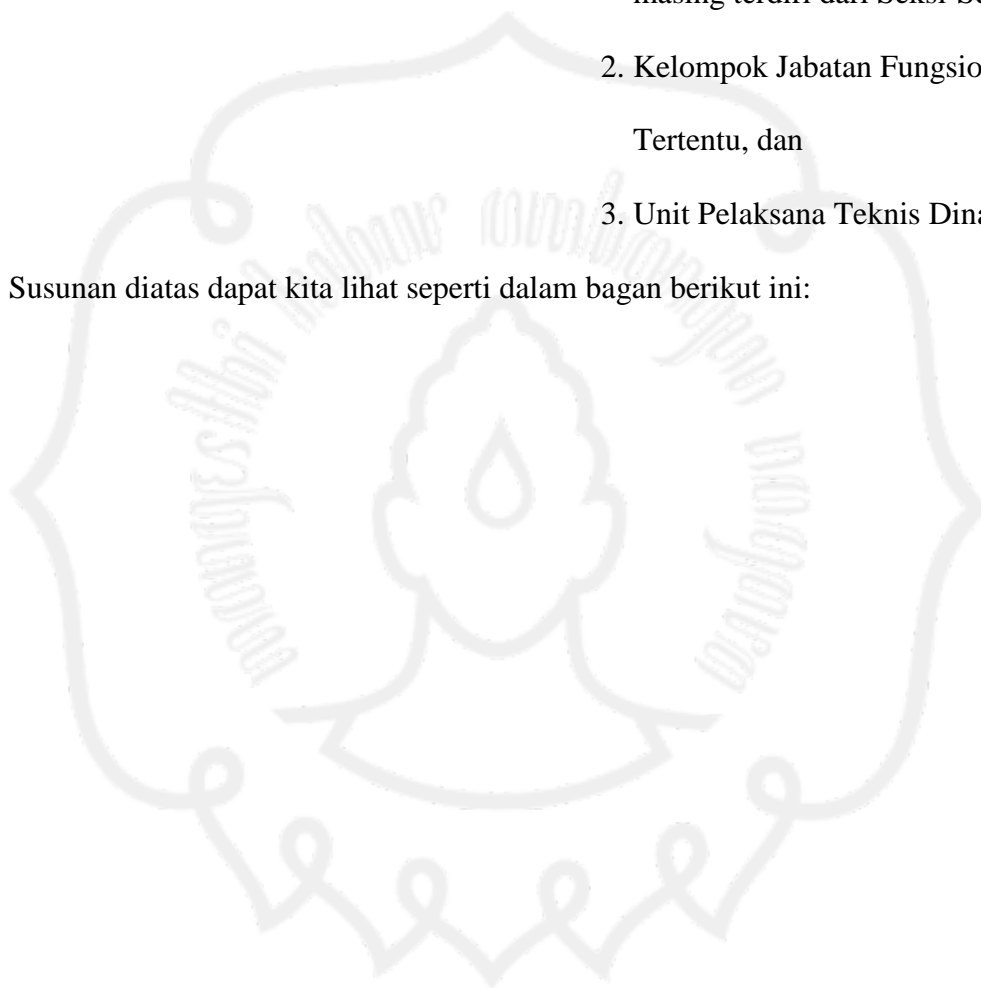
Pengasih, dan Kokap. Wilayah ini memiliki potensi untuk pengembangan industri kecil, kerajinan dan makanan. Daerah sentolo dan pengasih ini sangat strategis karena dilintasi jalur lintas selatan Pulau Jawa. Untuk Kecamatan Sentolo dikembangkan sebagai kawasan industri dan pusat kerajinan. Untuk Kecamatan Kokap dengan waduk sermonya berfungsi untuk irigasi, penyedia air bersih dan juga sebagai obyek wisata air. Zone selatan meliputi Kecamatan Galur, panjatan, Wates dan Temon merupakan wilayah pertanian dengan hasil utama adalah hortikultura dan tanaman pangan dengan pangsa pasar yang sudah berkembang dalam skala regional. Dalam zone ini juga kaya dengan obyek wisata pantai yang didukung dengan adanya pertanian lahan pantai serta tempat pendaratan nelayan pantai laut selatan. Khususnya di Glagah direncanakan akan dibangun pelabuhan laut.

B. Deskripsi Dinas Perindustrian Perdagangan & Energi Sumber Daya Mineral Kabupaten Kulon Progo

Dinas perindustrian Perdagangan & ESDM Kabupaten Kulon Progo Terletak di JL. Gedung Kesenian Wates Kulon Progo. Dasar pembentukan berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Kulon Progo Nomor 3 Tahun 2008 Tentang Pembentukan Organisasi dan Tata Kerja Dinas Daerah. Hal tersebut ditindaklanjuti dengan Peraturan Bupati Kulon Progo Nomor 68 Tahun 2008 Tentang Uraian Tugas pada Unsur Organisasi Terendah Dinas Perindustrian Perdagangan & ESDM. Adapun Uraian Organisasi Dinas Perindustrian Perdagangan & ESDM adalah sebagai berikut:

- a. Unsur Pimpinan : Kepala Dinas
- b. Unsur Pembantu Pimpinan : Sekretariat yang terdiri dari Sub Bagian-Sub Bagian
- c. Unsur Pelaksana :
 1. Bidang-bidang yang masing-masing terdiri dari Seksi-Seksi
 2. Kelompok Jabatan Fungsional Tertentu, dan
 3. Unit Pelaksana Teknis Dinas

Susunan diatas dapat kita lihat seperti dalam bagan berikut ini:



Sesuai dengan Peraturan Bupati tersebut maka dapat dilihat tugas dan fungsi dari Dinas Perindustrian Perdagangan & ESDM Kabupaten Kulon Progo. Tugas tersebut ialah:

1. Menyelenggarakan kegiatan di bidang perindustrian
2. Menyelenggarakan kegiatan di bidang perdagangan
3. Menyelenggarakan kegiatan di bidang pengelolaan pasar daerah
4. Menyelenggarakan kegiatan di bidang geologi dan energi
5. Menyelenggarakan kegiatan di bidang pertambangan umum, dan
6. Melaksanakan kegiatan ketatausahaan

Tugas dari masing-masing bagian tersebut ialah:

a. Sekretariat

1. Tugas Pokok

Sekretariat Dinas Perindustrian Perdagangan & ESDM mempunyai tugas dalam pelaksanaan urusan umum dan kepegawaian, perencanaan, dan keuangan.

2. Fungsi

Untuk menyelenggarakan tugas tersebut, bagian sekretariat mempunyai fungsi:

- a. melaksanakan urusan umum dan kepegawaian
- b. melaksanakan kegiatan perencanaan
- c. melaksanakan kegiatan keuangan
- d. mengkoordinir pelaksanaan kegiatan dinas
- e. memantau, mengendalikan, dan mengevaluasi kinerja serta dampak

Pelaksanaan program dan kegiatan

- f. melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh Kepala Dinas berkaitan dengan Bidang tugasnya

Bagian Sekretariat terdiri dari:

1. Sub Bagian Umum dan kepegawaian yang mempunyai tugas melaksanakan urusan rumah tangga, perlengkapan, perbekalan, ketatausahaan, kearsipan, dan keputakaan serta urusan kepegawaian.
2. Sub Bagian Perencanaan yang mempunyai tugas melaksanakan penyusunan perencanaan, pengembangan dan pelaporan program.
3. Sub Bagian Keuangan yang mempunyai tugas melaksanakan koordinasi administrasi keuangan.

b. Bidang Perindustrian

1. Tugas Pokok

Bidang Perindustrian adalah salah satu bagian dari satuan kerja Dinas Perindustrian Perdagangan & ESDM yang mempunyai tugas penyelenggaraan bina usaha, bimbingan produksi, dan sarana prasarana.

Seksi Bina usaha mempunyai tugas menyelenggarakan bimbingan teknis kerjasama antar pengusaha.

2. Fungsi

Untuk menyelenggarakan tugas tersebut, bidang Perindustrian mempunyai fungsi:

- a. menyelenggarakan bina usaha
- b. menyelenggarakan bimbingan produksi
- c. menyelenggarakan sarana prasarana

d. melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh Kepala Dinas berkaitan dengan bidang tugasnya.

Bidang Perindustrian terdiri dari:

1. Seksi Bina Usaha yang mempunyai tugas menyelenggarakan bimbingan teknis dan pengembangan usaha industri serta bimbingan teknis kerjasama antar pengusaha.
2. Seksi Bimbingan Produksi yang mempunyai tugas menyelenggarakan bimbingan teknis peningkatan mutu hasil produksi, diversifikasi produk dan inovasi serta penerapan teknologi.
3. Seksi Sarana dan Prasarana yang mempunyai tugas menyelenggarakan bimbingan teknis, pengembangan dan pemantauan perusahaan serta memberi pelayanan perizinan industri.

c. Bidang Perdagangan

1. Tugas Pokok

Bidang Perdagangan Dinas perindustrian Perdagangan & ESDM mempunyai tugas penyelenggaraan bina usaha dan pendaftaran, distribusi dan pemasaran serta urusan metrologi dan perlindungan konsumen

2. Fungsi

Untuk menyelenggarakan tugas tersebut bidang Perdagangan mempunyai fungsi:

- a. menyelenggarakan bina usaha dan pendaftaran
- b. menyelenggarakan distribusi pemasaran
- c. menyelenggarakan urusan metrologi dan perlindungan konsumen

d. melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh Kepala Dinas berkaitan dengan bidang tugasnya

Bidang Perdagangan terdiri dari:

1. Seksi Bina usaha dan pendaftaran yang mempunyai tugas menyelenggarakan pembinaan, pengembangan usaha perdagangan dan pendaftaran perusahaan.
2. Seksi distribusi dan pemasaran yang mempunyai tugas menyelenggarakan pembinaan distribusi dan pemasaran.
3. Seksi metrologi dan perlindungan konsumen yang mempunyai tugas menyelenggarakan kegiatan pembinaan metrologi legal, pengawasan barang/jasa yang beredar serta menyelenggarakan kegiatan perlindungan konsumen.

d. Bidang Pengelolaan Pasar Daerah

1. Tugas Pokok

Bidang pengelolaan Pasar Daerah Dinas Perindustrian Perdagangan & ESDM mempunyai tugas penyelenggaraan perencanaan dan pengembangan, penertiban dan pengendalian.

2. Fungsi

Untuk menyelenggarakan tugas tersebut, bidang Pengelolaan Pasar Daerah mempunyai fungsi:

- a. menyelenggarakan perencanaan dan pengembangan.
- b. menyelenggarakan penertiban dan pengendalian.
- c. melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh Kepala Dinas berkaitan dengan tugasnya.

Bidang Pengelolaan Pasar Daerah terdiri dari:

1. Seksi perencanaan dan pengembangan yang mempunyai tugas menyelenggarakan pengumpulan dan pengolahan data, perencanaan, pengendalian dan pengembangan pasar.
2. Seksi Penertiban dan pengendalian yang mempunyai tugas menyelenggarakan dan menjaga keamanan, ketertiban, kebersihan dan pemeliharaan bangunan serta fasilitas pasar serta kelengkapannya, distribusi barang dan jasa kebutuhan masyarakat konsumen, pengawasan barang/jasa yang beredar dipasar.

e. Bidang Geologi dan Energi

1. Tugas Pokok

Bidang Geologi dan Energi Dinas Perindustrian Perdagangan & ESDM mempunyai tugas penyelenggaraan geologi tata lingkungan dan air bawah tanah, energi, minyak dan gas bumi.

2. Fungsi

Untuk menyelenggarakan tugas tersebut, bidang Geologi dan Energi mempunyai fungsi:

- a. menyelenggarakan pengelolaan geologi tata lingkungan dan air bawah tanah.
- b. menyelenggarakan pengelolaan energi, minyak dan gas bumi.
- c. melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh Kepala Dinas berkaitan dengan bidang tugasnya.

Bidang Geologi dan energi terdiri dari:

1. Seksi Geologi Tata Lingkungan dan Air Bawah Tanah yang mempunyai tugas menyelenggarakan kegiatan pengelolaan tata lingkungan dan pengelolaan pemanfaatan air bawah tanah.

2. Seksi Energi Minyak dan Gas Bumi yang mempunyai tugas menyelenggarakan pengelolaan dan pemanfaatan energi.

f. Bidang Pertambangan Umum

1. Tugas Pokok

Bidang Pertambangan Umum Dinas Perindustrian Perdagangan & ESDM mempunyai tugas dalam penyelenggaraan perusahaan dan pengawasan.

2. Fungsi

Untuk menyelenggarakan tugas tersebut, bidang Pertambangan Umum mempunyai fungsi:

- a. menyelenggarakan perusahaan pertambangan
- b. menyelenggarakan pengawasan pertambangan
- c. melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh Kepala Dinas berkaitan dengan bidang tugasnya.

Bidang pertambangan Umum terdiri dari:

1. Seksi Perusahaan yang mempunyai tugas menyelenggarakan pengelolaan usaha pertambangan umum.
2. Seksi Pengawasan yang mempunyai tugas menyelenggarakan pengawasan usaha pertambangan umum.

C. Program Kerja

Program kerja bidang dari Bidang Perdagangan Dinas Perindustrian Perdagangan & Energi Sumber Daya Mineral akan disampaikan dibawah ini:

Program Kerja Bidang Perdagangan

1. Program Perlindungan Konsumen dan Pengamanan Perdagangan

a. Kegiatan Fasilitasi Penyelesaian Permasalahan-Permasalahan Konsumen

output: terlaksananya advokasi pengaduan konsumen

hasil: peningkatan advokasi perlindungan konsumen

b. Kegiatan Peningkatan Pengawasan Barang & Jasa

output:

- terlaksananya pengawasan terhadap BDKT
- terlaksananya peningkatan pemantauan dan pengendalian distribusi barang pokok sandang dan barang strategis.
- terlaksananya opm beras.

hasil:

- peningkatan kualitas BDKT & pencegahan non BDKT yang merugikan konsumen
- diketahuinya perkembangan harga pengadaan penyaluran barang kebutuhan pokok

2. Program Peningkatan & Pengembangan Ekspor

a. Pengembangan Data Base Informasi Potensi Unggulan

output: pengelolaan website

hasil: terdistribusinya informasi perdagangan

b. Promosi Perdagangan Internasional

output: terlaksananya pameran daerah dan pameran nasional

hasil: peningkatan pasar lokal, nasional, dan internasional

3. Program Peningkatan Efisiensi Perdagangan

a. Pengembangan Distribusi Barang/Produk

output: fasilitasi kegiatan pengembangan pasar distribusi barang/produk, terlaksananya temu usaha pengusaha produk ekspor dan terlaksananya fasilitasi kegiatan business centre Kulon Progo di Denpasar Bali serta berkembangnya business centre Kulon Progo.

hasil: peningkatan informasi perdagangan dan pembentukan tim marketing.

b. Pengembangan Kelembagaan Kerjasama Kemitraan

output: terlaksananya klinik bisnis & pembinaan usaha perdagangan

hasil: peningkatan sarana pemasaran hasil produk & kemitraan usaha

c. Pengembangan Pasar Lelang Daerah

output: fasilitasi keikutsertaan kegiatan pasar lelang luar daerah

hasil: meningkatnya peran serta pedagang pengumpul asosiasi perkebunan dan petani produsen diluar daerah dalam kegiatan pasar lelang.

d. Fasilitasi Sarana Prasarana Distribusi dan Pasar

output: tertampungnya penyewa ruko gawok

hasil: terkelolanya perdagangan iklan di blok G Gawok dan berkembangnya kawasan Gawok

e. Sosialisasi Perda

output: tersosialisasinya perda SIUP & TDP

hasil: peningkatan pengetahuan pengusaha & pedagang mengenai perda.

Implementasi Program Kerja:

1. Kegiatan fasilitasi kemudahan perijinan berjalan sampai bulan Juni 2008. Mulai 1 Juli 2008 pelayanan perijinan pindah Ke Kantor Pelayanan Terpadu (KPT) Kabupaten Kulon Progo
2. Kegiatan pengembangan pasar Gawok: pengembangan pasar dengan waktu 2 januari sampai dengan Desember 2008 berupa bangunan: los benih ikan sejumlah 18 unit, los ikan konsumsi sejumlah 10 unit, kantor pengelola 1 unit, fasilitas listrik, air dan MCK
3. Kegiatan Bimtek Perlindungan Konsumen
 - a. Pelaksanaan Bimtek perlindungan konsumen di desa Wahyuharjo Kecamatan Lendah 2 s/d 3 April 2008
 - b. Pelaksanaan Bimtek di desa Purwoharjo Kecamatan Samigaluh 7 s/d 8 April 2008
 - c. Pelaksanaan Bimtek di desa Bugel Kecamatan Panjatan 14 s/d 15 April 2008
 - d. Pelaksanaan Bimtek di desa Pendoworejo Kecamatan Girimulyo 21 s/d 22 April 2008
 - e. Pelaksanaan Bimtek BDKT di desa Ngestiharjo Kecamatan Wates 4 s/d 5 Juni 2008
 - f. Pelaksanaan Bimtek BDKT di desa Sidorejo Kecamatan Lendah 9 s/d 10 Juni 2008
 - g. Pelaksanaan Bimtek BDKT di desa Sidomulyo Kecamatan Pengasih 14 & 16 Juni 2008

4. Sosialisasi Peraturan Perundangan

- a. Sosialisasi peraturan Perundangan di bidang cukai Tgl 17 Nopember 2008 bertempat di Gedung GAPENSI dengan peserta 50 orang yang terdiri dari pengusaha pabrik rokok, pedagang eceran, aparat pemkab dan masyarakat umum.
- b. Sosialisasi peraturan Perundangan di bidang cukai Tgl 26 Nopember 2008 dengan tempat dan jumlah peserta yang sama.

D. Kondisi Kepegawaian Dinas Perindustrian Perdagangan & ESDM Kabupaten Kulon Progo

Kepegawaian

Kekuatan Personel Dinas Perindustrian Perdagangan & ESDM adalah sebagai berikut:

- a. Keadaan Pegawai Menurut Bagian

Tabel 2.1 Keadaan Pegawai Menurut Bagian Tahun 2009

No	Keterangan	Jumlah
1	Kepala Dinas	1
2	Sekretariat	16
3	Bidang Perindustrian	10
4	Bidang Perdagangan	14
5	Bidang Pengelolaan Pasar	9
6	Bidang Pertambangan Umum	9
7	Bidang Geologi dan Energi	9
8	UPTD I	26
9	UPTD II	17
	TOTAL	111

b. Keadaan Pegawai Berdasarkan Tingkat Eselon

Tabel 2.2 Keadaan Pegawai Berdasarkan Tingkat Eselon

No	Keterangan	Jumlah
1	Eselon II	1
2	Eselon III	6
3	Eselon IV	16
4	Staf	88
	TOTAL	111

c. Keadaan Pegawai Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tabel 2.3 Keadaan Pegawai Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Pendidikan	Jumlah
1	Strata 2 (S2)	11
2	Strata 1 (S1)	16
3	Sarjana Muda/D3	7
4	SLTA	74
5	SLTP	2
	Total	111

E. Pelaksanaan Program Kerja

Kegiatan pengembangan pasar dan distribusi barang/jasa didasarkan pada potensi pasar baik dari industri maupun perdagangan. Potensi yang besar dan belum terkelola dengan baik ini berusaha dikoordinir oleh tim marketing Diperindag & ESDM Kabupaten Kulon Progo agar mencapai hasil yang maksimal.

Pelaksanaan dari kegiatan pengembangan pasar dan distribusi meliputi program-program kerja seperti :

1. Klinik Bisnis

Implementasi kegiatan Klinik Bisnis berupa pembinaan terhadap pelaku usaha disektor

perdagangan meliputi:

- a. Pembinaan terhadap pedagang Sarana Produksi Pertanian
- b. Pembinaan terhadap pemilik Pangkalan Minyak Tanah
- c. Pembinaan terhadap pedagang eceran BBM
- d. Pembinaan di sektor perijinan usaha

Melalui klinik bisnis diharapkan terwujud kelancaran dalam pendistribusian kebutuhan bahan pokok dan strategis, serta BBM bersubsidi, yang akan berkaitan erat dengan pengadaan, pengalokasian dan stok. Demikian pula diharapkan para pelaku usaha didalam operasional usahanya mengikuti peraturan perundangan yang berlaku sehingga kebutuhan masyarakat dapat terpenuhi dengan mudah, cepat dan harga yang terjangkau.

2. Pengawasan Barang Beredar dan Jasa

Peningkatan pengawasan peredaran barang dan jasa ini lebih difokuskan pada peningkatan kualitas pelabelan barang dalam keadaan terbungkus (BDKT) yang berpotensi merugikan konsumen, utamanya dalam hal kesehatan. Untuk itu pengawasan BDKT perlu dilaksanakan karena dalam realitanya telah memberikan pengaruh positif terhadap perlindungan konsumen, yaitu antara lain diketemukannya barang-barang yang telah kadaluarsa, dalam kondisi rusak dan mengandung bahan kimia obat.

Dilakukan juga sosialisasi peraturan perundangan dibidang cukai, sosialisasi ini memiliki sasaran antara lain: para pengusaha rokok, tokoh masyarakat, pedagang, aparat pemerintah, perangkat desa, dengan harapan dapat meningkatkan pengetahuan dan pemahaman peserta terhadap peraturan

perundangan di bidang cukai, yang selanjutnya akan menginformasikan kepada anggota masyarakat disekitarnya sehingga dapat mengurangi bahkan membatasi peredaran rokok ilegal ditengah masyarakat yang sangat merugikan bukan saja masyarakat tetapi juga berdampak pada pendapatan negara.

3. Pasar Lelang

Tim Marketing berpartisipasi dalam kegiatan pasar lelang diluar Kabupaten Kulon

Progo, dengan mengikuti pasar lelang di:

a. Pasar Lelang Forward Komoditas Agro di Soropadan, Kabupaten Temanggung,

Jawa Tengah sebanyak 2 (dua) kali.

b. Pasar Lelang Forward Komoditas Agro di Surabaya, Jawa Timur sebanyak 1 (satu) kali.

c. Pasar Lelang Forward Komoditas Agro di Karang Anyar, Kabupaten Kebumen

Jawa Tengah.

Dalam kegiatan pasar lelang tahun 2008, telah berhasil mengajak pengusaha maupun pedagang besar yang berasal dari Kabupaten Kulon Progo untuk berperan serta dan menghasilkan kesepakatan/deal transaksi yang relatif besar di arena pasar lelang Jawa Tengah dan Jawa Timur.

Dalam beberapa kali keikutsertaan para pengusaha dalam pasar lelang di luar daerah, komoditi yang telah menghasilkan kesepakatan transaksi antara lain:

- Teh Mahkota Dewa

- Sapi
- Rosella
- Jagung
- Empon-empon
- Dll

Disamping mengikuti pasar lelang di luar daerah, Tim Marketing juga turut berperan aktif dengan menjadi anggota tim penyelenggara pasar lelang di Kabupaten Kulon progo bekerjasama dengan Bank BPD DIY Cabang Wates dan Asosiasi Pedagang Pasar Seluruh Indonesia (APPSI). Pasar lelang yang diselenggarakan pada akhir tahun 2008 ini berlangsung lancar dan menghasilkan kesepakatan transaksi 18 komoditi dengan nilai Rp 62.895.000.000,00

4. Promosi/Pameran

Tim Marketing terlibat aktif dalam penyelenggaraan Promosi/Pameran yang diselenggarakan di tingkat nasional dan daerah, antara lain:

1. Pameran Inacraft tahun 2008 di JCC-Senayan Jakarta

Pada Pameran Inacraft tahun 2008 Kabupaten Kulon Progo mengikut sertakan 5 (lima) orang pengrajin.

2. Pameran Fiesta Nusa Dua 2008, di Nusa Dua-Bali

Pada pameran Fiesta Nusa Dua 2008 Kabupaten Kulon Progo mengikut sertakan 5 orang pengrajin.

3. Pameran Produk Invesda 2008, di JEC – Yogyakarta

Pada pameran Invesda 2008 kabupaten Kulon Progo mengikut sertakan 5 (lima) orang pengrajin.

4. Pameran Produk Ekspor 2008, di arena PRJ-Jakarta mengikut sertakan 5 (lima) orang pengrajin.

5. Pameran Manunggal Fair 2008, di Wates-Kulon Progo

Pada pameran Manunggal Fair 2008 Kabupaten Kulon Progo mengikut sertakan pengrajin sebanyak 5 (lima) orang.

5. Business Centre Kabupaten Kulon Progo dan Business Centre Kabupaten Kulon Progo

di Denpasar, Bali.

Business Centre merupakan wujud kepedulian dan upaya fasilitasi Pemda untuk membantu pemasaran produk bagi pengrajin Kulon Progo yaitu dengan membuka peluang dan kesempatan bagi para pengrajin Kulon Progo menitipkan produknya di showroom Business Center yang berlokasi di Wates dan Denpasar-Bali. Terdapat 24 pengrajin yang terlibat dan berpartisipasi aktif dalam kegiatan ini. Kegiatan ini menghasilkan kerjasama dengan beberapa agen pemasaran/distributor di Bali, utamanya untuk produk the mahkota dewa, produk kerajinan berbahan nyamplung dan rami warna, produk kerajinan tas nilon, kain tenun ATBM dan akar wangi. Total transaksi pada tahun 2008 dalam kegiatan ini mencapai Rp 75.118.350,- Untuk meningkatkan kinerja Business Centre maka dilakukan upaya kerjasama dengan biro travel, trading dan PHRI. Serta

6. Temu Usaha

Temu usaha diselenggarakan untuk menindaklanjuti pembangunan Pusat Perdagangan Ikan di Komplek Gawok, yang bertujuan untuk mewadahi dan

membantu pengusaha ikan di Kabupaten Kulon Progo dalam promosi dan pemasaran produk perikanan, serta mempromosikan dan berupaya mewujudkan ikon Kabupaten Kulon Progo sebagai Kulon Progo Fish Centre (KFC).

Temu usaha dilaksanakan dengan mengundang peserta dari kelompok pengusaha ikan di Kabupaten Kulon Progo serta menghadirkan narasumber dari Dinas Pertanian dan Kelautan, Pengusaha Ikan (Ahli Perikanan) dan Bank Pembangunan Daerah (Bank BPD) DIY Cabang Wates.

7. Penyediaan Sarana dan Prasarana

Tahun Anggaran 2008 untuk penyediaan sarana dan prasarana direncanakan 3 (tiga) kegiatan

Pembangunan Pusat Perdagangan Ikan

Adapun fasilitas yang telah dibangun pada Pusat Perdagangan Ikan Gawok meliputi:

1. Los benih ikan sejumlah 18 unit
2. Los ikan konsumsi sejumlah 10 unit
3. Kantor pengelola sejumlah 1 unit
4. Listrik, air, MCK

BAB III

HASIL PENELITIAN

A. Pengembangan Pasar dan Distribusi Barang/Produk Oleh Tim Marketing Dinas Perindustrian Perdagangan & ESDM Kabupaten Kulon Progo

Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai kegiatan pengembangan pasar dan distribusi barang/ produk di Kabupaten Kulon Progo yang dilaksanakan oleh tim marketing Dinas Perindustrian Perdagangan & ESDM dan hambatan-hambatan yang dihadapi dalam pelaksanaan kegiatan pengembangan pasar dan distribusi barang/produk.

Kondisi perdagangan di Kabupaten Kulon Progo yang secara umum masih tertinggal dari daerah lain dalam wilayah Propinsi Daerah istimewa Yogyakarta menjadikan dasar bagi pembentukan tim marketing oleh Dinas Perindustrian Perdagangan & ESDM. Tujuan dari dibentuknya tim ini ialah untuk mengembangkan potensi pasar yang ada sehingga tingkat perdagangan menjadi tinggi dan dapat mengejar ketertinggalannya dengan daerah lain. Tim marketing ini dibentuk agar dapat mencari peluang pasar sehingga terjadi peningkatan dalam perdagangan. Dalam melaksanakan kegiatan pengembangan pasar dan distribusi barang/produk pihak tim marketing menjabarkan kegiatan tersebut dalam bentuk program-program. Program-program tersebut ialah fasilitasi yang terdiri dari pembinaan dan pelayanan bantuan Pembinaan meliputi: pelatihan ketrampilan, peningkatan mutu produk, manajemen pengelolaan. Bantuan meliputi: bantuan pengelolaan, bantuan peralatan produksi, bantuan penguatan

modal, promosi pameran baik didalam daerah luar, daerah maupun luar negeri, konsultasi.

Pengembangan pasar yang dilakukan oleh tim marketing melalui pasar lelang merupakan cara yang efektif dalam mendongkrak perdagangan di Kulon Progo. Hal ini dibuktikan dengan adanya lonjakan volume perdagangan dari tahun-ketahun. Pernyataan tersebut diutarakan oleh Bapak Bambang Sutrisno selaku Kepala Bidang Perdagangan Dinas Perindustrian Perdagangan & ESDM Kabupaten Kulon Progo:

“Pasar lelang tahun 2008 membukukan transaksi dengan angka 63,8 M. Sedangkan pada tahun 2007 hanya membukukan transaksi dengan angka 7,3 M. Hal ini dikatakan sebagai loncatan yang bagus di dalam perdagangan Kulon Progo melalui kegiatan pasar lelang”

Hal tersebut juga diperkuat oleh kepala Dinas perindustrian Perdagangan & ESDM Kabupaten Kulon Progo, beliau mengungkapkan bahwa:

“Peningkatan perdagangan Kulon Progo terjadi pada tahun 2008 yaitu pada pelaksanaan pasar lelang yang mampu menembus angka transaksi senilai 63,8 M. Hal ini merupakan lonjakan dari transaksi dipasar lelang tahun 2007 yang mencatatkan transaksi senilai 7,3M”

Komoditas yang diunggulkan dalam pasar lelang tersebut ialah: beras, produk herbal, gula kristal, cengkeh, jagung, kacang tanah. Produk-produk unggulan tersebut merupakan pendongkrak perdagangan yang membukukan trnsaksi senilai 63,8M.

Selain dengan pasar lelang, kegiatan pengembangan pasar& distribusi barang/produk juga melalui pembangunan secara fisik terhadap pasar itu sendiri. Hal ini dilakukan terhadap beberapa pasar. Dengan contoh perluasan pasar brotot

hal ini dilaksanakan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat khususnya pedagang. Perluasan pasar yang tadinya 3000 m menjadi 7000 m, untuk menampung pedagang yang jumlahnya 450 diperlukan perluasan pasar tersebut. Pasar sebelum dilakukan perluasan hanya tersedia bagi 250 pedagang. Dana pembangunan pasar brotot bukan dari APBN maupun APBD tetapi bantuan dari Australia melalui YCAP dengan konsultan Yayasan Edukasi Pemberdayaan Masyarakat. Hal tersebut seperti diungkapkan oleh Bapak Darto (Kepala Dinas Perindustrian Perdagangan & ESDM):

“Misal pengembangan pasar, kebijakan mengakomodasi pedagang. Contohnya perluasan pasar brotot dari 3000m menjadi 7000m. Pembangunan pasar tersebut diajukan kepada pemerintah baik daerah maupun pusat. Tetapi karena tidak ada anggaran yang turun, maka pihak Dinas berusaha mencari sumber pendanaan yang lain. Dana pembangunan akhirnya didapat dari Australia melalui YCAP dengan konsultan Yayasan Edukasi Pemberdayaan Masyarakat”

Perluasan pasar ini melibatkan partisipasi masyarakat dalam proses pembangunannya. Selain itu juga ada training-training bagi pedagang training ini meliputi training manajemen pengelolaan sampah dan manajemen kebersihan. Proses ini terkait dengan pemberdayaan masyarakat sehingga masyarakat dapat berkembang. Selain itu diharapkan pedagang lebih bisa menjaga dan merawat apa yang mereka bangun.

Pengembangan pasar saat ini juga sedang diupayakan ialah ekspor rambut palsu (wig) dan juga gula kelapa organik. Selama ini ekspor yang paling menonjol ialah ekspor arang briket. Untuk produk-produk unggulan yang lain belum mampu menembus pasar ekspor. Produk unggulan yang belum mampu menembus pasar ekspor dengan contoh ikan laut dan cengkeh.

Kegiatan Dari Tim Marketing dalam menjalankan tugas sesuai tujuannya ialah seperti: Klinik Bisnis, Pengawasan Barang Beredar dan Jasa, Pasar Lelang, Promosi/Pameran, Temu Usaha, Penyediaan Sarana dan Prasarana. Kegiatan tersebut akan dijelaskan seperti dibawah ini:

1. Klinik Bisnis

Implementasi kegiatan Klinik Bisnis berupa pembinaan terhadap pelaku usaha disektor

perdagangan meliputi:

- a. Pembinaan terhadap pedagang Sarana Produksi Pertanian
- b. Pembinaan terhadap pemilik Pangkalan Minyak Tanah
- c. Pembinaan terhadap pedagang eceran BBM
- d. Pembinaan di sektor perijinan usaha

Melalui klinik bisnis diharapkan terwujud kelancaran dalam pendistribusian kebutuhan bahan pokok dan strategis, serta BBM bersubsidi, yang akan berkaitan erat dengan pengadaan, pengalokasian dan stok. Demikian pula diharapkan para pelaku usaha didalam operasional usahanya mengikuti peraturan perundangan yang berlaku sehingga kebutuhan masyarakat dapat terpenuhi dengan mudah, cepat dan harga yang terjangkau.

2. Pengawasan Barang Beredar dan Jasa

Peningkatan pengawasan peredaran barang dan jasa ini lebih difokuskan pada peningkatan kualitas pelabelan barang dalam keadaan terbungkus (BDKT) yang berpotensi merugikan konsumen, utamanya dalam hal kesehatan. Untuk itu pengawasan BDKT perlu dilaksanakan karena dalam realitanya telah memberikan

pengaruh positif terhadap perlindungan konsumen, yaitu antara lain diketemukannya barang-barang yang telah kadaluarsa, dalam kondisi rusak dan mengandung bahan kimia obat.

Dilakukan juga sosialisasi peraturan perundangan dibidang cukai, sosialisasi ini memiliki sasaran antara lain: para pengusaha rokok, tokoh masyarakat, pedagang, aparat pemerintah, perangkat desa, dengan harapan dapat meningkatkan pengetahuan dan pemahaman peserta terhadap peraturan perundangan di bidang cukai, yang selanjutnya akan menginformasikan kepada anggota masyarakat disekitarnya sehingga dapat mengurangi bahkan membatasi peredaran rokok ilegal ditengah masyarakat yang sangat merugikan bukan saja masyarakat tetapi juga berdampak pada pendapatan negara.

3. Pasar Lelang

Tim Marketing berpartisipasi dalam kegiatan pasar lelang diluar Kabupaten Kulon

Progo, dengan mengikuti pasar lelang di:

a. Pasar Lelang Forward Komoditas Agro di Soropadan, Kabupaten Temanggung,

Jawa Tengah sebanyak 2 (dua) kali.

b. Pasar Lelang Forward Komoditas Agro di Surabaya, Jawa Timur sebanyak 1 (satu) kali.

c. Pasar Lelang Forward Komoditas Agro di Karang Anyar, Kabupaten Kebumen

Jawa Tengah.

Dalam kegiatan pasar lelang tahun 2008, telah berhasil mengajak pengusaha maupun pedagang besar yang berasal dari Kabupaten Kulon Progo untuk berperan serta dan menghasilkan kesepakatan/deal transaksi yang relatif besar di arena pasar lelang Jawa Tengah dan Jawa Timur.

Dalam beberapa kali keikutsertaan para pengusaha dalam pasar lelang di luar daerah, komoditi yang telah menghasilkan kesepakatan transaksi antara lain:

- Teh Mahkota Dewa
- Sapi
- Rosella
- Jagung
- Empon-empon
- Dll

Disamping mengikuti pasar lelang di luar daerah, Tim Marketing juga turut berperan aktif dengan menjadi anggota tim penyelenggara pasar lelang di Kabupaten Kulon progo bekerjasama dengan Bank BPD DIY Cabang Wates dan Asosiasi Pedagang Pasar Seluruh Indonesia (APPSI). Pasar lelang yang diselenggarakan pada akhir tahun 2008 ini berlangsung lancar dan menghasilkan kesepakatan transaksi 18 komoditi dengan nilai Rp 62.895.000.000,00

4. Promosi/Pameran

Tim Marketing terlibat aktif dalam penyelenggaraan Promosi/Pameran yang diselenggarakan di tingkat nasional dan daerah, antara lain:

1. Pameran Inacraft tahun 2008 di JCC-Senayan Jakarta

Pada Pameran Inacraft tahun 2008 Kabupaten Kulon Progo mengikut sertakan 5

(lima) orang pengrajin.

2. Pameran Fiesta Nusa Dua 2008, di Nusa Dua-Bali

Pada pameran Fiesta Nusa Dua 2008 Kabupaten Kulon Progo mengikut sertakan

5 (lima) orang pengrajin

3. Pameran Produk Invesda 2008, di JEC – Yogyakarta

Pada pameran Invesda 2008 kabupaten Kulon Progo mengikut sertakan 5 (lima) orang pengrajin.

4. Pameran Produk Ekspor 2008, di arena PRJ-Jakarta mengikut sertakan 5 (lima) orang pengrajin

5. Pameran Manunggal Fair 2008, di Wates-Kulon Progo

Pada pameran Manunggal Fair 2008 Kabupaten Kulon Progo mengikut sertakan

Pengrajin sebanyak 5 (lima) orang.

5. Business Centre Kabupaten Kulon Progo dan Business Centre Kabupaten Kulon

Progo di Denpasar Bali.

Business Centre merupakan wujud kepedulian dan upaya fasilitasi Pemda untuk membantu pemasaran produk bagi pengrajin Kulon Progo yaitu dengan membuka peluang dan kesempatan bagi para pengrajin Kulon Progo

menitipkan produknya di showroom Business Center yang berlokasi di Wates dan Denpasar-Bali. Terdapat 24 pengrajin yang terlibat dan berpartisipasi aktif dalam kegiatan ini. Kegiatan ini menghasilkan kerjasama dengan beberapa agen pemasaran/distributor di Bali, utamanya untuk produk the mahkota dewa, produk kerajinan berbahan nyamplung dan rami warna, produk kerajinan tas nilon, kain tenun ATBM dan akar wangi. Total transaksi pada tahun 2008 dalam kegiatan ini mencapai Rp 75.118.350,- Untuk meningkatkan kinerja Business Centre maka dilakukan upaya kerjasama dengan biro travel, trading dan PHRI. Serta

6. Temu Usaha

Temu usaha diselenggarakan untuk menindaklanjuti pembangunan Pusat Perdagangan Ikan di Komplek Gawok, yang bertujuan untuk mewadahi dan membantu pengusaha ikan di Kabupaten Kulon Progo dalam promosi dan pemasaran produk perikanan, serta mempromosikan dan berupaya mewujudkan ikon Kabupaten Kulon Progo sebagai Kulon Progo Fish Centre (KFC).

Temu usaha dilaksanakan dengan mengundang peserta dari kelompok pengusaha ikan di Kabupaten Kulon Progo serta menghadirkan narasumber dari Dinas Pertanian dan Kelautan, Pengusaha Ikan (Ahli Perikanan) dan Bank Pembangunan Daerah (Bank BPD) DIY Cabang Wates.

7. Penyediaan Sarana dan Prasarana

Tahun Anggaran 2008 untuk penyediaan sarana dan prasarana direncanakan 3 (tiga) kegiatan

Pembangunan Pusat Perdagangan Ikan

Adapun fasilitas yang telah dibangun pada Pusat Perdagangan Ikan Gawok meliputi:

1. Los benih ikan sejumlah 18 unit
2. Los ikan konsumsi sejumlah 10 unit
3. Kantor pengelola sejumlah 1 unit
4. Listrik, air, MCK

Kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan oleh Dinas Perindustrian Perdagangan & ESDM dalam acara Gelar Seni Budaya Yogyakarta Ke- VIII di bulan Oktober 2008 di Anjungan Daerah Istimewa Yogyakarta TMII dengan mengirimkan dan tentunya mendampingi pengusaha-pengusaha kerajinan yang tampil dalam acara tersebut. Produk-produk unggulan yang ditampilkan ialah kerajinan serat tumbuhan, kerajinan tenun,herbal, kerajinan batik dan makanan khas dari Kulon Progo.

Kegiatan lain di bidang Perdagangan yang dilaksanakan oleh Dinas Perindustrian Perdagangan & ESDM ialah pasar murah. Pasar murah dilaksanakan pada tanggal 15 s/d 17 September 2009 acara diadakan menjelang Hari Raya Idul Fitri ini dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam mendapatkan sembilan bahan makanan pokok dalam menyambut Hari Raya raya Idul Fitri.

Berdasarkan data-data yang diperoleh dari lapangan mengenai kegiatan pameran-pameran produk Kulon Progo di dalam Manunggal fair yang terlaksana dibulan oktober 2009. Produk-produk unggulan yang terlihat dalam pameran sangat banyak, diantaranya hasil kerajinan dari agel, hasil kerajinan dari turunan

pohon kelapa, gula jawa, teh mahkota dewa, dan masih banyak lagi produk kerajinan dari Kulon Progo. Dari data yang dihimpun dari stan-stan produk Kulon Progo tersebut ialah pengusaha maupun pedagang yang merupakan hasil binaan dari Dinas Perindustrian Perdagangan & ESDM.

B. Penilaian Kinerja

Dalam pembahasan mengenai pengembangan pasar dan distribusi barang/produk yang akan dikemukakan dibawah akan dipakai indikator-indikator.

1. Responsibilitas

Responsibilitas menjelaskan apakah pelaksanaan kegiatan organisasi publik itu dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip administrasi yang benar atau sesuai dengan kebijakan organisasi, baik yang eksplisit maupun implisit dengan memanfaatkan sumber-sumber daya yang ada sesuai dengan kompetensi masing-masing bagi pelaksanaan kinerja yang maksimal. Semakin kegiatan organisasi publik itu dilaksanakan sesuai dengan prinsip-prinsip administrasi dan peraturan serta kebijaksanaan organisasi, maka kinerjanya akan dinilai semakin baik.

Dasar dari dibentuknya tim marketing ialah dengan Surat Keputusan kepala Dinas Perindustrian Perdagangan Koperasi dan Pertambangan Kabupaten Kulon Progo Nomor: 510/66.3 Tanggal 15 April 2008 Tentang Pembentukan Tim Marketing. Hal ini sekaligus menjadi dasar kegiatan pengembangan pasar dan distribusi barang/produk oleh tim marketing Dinas Perindustrian Perdagangan Koperasi dan Pertambangan.

Berdasarkan indikator responsibilitas dimana pelaksanaan/implementasi dari kebijakan tersebut apakah sudah sesuai dengan peraturan yang ada didapatkan keterangan dari pihak dinas. Hal ini diungkapkan oleh bapak Darto selaku Kepala Dinas Perindustrian Perdagangan & ESDM ialah sebagai berikut:

”Pelaksanaan kebijakan pengembangan pasar dan distribusi barang/produk sudah sesuai dengan peraturan yang ada sesuai dengan kewenangan yang dimiliki oleh dinas”

Dengan adanya pernyataan tersebut dapat dinilai bahwa pelaksanaan sudah sesuai dengan aturan, hal ini juga dikatakan oleh bapak Bambang Sutrisno selaku Kepala Bagian Perdagangan menyatakan

“Kebijakan pengembangan pasar dan distribusi barang/produk sesuai dengan peraturan yang ada”

Dengan adanya keterangan tersebut maka sesuai dengan pelaksanaannya dapat dikatakan prinsip responsibilitas ini sudah dilaksanakan dengan benar oleh pihak Dinas Perindustrian Perdagangan & ESDM.

Responsibilitas dari aparat Dinas Perindustrian Perdagangan & ESDM terlihat dengan adanya kegiatan klinik bisnis. Salah satu program dari klinik bisnis ini ialah Pembinaan di sektor perijinan usaha. Para pengusaha perlu mendapatkan pembinaan mengenai legalitas usahanya. Sebab peraturan perundang-undangan telah mengatur tentang tata cara usaha. Pembinaan mengenai perijinan usaha ini penting karena pengusaha masih minim pengetahuannya didalam legalitas usahanya. Ijin usaha ini diharapkan sebagai dasar hukum pelaksanaan usaha sehingga memperlancar pemenuhan kebutuhan masyarakat yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa aparaturnya dalam hal ini tim marketing telah melaksanakan apa yang menjadi tugasnya dan sesuai dengan aturan-aturan yang ada dalam menjalankan kegiatan pengembangan pasar dan distribusi barang/produk. Demi keberhasilan dari tujuan kegiatan ini, dengan menambah inovasi-inovasi sesuai kebutuhan tanpa menyinggalkan aturan yang ada.

2. Responsivitas

Responsivitas merupakan kemampuan organisasi untuk mengenali kebutuhan masyarakat, menyusun agenda atau prioritas pelayanan, serta mengembangkan program-program pelayanan publik sesuai dengan kebutuhan dan aspirasi masyarakat.

Indikator responsivitas merupakan indikator yang digunakan dalam menilai kinerja dari suatu organisasi. Dalam menilai kinerja dari tim marketing Dinas Perindustrian Perdagangan & ESDM berdasarkan indikator ini dapat dijabarkan sebagai kemampuan dalam merespon kebutuhan masyarakat dalam hal ini pengusaha dan pedagang. Kemampuan ini harus dimiliki oleh aparaturnya sebab aparaturnya merupakan pelayan masyarakat sehingga diperlukan adanya respon dalam memenuhi kebutuhan masyarakat dan pada akhirnya dapat tercapai tujuan yang ditetapkan. Kebutuhan pengusaha dan pedagang ini terkait masalah yang kompleks sehingga perlu analisis yang mendalam. Respon dari dinas melalui aparaturnya berdasarkan hasil wawancara ialah:

“komunikasi antara pengusaha maupun pedagang dengan pihak dinas sudah cukup baik, hal ini juga terkait dalam hal merespon kebutuhan pedagang”

Komunikasi merupakan penjabaran dari indikator responsivitas sehingga dapat kita nilai bahwa respon dinas terhadap kebutuhan pedagang sudah baik. Komunikasi yang terjadi adalah komunikasi dua arah, baik dari pihak dinas maupun dari pedagang. Bentuk komunikasi ini dapat menghasilkan sinergi sehingga tujuan yang ingin dicapai dapat terwujud. Kebutuhan masyarakat akan saran maupun bimbingan menjadi sasaran bagi tim marketing untuk bekerja.

Komunikasi yang intensif menjadi suatu kebutuhan bagi pedagang sehingga dengan adanya keterikatan antara dinas dengan pedagang menjadikan kemudahan bagi aparatur dinas dalam memberikan arahan baik berupa saran maupun berbentuk pelatihan.

Pada dasarnya pembentukan tim marketing sendiri adalah respon dari kebutuhan masyarakat agar mendapat pelayanan fasilitasi dalam pelatihan maupun promosi. Kebutuhan akan promosi ditindak lanjuti oleh Tim Marketing dengan mengikutsertakan pengusaha maupun pedagang dalam pameran-pameran maupun pasar lelang.

Didalam merespon kebutuhan pengusaha maupun pedagang, Dinas mengadakan kerjasama kemitraan. Misal konsep intiplasma dalam bidang pemasaran. Disamping itu kerjasama dilaksanakan juga dengan pihak Bank BPD DIY dalam menjalankan kegiatan temu usaha. Kegiatan temu usaha juga merupakan respon dari Dinas Perindustrian Perdagangan & ESDM dalam

memenuhi kebutuhan pengusaha maupun pedagang sebagai sarana tukar menukar informasi maupun pemasaran usaha masing-masing.

Pembangunan Rest Area dan Pasar Seni yang merupakan program peningkatan penjualan/pemasaran produk-produk Kulon Progo juga dapat digolongkan sebagai responsivitas Dinas Perindustrian Perdagangan & ESDM dalam memenuhi kebutuhan pengusaha atau pedagang sebagai tempat promosi dan penjualan produk. Selain itu responsivitas ini juga ditunjukkan dengan adanya komunikasi yang berbentuk pembinaan terhadap pengusaha maupun pedagang. Serta evaluasi 7 monitoring terhadap apa yang sudah dilaksanakan setelah mendapatkan pembinaan dari Dinas Perindustrian perdagangan & ESDM.

Adanya pembekalan dan pelatihan yang dilaksanakan oleh dinas secara kontinu menjadikan perkembangan yang lebih cepat, tepat dan mendalam bagi pengusaha maupun pedagang. Hal tersebut diungkapkan oleh bapak Jumal selaku Kepala Seksi Bimbingan produksi.

Respon juga ditunjukkan dengan adanya bantuan modal dari pihak dinas, dengan cara pengusaha mengajukan bantuan modal bagi perkembangan usaha mereka. Kemudahan dalam mendapatkan tambahan modal usaha ini dilaksanakan dinas sebagai respon akan kebutuhan modal bagi para pengusaha maupun pedagang.

Dengan adanya responsivitas dari pihak dinas dengan tim marketingnya maka kegiatan pengembangan pasar dan distribusi barang/produk dapat mencapai hasilnya dengan adanya kenaikan perdagangan sampai pada angka Rp 62,8 M. Hal ini berdasarkan usaha yang dilaksanakan oleh tim marketing dalam menyikapi

kebutuhan para pengusaha maupun pedagang dalam memasarkan produknya. Sehingga tim melaksanakan kegiatan-kegiatan seperti temu usaha, pameran, pasar lelang dll demi terpenuhinya kebutuhan tersebut.

3.Akuntabilitas

Akuntabilitas merupakan indikator yang penting untuk mengetahui sejauh mana suatu organisasi bertanggung jawab atas tugas dan kewajiban yang dilaksanakannya sesuai dengan peraturan dan ketentuan dari atasan yang memberikan kewenangan dalam melaksanakan tugas serta bagaimanapelaksanaan kegiatan dapat sesuai dengan niali dan norma yang berlaku didalam masyarakat.

Pelaksanaan kinerja dari suatu instansi publik membutuhkan adanya pertanggungjawaban yang biasanya terdapat pada saat evaluasi kegiatan. Akuntabilitas tim marketing merupakan suatu bentuk pertanggungjawaban yang diberikan tim marketing atas pelaksanaan kinerjanya. Pihak-pihak yang mempunyai kewenangan untuk meminta pertanggungjawaban tersebut terdiri dari pihak atasan (pemerintah) yang memberi perintah (mandat) dan pihak masyarakat yang merasakan hasil dari setiap pelaksanaan program atau kegiatan dari pemerintah.

Akuntabilitas mengenai penggunaan anggaran dipertanggungjawabkan melalui laporan pertanggungjawaban kegiatan. Realisasi kegiatan ini ialah kegiatan pengembangan pasar dan distribusi barang/produk dilaksanakan oleh 11 orang dengan dana awal sebesar Rp 87.411.000 dan terealisasi Rp 77.403.000 (88,55%) dengan sisa anggaran Rp 10.008.000 (11,45%) digunakan untuk

efisiensi dan tenaga outlet 3 bulan. Anggaran tersebut dapat terealisasi 100% dengan adanya sisa anggaran digunakan untuk biasa efisiensi dan tenaga outlet 3 bulan.

Akuntabilitas dari tim marketing ialah kepada Kepala Dinas Perindustrian Perdagangan Koperasi & Pertambangan Kabupaten Kulon Progo. Hal ini dilaksanakan sebagai implementasi akuntabilitas kepada atasan.

Akuntabilitas Dinas Perindustrian Perdagangan & ESDM dilaksanakan secara berkala yaitu laporan triwulan (3 bulanan), laporan akhir tahun dan juga Nota Keuangan.

Hal tersebut diungkapkan oleh Bapak Darto selaku Kepala Dinas Perindustrian Perdagangan & ESDM seperti:

“Akuntabilitas dilaksanakan tiap Triwulan kepada Bupati, kemudian terdapat dalam Laporan Pertanggungjawaban Bupati yang disampaikan kepada Dewan dilaksanakan pada akhir tahun dan Juga dengan Nota keuangan yang dilaporkan ke Propinsi”

Mengenai akuntabilitas Kepala Bagian Perdagangan memberi pernyataan senada dengan yang diungkapkan oleh Kepala Dinas Perindustrian Perdagangan & ESDM.

“laporan dilaksanakan berkala yaitu triwulan (3 bulan 1x), dan laporan akhir tahun yang juga sebagai evaluasi”

Dinyatakan juga oleh bapak Bambang Sutrisno bahwa pelaksanaan akuntabilitas dari tim marketing kepada Kepala Dinas kemudian dilaporkan kepada Bupati. Laporan pertanggungjawaban tim marketing ini meliputi: hasil inventarisasi produk-produk unggulan, tingkat pemasaran, anggaran yang disediakan referensi bahan pertimbangan

Akuntabilitas ini juga merupakan bentuk dari pelaksanaan kegiatan yang dilaksanakan tim marketing sesuai dengan tugasnya yaitu a. mengumpulkan data potensi produk Kulon Progo khususnya perikanan, peternakan, tekstil dan produk tekstil b. mencari peluang pasar produk Kulon Progo c. melaksanakan koordinasi dengan instansi terkait maupun pihak ketiga dalam rangka pengembangan pasar d. penyusunan rekomendasi dan laporan e. evaluasi.

Dengan terlaksananya kegiatan pengembangan pasar dan distribusi barang/produk melalui program klinik bisnis, temu usaha, pameran, pasar lelang dll menjadikan suatu pertanggungjawaban tim marketing sesuai dengan fungsi dan tujuannya. Akuntabilitas ini disampaikan dalam bentuk dokumen kepada atasan dari Kepala Dinas sampai kepada Bupati. Kemudian laporan ini tertuang juga dalam laporan akhir tahun Bupati sebagai akuntabilitas kepada publik.

4. Kualitas Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia di dalam pengembangan pasar dan distribusi barang/jasa merupakan kemampuan aparatur dalam melaksanakan setiap tugasnya sehingga dapat mencapai tujuan dari kegiatan tersebut yaitu berkembangnya industri dan juga perdagangan di Kabupaten Kulon Progo.

Sumber daya manusia Tim Marketing Dinas Perindustrian Perdagangan & ESDM terdiri dari tingkat pendidikan: S2, 1 orang; S1, 3 orang; D3, 2 orang; SLTA, 4 orang. Kemampuan personel tim marketing dengan beragam tingkat pendidikan diharapkan mampu saling melengkapi. Peningkatan kualitas sumber daya Dinas juga dilaksanakan dengan adanya pelatihan-pelatihan ditingkat

Propinsi maupun ditingkat pusat, pelatihan-pelatihan ini diharapkan mampu meningkatkan kecakapan para aparatur dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat.

Kemampuan aparatur dalam menjalankan tugas yang menjadi tanggung jawab dinas juga sudah bagus standar kompetensi dari aparatur yang menjalankan kegiatan pengembangan pasar dan distribusi barang/produk. Berdasarkan tingkat pendidikan aparturnya yang dipimpin oleh aparat yang berpendidikan S2, dan juga S1. Dengan adanya kemampuan yang tinggi tersebut maka pelaksanaan dari suatu tugas dapat maksimal. Aparatur dengan pendidikan yang tinggi ini juga harus di dukung dengan kecakapan dalam menyelesaikan suatu masalah dengan cepat dan sesuai dengan peraturan.

Perlu juga strategi dalam mengembangkan kualitas sumber daya manusia. Dengan menggunakan anggaran yang sedikit dapat mengirimkan pegawai dinas dalam training-training di tingkat Pusat. Pengembangan ini juga dilaksanakan dengan mengirimkan aparat untuk tugas belajar/melanjutkan studi. Diharapkan setelah melanjutkan studi aparatur lebih meningkat kinerjanya.

Didalam pembinaan maupun pelatihan secara khusus ditingkat kabupaten belum ada. Tetapi pembinaan dan pelatihan tim marketing di tingkat nasional sudah ada dan juga telah diikuti oleh aparatur tim marketing. Meskipun tidak ada pembinaan secara khusus dari kabupaten. Pihak tim marketing telah mengadakan diseminasi/sharing internal ditingkat tim.

Kelemahan sumber daya manusia didalam Dinas Perindustrian Perdagangan & ESDM juga diungkapkan oleh Bapak Yuli selaku Kepala Bina Usaha Industri

ialah dalam penempatan pegawai dari BKD ke Dinas. Pernyataannya ialah sebagai berikut

“BKD menempatkan pegawai tidak sesuai dengan kompetensi yang dimiliki pegawai sehingga pegawai tidak bisa bekerja secara maksimal dan juga tidak efisien”

Kelemahan tersebut tetap disikapi dengan terus melakukan pembelajaran dibagian yang telah ditempati. Meskipun tidak sesuai kompetensinya aparatur/pegawai tetap menjalankan apa saja yang menjadi tugasnya. Dengan terus belajar untuk menjalankan tugas pada akhirnya dapat terlaksana juga sesuai dengan tupoksinya. Hal tersebut juga diakui oleh Bapak Yuli. Selain itu kekurangan personel didalam Dinas Perindustrian Perdagangan & ESDM juga menjadikan tugas-tugas yang harus dijalankan menjadi tidak efektif dan efisien. Apalagi saat kegiatan-kegiatan yang dijalankan padat jadi kegiatan tersebut kurang maksimal didalam pelaksanaan kegiatan yang dijalankan Dinas Perindustrian Perdagangan & ESDM. Hal tersebut diungkapkan oleh Bapak Yuli.

Kelemahan lain juga disampaikan oleh Bapak Bambang Sutrisno tentang kemampuan berempati.

“Kemampuan berempati personel tim marketing masih kurang, dibuktikan dengan tindak lanjut dari tim terhadap permasalahan masih lambat sehingga belum maksimal hasilnya”

Meskipun banyak kelemahan tetapi kegiatan ini tetap dapat terlaksana dengan cukup baik dengan sumber daya manusia yang dimiliki oleh tim marketing Dinas Perindustrian Perdagangan & ESDM.

5. Kualitas Layanan

Kualitas layanan Dinas Perindustrian Perdagangan & ESDM Kabupaten Kulonprogo yaitu pemenuhan kebutuhan pengusaha Industri dan pedagang dalam pengembangan pasar dan distribusi barang/jasa yang dilaksanakan oleh Dinas.

Kualitas layanan disini bila didasarkan pada tugas Dinas Perindustrian Perdagangan & ESDM yaitu sebagai fasilitasi. Layanan berupa fasilitasi tersebut dijalankan dengan standar pelayanan umum. Tidak ada standar pelayanan yang khusus diberikan didalam fasilitasi ini.

Pelayanan yang diberikan sesuai dengan standar aturan umum ini dikemukakan oleh Bapak Yuli selaku Kepala Seksi Bina Usaha dan Industri sebagai berikut:

“Di dalam menjalankan pelayanan kepada pengusaha tidak ada standar khusus yang diberlakukan. Pelayanan ini diberikan seperti pelayanan standar yang ada”

Hal tersebut diperkuat dengan pernyataan Bapak Bambang Sutrisno selaku Kepala Bagian Perdagangan:

“Standar pelayanan yang diterapkan dalam fasilitasi oleh Dinas menggunakan standar umum yang telah ada. Belum ada standar khusus yang diterapkan dalam fasilitasi ini”

Kualitas layanan yang dijalankan oleh pihak Dinas yang berupa fasilitasi dijalankan dengan standar umum yang ada. Kegiatan fasilitasi yang dijalankan terlaksana dengan cukup lancar. Dengan adanya respon positif dari pengusaha maupun pedagang kegiatan fasilitasi ini menjadi sebuah sarana yang bagus dalam pembinaan maupun pengembangan jaringan bagi para pengusaha maupun pedagang. Jadi kualitas layanan sudah sesuai standar umum yang telah ada

kemudian dijalankan oleh aparatur Dinas Perindustrian perdagangan & ESDM dalam menjalankan tugasnya.



BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan kegiatan pengembangan pasar dan distribusi barang/produk oleh Tim Marketing Dinas Perindustrian Perdagangan & ESDM yang dilihat dari indikator responsivitas, responsibilitas, dan akuntabilitas adalah sebagai berikut:

1. Responsibilitas

Responsibilitas Tim Marketing dalam kegiatan pengembangan pasar dan distribusi barang/produk bisa dilihat dari pemenuhan terhadap aturan yang telah ditetapkan. Meskipun dalam pengembangan pasar terdapat inovasi dalam mewujudkan tujuan tersebut. Tetapi masih dalam koridor aturan yang ada. Kemampuan tim marketing didalam melaksanakan tugas dilapangan melalui pembinaan pedagang dilakukan dengan semaksimal sesuai dengan anggaran yang ada.

Adanya inovasi yang dilaksanakan oleh Dinas masih dalam kerangka aturan yang ada. Jadi kemampuan aparat membuat keputusan maupun inovasi dalam pelaksanaan kegiatan yang masih dalam kerangka aturan sangat diperlukan. Hal ini guna menghindari kesalahan dalam pelaksanaan yang tidak sesuai aturan.

Jadi pelaksanaan kegiatan yang dilaksanakan oleh Dinas Perindustrian Perdagangan & ESDM masih sesuai aturan yang ada. Meskipun ada inovasi-inovasi yang dilaksanakan dalam kegiatan.

2. Responsivitas

Responsivitas atau daya tanggap Tim Marketing Dinas Perindustrian Perdagangan & ESDM sudah cukup dalam merespon kebutuhan para pengusaha maupun pedagang. Hal tersebut sesuai dengan usaha yang dilakukan oleh tim marketing dalam merespon kebutuhan pedagang yaitu kebutuhan promosi dengan mengikutsertakan pedagang dalam pameran-pameran baik ditingkat propinsi maupun ditingkat nasional. Selain itu komunikasi yang terjalin antara pedagang maupun pengusaha dengan pihak dinas berjalan dengan baik. Pelayanan seperti konsultasi dijalankan dengan waktu yang tidak terbatas, hal ini merupakan respon yang baik dari aparat dinas terkait kebutuhan pengusaha maupun pedagang.

Respon dari aparat melalui program-program fasilitasi sudah menunjukkan suatu respon yang baik dari aparat dinas. Hal ini juga direspon baik oleh pengusaha maupun pedagang. Komunikasi yang terjalin antara pihak aparatur dinas dengan pengusaha maupun pedagang juga berjalan baik. Sehingga memudahkan program-program yang dilaksanakan berjalan lancar.

Dapat dikatakan responsivitas aparat sudah cukup bagus dalam merespon kebutuhan pengusaha maupun pedagang. Hal ini terbukti dengan adanya layanan konsultasi kepada pengusaha maupun pedagang tanpa membatasi waktu atau jam kerja.

3. Akuntabilitas

Pertanggungjawaban Tim Marketing Dinas Perindustrian Perdagangan & ESDM terdiri dari pertanggungjawaban kepada Bupati melalui Laporan Pertanggungjawaban Dinas serta Pertanggungjawaban kepada masyarakat melalui Laporan Pertanggungjawaban Bupati. Laporan Pertanggungjawaban tersebut merupakan implementasi dari akuntabilitas kegiatan yang dilaksanakan oleh Dinas Perindustrian Perdagangan & ESDM. Akuntabilitas oleh Dinas sendiri dilaksanakan mulai dari jangka Triwulan, 6 bulanan maupun tahunan.

Bentuk pertanggungjawaban berupa dokumen-dokumen resmi yang disampaikan kepada atasan. Kemudian laporan ini juga tertuang dalam laporan akhir tahun Bupati yang disampaikan kepada DPRD dan dimuat dalam surat kabar sebagai bentuk pertanggungjawaban kepada publik. Laporan pertanggungjawaban ini dilakukan sebagai bentuk pertanggungjawaban atas anggaran yang telah dikeluarkan dalam membiayai kegiatan tersebut.

Jadi sebagai bentuk akuntabilitas dari kegiatan yang dilaksanakan dengan laporan yang berbentuk dokumen dan diserahkan kepada atasan. Selanjutnya pertanggungjawaban ini juga diumumkan kepada publik melalui pertanggungjawaban Bupati.

4. Kualitas Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia didalam Dinas Perindustrian Perdagangan & ESDM. Sumber daya manusia sangat penting dalam pelaksanaan setiap kegiatan maupun program yang dijalankan oleh Dinas Perindustrian Perdagangan & ESDM

khususnya dari Tim Marketing. Kebutuhan sumber daya manusia yang bisa merespon permasalahan yang ada dan menindaklanjuti permasalahan tersebut menjadi solusi sangat penting untuk dimiliki aparat Dinas. Oleh sebab itu maka aparat dinas juga mendapatkan pelatihan-pelatihan baik di tingkat Propinsi maupun di tingkat Pusat untuk meningkatkan kemampuannya.

Selain pelatihan aparat dari Dinas Perindustrian Perdagangan & ESDM juga berusaha dengan meningkatkan pendidikan yang mereka miliki. Hal ini untuk memenuhi kebutuhan akan sumber daya yang memiliki pendidikan tinggi maupun kemampuan sumber daya manusia yang tinggi.

Pelatihan dengan mengirimkan aparat/pagawai dinas ketingkat pusat maupun propinsi digunakan dalam rangka peningkatan kualitas sumber daya aparat/pegawai. Hal ini dilaksanakan juga karena anggaran dalam peningkatan kualitas sumber daya manusia sangat sedikit. Maka dari itu Dinas tidak mengadakan pelatihan sendiri. Dengan cara mengirimkan aparat/pegawai dapat meningkatkan kualitas dengan biaya yang lebih kecil.

Jadi untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia dalam Dinas Perindustrian Perdagangan & ESDM dengan pengiriman aparat/pegawai dalam pelatihan-pelatihan maupun melanjutkan studi kejenjang lebih tinggi.

5. Kualitas Layanan

Kualitas layanan merupakan suatu bentuk pemenuhan kebutuhan masyarakat yang dilaksanakan oleh pihak pemerintah, dalam hal ini Dinas Perindustrian Perdagangan & ESDM. Pelayanan yang diberikan oleh Dinas Perindustrian

Perdagangan & ESDM ialah kegiatan fasilitasi terhadap pengusaha maupun pedagang.

Kualitas layanan yang diberikan oleh pihak Dinas Perindustrian Perdagangan & ESDM mengacu pada standar pelayanan umum yang berlaku. Dalam hal ini tidak ada standar pelayanan yang khusus. Pelayanan yang diberikan juga bersifat fasilitasi sehingga tidak membutuhkan standar pelayanan khusus.

Jadi Kualitas layanan yang dijalankan oleh Dinas Perindustrian Perdagangan & ESDM sesuai dengan standar pelayanan umum yang telah ada.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis penulis, penulis hendak mengajukan beberapa saran terkait pelaksanaan Kinerja Tim Marketing Dinas Perindustrian Perdagangan & ESDM dalam kegiatan pengembangan pasar dan distribusi barang/produk:

1. Perlunya peningkatan kontinuitas dalam komunikasi antara aparatur Dinas Perindustrian perdagangan & ESDM dengan para pengusaha maupun pedagang sehingga permasalahan yang dihadapi pengusaha maupun pedagang dapat direspon dengan cepat oleh aparat Dinas Perindustrian Perdagangan & ESDM untuk dicarikan solusi.
2. Perlunya koordinasi yang intensif antara bidang perindustrian dan bidang perdagangan agar respon bagi permasalahan yang menyangkut bidang tersebut cepat ditangani dan mendapatkan solusi yang lebih baik.

3 Perlunya koordinasi dengan pihak Dinas-dinas lain yang terkait dengan usaha yang dilaksanakan oleh Dinas perindustrian Perdagangan & ESDM. Tujuan dari koordinasi ini juga untuk merespon kebutuhan masyarakat. Dan juga agar program yang dijalankan oleh dinas dapat berkesinambungan dan terkait satu sama lain.

4. Agar dapat mendukung kinerja tim marketing Dinas Perindustrian Perdagangan & ESDM diperlukan peningkatan jalinan kerjasama dengan pihak ketiga (pihak Bank, Investor maupun LSM) dalam rangka membantu pengadaan sarana prasarana dan juga bantuan pendanaan.

5. Perlunya peningkatan kecepatan dan ketepatan dalam menindaklanjuti temuan-temuan masalah didalam masyarakat pengusaha atau pedagang. Sehingga permasalahan yang ada dapat segera terselesaikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Halim dan Dhamayanti Theresia. 2007. *Seri Bunga Rampai Manajemen Keuangan Daerah: Pengelolaan Keuangan Daerah*. Yogyakarta: UPP STIE YKPN
- Abdul Halim dan Ibnu Mujib. 2009. *Problem dan Desentralisasi Perimbangan Keuangan Pusat – Daerah: Peluang dan Tantangan Dalam Pengelolaan Sumber Daya Daerah*. Yogyakarta: PT RajaGravinvindo Persada
- Achmad S. Ruky. 2002. *Sistem Manajemen Kinerja*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Agus Dwiyanto. 2006. *Reformasi Birokrasi Publik di Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press
- Faustino Cardoso Gomes. 1997. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Andi Offset
- H.B. Sutopo. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surakarta: Sebelas Maret University
- Hessel Nogi S. Tangkilisan. 2005. *Manajemen Publik*. Jakarta: PT. Gramedia
- Joko Widodo. 2005. *Membangun Birokrasi Berbasis Kinerja*. Malang: Bayumedia Publishing
- Lexy J. Moleong. 2007. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Suyadi Prawirosentono. 1999. *Kebijakan Kinerja Karyawan*. Yogyakarta: BPFE
- Tjandra Riawan. Dkk. 2005. *Peningkatan Kapasitas Pemerintah Daerah dalam Pelayanan Publik*. Yogyakarta: PT. Pembaruan
- Yeremias T. Keban. 2004. *Enam Dimensi Administrasi Publik: Konsep, Teori, dan Isu*. Yogyakarta: Gavamedia
- Paul Hersey. 1996. *Management of Organizational Behavior*. New Jersey: Prentice Hall International Inc

Sumber Lain:

Laporan Pelaksanaan Program Kerja Bidang Perdagangan Dinas Perindustrian
Perdagangan & ESDM tahun 2008

Peraturan Bupati Kulon Progo Nomor 68 Tahun 2008 Tentang Uraian Tugas Pada
Unsur Organisasi Terendah Dinas Perindustrian Perdagangan & ESDM

Int. J. Business Performance Management, Vol. 10, No. 1, 2008 *“The impacts of
performance measurement on the quality of working life”*, Juhani Ukko

Int. J. Business Performance Management, Vol. 10, No. 1, 2008 Copyright *“The
strategic management of operations system Performance”*, Edson Pinheiro
de Lima

<http://www.bps.go.id>

[http://www. Disperindagesdm.go.id](http://www.Disperindagesdm.go.id)

<http://www.kr.co.id>

<http://www.yogyakarta bps.go.id>