

Strategi Social Entrepreneurship Berbasis Keunikan Lokal Membangun Keunggulan Bersaing di Kawasan Senduro Lumajang

by Hesti Budiwati

Submission date: 28-Jan-2021 06:23AM (UTC+0500)

Submission ID: 1495814847

File name: 11._Strategi_Social_Enterpreneurship.pdf (2.48M)

Word count: 10377

Character count: 67439

Indonesia Journal of Entrepreneurship

Volume 3 | Nomor 1 | September 2017 | Halaman 1-123 | ISSN 2461-1298

STRATEGI SOCIAL ENTREPRENEURSHIP BERBASIS KEUNIKAN LOKAL MEMBANGUN KEUNGGULAN BERSAING
DI KAWASAN SENDURO LUMAJANG
Hesti Budiwati

PENGARUH LINGKUNGAN, SIKAP, DAN AKADEMIK TERHADAP NIAT BERWIRAUUSAHA
(STUDI PADA SMK TELEKOMUNIKASI TUNAS HARAPAN)
Jaya Ramadaey Bangsa & Hani Sirine

THE EFFECT OF QUALITY CULTURE AND LEADERSHIP ON FAMILY BUSINESS PERFORMANCE EXCELLENCE
THROUGH STRATEGIC PLANNING AND PERFORMANCE ASSESSMENT
Oliandes Sondakh

THE ROLE OF COGNITIVE PROCESS, DISRUPTIVE TECHNOLOGY, AND MICRO-ENTREPRENEURS INVOLVEMENT
ON NEW VENTURE PERFORMANCE AS AN IMPLICATION FROM EXPLORING DISRUPTIVE BUSINESS MODEL
Adhi Setyo Santoso

TRANSFORMASI WIRAUUSAHAWAN MENJADI WIRAUUSAHAWAN SOSIAL (STUDI MOTIVASI WIRAUUSAHAWAN
MAHASISWA DI INDONESIA)
Kurnia Perdana, Yuli Yanti, & Ni Putu Febi Istiani

THE ANALYSIS OF CUSTOMER'S BEHAVIORAL INTENTION TOWARDS INDONESIA ONLINE MALL STARTUPS
APPLICATION USAGE IN SURABAYA - INDONESIA
Wiwiek

KAJIAN KARAKTERISTIK ADOPTER YANG MEMPENGARUHI ADOPTSI FASHION E-COMMERCE DI INDONESIA
Eunike Agnesia Meike Rorong & Heru Wijayanto Aripudono

ANALISIS PROSES KEWIRAUUSAHAAN MELALUI "THE TIMMONS MODEL" PADA DUNIA PENDIDIKAN TINGGI
Liza Agustina Maureen Nelloh



IJE
INDONESIA JOURNAL OF ENTREPRENEURSHIP

Volume 3, Nomor 1 September 2017, Hlm. 1-123

Pembina

Jonathan Gultom, SE., ST., M.Bus

Ketua Penyunting

Liza Agustina Maureen Nelloh, SE., MM

Penyunting Pelaksana

Athalia Permatasari, BSM., MSc

Alamat Penyunting dan Tata Usaha

Program Studi *Entrepreneurship*

PODOMORO UNIVERSITY

APL Tower Lt.5, Podomoro City,

Jl. Let. Jend. S.Parman Kav. 28

Jakarta Barat 11470

Telp.: (021) 29200456

Fax: (021) 29200455

Email: ije@podomorouniversity.ac.id

Indonesia Journal of Entrepreneurship (IJE) berisi hasil penelitian mengenai manajemen kewirausahaan. IJE Volume 1, Nomor 1 dimulai pada bulan Oktober 2015.

Indonesia Journal of Entrepreneurship (IJE) diterbitkan oleh Program Studi *Entrepreneurship* Podomoro University, Jakarta.

DAFTAR ISI:

- 1-23 **STRATEGI SOCIAL ENTREPRENEURSHIP BERBASIS KEUNIKAN LOKAL MEMBANGUN KEUNGGULAN BERSAING DI KAWASAN SENDURO LUMAJANG**
Hesti Budiwati
- 24-41 **PENGARUH LINGKUNGAN, SIKAP, DAN AKADEMIK TERHADAP NIAT BERWIRSAUSAHA (STUDI PADA SMK TELEKOMUNIKASI TUNAS HARAPAN)**
Jaya Ramadaey Bangsa & Hani Sirine
- 42-51 **THE EFFECT OF QUALITY CULTURE AND LEADERSHIP ON FAMILY BUSINESS PERFORMANCE EXCELLENCE THROUGH STRATEGIC PLANNING AND PERFORMANCE ASSESSMENT**
Oliandes Sondakh
- 52-62 **THE ROLE OF COGNITIVE PROCESS, DISRUPTIVE TECHNOLOGY, AND MICRO-ENTREPRENEURS INVOLVEMENT ON NEW VENTURE PERFORMANCE AS AN IMPLICATION FROM EXPLORING DISRUPTIVE BUSINESS MODEL**
Adhi Setyo Santoso
- 63-76 **TRANSFORMASI WIRSAUSAHAWAN MENJADI WIRSAUSAHAWAN SOSIAL (STUDI MOTIVASI WIRSAUSAHAWAN MAHASISWA DI INDONESIA)**
Kurnia Perdana, Yuli Yanti, & Ni Putu Febi Istiani
- 77-92 **THE ANALYSIS OF CUSTOMER'S BEHAVIORAL INTENTION TOWARDS INDONESIA ONLINE MALL STARTUPS APPLICATION USAGE IN SURABAYA - INDONESIA**
Wiwiek
- 93-109 **KAJIAN KARAKTERISTIK ADOPTER YANG MEMPENGARUHI ADOPSI FASHION E-COMMERCE DI INDONESIA**
Eunike Agnesia Meike Rorong & Heru Wijayanto Aripudono
- 110-124 **ANALISIS PROSES KEWIRSAUSAHAAN MELALUI "THE TIMMONS MODEL" PADA DUNIA PENDIDIKAN TINGGI**
Liza Agustina Maureen Nelloh

STRATEGI SOCIAL ENTREPRENEURSHIP BERBASIS KEUNIKAN LOKAL MEMBANGUN KEUNGGULAN BERSAING DI KAWASAN SENDURO LUMAJANG

Hesti Budiwati¹, Staf Pengajar, STIE Widya Gama Lumajang

Abstrak

Keunikan lokal yang terdiri dari keunikan alam dan keunikan masyarakat menjadi pendorong tumbuhnya *social entrepreneurship* di kawasan Senduro Lumajang. Berbeda dengan *traditional entrepreneurship*, *social entrepreneurship* lebih berorientasi pada pemberdayaan masyarakat dalam menjalankan kewirausahaan. Penelitian ini bertujuan untuk (1) mendeskripsikan *social entrepreneurship* di kawasan Senduro Lumajang, (2) menemukan keunggulan bersaing dan (3) memberikan solusi perbaikan terhadap produk dan wisata unggulan berdasarkan persepsi, harapan dan kepentingan masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk mendeskripsikan *social entrepreneurship* di kawasan Senduro, dan pendekatan *Lean Six Sigma* untuk menemukan keunggulan bersaing dan solusi perbaikan produk dan wisata unggulan. Responden penelitian ini sebanyak 120 orang masyarakat pengguna produk dan wisata unggulan di kawasan Senduro. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *social entrepreneurship* berbasis keunikan alam mampu mendorong pemberdayaan masyarakat dalam kewirausahaan. Terdapat 4 (empat) produk dan destinasi wisata yang memiliki keunggulan bersaing yaitu produk susu kambing etawa, keripik pisang agung, destinasi wisata alam B29 dan Pura Mandara Giri Semeru Agung. Keunggulan susu kambing etawa terletak pada warna dan rasa yang khas, sedangkan yang menjadi prioritas perbaikan adalah aroma, higienitas dan daya tahan susu. Keunggulan keripik pisang agung terletak pada bentuk, variasi rasa dan kualitas rasa, sedangkan yang menjadi prioritas perbaikan adalah kemasan dan harga. Keunggulan wisata B29 terletak pada keramahan masyarakat, keindahan alam dan peluang berpetualang, sedangkan yang menjadi prioritas perbaikan adalah ketersediaan bantuan medis, fasilitas umum, listrik, air bersih dan jaringan komunikasi. Keunggulan Pura Mandara Giri Semeru Agung terletak pada kebersihan fasilitas umum, keramahan masyarakat sekitar dan keunikan budaya, sedangkan yang menjadi prioritas perbaikan adalah ketersediaan menu makanan yang praktis dan higienes, ketersediaan bantuan medis dan ketersediaan listrik, air bersih dan jaringan komunikasi. Kemampuan berinovasi dan memberikan rasa nyaman kepada masyarakat sangat penting untuk dapat memperbaiki prioritas perbaikan yang dihasilkan dalam penelitian ini.

Kata kunci : *social entrepreneurship*, keunikan lokal, keunggulan bersaing.

Abstract

Local uniqueness consisting of natural uniqueness and the uniqueness of the community be the driving force in the growth of social entrepreneurship in Senduro Lumajang. In different to traditional entrepreneurship, social entrepreneurship is more oriented to community empowerment in running entrepreneurship. This research aims to (1) describe social entrepreneurship in Senduro Lumajang, (2) find a competitive advantage, and (3) giving provide solutions to product improvements and superior travel by perceptions, expectations, and interests of the community. This research used a qualitative descriptive method to describe Senduro social entrepreneurship in the region, and Lean Six Sigma approach to find a competitive advantage and product improvement solutions and a leading tourist. Respondents of this research and over 120 community and users of the products featured in the travel Senduro. The results showed that the unique nature-based social entrepreneurship to encourage the empowerment of communities in entrepreneurship. There are 4 product and tourist destination that has a competitive advantage, namely dairy products Etawa, pisang agung chips, natural tourist destinations B29 and Pura Mandara Giri Semeru Agung. Etawa milk advantage in the color and flavor, while the priority is the improvement of aroma, hygiene and durability of milk. Pisang agung chips advantage is the shape, variations in taste and quality taste, whereas the priority is the improvement of the packaging and price. B29 tourism advantage lies in the hospitality community, natural beauty and adventure opportunities, while the priority is the improvement of the availability of medical assistance, public facilities, electricity, water and communication networks. Pura Mandara Giri Semeru Agung advantage is located on the cleanliness of public facilities, hospitality and unique culture of the surrounding community, while the priority is the improvement of the availability of practical diet and higienes, availability of medical assistance and the availability of electricity, water and communication network. The ability to innovate and provide a sense of comfort to the community is very important to be able to improve the improvement priorities generated in this study

Keywords : *social entrepreneurship*, local uniqueness, competitive advantage.

Hesti Budiwati,
Strategi Social Entrepreneurship....

PENDAHULUAN

Permasalahan-permasalahan sosial di masyarakat yang semakin bermunculan mengindikasikan adanya perubahan dinamis dalam masyarakat kita yang menyangkut perubahan budaya, lingkungan, pergaulan dan berbagai hal lainnya yang bisa mempengaruhinya. Penyelesaian permasalahan sosial dalam masyarakat kita itu tentu bukan hal yang mudah. Penanganan permasalahan sosial masyarakat yang tidak berkelanjutan dan berkesinambungan bisa menimbulkan masalah baru yang akan lebih sulit untuk menanganinya. Diperlukan upaya yang terpadu terutama diantara masyarakat itu sendiri, tokoh masyarakat dan pemerintah untuk menanganinya. Perlu ditumbuhkan kesadaran pada masyarakat bahwa permasalahan mereka akan bisa diselesaikan apabila semangat untuk menjadi lebih baik itu berasal dari diri mereka terlebih dulu.

Kemandirian ekonomi adalah salah satu jawaban untuk menghadapi kompetisi di era global sehingga masyarakat mampu keluar dari kemiskinan dan keterbelakangan. Era global bagi negara berkembang artinya harus bekerja keras dan cerdas untuk berkompetisi dengan sumber daya manusia dari negara-negara maju. Peluang kerja yang terbatas menuntut sumber daya lokal agar memiliki kemampuan dalam membuka lapangan kerja sendiri dengan mengolah sumber daya yang ada melalui inovasi dan perbaikan-perbaikan yang berkelanjutan. Untuk mendukung proses kemandirian ini hendaknya pembangunan diarahkan pada bentuk-bentuk yang memberikan daya dukung bagi keseimbangan antara perkotaan dan pedesaan.

Kemandirian suatu daerah secara ekonomi tidak akan bisa dicapai tanpa adanya dukungan sepenuhnya dari masyarakat. Melibatkan masyarakat untuk membangun kemandirian suatu desa nampaknya menjadi salah satu solusi yang patut dipertimbangkan, diantaranya melalui strategi *social entrepreneurship* atau kewirausahaan sosial. Berbeda dengan *traditional entrepreneurship*, *social entrepreneurship* lebih berorientasi pada pemberdayaan masyarakat dalam menjalankan kewirausahaan. “*Social Entrepreneurship* atau kewirausahaan sosial adalah kegiatan sosial yang menghasilkan nilai yang terdapat pada bisnis non profit atau sektor pemerintah” (Stephenson & Wei-Skillern, 2006). “Kewirausahaan sosial memerlukan inovasi yang dirancang secara eksplisit untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, terletak didalam organisasi kewirausahaan yang mengawali, mendampingi atau berkontribusi untuk mengubah masyarakat” (Nichols A, 2006). “*Social entrepreneurship* atau kewirausahaan sosial yang merupakan jenis kewirausahaan yang berbeda yang bertujuan menciptakan nilai sosial, yaitu manfaat dalam skala besar bagi masyarakat” (Ritchez-Battesti & Fransesca Petrella dalam Kaswan & Sadikin, 2015).

Lingkungan pedesaan dengan sejumlah karakteristik unik seperti alam, kekeluargaan, dan gotong royong merupakan daya tarik yang dapat di optimalkan melalui kegiatan yang memberikan kontribusi bagi peningkatan kesejahteraan sehingga desa tidak lagi ditinggalkan oleh penghuninya. Sesuai dengan amanat UU No. 6/2014

tentang Desa, tujuan pembangunan desa adalah meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa dan kualitas hidup manusia serta penanggulangan kemiskinan melalui pemenuhan kebutuhan dasar, pembangunan sarana dan prasarana desa, membangun potensi ekonomi lokal, serta pemanfaatan sumberdaya alam dan lingkungan secara berkelanjutan. Oleh karena itu, pada periode tahun 2015-2019 pembangunan perdesaan diarahkan untuk penguatan desa dan masyarakatnya, serta pengembangan pusat-pusat pertumbuhan di perdesaan untuk mendorong pengembangan perdesaan berkelanjutan yang memiliki ketahanan sosial, ekonomi, dan ekologi serta mendorong keterkaitan desa dan kota. Kebijakan pembangunan perdesaan tahun 2015-2019 dilakukan dengan harapan desa dapat melakukan usaha untuk dapat bersaing dengan daerah perkotaan dengan menjadi mandiri dalam berbagai hal, dan berinovasi dalam mengembangkan potensi yang ada.

1 Setiap daerah pasti memiliki keunggulan yang dapat dikembangkan agar dapat bersaing dengan daerah lain. “Keunggulan kompetitif secara tidak langsung menyatakan penciptaan sebuah sistem yang memiliki sebuah keunggulan yang berbeda terhadap pesaingnya, idenya adalah untuk menciptakan nilai pelanggan dengan sebuah cara yang efisien dan dapat dipertahankan” (Heizer & Render, 2015). Keunggulan bersaing setidaknya fokus pada superioritas ketrampilan dan superioritas sumberdaya manusianya. *Superior resources* merupakan sumber daya yang unik dan unggul sehingga lebih *tangible* untuk meraih keunggulan. Dukungan masyarakat dalam meraih

keunggulan suatu daerah sangat diperlukan untuk meraih kemandirian ekonomi yang juga memiliki manfaat menyelesaikan permasalahan-permasalahan sosial di masyarakat untuk diajak berwirausaha bersama menciptakan keunggulan bersaing di kawasan mereka. Setiap daerah memiliki keunikan yang dapat dimanfaatkan untuk meraih keunggulan bersaing, diantaranya keunikan alam, keunikan budaya, keunikan masyarakat dna berbagai keunikan lainnya. Inilah inti dari *social entrepreneurship* untuk meraih keunggulan bersaing, seperti halnya yang terjadi di kawasan Senduro yang merupakan salah satu kawasan di wilayah barat Kabupaten Lumajang dan terletak di kaki gunung Semeru.

Suburnya Kabupaten Lumajang, memang tidak terlepas dari keberadaan gunung Semeru yang hampir tiap saat mengeluarkan berbagai material penting untuk kesuburan tanah. Hampir separuh dari luas Lumajang berada di kaki gunung Semeru dengan udara yang sejuk dan nyaman serta tanah yang sangat subur. Kondisi tanah yang subur dan sejuk menjadikan usaha pertanian dan peternakan sebagai usaha ekonomi utama. Hampir mayoritas masyarakat Lumajang bermatapencaharian sebagai petani dengan berbagai produk unggulan di bidang pertanian dan agrobisnis. Terutama Lumajang wilayah barat yaitu Kecamatan Senduro, Gucialit, dan Pasru Jambe. Dari ketiga kecamatan tersebut, tidak kurang dari 400 ha lahan telah tertanami dengan Pisang Kirana dan Pisang Agung. Dua jenis pisang inilah yang menjadi idola para petani pisang Lumajang terutama para petani yang berada dikawasan lereng Gunung Semeru.

Kecamatan Senduro merupakan salah satu kecamatan yang berada di kaki gunung Semeru, dengan luas wilayah 228,67 km² dan dengan jarak orbitasi 17 km dengan jarak tempuh 45 menit dari pusat Pemerintahan Kabupaten Lumajang dengan ketinggian 500 - 700 m diatas permukaan air laut (dpl) dengan curah hujan 4.176 mm pertahun. Secara administratif Kecamatan Senduro dibatasi oleh Kecamatan Gucialit dan Kabupaten Probolinggo di sebelah utara, Kecamatan Pasrujambe di sebelah Selatan, Kecamatan Summersuko dan Kecamatan Sukodono di sebelah timur dan Kabupaten Malang di sebelah barat. Daerah ini memiliki potensi pertanian maupun perkebunan yang menjanjikan termasuk berbagai jenis buah-buahan. Salah satu hasil perkebunan buah yang utama di kecamatan Senduro adalah pisang agung dan pisang kirana sebagai komoditi khas unggulan di Lumajang. 12 desa di Kecamatan Senduro merupakan penghasil pisang agung dan pisang kirana terbesar di Kabupaten Lumajang. Berdasarkan data statistik Kabupaten Lumajang tahun 2013, Kecamatan Senduro terbilang cukup potensial sebagai penghasil pisang agung yang meliputi: Desa Purworejo (39.670 pohon), Desa Sarikemuning (272.220 pohon), Desa Pandansari (102.050 pohon), Desa Senduro (348.010 pohon), Desa Burno (237.900 pohon), Desa Kandang tepus (112.125 pohon), Desa Bedayu Talang (23.595 pohon), Desa Wono Cempoko Ayu (15.600 pohon) dan Desa Kandangan (69.550 pohon). Selain sebagai sentra penghasil komoditi buah pisang, Kecamatan Senduro merupakan pusat industri pengolahan buah pisang di Kabupaten Lumajang. Sentra industri ini sudah

berkembang mulai dari industri rumah tangga yang bisa memperdayakan tenaga kerja masyarakat setempat.

1 Kondisi alam di kawasan Senduro yang unik ini ternyata tidak hanya membawa manfaat pada kesuburan tanahnya tetapi juga mulai bermunculan tempat-tempat destinasi wisata yang menjadi unggulan di kawasan tersebut. Tercatat saat ini yang menjadi unggulan adalah destinasi wisata B29 dan destinasi wisata pura mandara giri semeru agung. Selain itu juga karena iklimnya yang sejuk, dibidang peternakan di kawasan ini bisa dibudidayakan kambing etawa yang selain bisa dikonsumsi dagingnya juga bisa dikonsumsi susunya. Keunikan alam yang menghasilkan beberapa produk dan destinasi wisata unggulan ini, ternyata dapat menggerakkan masyarakat di kawasan Senduro untuk terlibat dalam upaya menciptakan keunggulan bersaing kawasan tersebut dan sekaligus mengentas masyarakat dari kondisi perekonomian menjadi lebih baik. Dibutuhkan suatu konsep untuk menemukan keunggulan dan apa yang merupakan prioritas perbaikan bagi produk dan destinasi wisata unggulan di kawasan Senduro Lumajang ini.

Pendapat masyarakat sangat dibutuhkan untuk menemukan solusi ini, oleh karena itu diperlukan persepsi, harapan dan kepentingan masyarakat. Konsep yang akan digunakan untuk mengolah persepsi, harapan dan kepentingan masyarakat Lumajang terhadap produk dan wisata unggulan ini akan menggunakan konsep *lean six sigma*. Konsep *lean six sigma* merupakan metode yang menarik digunakan untuk mengukur kualitas

dan membuat perbaikan atas peningkatan kualitas tersebut, maka akan menarik jika konsep ini diterapkan selain untuk menemukan prioritas perbaikan juga untuk menemukan keunggulan bersaing. Prinsip *Lean Six Sigma* adalah segala aktifitas yang menyebabkan *critical to quality* pada konsumen dan hal-hal yang menyebabkan *waste delay* yang lama pada setiap proses merupakan peluang/kesempatan yang sangat baik untuk melakukan perbaikan dan peningkatan dalam hal biaya, kualitas, modal, dan *lead time* (George, 2002 dalam Hana Catur Wahyuni dkk, 2015).

Beberapa penelitian dengan topik *lean six sigma* juga telah dilakukan peneliti sebelumnya namun demikian penelitian yang sudah dilakukan adalah banyak dilakukan pada industri jasa. Peneliti masih belum banyak menemukan penelitian tentang *lean six sigma* yang diterapkan di beberapa industri lainnya. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk menerapkan konsep *lean six sigma* untuk menemukan keunggulan bersaing maupun prioritas perbaikan suatu produk di kawasan tertentu. Mengingat teknik *lean six sigma* yang digunakan sama maka peneliti merujuk pada beberapa penelitian yang meskipun berbeda jenis usaha yang diteliti tetapi masih menggunakan konsep yang sama. Penelitian Widuri (2014), yang menerapkan pendekatan *lean six sigma* pada koperasi menghasilkan temuan bahwa kepuasan pelanggan dalam kecepatan pelayanan perlu perbaikan ketrampilan karyawan dengan pelatihan karyawan, penambahan jumlah karyawan, pengadaan dan pelaksanaan SOP, pembaruan alat dan cara kerja pelayanan pada pelanggan.

Penelitian Haryo Santoso (2006), menerapkan *Servqual-Six Sigma* sebagai upaya meningkatkan kualitas layanan industri jasa yang merupakan upaya alternatif yang bisa dilakukan oleh industri jasa dalam meningkatkan kualitas jasa pelayanan. Dalam studi ini kesenjangan yang diukur adalah kesenjangan antara persepsi pihak penyedia jasa dengan harapan pelanggan yang sebenarnya dan kesenjangan antara persepsi pelanggan dengan ekspektasi pelanggan. Selanjutnya Hesti Budiwati (2016), dalam penelitiannya menerapkan pendekatan *lean six sigma* untuk menentukan prioritas perbaikan kualitas layanan bank berdasarkan persepsi, harapan dan kepentingan nasabah bank. Disamping itu Hesti Budiwati (2016) juga menerapkan pendekatan *lean six sigma* untuk menentukan strategi prioritas perbaikan kualitas batik Lumajang sebagai ikon daerah berdasarkan persepsi dan harapan masyarakat Lumajang.

Penelitian ini akan mendeskripsikan *social entrepreneurship* berbasis keunikan lokal di kawasan Senduro serta menerapkan konsep pendekatan *lean six sigma* untuk menentukan prioritas perbaikan dan keunggulan bersaing di kawasan Senduro Lumajang. Sedangkan tujuan yang ingin dicapai adalah:

1. mendeskripsikan pelaksanaan *social entrepreneurship* di kawasan Senduro Lumajang
2. mengetahui keunggulan bersaing berbasis keunikan lokal yang dimiliki kawasan Senduro di Lumajang.
3. mengetahui solusi prioritas perbaikan terhadap produk dan wisata unggulan berdasarkan persepsi, harapan dan

kepentingan masyarakat kawasan Senduro di Lumajang.

TINJAUAN PUSTAKA

Social Entrepreneurship

Social entrepreneurship atau kewirausahaan sosial adalah proses dimana warga membangun atau mengubah institusi untuk memajukan solusi terhadap masalah sosial, seperti kemiskinan, penyakit, buta huruf, lingkungan penghancuran, pelanggaran hak asasi manusia dan korupsi, dalam urutan untuk membuat kehidupan lebih baik untuk semua (Bornstein & Davis, 2010). Sedangkan *social entrepreneur* adalah seseorang yang menggunakan prinsip-prinsip bisnis untuk mengatasi masalah sosial atau lingkungan. wirausahawan sosial menjadi sangat antusias untuk mengatasi masalah yang mereka perjuangkan entah permasalahan tersebut terjadi dalam lingkup lokal, nasional, maupun internasional, dan mereka juga memikirkan bagaimana keberlangsungannya (Durieux & Stebbins, 2010). Menurut Wibowo & Nulhaqim (2015), *social entrepreneurship* merupakan sebuah gerakan dengan misi sosial, yang diusahakan dengan upaya-upaya menemukan peluang dan mengolahnya dengan inovasi dan proses belajar yang tiada henti serta kesiapan untuk bertindak tanpa dukungan sumber daya yang memadai. Battesti & Petrella dalam Kaswan & Akhyadi (2015), *social entrepreneurship* atau kewirausahaan sosial merupakan jenis kewirausahaan yang berbeda yang bertujuan menciptakan nilai sosial, yaitu manfaat dalam skala besar bagi masyarakat.

Dari beberapa definisi tentang kewirausahaan sosial diatas dapat disimpulkan bahwa *Social*

Entrepreneurship atau kewirausahaan sosial merupakan suatu peluang usaha yang memperhatikan sebuah permasalahan sosial untuk dijadikan sebagai dasar dalam berwirausaha dengan memberdayakan masyarakat sekitar.

Strategi

Strategi berasal dari bahasa Yunani “*strategos*”, stratos artinya militer dan yang artinya memimpin. Strategis dalam konsep manajemen menurut David (2005) adalah seni dan pengetahuan untuk merumuskan, mengimplementasikan dan mengevaluasi keputusan lintas fungsional untuk mencapai tujuan organisasi. Strategi adalah satu set keputusan dan tindakan yang menghasilkan formulasi dan implementasi yang dirancang untuk mencapai tujuan perusahaan (Pearce II & Robinson, 2007). Pendapat lain tentang strategi adalah cara dan alat yang digunakan untuk mencapai tujuan akhir (sasaran atau *objective*). Strategi harus mampu membuat semua bagian dari suatu organisasi yang luas menjadi satu, terpadu untuk mencapai tujuan akhir (Prawironegoro & Rivai, 2015). Strategi menurut Stoner, Freeman dan Gilbert, Jr (1995) dalam Tjiptono (2002) dapat dilihat dari dua perspektif yang berbeda yaitu perspektif apa yang suatu organisasi ingin lakukan (*intends to do*) dan perspektif apa yang organisasi akhirnya lakukan (*eventually does*).

Kesimpulan yang dapat kita ambil dari beberapa pengertian tersebut di atas, bahwa yang dimaksud dengan strategi adalah cara atau metode yang digunakan oleh organisasi dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

Keunikan Lokal

Keunikan lokal yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah karakteristik di kawasan Senduro yang unik, yaitu keunikan alam dan keunikan masyarakat. Untuk menjelaskan tentang keunikan lokal ini, ada baiknya kita mengenal kearifan lokal. Kearifan lokal menurut UU No.32/2009 tentang perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup BAB I Pasal 1 butir 30 adalah nilai-nilai luhur yang berlaku dalam tata kehidupan masyarakat untuk antara lain melindungi dan mengelola lingkungan hidup secara lestari. Selanjutnya Ridwan (2007) memaparkan kearifan lokal atau sering disebut *local wisdom* dapat dipahami sebagai usaha manusia dengan menggunakan akal budinya (kognisi) untuk bertindak dan bersikap terhadap sesuatu, objek, atau peristiwa yang terjadi dalam ruang tertentu. Pengertian tersebut, disusun secara etimologi, di mana *wisdom* dipahami sebagai kemampuan seseorang dalam menggunakan akal pikirannya dalam bertindak atau bersikap sebagai hasil penilaian terhadap sesuatu, objek, atau peristiwa yang terjadi. Sebagai sebuah istilah *wisdom* sering diartikan sebagai kearifan/kebijaksanaan. Lokal secara spesifik menunjuk pada ruang interaksi terbatas dengan sistem nilai yang terbatas pula. Sebagai ruang interaksi yang sudah didesain sedemikian rupa yang di dalamnya melibatkan suatu pola-pola hubungan antara manusia dengan manusia atau manusia dengan lingkungan fisiknya. Pola interaksi yang sudah terdesain tersebut disebut *setting*. *Setting* adalah sebuah ruang interaksi tempat seseorang dapat menyusun hubungan-hubungan *face to face* dalam lingkungannya. Sebuah *setting* kehidupan

yang sudah terbentuk secara langsung akan memproduksi nilai-nilai. Nilai-nilai tersebut yang akan menjadi landasan hubungan mereka atau menjadi acuan tingkah laku mereka. Teezzi, dkk dalam Ridwan (2007) mengatakan bahwa, kemunculan kearifan lokal dalam masyarakat merupakan hasil dari proses *trial and error* dari berbagai macam pengetahuan empiris maupun non-empiris atau yang estetik maupun intuitif. Ardhana dalam Apriyanto (2008) menjelaskan bahwa menurut perspektif kultural, kearifan lokal adalah berbagai nilai yang diciptakan, dikembangkan dan dipertahankan oleh masyarakat yang menjadi pedoman hidup mereka. Termasuk berbagai mekanisme dan cara untuk bersikap, bertingkah laku dan bertindak yang dituangkan sebagai suatu tatanan sosial.

Di dalam pernyataan tersebut terlihat bahwa terdapat lima dimensi kultural tentang kearifan lokal, yaitu (1) pengetahuan lokal, yaitu informasi dan data tentang karakter keunikan lokal serta pengetahuan dan pengalaman masyarakat untuk menghadapi masalah serta solusinya. Pengetahuan lokal penting untuk diketahui sebagai dimensi kearifan lokal sehingga diketahui derajat keunikan pengetahuan yang dikuasai oleh masyarakat setempat untuk menghasilkan inisiasi lokal; (2) budaya lokal, yaitu yang berkaitan dengan unsur-unsur kebudayaan yang telah terpola sebagai tradisi lokal, yang meliputi sistem nilai, bahasa, tradisi, teknologi; (3) keterampilan lokal, yaitu keahlian dan kemampuan masyarakat setempat untuk menerapkan dan memanfaatkan pengetahuan yang dimiliki; (4) sumber lokal, yaitu sumber yang dimiliki masyarakat untuk memenuhi kebutuhan

dasarnya dan melaksanakan fungsi-fungsi utamanya; dan (5) proses sosial lokal, berkaitan dengan bagaimana suatu masyarakat dalam menjalankan fungsi-fungsinya, sistem tindakan sosial yang dilakukan, tata hubungan sosial serta kontrol sosial yang ada.

Keunggulan Bersaing

Menurut Heizer & Render (2015), keunggulan kompetitif secara tidak langsung menyatakan penciptaan sebuah sistem yang memiliki sebuah keunggulan yang berbeda terhadap pesaingnya. Idenya adalah untuk menciptakan nilai pelanggan dengan sebuah cara yang efisien dan dapat dipertahankan. Menurut Day & Wensley (1988) dalam Ellintan & Anata (2007), istilah keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) paling tidak memiliki dua arti yang saling berhubungan. Arti yang pertama memfokuskan pada superioritas ketrampilan (*superior skills*) dan atau superioritas sumber daya (*superior resources*) dan arti yang kedua berkenaan dengan keunggulan posisional perusahaan yang dinyatakan dengan hasil-hasil kinerja superior (*superior performance outcomes*). *Superior skills* adalah kemampuan atau kapabilitas personal unik yang memposisikan perusahaan berbeda dengan perusahaan pesaing. Beberapa manfaat *superior skills* dikembangkan dari kemampuan dalam menjalankan fungsi-fungsi individual secara lebih efektif, efisien, dan dinamis. *Superior skills* juga dapat diperoleh dari sistem dan struktur organisasi yang memungkinkan perusahaan beradaptasi lebih cepat dan lebih responsive terhadap tuntutan pasar. *Superior resources* adalah sumber daya yang unik dan unggul yang

dimiliki perusahaan dan menempatkan perusahaan pada posisi yang lebih unggul dibandingkan pesaingnya. *Superior resources* merupakan persyaratan-persyaratan yang lebih *tangible* untuk meraih keunggulan. Dengan *superior resources* perusahaan dapat menerapkan kapabilitas-kapabilitasnya dalam menjalankan aktivitas bisnis, seperti pemasaran dan proses produksi. *Superior resources* bisa terdapat pada fasilitas produksi (*manufacturing*), lokasi, luasnya armada penjualan, cakupan distribusi, dan tersedianya otomatisasi lini perakitan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menurut tingkat eksplanasinya merupakan penelitian *deskriptif* dimana peneliti bermaksud menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Pendekatan yang digunakan untuk mencapai tujuan penelitian adalah pendekatan *lean six sigma* yaitu segala aktifitas yang menyebabkan *critical to quality* pada konsumen dan hal-hal yang menyebabkan *waste delay* yang lama pada setiap proses merupakan peluang/kesempatan yang sangat baik untuk melakukan perbaikan dan peningkatan dalam hal biaya, kualitas, modal, dan *lead time* (George, 2002 dalam Wahyuni dkk, 2015). Penelitian ini bermaksud untuk mendeskripsikan *social entrepreneurship* di kawasan Senduro Kabupaten Lumajang dan menganalisis tanggapan masyarakat berdasarkan persepsi, harapan dan kepentingan mereka yang pada akhirnya akan digunakan untuk menemukan

keunggulan kawasan Senduro, dan menentukan strategi prioritas perbaikan produk dan jasa unggulan di kawasan Senduro Kabupaten Lumajang untuk membangun keunggulan bersaing.

¹ Penelitian ini dilakukan terhadap masyarakat maupun pengunjung yang pernah berkunjung di kawasan Senduro Lumajang. Alasan dipilihnya masyarakat ataupun pengunjung untuk dijangkau pendapatnya berdasarkan persepsi, harapan dan kepentingan mereka, agar dapat memberikan masukan untuk perbaikan-perbaikan dan menemukan keunggulan atas produk dan wisata di kawasan Senduro Lumajang. Mereka akan diberikan kuesioner untuk menjangkau pendapat atas produk dan jasa unggulan, yaitu wisata B29, wisata manda giri semeru agung, produk keripik pisang agung dan susu kambing etawa.

Menurut sumbernya, data yang diperoleh untuk dianalisis dalam penelitian ini adalah data eksternal yaitu data yang diperoleh dari masyarakat, sedangkan jenis datanya adalah primer karena data dikumpulkan langsung dari sumbernya yaitu masyarakat. Data primer ini berupa hasil kuesioner untuk menjangkau pendapat masyarakat atas pelaksanaan *social entrepreneurship*, penentuan produk dan jasa unggulan dan prioritas perbaikan di kawasan Senduro Lumajang. Data yang digunakan penelitian ini berskala ordinal. Teknik pengumpulan data adalah observasi, dokumentasi dan menggunakan kuesioner yang diberikan kepada responden, dimana kuesioner dinilai dengan menggunakan skala *Likert*. Untuk penyebaran kuesioner sebagai bahan

penelitian diberikan kepada masyarakat Lumajang maupun pengunjung yang pernah datang di kawasan Senduro Lumajang.

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat dan pengunjung di kawasan Senduro. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampel random sederhana (*simple random sampling*) dimana prinsip pemilihan sampel ini adalah setiap elemen dalam populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih. Meskipun setiap anggota populasi diberi kesempatan yang sama untuk menjadi anggota sampel, namun demikian sampel yang diambil adalah dari berbagai kalangan masyarakat yang dipandang bisa memberikan pendapatnya atas persepsi, harapan dan kepentingan mereka atas produk dan wisata unggulan di kawasan Senduro Lumajang. Metode penentuan ukuran sampel yang digunakan adalah metode yang dikembangkan oleh Roscoe dalam bukunya *Research Methods For Business* (1982) seperti yang dikutip dalam (Sugiyono, 2015), bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500. Oleh karena itu jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 30 untuk masing-masing kelompok unggulan. Terdapat 4 (empat) kelompok unggulan dalam penelitian ini, sehingga sampel yang diambil sebesar 30×4 kelompok = 120 responden.

Adapun indikator yang digunakan untuk menyusun instrument penelitian terdiri dari indikator untuk mengukur tentang produk dan indikator untuk mengukur tentang daya tarik wisata. Indikator yang digunakan untuk

mengukur produk unggulan merujuk pada Kotler & Amstrong (2006), sebagai berikut:

- a. kualitas produk
- b. fitur produk
- c. kemasan produk
- d. harga produk

Sedangkan indikator yang digunakan untuk mengukur daya tarik wisata merujuk pada Undang-undang Republik Indonesia No.10 tahun 2009 tentang Kepariwisata Bab I, pasal 5, juga mengemukakan pengertian dari daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Oleh karena itu disusun kuesioner untuk menjangkau persepsi, harapan dan kepentingan masyarakat berdasarkan indikator sebagai berikut:

- a. atraksi
- b. fasilitas dan layanan
- c. aksesibilitas
- d. citra obyek wisata

Teknik analisis data dalam penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan pendekatan *lean six sigma*. Sebelumnya akan dilakukan pengujian instrumen penelitian karena instrumen penelitian yang digunakan berupa kuesioner yang harus diuji terlebih dahulu validitas dan reliabilitasnya. Setelah kuesioner teruji validitas dan reliabilitasnya, maka selanjutnya akan dilakukan langkah-langkah *lean six sigma* yang bertujuan untuk menentukan keunggulan bersaing dan prioritas perbaikan berdasarkan perhitungan gap dan penentuan bobot sebagai berikut:

- a. Identifikasi Gap Tanpa Bobot

Perhitungan nilai gap tanpa bobot yaitu dengan mencari selisih antara nilai harapan dengan nilai persepsi masyarakat. Nilai gap yang dimaksud adalah nilai gap rata-rata yang diperoleh dari selisih nilai rata-rata harapan masyarakat dengan nilai rata-rata persepsi masyarakat atas batik Lumajang.

- b. Identifikasi Gap Terbobot

Perhitungan gap terbobot dimana bobot diperoleh dari rasio tingkat kepentingan masing-masing pernyataan terhadap jumlah total tingkat kepentingan, sedangkan nilai gap diperoleh dari perhitungan nilai gap tanpa bobot. Gap terbobot merupakan hasil perkalian antara bobot dan nilai gap.

- c. Penentuan Keunggulan Bersaing

Berdasarkan perhitungan nilai gap terbobot maka dapat disusun prioritas perbaikan terhadap produk dan wisata unggulan di kawasan Senduro Lumajang. Dimana penentuan keunggulan bersaing akan didasarkan pada pengurutan nilai gap terbobot terkecil sampai gap terbobot terbesar.

- d. Penentuan Prioritas Perbaikan

Berdasarkan perhitungan nilai gap terbobot maka dapat disusun prioritas perbaikan terhadap produk dan wisata unggulan di kawasan Senduro Lumajang. Dimana prioritas perbaikan akan didasarkan pada pengurutan nilai gap terbobot terbesar sampai gap terbobot terkecil.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Kabupaten Lumajang dikenal dengan sebutan "Kota Pisang" karena daerah ini merupakan daerah agrobis yang surplus, maka tidak heran kalau daerah ini penghasil buah pisang yang sangat berlimpah. Salah satunya kecamatan Senduro merupakan salah satu kecamatan yang berada di kaki gunung Semeru, dengan luas wilayah 228,67 km² dan dengan jarak orbitasi 17 km dengan jarak tempuh 45 menit dari pusat Pemerintahan Kabupaten Lumajang dengan ketinggian 500 - 700 m diatas permukaan air laut (dpl) dengan curah hujan 4.176 mm pertahun. Daerah ini memiliki potensi pertanian maupun perkebunan yang menjanjikan termasuk berbagai jenis buah-buahan. Salah satu hasil perkebunan buah yang utama di kecamatan Senduro adalah pisang agung dan pisang kirana sebagai komoditi khas unggulan di Lumajang. Dua belas desa di Kecamatan Senduro merupakan penghasil pisang agung terbesar di Kabupaten Lumajang.

Kondisi alam di kawasan Senduro yang unik ini ternyata membawa manfaat pada kesuburan tanahnya sehingga muncul produk keripik pisang agung dan susu kambing etawa yang menjadi unggulan kawasan Senduro ini. Selain produk unggulan, kondisi alam yang unik juga memunculkan potensi tempat-tempat destinasi wisata yang menjadi unggulan di kawasan tersebut. Tercatat saat ini yang menjadi unggulan adalah destinasi wisata B29 dan destinasi wisata pura mandara giri semeru agung. Keunikan alam yang menghasilkan beberapa produk dan destinasi wisata unggulan ini, ternyata dapat menggerakkan masyarakat di kawasan

Senduro untuk terlibat dalam upaya menciptakan keunggulan bersaing kawasan tersebut dan sekaligus mengentas masyarakat dari kondisi perekonomian menjadi lebih baik. Dibutuhkan suatu konsep untuk menemukan keunggulan dan apa yang merupakan prioritas perbaikan bagi produk dan destinasi wisata unggulan di kawasan Senduro Lumajang ini. Berdasarkan kondisi tersebut maka terdapat 4 (empat) unggulan di kawasan Senduro, yaitu (1) produk susu kambing etawa, (2) produk keripik pisang agung, (3) wisata B29 dan (4) pura mandara giri semeru agung.

Analisis dan Interpretasi

Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat Lumajang maupun dari luar Lumajang yang pernah berkunjung di kawasan Senduro Lumajang dan menikmati destinasi wisata di Senduro serta membeli produk unggulannya berupa susu kambing etawa dan keripik pisang agung. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebesar 30 responden untuk setiap potensi unggulan, dimana terdapat 4 (empat) potensi unggulan di kawasan Senduro, yaitu susu kambing etawa, keripik pisang agung, destinasi wisata B 29 dan destinasi wisata pura mandara giri semeru agung. Jadi sampel yang diambil sebesar 4 x 30 sampel = 120 sampel. Deskripsi responden disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 1. Deskripsi Responden Menurut Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	%
	Laki – Laki	65	54,17%
2.	Perempuan	55	45,83%
	Jumlah	120	100%

Sumber data : Hasil Kuesioner Penelitian, 2017.

Tabel 2. Deskripsi Responden Menurut Jenis Pekerjaan

No.	Jenis Pekerjaan	Jumlah	%
1.	Pegawai	21	17,50%
2.	Karyawan Swasta	27	22,50%
3.	Wiraswasta	22	18,33%
4.	Mahasiswa/Pelajar	25	20,83%
5.	Ibu Rumah Tangga	17	14,17%
6.	Lainnya	8	6,67%
	Jumlah	120	100%

Sumber data : Hasil Kuesioner Penelitian, 2017.

Responden dijaring pendapatnya atas 4 (empat) unggulan di kawasan Senduro diminta untuk mengisi kuesioner berdasarkan persepsi, harapan dan kepentingan mereka. Hasil pengisian kuesioner dari 120 responden direkapitulasi dalam nilai rata-rata pada tabel sebagai berikut:

Instrumen yang digunakan untuk menjaring persepsi, harapan dan kepentingan responden ini menggunakan kuesioner, oleh karena itu atas kuesioner itu dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Hasil pengujian validitas kuesioner atas 15 item pernyataan pada produk unggulan susu kambing etawa, 16 item pernyataan pada produk unggulan keripik pisang agung, 21 item pernyataan pada destinasi wisata B29 dan 19 item pernyataan pada destinasi wisata pura mandara giri semeru agung, menunjukkan bahwa semua item pernyataan pada masing-masing variabel tersebut $r_{hitung} > 0,3$ dengan tingkat signifikan di bawah 5%, maka dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang digunakan untuk menggali data adalah valid

sehingga dapat menggali data atau informasi yang diperlukan. Sedangkan hasil pengujian reliabilitas kuesioner atas 15 item pernyataan pada produk unggulan susu kambing etawa, 16 item pernyataan pada produk unggulan keripik pisang agung, 21 item pernyataan pada destinasi wisata B29 dan 19 item pernyataan pada destinasi wisata pura mandara giri semeru agung, menunjukkan bahwa semua item pernyataan pada masing-masing variabel mempunyai nilai Cronbach's Alpha dengan range nilai masuk kategori cukup reliable, reliable dan sangat reliabel. Jadi dapat disimpulkan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner yang handal.

Tabel 3. Deskripsi Tanggapan Responden

No.	Variabel	Persepsi	Harapan	Kepentingan
1.	Susu Kambing Etawa	3,56	4,32	4,22
2.	Keripik Pisang Agung	3,62	4,24	4,23
3.	Wisata B29	3,32	4,42	4,47
4.	Pura Mandara Giri Semeru Agung	3,57	4,37	4,32

Sumber data : Hasil Kuesioner Penelitian, 2017.

Selanjutnya dilakukan proses analisis data menggunakan pendekatan *lean six sigma* terhadap produk dan wisata unggulan di kawasan Senduro yaitu susu kambing etawa, keripik pisang agung, wisata B29 dan wisata pura mandara giri semeru agung. Pertama

dilakukan perhitungan dengan tahapan sebagai berikut:

a. Identifikasi Gap Tanpa Bobot

Perhitungan nilai gap tanpa bobot yaitu dengan mencari selisih antara nilai harapan dengan nilai persepsi masyarakat. Nilai gap yang dimaksud adalah nilai gap rata-rata yang diperoleh dari selisih nilai rata-rata harapan masyarakat dengan nilai rata-rata persepsi masyarakat atas batik Lumajang.

b. Identifikasi Gap Terbobot

Perhitungan gap terbobot dimana bobot diperoleh dari rasio tingkat kepentingan masing-masing pernyataan terhadap jumlah total tingkat kepentingan, sedangkan nilai gap diperoleh dari perhitungan nilai gap tanpa bobot. Gap terbobot merupakan hasil perkalian antara bobot dan nilai gap.

Berdasarkan perhitungan nilai gap terbobot maka dapat disusun prioritas perbaikan terhadap produk dan wisata unggulan di kawasan Senduro Lumajang. Dimana penentuan keunggulan bersaing akan didasarkan pada pengurutan nilai gap terbobot terkecil sampai gap terbobot terbesar, sedangkan prioritas perbaikan akan didasarkan pada pengurutan nilai gap terbobot terbesar sampai gap terbobot terkecil. Perhitungan ini menghasilkan keunggulan dan prioritas perbaikan sebagai berikut:

Tabel 4. Keunggulan Bersaing dan Prioritas Perbaikan di Kawasan Senduro Lumajang

Produk & Wisata	Keunggulan	Prioritas Perbaikan
-----------------	------------	---------------------

Susu Kambing Etawa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tingkat ke khas an warna susu kambing etawa Senduro 2. Tingkat ke khas an rasa susu kambing etawa Senduro 3. Ukuran kemasan susu kambing etawa Senduro 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aroma susu kambing etawa Senduro 2. Higienitas susu kambing etawa Senduro 3. Daya tahan susu kambing etawa Senduro
Keripik Pisang Agung	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bentuk keripik pisang agung 2. Variasi rasa keripik pisang agung 3. Kualitas rasa keripik pisang agung 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tingkat kemudahan membuka kemasan keripik pisang agung 2. Harga keripik pisang agung tidak terjangkau oleh semua kalangan masyarakat 3. Ukuran kemasan keripik pisang agung
Wisata B29	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keramahan masyarakat sekitar B29 2. Keindahan alam B29 3. Peluang untuk berpetualang di B29 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ketersediaan bantuan dan perawatan medis 2. Ketersediaan fasilitas umum (toilet, tempat sampah, tempat ibadah, dll) 3. Ketersediaan listrik, air bersih, jaringan komunikasi
Pura Mandara Giri	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keindahan Pura Mandara 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ketersediaan menu makanan

Semeru Agung	Giri Semeru Agung 2. Kebersihan fasilitas umum (toilet, tempat sampah, tempat ibadah, dll) 3. Keramahan masyarakat sekitar Pura Mandara Giri Semeru Agung	yang praktis dan higienes 2. Ketersediaan bantuan dan perawatan medis 3. Ketersediaan listrik, air bersih, jaringan komunikasi
--------------	---	--

Sumber : Hasil pengolahan kuesioner, 2017.

PEMBAHASAN

a. *Social Entrepreneurship* di Kawasan Senduro

Kawasan Senduro di Kabupaten Lumajang yang terletak di kaki gunung Semeru membuat kawasan ini tumbuh dengan keunikan lokalnya. Tidak hanya keunikan alamnya yang berhawa sejuk dan tanahnya subur, tetapi juga keunikan masyarakat di Senduro yang ramah dan bisa menerima segala perubahan yang terjadi di daerahnya. Kondisi tanah yang subur di kawasan ini membuat masyarakatnya sebagian besar usahanya adalah bercocok tanam. Keunikan alam yang dimiliki kawasan ini dan sudah dikenal oleh wisatawan domestik maupun manca negara adalah produk susu kambing etawa, keripik pisang agung, wisata B29 dan keberadaan pura mandara giri semeru agung. Berkembangnya *social entrepreneurship* atau kewirausahaan sosial di kawasan Senduro ini terlihat pada produk dan wisata unggulannya. Produksi susu kambing etawa yang terkenal berkualitas dari kawasan Senduro ini merupakan salah satu perwujudan kewirausahaan sosial masyarakat Senduro.

Kelompok masyarakat peternak kambing etawa disekitar kawasan ini tidak kesulitan dalam memperoleh pakan kambing yang alami, karena pakan ini bisa dipenuhi dari daerah itu sendiri. Kesuburan tanah di kawasan Senduro membuat masyarakat tidak kesulitan untuk melakukan budidaya pakan kambing. Kondisi ini menunjukkan bahwa keberadaan susu kambing etawa sebagai produk unggulan di kawasan Senduro ini mampu mendorong tumbuhnya kewirausahaan sosial diantara masyarakat, dimana antara peternak dan masyarakat sekitar saling membutuhkan untuk menghasilkan produk unggulan yaitu susu kambing etawa. Saat ini bahkan sudah berkembang kelompok-kelompok masyarakat peternak kambing penghasil susu etawa, yang membuka edukasi ternak kambing etawa ini bagi wisatawan yang ingin mengetahui proses beternak kambing sampai menghasilkan susu kambing etawa yang terkenal ini. Kewirausahaan yang produktif akhirnya Nampak tumbuh di kawasan ini dimana masyarakatnya saling bahu membahu untuk mengembangkan keungguan susu kambing etawa mereka.

Pisang agung yang hanya bisa tumbuh sempurna di kawasan Senduro ini juga karena keunikan alamnya. Dimanapun jenis pisang agung ini ditanam di kawasan Senduro maka akan bisa tumbuh dengan sempurna dibandingkan daerah lainnya di kabupaten Lumajang. Jenis pisang agung yang tidak nikmat jika dimakan langsung membuat masyarakat di kawasan Senduro sejak dulu tergerak untuk membuatnya menjadi produk olahan yaitu keripik pisang agung. Keripik pisang agung saat ini menjadi salah satu

produk unggulan tidak hanya bagi Kecamatan Senduro tetapi juga Kabupaten Lumajang. Tidak lengkap kalau berkunjung ke Lumajang tanpa merasakan lezatnya keripik pisang agung. Wujud *social entrepreneurship* tentang keripik pisang agung di kawasan ini terlihat dari berkembangnya industri rumah tangga yang memproduksi keripik pisang agung maupun produk olahan lainnya yang berbahan baku pisang agung, misalnya sale dan rambak pisang agung. Kebutuhan akan pisang agung yang semakin meningkat membuat masyarakat lainnya tertarik untuk bercocok tanam pisang agung sehingga banyak ditemui lahan ataupun kebun pisang agung di kawasan Senduro ini. Saling membutuhkan antara pelaku industri rumah tangga keripik pisang agung dan masyarakat yang melakukan budidaya pisang agung ini pada akhirnya menumbuhkan semangat kewirausahaan yang berangkat dari keunikan alam di kawasan Senduro Lumajang ini.

Keunikan alam dan keunikan masyarakat di kawasan Senduro ini juga nampak pada keberadaan wisata B29 yang terkenal sebagai negeri diatas awan. Wisata B29 ini terletak di desa Argosari, salah satu desa di kecamatan Senduro yang terletak pada posisi tertinggi di kawasan Senduro. Keberadaan wisata B29 ini belum terlalu lama dan mayoritas penduduk di Desa Argosari sebelumnya sebagian besar hanya bercocok tanam sayur-sayuran. Keberadaan wisata B29 yang semakin diminati wisatawan domestik maupun manca Negara membuat menggeliatnya masyarakat di desa Argosari ini untuk membuka peluang berwirausaha. Jalan menuju wisata B29 yang cukup menantang dan memacu adrenalin

membuat pengunjung terkadang membutuhkan sarana transportasi untuk bisa sampai dengan selamat di B29. Kondisi ini ditangkap oleh sebagian besar masyarakat di desa Argosari yang akhirnya berwirausaha dengan memberikan jasa ojek bagi pengunjung B29. Dengan dikoordinir oleh perangkat desa Argosari, akhirnya banyak muncul jenis usaha baru atas keberadaan wisata B29 ini yang membuat perekonomian di desa Argosari menggeliat. Keramahan masyarakat di desa Argosari nampak jelas membuat para pengunjung wisata B29 merasa nyaman. Tidak hanya jasa ojek, pada akhirnya di kawasan ini tumbuh usaha-usaha lainnya yang mendukung keberadaan wisata B29, diantaranya jasa penyediaan fasilitas umum, warung makanan, souvenir B29, tempat peristirahatan dan beberapa jenis usaha lainnya.

Keberadaan pura mandara giri semeru agung yang menjadi tempat peribadatan umat Hindu terutama dari Bali, membuat Kawasan Senduro menjadi terkenal. Kemegahan pura yang mengusung budaya umat Hindu dari Bali nampak jelas dari keindahan budayanya sehingga disamping menjadi tempat peribadatan umat Hindu, pura ini juga menjadi destinasi wisata domestik maupun mancanegara. Ada kalanya juga diselenggarakan festival yang mengusung budaya umat Hindu Bali yang terkenal unik dan menarik. Yang menjadikan Senduro ini unik, selain kondisi alamnya juga keunikan masyarakatnya. Dengan masyarakat Senduro yang mayoritas beragama Islam, dapat menerima dengan baik keberadaan pura ini. Bahkan keberadaan pura yang banyak dikunjungi wisatawan ini cukup membuat

perekonomian di Senduro dan masyarakat sekitarnya menggeliat. Uniknya, masyarakat juga menyediakan rumah tinggalnya untuk menjadi *homestay* bagi umat Hindu dari Bali yang membutuhkan tempat penginapan. *Social entrepreneurship* kelihatan berkembang dengan baik disini, dimana keberadaan pura membuat masyarakat memiliki usaha yang berkaitan dengan pura ini. Kedatangan umat Hindu Bali, wisatawan domestik dan mancanegara di pura mandara giri semeru agung ini secara tidak langsung banyak membutuhkan sarana dan prasarana, dan inilah yang dibaca oleh masyarakat Senduro sebagai peluang usaha. Keramahan masyarakat Senduro juga terkenal dibicarakan di kalangan wisatawan sehingga mereka merasa nyaman dengan kondisi lokal di kawasan Senduro Lumajang ini.

b. Keunggulan Bersaing Berbasis Keunikan Lokal di Kawasan Senduro Lumajang

Pendekatan *lean six sigma* sangat membantu dalam menemukan apa saja keunggulan bersaing yang dimiliki oleh produk dan wisata unggulan di kawasan Senduro Lumajang, yang terdiri dari produk susu kambing etawa, produk kecipik pisang agung, destinasi wisata B29 dan wisata pura mandara giri semeru agung. Tujuan ditemukannya keunggulan bersaing ini adalah agar masyarakat Senduro dan pemerintah Kabupaten Lumajang mengetahui hal apa saja yang menjadi keunggulannya, sehingga bisa dipertahankan bahkan ditingkatkan untuk menjadi lebih baik dan lebih unggul dibandingkan daerah lainnya.

Berdasarkan hasil penelitian untuk menentukan keunggulan bersaing dengan menjangkau persepsi, harapan dan kepentingan masyarakat ditemukan bahwa keunggulan bersaing untuk produk susu kambing etawa adalah tingkah ke khas an warna susu kambing etawa, ke khas an rasa dan kemasan susu kambing etawa. Warna susu kambing etawa yang agak pekat kekuningan nampaknya menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumennya yang menunjukkan banyaknya kandungan gizi didalamnya sehingga sangat bermanfaat bagi kesehatan tubuh. Rasa susu kambing yang khas menjadi keunggulannya dan kemasan susu kambing etawa. Tidak semua konsumen menyukai susu kambing etawa ini, terutama anak-anak terkadang tidak terbiasa mengkonsumsi susu kambing, sehingga para penghasil susu kambing etawa ini sudah berinovasi dengan memberikan bermacam-macam rasa buah pada produk susu kambing mereka. Oleh karena itu disarankan bagi masyarakat penghasil produk susu kambing etawa ini, karena ke khas an warna dan rasa menjadi keunggulan susu kambing etawa ini maka sebisa mungkin untuk dipertahankan dengan tetap melakukan inovasi produk susu kambing etawa agar bisa diterima oleh berbagai kalangan dan usia.

Keunggulan keripik pisang agung terletak pada bentuk keripik pisang agung, variasi rasa dan kualitas rasa keripik pisang agung. Ukuran pisang agung yang tidak seperti pisang pada umumnya yaitu hampir 10 kali lipat bentuk pisang biasa, membuat itu menjadi ciri khas dan keunggulannya saat dijadikan keripik. Bentuk potongannya yang besar membuat konsumen tertarik untuk mengkonsumsinya. Kualitas rasanya juga tidak diragukan lagi karena berbeda dengan

pisang pada umumnya. Pisang agung yang sudah diinovasi menjadi bermacam bentuk dan berbagai rasa, nampaknya juga menjadi keunggulan tersendiri. Oleh karena itu disarankan bagi masyarakat penghasil keripik pisang agung untuk selalu berinovasi terhadap pisang agung dengan tetap mempertahankan kualitas rasa dan bentuk yang menjadi keunggulannya. Sementara itu bagi masyarakat yang melakukan budidaya pisang agung disarankan untuk selalu melakukan perawatan pohon pisang agung dengan lebih maksimal sehingga bisa menghasilkan pisang agung dengan rasa dan bentuk yang sempurna.

¹ Salah satu destinasi wisata unggulan di Kabupaten Lumajang dan juga merupakan kebanggaan masyarakat senduro adalah destinasi wisata B29. Keunggulan wisata B29 ini terletak pada keramahan masyarakat, keindahan alam B29 yang terkenal sebagai negeri di atas awan dan peluang untuk berpetualang. Keunikan lokal yang terdiri dari keunikan alam dan keunikan masyarakat menjadi unggulan wisata B29, berdasarkan respon yang dijarah dari persepsi, harapan dan kepentingan masyarakat. Masyarakat yang ramah di desa Argosari Senduro menjadi keunggulan te membuat masyarakat menganggapnya sebagai salah satu keunggulan B29. Masyarakat desa Argosari memang sangat ramah dan menyambut dengan baik setiap kali ada wisatawan domestik maupun asing yang berkunjung ke B29 karena menuju wisata tersebut memang harus melalui desa mereka. Keindahan B29 memang tidak diragukan lagi menjadi keunggulan B29 karena alamnya yang benar-benar sejuk dan bisa melihat pemandangan

jajaran pegunungan Bromo. Kondisi jalan menuju B29 yang sejuk dan berkelok-kelok nampaknya bisa menciptakan adrenalin bagi pengunjung nya dimana pengunjung juga disajikan pemandangan pertanian yang tertata rapi. Oleh karena itu disarankan agar masyarakat tetap mempertahankan budaya dan sikap ramah mereka dan menjaga kealiamahan kawasan wisata B29 karena itu yang menjadi keunggulan wisata B29.

Sekali lagi keramahan masyarakat Senduro menjadi pilihan masyarakat pengunjung sebagai keunggulan bersaing, yaitu di wisata pura mandara giri semeru agung. Pura yang sesungguhnya menjadi tempat ibadah umat Hindu karena mengusung budaya Bali menjadikan pura ini megah dengan keindahannya. Keindahan pura ini menjadi pilihan pengunjung sebagai keunggulan pura mandara giri semeru agung. Kebudayaan yang diusung dari Bali untuk dilaksanakan pada waktu-waktu ibadah tertentu membuat pura ini menjadi unik dan menjadi pilihan pengunjung memutuskan untuk datang dan melihat sendiri keindahan pura ini. Kebersihan fasilitas, sarana dan prasarana umum di pura ini juga menjadi pilihan pengunjung sehingga mereka merasa nyaman saat berkunjung ke pura ini. Menariknya meskipun mayoritas mayarakat Senduro beragama Islam, mereka menerima dengan baik keberadaan pura tersebut bahkan perekonomian di sekitar pura menggeliat meningkat. Keramahan masyarakat terhadap semua pengunjung pura tanpa memperhatikan perbedaan agama menjadi menarik. Bahkan masyarakat di sekitar pura merelakan tempat tinggalnya untuk dihuni sementara waktu bagi umat Hindu yang

melakukan ibadah maupun bagi pengunjung yang ingin menginap di kawasan Senduro. Oleh karena itu disarankan kepada masyarakat untuk tetap menjaga keramahan mereka dan juga ikut menjaga keindahan dan kebersihan di kawasan pura mandara giri semeru agung karena jika pura ini juga merupakan asset yang tidak ternilai harganya. Karena jika kondisi pura tetap terjaga keindahan dan kebersihannya serta keramahan masyarakatnya tetap terjaga, maka pura mandara giri semeru agung akan tetap menjadi pilihan pengunjung atas destinasi wisatanya.

c. Prioritas Perbaikan di Kawasan Senduro Lumajang

Berdasarkan persepsi, harapan dan kepentingan masyarakat dan pengunjung di kawasan Senduro Lumajang, penelitian ini mampu menjangkau pendapat mereka untuk menentukan apa saja yang menjadi prioritas perbaikan atas produk dan destinasi wisata unggulan di kawasan ini. Prioritas perbaikan ini dimaksudkan untuk memberikan masukan bagi pemerintah maupun masyarakat di kawasan Senduro untuk berbenah agar produk dan wisata unggulan mereka menjadi lebih baik dan sesuai persepsi, harapan dan kepentingan masyarakat.

Produk susu kambing etawa yang merupakan salah satu keunggulan kawasan Senduro, ternyata ada beberapa hal yang perlu diprioritaskan untuk diperbaiki. Aroma susu kambing etawa, higienitas dan daya tahan susu kambing etawa nampaknya menjadi pilihan masyarakat untuk dilakukan perbaikan. Susu kambing memang tidak begitu lazim seperti halnya susu sapi. Aroma susu kambing etawa yang khas, menurut

masyarakat justru harus menjadi prioritas untuk diperbaiki karena mereka masih merasakan aroma binatang kambing yang menghasilkannya. Tentu ini menjadi tidak sedap dirasakan manakala aromanya cukup menyengat. Masyarakat juga masih menganggap bahwa higienitas susu kambing etawa perlu ditingkatkan sehingga keberadaan susu kambing tidak malah menjadi permasalahan kesehatan. Daya tahan susu kambing etawa yang tidak bisa tahan lama juga menjadi prioritas yang harus diperbaiki. Oleh karena itu disarankan kepada masyarakat pengelola susu kambing etawa beberapa hal yaitu berinovasi dengan berbagai rasa untuk mengurangi atau bahkan menghilangkan aroma susu kambing etawa sehingga bisa dikonsumsi oleh semua lapisan masyarakat dari berbagai usia. Kebersihan selama proses menghasilkan susu kambing etawa juga harus tetap dijaga sehingga masyarakat tidak lagi meragukan higienitasnya. Peternak kambing etawa yang menghasilkan susu juga harus mengupayakan untuk tidak terlalu banyak memproduksi susu kambing etawa karena salah satu karakteristik susu ini tidak bisa bertahan lama, sehingga jika terlalu banyak menghasilkan susu kambing etawa dan tidak segera dikonsumsi akan membuat mereka mengalami kerugian. Salah satu upaya untuk daya tahan ini, disarankan untuk berinovasi menjadi produk selain susu tetapi tetap berbahan baku susu kambing etawa.

Keripik pisang agung yang menjadi kebanggaan masyarakat Senduro juga memiliki prioritas yang harus diperhatikan. Ternyata yang harus diperbaiki sebagai prioritas utama adalah kemasan keripik

pisang agung yang sulit untuk dibuka. Keinginan masyarakat penghasil keripik pisang agung untuk menjaga agar keripik tersebut tetap renyah dan terjaga rasanya dengan mengemas keripik dalam kemasan yang cukup tebal dan ketat, ternyata berakibat konsumen kesulitan saat membuka kemasannya. Harga keripik pisang agung yang memang cukup mahal dan tidak bisa terjangkau oleh seluruh lapisan masyarakat menjadi kondisi yang harus segera dicarikan solusi perbaikannya. Atas kondisi ini maka disarankan agar masyarakat penghasil keripik pisang agung untuk membuat kemasan yang lebih mudah dibuka dengan tetap mempertahankan kerenyahan dan rasa keripik, misalnya tidak dengan segel pres untuk menutup plastik kemasannya melainkan dengan berinovasi menutup plastik kemasan dengan ikatan yang lebih mudah dibuka konsumen. Kelangkaan pisang agung yang terjadi di kawasan Senduro pada waktu-waktu tertentu cukup memperhatikan mengingat Senduro adalah kawasan penghasil pisang agung terbesar di Lumajang. Kelangkaan ini bisa terjadi karena sudah berdatangan para produsen keripik pisang dari luar kawasan Senduro yang membeli pisang agung dalam jumlah besar dan dengan harga yang lebih mahal sehingga masyarakat justru kehabisan bahan baku. Hal ini yang pada akhirnya mermbuat harga keripik pisang agung menjadi mahal. Oleh karena itu disarankan agar masyarakat lebih banyak menanam pohon pisang agung di setiap halaman rumahnya karena jenis pisang ini bisa tumbuh dengan baik di kawasan Senduro. Peranan pemerintah juga sangat diperlukan untuk ikut mengendalikan eksploitasi besar-besaran atas bahan baku

pisang agung ini sehingga industry rumah tangga di kawasan Senduro ini tetap bisa berproduksi dengan lancar dan harga menjadi terkendali.

¹ Sarana dan prasarana di kawasan B29 juga menjadi prioritas perbaikan berdasarkan persepsi, harapan dan kepentingan masyarakat. Ketersediaan bantuan dan perawatan medis, ketersediaan fasilitas umum yang memadai, ketersediaan listrik, air bersih dan jaringan komunikasi yang baik, menjadi pilihan pengunjung untuk kondisi yang harus diprioritaskan untuk diperbaiki. Keberadaan puncak B29 yang cukup tinggi seharusnya tidak menjadi penghalang bagi masyarakat untuk menyediakan semua sarana dan prasarana pendukung B29 yang lebih baik. Oleh karena itu disarankan bagi pengelola wisata B29 untuk menyediakan sarana prasarana tersebut dengan kondisi yang lebih baik. Pos kesehatan nampaknya juga diperlukan untuk dibangun di kawasan ini, mengingat jalan menuju puncak B29 yang berkelok-kelok dan kondisinya yang cukup dingin, bisa menimbulkan hal-hal yang tidak diinginkan seputar kesehatan dan keselamatan pengunjungnya.

Keindahan pura mandara giri semeru agung dan keramahan masyarakatnya tidak perlu diragukan lagi menjadi keunggulan wisata ini. Namun demikian berdasarkan persepsi, harapan dan kepentingan pengunjung maka ada beberapa hal yang harus diprioritaskan untuk diperbaiki, yaitu ketersediaan menu makanan yang praktis dan higienis, ketersediaan bantaun dan perawatan medis dan ketersediaan listrik, air bersih dan jaringan komunikasi. Seperti halnya di

kawasan wisata B29, maka pengunjung untuk menjaga kesehatan dan keselamatannya mereka membutuhkan ketersediaan bantuan perawatan medis jika terjadi sesuatu yang tidak diinginkan. Oleh karena itu disarankan untuk menyediakan pos kesehatan di sekitar pura untuk mengantisipasi terjadinya hal-hal seputar kesehatan dan keselamatan pengunjung pura. Masyarakat sekitar pura mandara giri semeru agung nampaknya juga harus lebih berkembang dan berinovasi dalam hal variasi jenis makanan yang dapat dibeli oleh pengunjung serta higienitas dari makanan tersebut. Disarankan pemerintah untuk melakukan pembinaan kepada masyarakat agar mereka menjadi lebih berinovasi dalam hal menyediakan makanan yang sehat dan praktis bagi pengunjung. Dengan keindahan pura dan keramahan masyarakat, maka akan lebih lengkap untuk menciptakan keunggulan pura jika masyarakat dan pemerintah bisa memberikan prioritas atas perbaikan yang dijangkau dari persepsi, harapan dan kepentingan masyarakat.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan di atas dimana tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan pelaksanaan *social entrepreneurship* berbasis keunikan lokal, menemukan keunggulan bersaing dan menentukan prioritas perbaikan pada produk dan wisata unggulan di kawasan Senduro berdasarkan persepsi, harapan dan kepentingan masyarakat, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- a. Kawasan Senduro di Kabupaten Lumajang yang terletak di kaki gunung

Semeru membuat kawasan ini tumbuh dengan keunikan lokalnya. Tidak hanya keunikan alamnya yang berhawa sejuk dan tanahnya subur, tetapi juga keunikan masyarakat di Senduro yang ramah dan bisa menerima segala perubahan yang terjadi di daerahnya. Berkembangnya *social entrepreneurship* di kawasan Senduro ini terlihat pada produk dan wisata unggulannya, yaitu produk susu kambing etawa, keripik pisang agung, destinasi wisata B29 dan pura mandara giri semeru agung. *social entrepreneurship* berbasis keunikan alam mampu mendorong pemberdayaan masyarakat dalam kewirausahaan

- b. Ditemukan keunggulan yang berbeda untuk setiap produk dan wisata unggulan di kawasan Senduro Lumajang berdasarkan persepsi, harapan dan kepentingan masyarakat. Keunggulan susu kambing etawa terletak pada warna dan rasa yang khas, keunggulan keripik pisang agung terletak pada bentuk, variasi rasa dan kualitas rasa, keunggulan wisata B29 terletak pada keramahan masyarakat, keindahan alam dan peluang berpetualang dan Kekunggulan Pura Mandara Giri Semeru Agung terletak pada keindahan pura, kebersihan fasilitas umum, keramahan masyarakat sekitar dan keunikan budaya.
- c. Ditemukan solusi perbaikan kualitas yang berbeda untuk setiap produk dan wisata unggulan di kawasan Senduro Lumajang berdasarkan persepsi, harapan dan kepentingan masyarakat. Prioritas perbaikan adalah aroma, higienitas dan daya tahan susu, prioritas perbaikan keripik pisang agung adalah kemasan

dan harga, prioritas perbaikan destinasi wisata B29 adalah ketersediaan bantuan medis, fasilitas umum, listrik, air bersih dan jaringan komunikasi, prioritas perbaikan Pura Mandara Giri Semeru Agung adalah ketersediaan menu makanan yang praktis dan higienes, ketersediaan bantuan medis dan ketersediaan listrik, air bersih dan jaringan komunikasi

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu tentang variabel produk dan wisata unggulan yang diteliti sebagian besar dari sudut pandang manajemen pemasaran berdasarkan persepsi, harapan dan kepentingan masyarakat. Hasil penelitian akan lebih menarik jika diteliti juga dari sudut pandang pelaku wirausaha yaitu dari segi manajemen operasional. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat meneliti tentang produk dan wisata unggulan di berbagai daerah, selain dari sudut pandang manajemen pemasaran juga dari sudut pandang pelaku wirausaha sosial dengan menerapkan konsep *lean six sigma*.

Saran

Atas hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka diberikan saran-saran kepada beberapa pihak sebagai berikut :

- a. Keunikan lokal yang terdiri dari keunikan alam dan keunikan masyarakat ternyata mampu mendorong tumbuhnya *social entrepreneurship* di kawasan Senduro. Oleh karena itu disarankan kepada pemerintah kabupaten Lumajang untuk melakukan edukasi terhadap masyarakat Senduro terkait

kewirausahaan yang berkembang dengan pesat dan bersama masyarakat berperan untuk terus mempertahankan dan meningkatkan keunggulan, serta melakukan prioritas perbaikan atas produk dan wisata unggulan di kawasan Senduro Lumajang.

- b. Atas keunggulan masing-masing produk dan destinasi wisata yang berhasil ditentukan dalam penelitian ini berdasarkan persepsi, harapan dan kepentingan masyarakat, maka disarankan untuk terus menggugah semangat masyarakat kawasan Senduro khususnya dan masyarakat Lumajang pada umumnya untuk mempertahankan dan meningkatkan keunggulan produk dan wisata ini sehingga mampu bersaing dengan daerah lain, dengan segala ciri khas yang menjadi keunggulannya.
- c. Atas prioritas perbaikan pada masing-masing produk dan destinasi wisata yang berhasil ditentukan dalam penelitian ini berdasarkan persepsi, harapan dan kepentingan masyarakat, maka disarankan masyarakat Senduro bersama pemerintah untuk melakukan tindakan perbaikan atas prioritas tersebut dan menjadikannya sebagai keunggulan bersaing.

DAFTAR PUSTAKA

- Asih, Endang Widuri. 2014. *Implementasi Six Sigma Pada Industri Jasa Untuk Peningkatan Kepuasan Pelanggan Koperasi Simpan Pinjam*. Prosiding Seminar Nasional Aplikasi Sains

- dan Teknologi. Yogyakarta. ISSN: 1979-911X.
- Austin, J., Stephenson, H., Wei Skillern, J. 2006. *Social and commercial entrepreneurship: same, different, or both?. The Journal of Harvard Business School.*
- Bornstain, David and Susan Davis. 2010. *Social Entrepreneurship what everyone needs to know.* Oxford University Press : New York.
- Budiwati Hesti. 2016. *Pendekatan Lean Six Sigma Dalam Penentuan Prioritas Perbaikan Kualitas Layanan Bank Berdasarkan Persepsi, Harapan dan Kepentingan Nasabah Bank.* Prosiding Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.
- Budiwati, Hesti. 2016. *Strategi Prioritas Perbaikan Batik Lumajang Sebagai Ikon Daerah Berdasarkan Persepsi dan Harapan Masyarakat di Lumajang.* Prosiding Seminar Nasional Fakultas Manajemen Universitas Jember.
- Ellitan dan Anatan. 2007. *Strategi Bersaing dalam Service Driven Economy.* C.V Andi Offside. Yogyakarta.
- Heizer dan Render. 2015. *Manajemen Operasi: Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan.* Edisi 11. Sembala empat. Jakarta.
- Kaswan & Ade Sadikin Akhyadi, 2015. *Social Entrepreneurship: Mengubah masalah sosial menjadi peluang usaha.* Alfabeta. Bandung.
- Kotler dan Armstrong, (2006), *Marketing Management*, New Jersey: Prentice Hall.
- Mark B, Durieux and Robert A. Stebbins. 2010. *Social Entrepreneurship for Dummies.* Wiley Publishing : Indiana.
- Nichols, Alex. 2006. *Social Entrepreneurship New Model of Sustainable Change.* Oxford University Press : New York.
- Pearce II dan Robinson. 2007. *Tourism The Key Concept.* London: Routledge.
- Prawironegoro dan Rivai. 2015. *Manajemen Strategi.* Alfabeta : Jakarta
- Ridwan, N.A. 2007. "Landasan Keilmuan Kearifan Lokal". *Jurnal Studi Islam dan Budaya.* Vol.5. (1). 27-38.
- Santoso. Haryo. 2006. *Meningkatkan Kualitas Layanan Industri Jasa Melalui Pendekatan Integrasi Metode Servqual atau Servqual QFD.* J@ti Universitas Diponegoro. Vol 1 No 1. Semarang.
- Tjiptono, Fandi. (2002). *Strategi Pemasaran.* Erlangga : Jakarta.
- Undang-Undang Republik Indonesia. Nomor 32. 2009. *Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup.* Indonesia.
- Undang-Undang Republik Indonesia. Nomor 10. 2009. *Kepariwisata.* Indonesia.
- Undang-undang Republik Indonesia Nomor 6. 2014. *Desa.* Indonesia.
- Wahyuni, Hana Catur, dkk. 2015. *Pengendalian Kualitas.* Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Wibowo, Hery dan Sony A. Nulhaqim. *Kewirausahaan Sosial Merevolusi*

*Pola Pikir Dan Menginisiasi Mitra
Pembangunan Kontemporer. Unpad
Press : Bandung.*

***Catatan: Penelitian ini merupakan hasil dari 1st National Conferences on Business
and Entrepreneurship (NCBE) Universitas Ciputra, Mei 201***

Daftar Mitra Bestari
INDONESIA JOURNAL OF ENTREPRENEURSHIP (IJE)
Volume 3, Nomor 1, September 2017

Untuk penerbitan Volume 2 Nomor 1 semua naskah artikel yang ditulis kepada *Indonesia Journal of Entrepreneurship (IJE)* telah ditelaah oleh para Mitra Bestari sebagai berikut.

1. *Prof. Dr. Ir Sony Heru Priyanto, MM.* (Universitas Kristen Satya Wacana)
2. *Prof. Supramono, SE.,MBA.,DBA.* (Universitas Kristen Satya Wacana)
3. *Dr. Achmad Nizar Hidayanto, S.Kom., M.Kom* (Universitas Indonesia)
4. *Ir. Lieli Suharti Hermanto, MM., PhD* (Universitas Kristen Satya Wacana)
5. *Dr. Ronald, S.T., M.M* (Universitas Pelita Harapan Surabaya)
6. *Dr. Santi Palupi Arianti S, MM* (Podomoro University)

Penyunting *Indonesia Journal of Entrepreneurship (IJE)* menyampaikan penghargaan setinggi-tingginya dan terima kasih sebesar-besarnya kepada para Mitra Bestari yang telah meluangkan waktu dalam menelaah artikel-artikel tersebut.

PETUNJUK BAGI PENULIS

A. PERSYARATAN UMUM

1. Artikel yang ditulis bertemakan manajemen kewirausahaan yang mencakup *start up*, bisnis keluarga, Usaha Kecil Menengah (UKM), keuangan, pemasaran bisnis, etika bisnis, pendidikan kewirausahaan, inovasi, dan pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM).
2. Artikel belum pernah diterbitkan di media atau penerbit lain. Segala akibat yang ditimbulkan oleh penulis merupakan tanggung jawab penulis.
3. Naskah diketik dalam kertas HVS ukuran A4, dibagi dalam 2 kolom kecuali abstrak, huruf Times New Roman dengan spasi 1,15.
4. Subbab (heading) naskah ini dibagi dalam tiga bagian subbab yaitu dicetak tebal tanpa angka yaitu
Peringkat 1 (Ukuran 12pt, huruf besar semua, rata ke tepi kiri)
Peringkat 2 (Ukuran 12 pt, huruf besar-kecil, rata ke tepi kiri)
Peringkat 3 (Ukuran 12pt, huruf besar kecil dan dicetak miring, rata ke tepi kiri).

B. KOMPONEN JURNAL HASIL PENELITIAN

1. JUDUL / TITLE

Judul ditulis dengan menggunakan huruf Times New Roman 14 point (pt), cetak tebal, dengan spasi 1,15 dan ditempatkan simetris di tengah. Judul tidak lebih dari 14 kata.

2. PENULIS/ AUTHOR(S)

- Nama penulis, ditulis di bawah judul. Jarak antara judul dan nama penulis diberi satu spasi kosong, dengan ukuran huruf 12 pt.
- Nama penulis terdiri dari penulis pertama ditulis dengan menyertakan angka 1 di atas nama penulis pertama dan angka 2 di atas nama penulis kedua, angka 3 di atas nama penulis ketiga dst ditulis tanpa menggunakan gelar. Nama penulis pertama, kedua, ketiga dst ditulis secara berurutan.
- Jenis pekerjaan penulis ditulis setelah nama penulis (Contoh: staf pengajar, alumnus, mahasiswa, praktisi, dsb)
- Nama program studi dan fakultas atau nama lembaga ditulis setelah tanda nama penulis. Jarak antara nama penulis dan lembaga diberi tanda koma. Nama lembaga tidak dibatasi dari lingkup akademis, namun terbuka terhadap praktisi juga. Antara nama penulis, jenis pekerjaan, dan nama lembaga dipisahkan dengan tanda koma (.).

3. ABSTRAK/ ABSTRACT

- Abstrak merupakan ikhtisar suatu tugas akhir yang memuat latar belakang atau permasalahan, tujuan, metode penelitian, hasil, dan implikasi penelitian.
- Abstrak ditulis dalam dua bahasa (bahasa Inggris dan bahasa Indonesia)
- Kata "Abstrak" dicetak tebal dengan ukuran huruf 10 pt dan diletakkan simetris. Jarak antara nama penulis dan kata "Abstrak" diberi dua spasi kosong, dengan

ukuran huruf 10 pt. Teks abstrak bahasa Indonesia ditulis setelah kata “Abstrak” dengan jarak satu spasi kosong, dengan ukuran huruf 12 pt.

- Abstrak bahasa Inggris diletakkan setelah abstrak bahasa Indonesia. Kata “Abstract” sebagai penanda abstrak bahasa Inggris dicetak tebal dengan ukuran huruf 10 pt dan diletakkan simetris dengan jarak satu spasi kosong ukuran huruf 10 pt.
- Teks abstrak bahasa Inggris ditulis setelah kata “Abstract” dengan jarak dua spasi kosong, dengan ukuran huruf 10 pt - Teks abstrak ditulis dalam satu paragraf.
- Jumlah kata dalam abstrak sebanyak maksimal 800 kata dengan menggunakan huruf Times New Roman 10 pt spasi 1,15 - Di bawah teks abstrak dicantumkan kata kunci (*keyword*) yang terdiri atas 3 sampai 5 kata dan/atau kelompok kata. Antara kata kunci dipisahkan oleh koma (,)
- *Keyword* ditulis dalam bahasa Inggris dengan. ukuran huruf 10 pt dan dicetak miring (*italics*). Jarak antara abstrak bahasa Inggris dan *keyword* adalah satu spasi kosong dengan ukuran huruf 10 pt.

4. PENDAHULUAN/INTRODUCTION

Isi bagian pendahuluan ditulis ringkas umumnya terdiri atas latar belakang masalah, permasalahan dan tujuan penelitian, Pendahuluan ditulis setelah *keyword*, dengan jarak tiga spasi kosong dan ukuran huruf 12 pt.

5. LANDASAN TEORI/THEORETICAL REVIEW

Isi bagian landasan teori ditulis ringkas, dan hanya teori yang benar-benar digunakan sebagai dasar penelitian. Apabila terdapat hipotesis, ditulis dibawah subbab landasan teori yang merujuk pada konsep.

6. METODE PENELITIAN/RESEARCH METHOD

Informasikan secara ringkas mengenai materi dan metode yang digunakan dalam penelitian, meliputi subyek/bahan yang diteliti, alat yang digunakan, rancangan percobaan atau desain yang digunakan, teknik pengambilan sampel, variabel yang akan diukur, teknik pengambilan data, analisis dan model statistik yang digunakan.

7. ANALISIS DAN PEMBAHASAN/ANALYSIS AND DISCUSSION

Isi bagian analisis ditulis ringkas. Hasil penelitian dapat disajikan dengan dukungan tabel, grafik atau gambar sesuai kebutuhan, untuk memperjelas penyajian hasil secara verbal. Analisis ditulis secara jelas untuk menjawab persoalan penelitian. Pembahasan ditulis dengan menyertakan hasil penelitian sebelumnya yang mendukung penelitian tersebut.

8. PENUTUP/CLOSING

- **Kesimpulan/Conclusion**

Berisi kesimpulan umum dari hasil penelitian.

- **Implikasi Penelitian/*Implication***
Berisi penerapan secara teoritis dan manajerial /empiris.
- **Keterbatasan Penelitian dan Agenda Penelitian Mendatang/*Limitation and Future Research***
Berisi keterbatasan penelitian dan saran lanjutan yang dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

9. DAFTAR PUSTAKA/REFERENCES

- **Buku**
Susanto, A.B. & Wijanarko, H. 2004. *Power Branding, Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*, Penerbit Mizan, Bandung.
Sekaran, Uma. 2000. *Research Methods for Business: A Skill Building Approach* (3rd ed.). USA: John Wiley and Sons, Inc.
- **Jurnal**
Wang, F. & Head, M. 2007. How Can The Web Help Build Customer Relationships? An Empirical Study On E-Tailing. *Journal of Information and Management*, Vol. 44(2), pp 115-129.
- **Proceeding**
Fang, Q., Zhao, F., & Guibas, L. 2003. Lightweight Sensing and Communication Protocols For Target Enumeration and Aggregation. In M. Gerla, A. Ephremides, & M. Srivastava (Eds.), *MobiHoc '03 fourth ACM symposium on mobile ad hoc networking and computing* (pp. 165–176). New York, NY: ACM Press.
- **Online**
Bibliographic references Harvard format APA style.
2011.(Online).(<http://www.port.ac.uk/library/guides/filetodownload.137568.en.pdf>) diunduh tanggal 10 Juni 2015

10. LAMPIRAN (*Kalau Perlu*)/ATTACHMENT (*If needed*)

Berisi tabel atau gambar yang tidak dicantumkan dalam isi artikel, contoh: indikator penelitian, daftar pernyataan kuesioner dsb.

Strategi Social Entrepreneurship Berbasis Keunikan Lokal Membangun Keunggulan Bersaing di Kawasan Senduro Lumajang

ORIGINALITY REPORT

10%

SIMILARITY INDEX

10%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES



ejournal.stiewidyagamalumajang.ac.id

Internet Source

10%

Exclude quotes Off

Exclude matches < 5%

Exclude bibliography On

Strategi Social Entrepreneurship Berbasis Keunikan Lokal Membangun Keunggulan Bersaing di Kawasan Senduro Lumajang

GRADEMARK REPORT

FINAL GRADE

/0

GENERAL COMMENTS

Instructor

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8

PAGE 9

PAGE 10

PAGE 11

PAGE 12

PAGE 13

PAGE 14

PAGE 15

PAGE 16

PAGE 17

PAGE 18

PAGE 19

PAGE 20

PAGE 21

PAGE 22

PAGE 23

PAGE 24

PAGE 25

PAGE 26

PAGE 27

PAGE 28

PAGE 29

PAGE 30
