

**PERSEPSI PERAJIN TERHADAP PEMBERDAYAAN  
KELOMPOK PERAJIN KALENG MELALUI KOPERASI  
RANCAGE**

**(Kasus di Kampung Dukuh, Desa Pasir Mukti, Kecamatan  
Citeureup, Kabupaten Bogor)**

**SKRIPSI**

**ELSA NURUS SHOFIRA  
044119209**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA  
UNIVERSITAS PAKUAN  
BOGOR  
MEI 2023**

**PERSEPSI PERAJIN TERHADAP PEMBERDAYAAN  
KELOMPOK PERAJIN KALENG MELALUI KOPERASI  
RANCAGE**

**(Kasus di Kampung Dukuh, Desa Pasir Mukti, Kecamatan  
Citeureup, Kabupaten Bogor)**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk  
Menempuh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya  
Universitas Pakuan

**ELSA NURUS SHOFIRA**

**044119209**



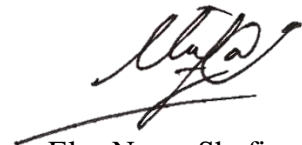
**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA  
UNIVERSITAS PAKUAN  
BOGOR  
MEI 2023**

**PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER  
INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA**

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Persepsi Perajin Terhadap Kelompok Perajin Kaleng Melalui Koperasi Rancage (Kasus di Kampung Dukuh, Desa Pasir Mukti, Kecamatan Citeureup)”** adalah benar karya saya dengan arahan dari komisi pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka di akhir skripsi ini.

Dengan ini melimpahkan hak cipta karya tulis saya ini kepada Universitas Pakuan Bogor.

Bogor, 5 Mei 2023



Elsa Nurus Shofira  
044119209

## **PERNYATAAN ORISINALITAS**

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri,  
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk  
telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Elsa Nurus Shofira  
NPM : 044119209  
Tanda Tangan :  
Tanggal : 5 Mei 2023

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang telah disusun oleh:

Nama Mahasiswa : Elsa Nurus Shofira

NPM : 044119209

Judul : Persepsi Perajin Terhadap Pemberdayaan Kelompok Perajin Kaleng Melalui Koperasi Rancage (Kasus di Kampung Dukuh, Desa Pasir Mukti, Kecamatan Citeureup).

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan.

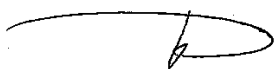
Ditetapkan di : Bogor

Tanggal : 5 Mei

Oleh

## DEWAN PENGUJI

Pembimbing 1/ Penguji 1



Yogaprasta Adi Nugraha, M.Si.

NIK : 1.0641025628

Pembimbing 2/ Penguji



Prameswari Handayani, M.I.Kom.

NIK : 1.140320909

Penguji Utama



Imani Satriani, M.Si.

NIK : 1.0616049763

Dekan Fakultas Ilmu Sosial  
dan Ilmu Budaya



Dr. Henny Suharyati, M.Si.

NIP : 196006071990092001



Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi



Dr. Dwi Rini Sovia Firdaus, M.Comn.


NIK : 1.0113001607

## PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada TuhanYang Maha Esa, karena atas Rahmat dan Karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Persepsi Perajin Terhadap Pemberdayaan Kelompok Perajin Kaleng Melalui Koperasi Rancage (Kasus di Kampung Dukuh, Desa Pasir Mukti, Kecamatan Citeureup)” tepat pada waktunya.

Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Strata-1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan. Penyusunan skripsi ini telah melalui berbagai hambatan dan kesulitan, namun berkat bimbingan dan dukungan baik dari segi moril maupun materil dari berbagai pihak akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu berbagai masukan dan saran sangat diperlukan agar skripsi ini dapat lebih disempurnakan. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi siapa saja yang membacanya.

Bogor, 5 Mei 2023



Elsa Nurus Shofira  
044119209

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangat sulit bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Dengan hati yang tulus dan ikhlas, penulis ingin menyampaikan rasa syukur dan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa karenanya penulis dapat diberikan kelancaran dalam penyusunan skripsi ini;
2. Dr. Henny Suharyati, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya;
3. Dr. Dwi Rini Sovia Firdaus, M.Comn, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Pakuan sekaligus walikelas dari kelas humas 6;
4. Yogaprasta Adi Nugraha, M.Si, selaku Pembimbing 1 yang telah memberikan bantuan dan arahan dalam penyusunan skripsi;
5. Prameswari Handayani, M.I.Kom, selaku Pembimbing II yang telah membantu memberikan arahan tambahan dan dorongan;
6. Imani Satriani, M.Si, selaku penguji utama dalam siding skripsi yang telah memberikan masukan dan saran kepada penulis;
7. Orang tua dan keluarga besar penulis yang selalu setia menemani, mendukung dan membimbing penulis mulai dari hal-hal kecil hingga sesuatu yang lebih besar;
8. Kepala Desa Pasir Mukti beserta jajarannya yang telah memberikan izin dan bantuan dukungan moral;
9. Ketua Koperasi Rancage dan Kelompok Perajin Kaleng yang telah yang telah membantu memperoleh data yang saya perlukan; dan
10. Teman-teman yang dengan senang hati mendengarkan setiap keluh kesah saya.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

**BIODATA**

Nama : Elsa Nurus Shofira  
NPM : 044119209  
Tempat dan tanggal lahir : Bogor, 26 April 2001  
Nomor telepon : 081584665153  
Surel : [elsanurus4@gmail.com](mailto:elsanurus4@gmail.com)  
Alamat : Kp. Babakan Rt.02/05 Tarikolot, Citeureup  
Bogor 16810  
Riwayat Pendidikan Formal : SDN 01 Tarikolot  
SMPN 03 Citeureup  
SMAN 01 Citeureup  
Riwayat Pendidikan Nonformal : -  
Prestasi : 1. Gold Medal Paduan suara “UM Voice  
Festival 2021”  
2. Juara 2 Lomba Video Tiktok  
Harmonication 2022  
Pengalaman Organisasi : 1. Paduan Suara Gita Simfoni Pakuan  
2. Intellectual Club of Public Relations  
3. Jabar Bergerak Zillennial Kota Bogor



## ABSTRAK

**ELSA NURUS SHOFIRA. 044119209. Persepsi Perajin Terhadap Pemberdayaan Kelompok Perajin Kaleng Melalui Koperasi Rancage (Kasus di Kampung Dukuh, Desa Pasir Mukti, Kecamatan Citeureup.** Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pakuan Bogor. Di bawah bimbingan: **Yogaprasta Adi Nugraha dan Prameswari Handayani.**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, deksriptif, dan korelasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana karakteristik perajin di Kampung Dukuh, apa saja faktor yang mempengaruhi persepsi perajin terhadap pemberdayaan, bagaimana persepsi perajin terhadap pemberdayaan kelompok perajin kaleng melalui Koperasi Rancage, bagaimana hubungan antara karakteristik perajin dengan persepsi perajin terhadap pemberdayaan kelompok perajin kaleng melalui Koperasi Rancage, dan bagaimana hubungan antara faktor yang mempengaruhi perajin dengan persepsi perajin terhadap pemberdayaan kelompok perajin kaleng melalui Koperasi Rancage. Penelitian dilaksanakan di Kampung Dukuh, Desa Pasir Mukti, Kecamatan Citeureup-Bogor pada bulan Oktober 2022 hingga Februari 2023. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *non-probability sampling*, yaitu sensus kepada 50 responden yang merupakan perajin kaleng di Kampung Dukuh. Hasil uji korelasi *rank spearman* antara variabel X1 dengan Y menunjukkan bahwa terdapat hubungan nyata dan positif, artinya karakteristik perajin berhubungan dengan persepsi perajin terhadap pemberdayaan pada indikator-indikator tersebut. Hal serupa juga ditunjukkan pada variabel X2 dengan Y terdapat hubungan nyata antara kedua variabel dengan arah hubungan positif, artinya faktor yang mempengaruhi persepsi perajin berhubungan dengan bagaimana persepsi perajin terhadap pemberdayaan hingga akhirnya perajin memutuskan untuk bergabung dengan Koperasi dan mengikuti pemberdayaan. Sehingga, disimpulkan bahwa perajin kaleng di Kampung Dukuh dimayoritasi oleh perajin dengan rentang usia 43-51 tahun, dengan latar belakang pendidikan Sekolah Dasar, memiliki pendapatan sebesar Rp 2.000.000 – Rp 3.999.999 perbulan, dan tingkat pengalaman 6 sampai 10 tahun. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi perajin, yaitu latar belakang keluarga, informasi yang diperoleh, dan pengetahuan. Sedangkan, persepsi perajin terhadap program pemberdayaan dilatarbelakangi oleh keinginan perajin untuk berubah (*power to*) dalam meningkatkan kapasitas untuk memperoleh akses yang lebih baik lagi (*power within*) serta dapat menghadapi hambatan dalam usahanya (*power over*) dan bekerjasama dengan perajin lain (*power with*).

***Kata kunci: persepsi, pemberdayaan, perajin kaleng***

## ABSTRACT

**ELSA NURUS SHOFIRA. 044119209. Creating's Perception of The Empowerment of Canned Craftsmen Group Through Rancage Cooperative (Case in Dukuh Village, Pasir Mukti Village, Citeureup District).** Faculty of Sosial and Cultural Sciences, Communication Science Study Program, Pakuan University Bogor. Under the guidance: **Yogaprasta Adi Nugraha** and **Prameswari Handayani**.

This study used a quantitative approach with survey, descriptive, and correlation methods. This study aims to find out how the characteristics of artisans in Kampung Dukuh, what are the factors that influence the perception of artisans towards empowerment, how the perception of artisans towards the empowerment of canned artisan groups through the Rancage Cooperative, how the relationship between the characteristics of artisans and the perception of artisans towards the empowerment of canned artisan groups through the Rancage Cooperative, and how the relationship between factors that influence artisans and the perception of artisans towards empowering groups of canned artisans through the Rancage Cooperative. The research was conducted in Dukuh Village, Pasir Mukti Village, Citeureup-Bogor District from October 2022 to February 2023. This study used a non-probability sampling technique, namely a census of 50 respondents who were canned craftsmen in Kampung Dukuh. The results of the spearman rank correlation test between variables X1 and Y show that there is a real and positive relationship, meaning that the characteristics of artisans are related to the perception of artisans towards empowerment in these indicators. The same thing is also shown in variables X2 with Y there is a real relationship between the two variables with a positive relationship direction, meaning that the factors that influence the perception of artisans are related to how the perception of artisans towards empowerment until finally the craftsmen decide to join the Cooperative and follow empowerment. Thus, it is concluded that the majority of canned craftsmen in Kampung Dukuh are made up by artisans with an age range of 43-51 years, with an elementary school education background, have an income of Rp 2,000,000 – Rp 3,999,999 per month, and an experience level of 6 to 10 years. As for the factors that influence the perception of craftsmen, namely family background, information obtained, and knowledge. Meanwhile, the perception of artisans towards empowerment programs is motivated by the desire of artisans to change (power to) in increasing capacity to get better access (power within) and can face obstacles in their business (power over) and cooperate with other craftsmen (power with).

***Keywords : perception, empowerment, craftsman***

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PELIMPAHAN HAK CIPTA.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>PRAKATA .....</b>	<b>iv</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Komunikasi .....	8
2.2 Persepsi .....	9
2.3 Pemberdayaan .....	10
2.4 Kelompok.....	14
2.5 Perajin .....	15
2.6 Koperasi .....	16
2.7 Teori Penilaian Sosial ( <i>social judgement theory</i> ) .....	17
2.8 Penelitian Terdahulu .....	18
2.9 Kerangka Berpikir.....	19
2.10 Hipotesis Penelitian.....	20
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Desain Penelitian.....	21
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	21
3.3 Populasi dan Sampel .....	22
3.4 Jenis dan Sumber Data .....	22
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	23
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	23

3.7 Teknik Analisis Data.....	28
3.8 Definisi Operasional.....	31
<b>BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Sejarah Desa Pasir Mukti.....	34
4.2 Profil Kampung Dukuh, Desa Pasir Mukti.....	34
4.3 Visi dan Misi Desa Pasir Mukti.....	35
4.4 Kondisi Geografis Desa Pasir Mukti.....	36
4.5 Karakteristik Perajin (X1).....	37
4.6 Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Perajin (X2).....	41
4.7 Persepsi Perajin di Kampung Dukuh Terhadap Pemberdayaan Kelompok Perajin Kaleng Melalui Koperasi Rancage (Y).....	44
4.8 Hubungan antara Karakteristik Perajin (X1) dengan Persepsi Perajin Terhadap Pemberdayaan Kelompok Perajin Kaleng Melalui Koperasi Rancage (Y).....	46
4.9 Hubungan antara Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Perajin (X2) dengan Persepsi Perajin Terhadap pemberdayaan Kelompok Perajin kaleng Melalui Koperasi Rancage (Y).....	54
4.10 Pengujian Hipotesis.....	57
4.11 Hubungan antara Teori Penilaian Sosial ( <i>sosial judgement theory</i> ) dengan Hasil Penelitian.....	63
<b>BAB 5 PENUTUP</b>	
5.1 Kesimpulan.....	67
5.2 Saran.....	68
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>69</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>73</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Jumlah Penduduk, Tingkatan Pendidikan, dan Pekerjaan.....	3
Tabel 3.1 Uji Instrumen Validitas.....	24
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Perajin .....	24
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Perajin Terhadap Pemberdayaan Kelompok Perajin kaleng Melalui Koperasi Rancage .....	25
Tabel 3.4 Penafsiran Uji Realibilitas .....	26
Tabel 3.5 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas .....	26
Tabel 3.6 Nilai Korelasi Rank Spearman.....	28
Tabel 3.7 Kriteria Skala Likert.....	28
Tabel 3.8 Interpretasi Skala Likert.....	29
Tabel 4.1 Karakteristik Perajin Berdasarkan Usia .....	36
Tabel 4.2 Karakteristik Perajin Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	37
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Tingkat Pendapatan Usaha .....	38
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Tingkat Pengalaman Menjadi Perajin .....	39
Tabel 4.5 Variabel Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Perajin.....	41
Tabel 4.6 Variabel Persepsi Perajin di Kampung Dukuh Terhadap Pemberdayaan Kelompok Perajin Kaleng Melalui Koperasi Rancage .....	42
Tabel 4.7 Data Hubungan antara Karakteristik Perajin (X1) dengan Persepsi Perajin Terhadap Pemberdayaan Kelompok Perajin Kaleng Melalui Koperasi Rancage (Y) .....	45
Tabel 4.8 Data Hubungan antara Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Perajin (X) dengan Persepsi Perajin Terhadap Pemberdayaan Kelompok Perajin Kaleng Melalui Koperasi Rancage (Y) .....	51
Tabel 4.9 Uji Hubungan antara Karakteristik Perajin (X1) dengan Persepsi Perajin Terhadap Pemberdayaan Kelompok Perajin Kaleng Melalui Koperasi Rancage (Y) .....	57
Tabel 4.10 Uji Hubungan antara Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Perajin (X2) dengan Persepsi Perajin Terhadap Pemberdayaan Kelompok Perajin Kaleng Melalui Koperasi Rancage (Y).....	58

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....	19
Gambar 1. Gapura Kampung kaleng (Kampung Dukuh) .....	107
Gambar 2. Bapak Kepala Desa Pasir Mukti.....	107
Gambar 3. Hak Cipta Koperasi Rancage .....	107
Gambar 4. Tim Koperasi Rancage .....	107
Gambar 5. Piagam Penghargaan .....	107
Gambar 6. Struktur Organisasi dan Piala.....	107
Gambar 7. Pameran Tarikolot Expo1.....	108
Gambar 8. Pameran Tarikolot Expo2.....	108
Gambar 9. Pameran Tarikolot Expo3.....	108
Gambar 10. Pemotongan manual .....	108
Gambar 11. Pembolongan kompor .....	108
Gambar 12. Proses <i>press</i> .....	108
Gambar 13. Proses pembersihan .....	109
Gambar 14. Pembuatan pola .....	109
Gambar 15. Pembuatan cetakan .....	109
Gambar 16. Produk cetakan .....	109
Gambar 17. Produk kompor.....	109
Gambar 18. Produk cangkir & teko .....	109
Gambar 19. Tempat sampah <i>stainlees</i> .....	110
Gambar 20. Pengisian kuesioner1 .....	110
Gambar 21. Pengisian kuesioner2.....	110
Gambar 22. Pengisian kuesioner3.....	110

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	73
Lampiran 2. Uji Validitas X2 dan Y .....	78
Lampiran 3. Uji Reliabilitas X2 dan Y .....	84
Lampiran 4. Analisis Deskriptif Karakteristik Perajin (X1) .....	84
Lampiran 5. Analisis Deskriptif Faktor Yang Mempengaruhi (X2).....	86
Lampiran 6. Analisis Deskriptif Persepsi Perajin Terhadap Pemberdayaan (Y) ...	88
Lampiran 7. Analisis Non-parametrik Variabel X1 dengan Y .....	90
Lampiran 8. Analisis Non-Parametrik Variabel X2 dengan Y .....	94
Lampiran 9. Hasil Uji Korelasi Rank Spearman Variabel X1 – Y dan X2 – Y...100	
Lampiran 10. Dokumentasi Kegiatan .....	101

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Penduduk Indonesia yang sangat besar pada awalnya di dominasi oleh sekitar 70 persen penduduk yang hidup di daerah pedesaan. Namun, seiring berjalannya waktu banyak penduduk yang memilih untuk melakukan perpindahan dari Desa ke Kota, hal ini disebabkan wilayah perkotaan menyediakan lebih banyak fasilitas yang memadai, seperti pendidikan, pekerjaan, dan berbagai fasilitas lainnya.

Desa sendiri merupakan sebuah komunitas kecil yang sebenarnya memiliki lebih banyak potensi apabila ditelusuri lebih dalam. Namun, seringkali sebuah Desa dengan potensi yang besar tidak bisa maju dan berkembang disebabkan oleh faktor-faktor tertentu, perlu adanya kebijakan atau program pemerintahan yang membantu mendorong sebuah Desa agar menjadi lebih baik.

Diketahui, pada tahun 2022 terdapat 42,1 persen penduduk di Indonesia yang tinggal di pedesaan<sup>1</sup>. Sedangkan, menurut Kementrian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi (Kemendes PDTT) pada tahun 2020 terdapat 28,2 persen desa yang termasuk dalam kategori tertinggal dan sangat tertinggal<sup>2</sup>.

Pemerintah Desa memiliki peran penting dalam menggali potensi-potensi yang terdapat di wilayahnya demi menciptakan Desa yang maju dan berkembang. Pemerintah Desa memiliki kewenangan dalam mengendalikan masyarakatnya. Undang-undang Nomor 6 Tahun 2014 menyatakan bahwa sebuah desa membuat kebijakan, mengenai desa dalam memberi pelayanan dan peningkatan peran serta pemberdayaan masyarakat desa yang ditujukan untuk kesejahteraan masyarakat.<sup>3</sup>

Masyarakat dalam hal ini, memiliki peran yang tidak kalah penting dalam membantu mewujudkan Desa yang maju. Terdapat dua sifat masyarakat yang dapat menentukan keberhasilan, pertama masyarakat yang bisa menerima perubahan dan masyarakat yang seringkali sulit untuk menerima sebuah perubahan karena telah terbiasa dengan kehidupannya saat ini.

Umumnya, masyarakat yang cenderung sulit menerima perubahan adalah masyarakat tradisional di daerah pedesaan dimana mereka masih menutup diri dengan adanya perubahan karena merasa takut hal tersebut akan memperburuk adat istiadat yang ada sebelumnya, sehingga perubahan yang terjadi di pedesaan cenderung lebih lambat daripada di perkotaan.

---

<sup>1</sup> Jumlah Penduduk di Pedesaan

<https://www.tinewss.com/indonesia-news/pr-1853617715/jumlah-penduduk-indonesia-pada-tahun-2022> diunduh pada 31 Januari 2023

<sup>2</sup> Jumlah Desa Tertinggal di Indonesia

<https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20200612184344-532-512808/kemendes-pdtt-catat-21-ribu-desa-masih-tertinggal> diunduh pada 31 Januari 2023

<sup>3</sup> Undang-Undang Pemberdayaan Masyarakat Desa Nomor 6 Tahun 2014

[https://www.dpr.go.id/dokjdi/document/uu/UU\\_2014\\_6.pdf](https://www.dpr.go.id/dokjdi/document/uu/UU_2014_6.pdf) diunduh pada 1 November 2022



Seiring berkembangnya waktu, masyarakat mau tidak mau perlu mengubah kebiasaan-kebiasaan lama dan menggantinya dengan kebiasaan baru, karena perubahan dalam suatu kehidupan akan terus hadir, hal ini juga didukung oleh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin pesat dan mampu membantu memenuhi segala kebutuhan manusia dalam hidup ini.

Pemberdayaan masyarakat merupakan salah satu upaya untuk dapat mewujudkan Desa yang maju dan berkembang melalui berbagai pelatihan seperti pelatihan UMKM, peningkatan keterampilan dan pengetahuan melalui kegiatan *workshop* serta pendampingan pengelolaan usaha untuk dapat meningkatkan sumber daya manusia yang berkualitas.

Pemerintahan Desa saat ini telah memprioritaskan berbagai program untuk dapat membantu mewujudkan Desa yang maju dan berkembang, salah satunya dengan melakukan pemberdayaan masyarakat yang dapat memberikan dampak besar bagi perekonomian di Indonesia, hal tersebut telah dibuktikan dengan terjadinya krisis ekonomi pada tahun 1998.

Pemberdayaan Masyarakat Desa telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 Pasal 1 ayat 12 yang berbunyi “Pemberdayaan Masyarakat Desa adalah upaya mengembangkan kemandirian dan kesejahteraan masyarakat dengan meningkatkan pengetahuan, sikap, keterampilan, perilaku, kemampuan, kesadaran, serta memanfaatkan sumber daya melalui penetapan kebijakan, program, kegiatan, dan prioritas kebutuhan masyarakat Desa”.

Salah satu kunci keberhasilan dari suatu Desa juga ditentukan oleh bagaimana komunikasi itu berlangsung. Interaksi yang terjadi antara Pemerintah Desa dengan khalayaknya dalam menyampaikan pesan untuk mencapai sebuah tujuan menjadi faktor penting dalam keberhasilan. Penyampaian pesan akan terjadi apabila terdapat kesesuaian persepsi mengenai cara seseorang dalam memaknai sebuah pesan.

Persepsi sendiri merupakan proses diterimanya rangsangan melalui panca indera yang didahului oleh perhatian sehingga individu mampu mengetahui, mengartikan, dan menghayati tentang hal-hal yang berasal dari dalam individu maupun dari luar individu (Sunaryo, 2013).

Persepsi juga akan terjadi apabila individu satu dengan individu lainnya berinteraksi satu sama lain, apabila individu satu mengutarakan sebuah pendapat atau masukan maka individu lain akan menerima pesan tersebut dan mempersepsinya sesuai dengan apa yang menurutnya benar atau salah. Menurut Littlejohn (dalam Petra et al., 2018) komunikasi merupakan suatu hal paling mendasar dalam kehidupan manusia, dengan adanya komunikasi maka manusia dapat berhubungan satu sama lain.

Komunikasi menjadi bagian penting dalam mewujudkan suatu tujuan yang akan dicapai. Dalam hal ini, komunikasi yang terjadi antara Pemerintah Desa dengan khalayaknya untuk mewujudkan desa yang maju dan berkembang melalui program pemberdayaan adalah komunikasi pembangunan. Hal ini dikarenakan, komunikasi pembangunan mencakup segala hal yang diperlukan selama proses interaksi, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga proses penilaian atau evaluasi.

Komunikasi pembangunan dapat dilihat dalam dua arti, yakni luas dan sempit. Dalam arti luas, komunikasi pembangunan meliputi peran dan fungsi komunikasi antara semua pihak yang terlibat dalam usaha pembangunan, terutama pemerintah dan masyarakat termasuk proses perencanaan, pelaksanaan, dan penilaian terhadap pembangunan itu sendiri.

Sedangkan dalam arti sempit, komunikasi pembangunan merupakan segala upaya serta teknik penyampaian gagasan dan keterampilan pembangunan yang berasal dari pihak yang memprakarsai pembangunan kepada masyarakat luas. Hal ini bertujuan agar masyarakat dapat memahami serta berpartisipasi dalam pembangunan (Zulkarnaen dalam Astuti, 2017).

Salah satu potensi Desa yang mempunyai kualitas tinggi dan seringkali dijumpai di pedesaan adalah kerajinan tangan. Hal tersebut dikarenakan masyarakat Desa tradisional biasanya memiliki kreatifitas tinggi dalam membentuk suatu barang menjadi kerajinan tangan yang bernilai ekonomis. Kerajinan tangan yang dihasilkan masyarakat Desa tersebut terbuat dari berbagai macam bahan seperti kain, kaca, alumium, kaleng, besi, kayu, dan lain-lain.

Desa Pasir Mukti, Kecamatan Citeureup, Kabupaten Bogor merupakan salah satu sentra perajin kaleng, khususnya di Kampung Dukuh yang biasa disebut sebagai “Kampung Kaleng”. Nama tersebut diambil karena sebagian besar wilayah Kampung Dukuh dimayoritasi oleh para perajin kaleng yang secara turun temurun sampai saat ini kurang lebih sudah tiga generasi, produksi kerajinan dari bahan kaleng masih berjalan.

Salah satu faktor yang mendorong sebagian besar masyarakat di Kampung Dukuh memilih untuk menjadi perajin yaitu sulitnya lapangan pekerjaan yang ada di Indonesia bagi masyarakat minim pendidikan membuat sebagian besar masyarakat di Kampung Dukuh memilih untuk melanjutkan usaha kaleng dari keluarganya terdahulu, hal ini pun didukung oleh sumber daya yang sudah tersedia, mulai dari kemampuan masyarakat di Kampung Dukuh yang memang bisa melakukan pekerjaan sebagai perajin, hingga alat-alat dan bahan yang dibutuhkan dalam proses produksinya.

**Tabel 1.1 Data Jumlah Penduduk, Tingkatan Pendidikan, dan Pekerjaan**

Penduduk		Tingkatan Pendidikan		Pekerjaan	
Laki-laki	Perempuan	Laki-laki	Perempuan	Wiraswasta	Belum Bekerja
4,823	2,54	1,697	1,654	1,007	900

(Sumber: Arsip Dokumen Desa Pasir Mukti 2020)

Berdasarkan data tabel diatas yang diperoleh dari kantor Desa Pasir Mukti, secara keseluruhan terdapat 4,823 penduduk laki-laki dan 2,54 perempuan. Dimana, terdapat 1,654 laki-laki dan 1,654 perempuan dengan latar belakang pendidikan sekolah dasar (SD), sekolah menengah pertama (SMP), sekolah menengah atas (SMA), dan perguruan tinggi. Selain itu, terdapat 1,007 masyarakat yang bekerja sebagai wiraswasta dan terdapat 900 masyarakat yang belum memiliki pekerjaan.

Menurut bapak kepala Desa Pasir Mukti, masyarakat di Kampung Dukuh, khususnya para perajin sebagian besar hanya lulusan sekolah dasar (SD) saja. Masyarakat yang memiliki latar belakang pendidikan tamat perguruan tinggi hanya sekitar 20% dari keseluruhan penduduk di Kampung Dukuh.

Hadirnya Kampung Kaleng di Desa Pasir Mukti, khususnya Kampung Dukuh dapat meminimalisir angka kemiskinan dan tingkat masyarakat yang belum memiliki pekerjaan. Namun, banyaknya perajin kaleng di Kampung tersebut tidak membuat mereka tenteram dan damai, seringkali para perajin di Kampung Dukuh bersaing untuk menjatuhkan harga dalam mendapatkan konsumen bahkan ada yang sampai bermusuhan, permasalahan ini seringkali terjadi di Kampung Dukuh antara perajin satu dengan perajin lainnya.

Pada tahun 2015 para perajin di Kampung Dukuh sempat membuat kehebohan warga sekitar, dimana salah satu perajin di Kampung tersebut ketahuan menawarkan produknya ke konsumen langganan perajin lain melalui *contact person* Whatsapp. Awalnya, perajin tersebut tidak mengakui bahwa dirinya mencoba untuk merebut konsumen langganan perajin lain. Namun, setelah diperkuat dengan adanya bukti *chat* yang dibawa oleh perajin lain dimana konsumen langganannya bercerita bahwa perajin di daerah Kampung Dukuh ada yang menawarkan produknya dengan harga rendah kepada dirinya, disitulah kehebohan adu mulut antara perajin satu dengan perajin lain terjadi.

Persaingan tersebut tidak terjadi satu atau dua kali, tetapi seringkali terjadi. Sehingga, Pemerintah Desa Pasir Mukti bersama salah satu perajin kaleng di Kampung Dukuh, Dedi Ahmadi ingin mencoba untuk meminimalisir konflik tersebut dengan berencana untuk mewujudkan sebuah Kelompok Usaha Bersama (KUB) atau yang lebih dikenal dengan nama “Koperasi Rancage” pada tahun 2020.

Istilah Rancage sendiri diambil dari bahasa Sunda yang memiliki makna gesit dan maju bersama-sama. Sehingga tujuan dari berdirinya Koperasi Rancage yaitu untuk membantu mengakomodir para perajin kaleng sekaligus membantu para perajin untuk membentuk sebuah badan hukum dalam usahanya serta dapat mempersatukan para perajin di Kampung Dukuh dalam wadah yang bisa memberikan banyak sekali kesempatan para perajin untuk meningkatkan skill serta pengetahuannya dalam bidang ini.

Dalam hal ini komunikasi pembangunan perlu diterapkan dalam menginformasikan rencana untuk memberdayakan para perajin di Kampung Dukuh, dimana Pemerintah Desa Pasir Mukti bersama salah satu perajin kaleng mendiskusikan rencananya untuk membuat sebuah kelompok usaha bersama agar bisa mempersatukan para perajin yang kemudian rencana tersebut disalurkan kepada masyarakat Kampung Dukuh agar turut serta berpartisipasi di dalamnya, khususnya para perajin di Kampung Dukuh.

Setelah rencana tersebut menyebar diantara para perajin di Kampung Dukuh, Pemerintah Desa Pasir Mukti mulai bisa melaksanakan program pemberdayaan dengan membuat daftar list para perajin yang ingin mengikuti program pemberdayaan, mempersiapkan pelatihan-pelatihan yang akan diberikan kepada para perajin, dan lain sebagainya. Langkah terakhir, yaitu penilaian yang bisa dilakukan setelah program pemberdayaan berjalan minimal satu kali untuk

mengetahui sudah sejauh mana program pemberdayaan yang dilakukan oleh Pemerintah Desa Pasir Mukti dan Pihak Koperasi Rancage kepada Perajin di Kampung Dukuh.

Para perajin yang ingin bergabung dengan Koperasi Rancage dan mengikuti pemberdayaan perlu memenuhi syarat-syarat yang sudah ditentukan, seperti adanya keinginan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan, memiliki spesifikasi khusus dalam produksi agar tidak menyerupai hasil produksi perajin lain, membayar biaya pendaftaran sebesar Rp 2.00.000 untuk menjadi member, apabila sudah ada anggota keluarga yang bergabung maka anggota lain dalam keluarga tersebut sudah tidak dapat bergabung lagi, dan bersedia mengikuti berbagai pelatihan yang biasa dilakukan tiga kali dalam satu tahun.

Usaha Pemerintah Desa Pasir Mukti yang ingin mempersatukan para perajin serta mengembangkan potensi yang terdapat di Kampung Dukuh mendapatkan dukungan penuh dari Pemerintah Kabupaten Bogor yang dibuktikan dengan hadirnya gedung pusat kegiatan UKM sebagai tempat untuk promosi serta pemasaran. Selain dukungan dari Pemerintah Kabupaten Bogor, Desa Pasir Mukti juga mendapatkan dukungan dari PT. Indocement Tunggul Perkasa Tbk yang dibuktikan dengan hadirnya berbagai alat dan bahan permesinan yang bisa digunakan sebagai penunjang produksi serta program pemberdayaan kelompok perajin kaleng di Kampung Dukuh termasuk dalam salah satu program Corporate Social Responsibility (CSR) yang dinaungi langsung oleh PT. Indocement Tunggul Perkasa Tbk.

Para perajin yang bergabung dengan Koperasi Rancage tidak perlu khawatir lagi mengenai alat-alat produksi dan lain sebagainya, karena Koperasi Rancage telah menyediakan berbagai sarana dan prasarana bagi para perajin yang bergabung, seperti gedung pusat kegiatan UKM hingga berbagai pelatihan-pelatihan yang biasa dilaksanakan tiga kali dalam satu tahun, mulai dari pelatihan sumber daya manusia (SDM) guna meningkatkan pengetahuan dan keterampilan perajin, pelatihan manajemen hingga teknik pembuatan sebuah produk yang tepat. Selain itu, di dalam gedung pusat kegiatan UKM juga telah disediakan berbagai alat-alat dan bahan permesinan yang diberikan oleh Pemerintah Kabupaten Bogor dan PT. Indocement Tunggul Perkasa Tbk. Diketahui, pada akhir tahun 2021 hingga saat ini data perajin kaleng di Kampung Dukuh, Desa Pasir Mukti berjumlah 50 perajin.

Di sisi lain, masih banyak para perajin kaleng di Kampung Dukuh yang salah memahami dan mengartikan cara Pemerintah Desa dalam menyelesaikan sekaligus meminimalisir konflik tersebut, karena memang rata-rata dari mereka masih memiliki pemikiran yang individualis dengan berpikir jika bergabung dalam Koperasi Rancage, para perajin tidak akan memiliki kebebasan dalam menjalankan usahanya bahkan ada yang berpikir bahwa Koperasi Rancage hanya akan mengambil keuntungan dibelakangnya.

Namun pada kenyataannya, Pemerintah Desa Pasir Mukti hanya ingin membantu meminimalisir konflik yang seringkali terjadi dengan mempersatukan para perajin di Kampung Dukuh melalui program pemberdayaan yang dilakukan Koperasi Rancage dan membantu para perajin agar bisa mendapatkan banyak keuntungan dalam usahanya, dimana para perajin yang bergabung akan memiliki

tambahan pengetahuan dan keterampilan, memiliki landasan hukum yang mengikat, mendapatkan berbagai pelatihan baik itu pelatihan manajemen maupun produksi, hingga memiliki jaringan pemasaran yang lebih luas.

Meskipun begitu, Pemerintah Desa Pasir Mukti dan pihak Koperasi Rancage tidak memaksa para perajin kaleng di Kampung Dukuh untuk bergabung dalam Koperasi Rancage dan tetap menerima keputusan dari para perajin. Namun, baik itu Pemerintah Desa Pasir Mukti maupun pihak Koperasi Rancage menerima dengan baik para perajin di Kecamatan Citeureup, khususnya di Kampung Dukuh yang ingin bergabung dalam Koperasi Rancage.

Ditinjau dari besarnya upaya yang dilakukan oleh Pemerintah Desa Pasir Mukti serta pihak Koperasi Rancage dalam mempersatukan para perajin kaleng di Kampung Dukuh, tetapi masih banyak para perajin yang tetap tidak ingin bergabung menjadi anggota Koperasi Rancage dan mengikuti pemberdayaan, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih jauh mengenai **“Persepsi Perajin Terhadap Pemberdayaan Kelompok Perajin kaleng Melalui Koperasi Rancage (Kasus di Kampung Dukuh, Desa Pasir Mukti, Kecamatan Citeureup)”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari permasalahan diatas, maka dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana karakteristik perajin kaleng di Kampung Dukuh, Desa Pasir Mukti?
2. Apa saja faktor yang mempengaruhi persepsi para perajin kaleng di Kampung Dukuh, Desa Pasir Mukti?
3. Bagaimana persepsi perajin di Kampung Dukuh, Desa Pasir Mukti terhadap pemberdayaan kelompok perajin kaleng melalui Koperasi Rancage?
4. Bagaimana hubungan antara karakteristik perajin dengan persepsi perajin terhadap pemberdayaan kelompok perajin kaleng melalui Koperasi Rancage?
5. Bagaimana hubungan antara faktor yang mempengaruhi perajin dengan persepsi perajin terhadap pemberdayaan kelompok perajin kaleng melalui Koperasi Rancage?

## 1.3 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui karakteristik perajin kaleng di Kampung Dukuh, Desa Pasir Mukti.
2. Untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi persepsi perajin kaleng di Kampung Dukuh, Desa Pasir Mukti.
3. Untuk mengetahui persepsi perajin kaleng di Kampung Dukuh, Desa Pasir Mukti terhadap pemberdayaan kelompok perajin kaleng melalui Koperasi Rancage.

4. Untuk mengetahui hubungan antara karakteristik perajin dengan persepsi perajin terhadap pemberdayaan kelompok perajin kaleng melalui Koperasi Rancage.
5. Untuk mengetahui hubungan antara faktor yang mempengaruhi perajin dengan persepsi perajin terhadap pemberdayaan kelompok perajin kaleng melalui Koperasi Rancage.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun beberapa manfaat yang diperoleh dalam penelitian, diantaranya:

##### **1.1.4 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan tambahan pengetahuan dalam bidang ilmu komunikasi khususnya konsentrasi hubungan masyarakat mengenai pemberdayaan kelompok dan dapat menjadi masukan bagi penelitian selanjutnya.

##### **1.2.4 Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan yang positif dan bermanfaat bagi Pemerintah Desa dan Pihak Koperasi Rancage dalam memberdayakan para perajin melalui adanya koperasi.

## BAB 2

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Komunikasi

##### 2.1.1 Definisi Komunikasi

Menurut Effendy (dalam Suryanto, 2017: 48) mengatakan bahwa “komunikasi merupakan proses penyampaian pikiran oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang-lambang yang bermakna sama bagi kedua belah pihak”. Adapun definisi yang lebih singkat dijelaskan oleh Effendy, yaitu komunikasi merupakan proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh komunikator kepada komunikan.

Littlejohn (dalam Petra et al., 2018) mengatakan bahwa “komunikasi merupakan suatu hal paling mendasar dalam kehidupan manusia, dengan adanya komunikasi maka manusia dapat berhubungan satu sama lain”.

Definisi diatas menunjukkan bahwa komunikasi merupakan proses menyampaikan sebuah pesan dari pengirim pesan kepada penerima pesan yang memiliki tujuan untuk mengubah sekaligus mempengaruhi orang lain.

##### 2.1.2 Unsur-Unsur Komunikasi

Berikut unsur-unsur komunikasi menurut Harold Lasswell (dalam Mulyana, 2012: 29-71) antara lain:

1. Sumber (*source*) : Pengirim pesan, penyandi (encode), komunikator, pembicara atau originator. Sumber adalah pihak yang berinisiatif untuk berkomunikasi dengan menyampaikan apa yang ada di dalam perasaan dan kepala pikiran, sumber harus bisa mengubah perasaan dan pikiran tersebut kedalam simbol verbal dan non-verbal agar mudah dipahami oleh seorang komunikan.
2. Pesan (*message*) : Informasi yang disampaikan sumber kepada penerima.
3. Saluran : Alat yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesannya kepada penerima.
4. Penerima (*receiver*) : Penerima sering juga disebut sasaran atau tujuan, komunikan, penyandi balik (*decoding*) yaitu orang yang menerima pesan dari sumber.
5. Efek : Efek yang terjadi pada penerima (komunikan) setelah menerima pesan tersebut.

##### 2.1.3 Komunikasi Pembangunan

Menurut Zulkarimen (dalam Astuti, 2017) Komunikasi pembangunan dapat dilihat dalam dua arti, yakni luas dan sempit. Dalam arti luas, komunikasi pembangunan meliputi peran dan fungsi komunikasi (sebagai aktivitas pertukaran pesan secara timbal balik) antara semua pihak yang terlibat dalam usaha pembangunan, terutama pemerintah dan masyarakat. Namun, bukan hanya dalam proses pembangunan saja, tetapi juga proses perencanaan, pelaksanaan, dan penilaian terhadap pembangunan itu sendiri.

Sedangkan dalam arti sempit, komunikasi pembangunan merupakan segala upaya serta teknik penyampaian gagasan dan keterampilan pembangunan yang berasal dari pihak yang memprakarsai pembangunan kepada masyarakat luas. Hal ini bertujuan agar masyarakat dapat memahami serta berpartisipasi dalam pembangunan.

Sehingga, dalam definisi ini komunikasi pembangunan dipandang sebagai salah satu cara bagi pemerintah dalam menyampaikan ide atau gagasan terhadap masyarakat dengan harapan masyarakat tersebut bisa melaksanakan serta berpartisipasi dalam pembangunannya.

## 2.2 Persepsi

Persepsi memiliki berbagai arti yang jika dikaji lebih dalam, sebenarnya berbagai arti tersebut memiliki makna yang sama. Istilah “persepsi” berakar dari Bahasa Inggris “Perception” yang memiliki arti tanggapan. Leavit (dalam Sobur, 2013) mengatakan bahwa “persepsi dalam arti sempit adalah penglihatan (bagaimana seseorang memandang sesuatu), sedangkan dalam artian luas persepsi adalah pandangan atau pengertian bagaimana seseorang memandang dalam mengartikan sesuatu”.

Definisi lain dikemukakan oleh Bimo Walgito (dalam Akbar, 2015) mengungkapkan bahwa persepsi merupakan proses pengorganisasian atau penginterpretasian terhadap stimulus yang diterima oleh organisme (individu) sehingga menjadi sesuatu yang berarti dan merupakan aktivitas yang *integrated* dalam diri individu sebagai akibat dari persepsi yang diambil oleh individu dengan berbagai macam bentuk, stimulus yang akan mendapatkan respon dari individu tergantung pada perhatian individu yang bersangkutan.

Dengan kata lain, persepsi merupakan cerminan bagaimana seseorang memandang dan menginterpretasikan serta mengartikan sesuatu hal yang nantinya akan mempengaruhi tanggapan dalam dirinya terhadap sesuatu itu. Seseorang akan cenderung mempercayai sesuatu yang dia pahami sesuai dengan situasi dan kondisinya saat itu.

### 2.2.1 Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi

Dalam merespon atau menanggapi suatu hal, seringkali seseorang terpengaruh oleh beberapa faktor disekitarnya yang memang berkaitan.

Rakhmat (2018) mengemukakan 3 faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang, antara lain:

1. Perhatian  
Perhatian adalah proses menilai suatu rangkaian stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran dan stimuli lainnya melemah. Beberapa faktor yang mempengaruhi perhatian adalah atribut yang akan dipersepsikan, seperti gerakan, kontras kebaruan, dan perulangan objek.
2. Pengetahuan  
Pengetahuan adalah ketika individu mendapatkan perubahan mengenai hal yang diketahui, dipahami, dan dipersepsikan



mengenai suatu objek, pengetahuan bersifat informatif pada diri komunikannya.

### 3. Penafsiran

Penafsiran adalah proses ketika komunikannya memberikan arti terhadap objek yang diterima, mengorganisasikan stimuli dengan melihat konteks dan mengisinya dengan interpretasi konsisten dengan rangkaian stimuli yang dipersepsikan.

Sedangkan, Toha (dalam Fuady et al., 2017) mengatakan bahwa terdapat dua faktor yang dapat mempengaruhi persepsi seseorang, antara lain:

1. Faktor internal: perasaan, karakteristik individu, prasangka, keinginan, perhatian, proses belajar, keadaan fisik, gangguan kejiwaan, nilai dan kebutuhan juga minat, dan motivasi.
2. Faktor eksternal: latar belakang keluarga, informasi yang diperoleh, pengetahuan dan kebutuhan sekitar, intensitas, ukuran, keberlawanan, pengulangan gerak, hal-hal baru, dan familiar atau ketidak asingan terhadap suatu objek.

#### 2.2.2 Aspek-Aspek Persepsi

Bimo Walgito (dalam Fentri, 2017) mengatakan aspek-aspek persepsi, antara lain:

1. Aspek kognitif  
Kognitif bersifat rasional atau masuk akal. Komponen ini tersusun atas dasar pengetahuan atau informasi yang dimiliki seseorang tentang objek. Berkaitan dengan pikiran seseorang apa yang ada dalam pikiran konsumen.
2. Aspek afektif  
Komponen afektif berhubungan dengan rasa senang dan tidak senang, bersifat evaluatif yang berhubungan erat dengan nilai-nilai kebudayaan atau sistem nilai yang dimilikinya. Berkaitan dengan perasaan, sifat emosional, seperti perasaan senang, sedih, ceria, dan gembira.
3. Aspek konatif  
Komponen konatif merupakan kesiapan seseorang dalam bertindak laku yang berhubungan dengan objek sikapnya. Berkaitan dengan tindakan, wujudnya adalah tindakan seseorang.

Dari aspek tersebut, ditarik kesimpulan bahwa aspek kognitif yakni komponen berkaitan dengan pengetahuan seseorang, aspek afektif berkaitan dengan perasaan seseorang, dan aspek konatif berkaitan dengan bagaimana seseorang tersebut bertindak dan menyikapi suatu hal.

### 2.2.3 Proses Pembentukan Persepsi

Dalam pembentukan persepsi, pada awalnya seseorang akan melewati tahap pengamatan terhadap suatu objek tertentu menggunakan panca indera yang kemudian terjadilah proses pembentukan persepsi.

Suwarnah (dalam Rivasari, 2013) mengatakan pembentukan persepsi antara lain, sebagai berikut:

1. Stimulus  
Ketika seseorang dihadapkan pada stimulus atau situasi yang berupa pengindraan deka dan langsung atau berupa lingkungan sosiokultural serta fisik yang menyeluruh dari stimulus tersebut.
2. Registrasi  
Suatu gejala yang nampak, yaitu mekanisme fisik untuk mendengar dan melihat suatu informasi maka mulailah dengan mendaftar, mencerna, dan menyerap informasi
3. Interpretasi  
Informasi yang terserap kemudian ditafsirkan melalui aspek kognitif dari persepsi yang amat penting karena proses tergantung pada pendalaman, motivasi dan kepribadian seseorang beda dengan orang lain, sehingga interpretasi seseorang terhadap stimulus akan berbeda.
4. Umpan balik  
Proses akhir dimana akan memunculkan reaksi positif atau negatif, maka akan muncul reaksi.

### 2.2.4 Indikator Persepsi

Dalam menilai seberapa besar persepsi seseorang dapat mempengaruhi sesuatu, Bimo Walgito (dalam Ratna, 2017: 54-55) mengemukakan indikator-indikator apa saja yang mempengaruhinya, antara lain:

1. Penyerapan terhadap rangsang atau objek dari luar individu  
Panca indera, seperti penglihatan, pendengaran, sentuhan, dan penciuman menyerap atau menerima rangsangan atau objek eksternal baik secara terpisah maupun bersama-sama. Gambar, tanggapan, atau impresi di dalam otak akan dihasilkan dari hasil yang diserap atau diterima oleh indra. Bergantung pada objek persepsi yang diamati, ikhtisar itu bisa tunggal atau jamak. Gambar atau kesan yang terbentuk sebelumnya dan yang baru terbentuk disimpan di otak. Apakah gambar itu buruk atau tidak tergantung pada seberapa jelas stimulusnya, seberapa normal indranya, dan seberapa baru atau lama hal itu terjadi.
2. Pengertian atau pemahaman  
Pada proses ini otak mengatur, mengkategorikan, membandingkan, dan menginterpretasikan suatu kesan atau gambaran untuk membentuk pengertian atau pemahaman. Memahami adalah proses yang sangat unik dan cepat. Gambaran awal individu dikenal sebagai apersepsi akan menentukan makna yang terbentuk.
3. Evaluasi atau penilaian

Penilaian individu mengikuti pembentukan pemahaman. Secara subyektif, individu membandingkan pemahaman atau pemahaman tentang kriteria atau norma yang baru diperoleh. Meskipun itemnya sama, peringkat individu berbeda-beda. Karena itu, persepsi setiap orang itu unik.

Sedangkan, menurut Hamka (dalam Ratna, 2017: 101) indikator persepsi terdapat dua macam, yaitu:

1. Menyerap  
Rangsangan yang datang dari luar seseorang ditangkap oleh panca indra, masuk ke dalam otak, dan menemukan tempat, sehingga memungkinkan dilakukannya analisis, klasifikasi, dan pengorganisasian yang berasal dari pengalaman sebelumnya. terlepas dari kenyataan bahwa rangsangan diserap dengan cara yang sama, penyerapan individualnya berbeda.
2. Mengerti atau memahami  
indikator persepsi hasil pengorganisasian dan klasifikasi; tahap proses psikis ini terjadi. Pemahaman atau pengertian yang dihasilkan dari hasil analisis bersifat subjektif dan unik bagi setiap individu.

### 2.3 Pemberdayaan

Istilah “Pemberdayaan” adalah terjemahan dalam bahasa Inggris, yakni “Empowerment” yang berasal dari kata “Power” dan memiliki arti kekuatan, mencapai, melakukan atau memungkinkan. Pemberdayaan mengacu pada kemampuan seseorang, khususnya yang lemah menjadi kuat.

Dr. Zubaedi (2013) menyatakan bahwa “pemberdayaan atau *empowerment* merupakan upaya mengangkat harkat dan martabat masyarakat yang terkena dampak kemiskinan agar dapat membebaskan diri dari kekurangan dan kesengsaraan”.

“Pemberdayaan merupakan upaya membangun daya dengan mendorong, memotivasi, dan membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimiliki serta berupaya mengembangkan dan memperkuat potensinya” (Utami dan Prihatiningsih, 2017: 255).

Salah satu upaya pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan Desa adalah dengan melakukan pemberdayaan Desa. Melalui pemberdayaan, masyarakat dilatih untuk mengembangkan diri dan lingkungannya. Pemberdayaan masyarakat secara konseptual merupakan langkah untuk perubahan kearah yang lebih baik.

Berdasarkan definisi tersebut, pemberdayaan adalah upaya dalam pengembangan keadaan atau situasi dan kondisi yang pada awalnya tidak berdaya menjadi berdaya, dimana masyarakat didorong sekaligus diberikan pemahaman dan pengetahuan bahkan keterampilan untuk mengembangkan potensinya dan memiliki kemampuan memenuhi kebutuhan hidupnya.

Friedmann (dalam Margolong, 2018) mengatakan bahwa upaya pemberdayaan masyarakat dapat dilihat dalam tiga aspek, seperti:

1. *Enabling*, yaitu menciptakan suasana yang memungkinkan potensi masyarakat dapat berkembang. Aspek ini memiliki asumsi bahwa pemahaman setiap orang dan setiap masyarakat memiliki potensi yang dapat dikembangkan artinya tidak ada orang atau masyarakat tanpa daya. Pemberdayaan adalah upaya untuk membangun daya dengan mendorong, memotivasi, dan membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimiliki masyarakat serta upaya untuk mengembangkannya.
2. *Empowering*, yaitu memperkuat potensi yang dimiliki masyarakat melalui langkah-langkah nyata yang menyangkut penyediaan berbagai input dan pembukaan dalam berbagai peluang yang akan membuat masyarakat semakin berdaya.
3. *Protecting*, yaitu melindungi dan membela kepentingan masyarakat lemah. Untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam proses pengambilan keputusan yang menyangkut dan masyarakatnya merupakan unsur penting.

### **2.3.1 Tujuan Pemberdayaan**

Salah satu upaya memajukan, memampukan, dan memandirikan masyarakat adalah dengan diwujudkan pemberdayaan masyarakat. Masyarakat yang tidak berdaya atau tidak memiliki kekuatan, dengan kata lain lemah perlu mendapatkan kesempatan dalam menumbuhkan potensi yang terdapat dalam dirinya agar sanggup menjadi masyarakat yang memiliki kekuatan, kemandirian, serta bisa terbebas dari kesengsaraan.

Beberapa kelompok yang dikategorikan sebagai kelompok lemah atau tidak berdaya, yaitu:

1. Kelompok lemah secara struktural, baik lemah secara kelas, gender, maupun etnis.
2. Kelompok lemah khusus, seperti manula, anak-anak dan remaja, penyandang disabilitas, gay, dan lesbi, serta masyarakat yang terasing.
3. Kelompok lemah secara personal, yaitu mereka yang mengalami masalah pribadi dan keluarga.

“Adapun pemberdayaan masyarakat senantiasa menyangkut dua kelompok yang saling terkait dimana masyarakat sebagai pihak yang diberdayakan dan pihak yang menaruh kepedulian sebagai pihak yang memberdayakan” (Mahardikanto dan Soebianto, 2015).

### 2.3.2 Karakteristik Pemberdayaan

Secara garis besar, pemberdayaan adalah proses dimana seseorang melakukan hal baru atau dengan kata lain belajar. Dalam pemberdayaan, terdapat beberapa karakteristik yang perlu dipahami. Kamil *dalam* (Suharyanti, 2020) mengemukakan karakteristik pemberdayaan, sebagai berikut:

1. Pengorganisasian masyarakat, merupakan kualitas kepemimpinan yang bertujuan untuk mendorong orang memulai bisnis dan mengubah keadaan sosial ekonomi mereka.
2. Kolaborasi dan pengelolaan diri, khususnya taktik menyembunyikan atau membagi otoritas dalam hubungan, pekerjaan, atau aktivitas. Perlu adanya pembagian peran dan struktur organisasi yang mendukung dan meminimalisir perbedaan status.
3. Pendekatan partisipatif, yang menekankan partisipasi setiap warga dalam semua kegiatan dan perlunya melibatkan tokoh dan pakar.
4. Sebuah strategi yang menekankan pada penciptaan lingkungan di mana warga negara dapat belajar untuk tumbuh dan mengembangkan keterampilan analitis serta termotivasi untuk berpartisipasi.

### 2.3.3 Prinsip-Prinsip Pemberdayaan

Pemberdayaan memiliki prinsip-prinsip yang pada umumnya dipahami sebagai syarat atau ketentuan yang harus dijalankan. Prinsip sendiri memiliki dasar atau pedoman yang dijadikan sebagai acuan dalam menjalankan sebuah proses. Mahardikanto (2013: 105) mengatakan prinsip-prinsip pemberdayaan, sebagai berikut:

1. Mengerjakan, artinya kegiatan pemberdayaan harus sebanyak mungkin melibatkan masyarakat untuk mengerjakan atau menerapkan sesuatu. Melalui “mengerjakan” mereka akan mengalami proses belajar (baik menggunakan pikiran, perasaan, dan keterampilan) yang akan terus diingat untuk jangka waktu yang lama.
2. Akibat, artinya kegiatan pemberdayaan harus memberikan akibat atau pengaruh yang baik atau bermanfaat. Perasaan senang atau tidak senang akan mempengaruhi semangatnya untuk mengikuti kegiatan belajar atau pemberdayaan di masa mendatang.
3. Asosiasi, artinya setiap kegiatan pemberdayaan harus dikaitkan dengan kegiatan lain, sebab setiap orang cenderung mengaitkan atau menghubungkan kegiatannya dalam kegiatan atau peristiwa yang lain.

### 2.3.4 Indikator Pemberdayaan

Secara konseptual, keberhasilan dalam pemberdayaan dapat dilihat dari kemampuan ekonomi seseorang, kemampuan mengakses manfaat kesejahteraan, dan kemampuan kultural politis.

Menurut Soeharto (dalam Suharyanti, 2020) terdapat empat indikator pengukur keberhasilan pemberdayaan, diantaranya:

1. Tingkat kesadaran dan keinginan untuk berubah (*power to*).
2. Tingkat kemampuan meningkatkan kapasitas untuk memperoleh akses (*power within*).
3. Tingkat kemampuan menghadapi hambatan (*power over*).
4. Tingkat kemampuan kerjasama dan solidaritas (*power with*).

Pengukuran keberhasilan pemberdayaan individu atau kelompok dimulai dari tingkat kesadaran atau keinginan individu untuk berubah dalam meningkatkan kemampuan (*power to*) atas peralihan dan berpeluang dalam memperoleh akses (*power within*) dan bisa menyelesaikan berbagai rintangan (*power over*), serta menumbuhkan kebersamaan, kekompakan, dan kesetiakawanan dalam menyelesaikan rintangan yang terjadi (*power with*) maka pemberdayaan bisa berjalan dengan baik.

Pearson dalam Edi Suharto, mengatakan bahwa indikator keberhasilan pemberdayaan terdapat tiga dimensi, diantaranya:

1. Pembangunan yang berasal dari peningkatan individu dan kemudian dikembangkan menjadi perubahan sosial yang lebih besar.
2. Situasi psikologis yang memiliki ciri-ciri, seperti percaya diri, menjadi pribadi yang bermanfaat, dan dapat mengontrol diri sendiri juga orang lain.
3. Penyelamatan yang disebabkan oleh aktivitas sosial bermula dari pendidikan dan politisi orang-rang yang rapuh agar mendapatkan kewenangan dan bisa membarui struktur yang belum benar.

## 2.4 Kelompok

Kelompok merupakan gabungan dari beberapa orang atau bisa disebut dengan sekelompok individu yang saling mempengaruhi satu sama lain dan memiliki tujuan yang sama. Cattell (dalam Suharyanti, 2020) mengatakan kelompok merupakan gabungan organisme yang bekerjasama untuk memenuhi kebutuhan individu dalam suatu konstelasi yang lengkap (mereka yang menerima hubungan).

Sarwono (dalam Septiyanti, 2016) mengungkapkan bahwa “kelompok yang terdiri dari dua orang atau lebih menganggap diri mereka sebagai satu kesatuan dan merasa menjadi bagian dari kelompok yang memiliki tujuan yang sama dan bergantung satu sama lain”.

Setiap individu yang berada dalam satu kelompok yang sama merupakan sekumpulan orang-orang yang sebenarnya memiliki kesamaan, mulai dari tujuan, pandangan, hingga kebutuhan yang dimilikinya.

#### **2.4.1 Jenis-Jenis Kelompok**

Bierstedt (dalam Septiyanti, 2016) mengatakan bahwa “kelompok memiliki beragam jenis yang bisa dilihat dari ada atau tidaknya organisasi, hubungan sosial antara kelompok dan kesadaran jenis”. Kelompok dapat digolongkan menjadi empat bagian, antara lain:

1. Kelompok statistik, merupakan kelompok yang bukan milik organisasi dan tidak berhubungan sosial.
2. Kelompok masyarakat, merupakan kelompok dengan perumpamaan tapi tidak memiliki organisasi dan tidak ada anggota yang terhubung secara sosial.
3. Kelompok sosial, merupakan salah satu anggota yang memiliki kebebasan untuk saling berkomunikasi dan memiliki kesadaran dengan yang lainnya.
4. Kelompok asosiasi, merupakan kelompok dengan anggota yang mengetahui jenis kebutuhan pribadi dan kolektif yang serupa satu sama lain. Setiap anggota terhubung satu sama lain dan membentuk hubungan formal dengan organisasi.

#### **2.5 Perajin**

Perajin menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia merupakan seseorang yang berprofesi sebagai pembuat barang kerajinan. Perajin sendiri memiliki makna seseorang atau sekelompok individu yang memiliki keterampilan dalam membuat karya kerajinan dengan penuh semangat. Umumnya, para perajin yang melakukan kegiatan kerajinan ini merupakan perajin tradisional dengan memanfaatkan sumber daya yang mudah ditemukan.

Arisandi (dalam Mulyaningsih, 2015) mengungkapkan bahwa kerajinan memiliki arti sesuatu yang dihasilkan dari sebuah pengolahan, seperti bahan baku atau barang mentah melalui proses penggarapan, sehingga barang tersebut dapat diperoleh dengan harga rendah tetapi dengan mutu yang tinggi.

Dengan kata lain, perajin adalah sekelompok orang yang memiliki keahlian atau keterampilan tertentu dalam membuat suatu kerajinan tangan yang pada awalnya bernilai rendah menjadi produk dengan nilai dan kualitas yang tinggi.

#### **2.6 Koperasi**

Istilah “Koperasi” berasal dari kata Co dan Operation, yang memiliki arti Co yaitu bersama, dan Operation yaitu kegiatan atau pekerjaan. Dua kata tersebut memiliki makna “bersama-sama melakukan kegiatan atau pekerjaan untuk mencapai suatu tujuan bersama, secara demokratis terbuka dan sukarela” (Subyantoro, 2015: 5).

Definisi lain menurut Rudianto (2015: 3) menyebut bahwa “koperasi adalah perkumpulan orang yang secara sukarela mempersatukan diri untuk berjuang

meningkatkan kesejahteraan ekonomi mereka melalui pembentukan sebuah badan usaha yang dikelola secara demokratis”.

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa koperasi merupakan suatu badan usaha yang telah berbadan hukum yang memiliki tujuan untuk mensejahterakan anggota-anggotanya. Dengan kata lain, koperasi merupakan wadah yang dapat mempersatukan anggota satu dengan anggota yang lain.

## **2.7 Teori Penilaian Sosial (*social judgement theory*)**

Teori penilaian sosial (*social judgement theory*) memberikan perhatian kepada bagaimana seseorang memberikan penilaian mengenai segala pernyataan yang didengarnya. Teori ini didasarkan oleh penelitian Muzafer Sherif yang memperkirakan bagaimana individu menilai suatu pesan dan bagaimana penilaian terhadap pesan tersebut dapat mempengaruhi kepercayaan yang sudah dimiliki sebelumnya.

Tingkat penerimaan atau penolakan individu terhadap suatu isu atau objek dipengaruhi oleh variabel penting, seperti keterlibatan ego (*ego involvement*) yang diartikan sebagai *sense of the personal relevance issue* (adanya hubungan personal dengan isu bersangkutan). Singkatnya, individu akan menerima atau menolak pesan berdasarkan dua hal, yakni acuan internal dan keterlibatan ego.

Namun, proses penilaian dapat menimbulkan penyimpangan atau distorsi, seperti pada acuan internal saat seseorang mengalami distorsi dalam penilaiannya dengan cara membuat efek pertentangan (*contrast effect*) yang terjadi jika individu menilai pesan menjadi lebih jauh atau bertentangan dengan pandangannya sendiri daripada yang seharusnya dan yang kedua efek asimilasi (*similation effect*) yang terjadi jika seseorang menilai suatu pesan menjadi lebih dekat dengan pandangannya sendiri daripada yang seharusnya.

Terdapat tiga hal yang dapat digunakan dalam mengukur apakah pesan tersebut diterima atau tidak, antara lain:

1. *Latitude of acceptance* (wilayah penerimaan) pesan akan dapat mendorong perubahan sikap individu.
2. *Latitude of rejection* (wilayah penolakan) perubahan sikap individu akan berkurang atau bahkan tidak ada terhadap suatu pesan.
3. *Non-commitment* (wilayah netral) perubahan sikap individu akan terjadi walaupun berbagai argumen itu berbeda dengan argumen sendiri.

Penelitian ini memiliki relevansi dengan teori penilaian sosial (*social judgement theory*) dari Sherif, dimana persepsi para perajin di Kampung Dukuh terhadap pemberdayaan kelompok perajin kaleng melalui Koperasi Rancage akan mempengaruhi apakah informasi tersebut diterima atau tidak oleh diri perajin, karena proses penilaian informasi mengenai pemberdayaan kelompok perajin kaleng melalui Koperasi Rancage dapat menimbulkan penyimpangan dalam dirinya, dimana perajin bisa saja menilai informasi tersebut menjadi jauh dari pandangannya atau berada lebih dekat dari pandangannya.



## 2.8 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu digunakan dalam penelitian ini sebagai referensi untuk mengetahui serta membandingkan dengan penelitian sebelumnya. Berikut beberapa referensi dari penelitian sebelumnya, antara lain:

1. **Penelitian yang dilakukan oleh Murfiani Malisa (2019), Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan Bogor dengan judul skripsi “Persepsi Followers Terhadap Komunikasi Public Relations Terkait Gangguan Pengaliran Melalui Instagram PDAM Tirta Pakuan Kota Bogor (Kasus Pada Gangguan Pengaliran Di Desa Cipaku)”.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana karakteristik masyarakat desa Cipaku yang menjadi *followers* Instagram PDAM Tirta Pakuan, mengetahui komunikasi public relations, dan persepsi masyarakat terhadap komunikasi public relations terkait gangguan pengaliran melalui Instagram PDAM Tirta Pakuan Kota Bogor serta menganalisis hubungan antara komunikasi public relations dengan persepsi masyarakat terhadap informasi gangguan pengaliran melalui Instagram PDAM Tirta Pakuan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif korelasional teori yang digunakan adalah Stimulus-Organism-Response (S-O-R) serta menggunakan desain penelitian survey dan teknik pengambilan sampel *non-probability sampling* dengan penarikan sampel *accidental sampling*. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data deskriptif yang berupa skala likert dan non-parametrik yaitu pengujian hubungan *rank spearman* dan *chi square*. Penelitian ini menggunakan rumus *slovin* dalam penentuan sampel. Hasil uji hubungan antara variabel diperoleh hubungan yang sangat nyata antara variabel X1 karakteristik masyarakat terhadap Y1.2 dan Y1.3 persepsi masyarakat, variabel X2 komunikasi public relations terhadap Y1.1 Y1.2 Y1.3

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian saya yaitu, penggunaan teknik pengambilan sampel yang digunakan, *non-probability sampling* dengan teknik sampel jenuh dimana semua anggota populasi dijadikan sampel. Selain itu, perbedaan dapat dilihat dari teori yang digunakan berbeda, dimana saya menggunakan teori penilaian sosial (*social judgement theory*) dan pemilihan lokasi penelitian yang berbeda dimana penelitian saya memilih lokasi di Kampung Dukuh, Desa Pasir Mukti Kecamatan Citeureup, Kabupaten Bogor.

2. **Penelitian yang dilakukan oleh Gina Rivasari (2020), Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan Bogor dengan judul skripsi “Persepsi Masyarakat Kelurahan Tajur, Kecamatan Bogor Timur, Kota Bogor Terhadap Pembangunan Mal Boxies 123”.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi masyarakat Kelurahan Tajur, Bogor Timur terhadap pembangunan mal Boxies 123, karakteristik masyarakat Kelurahan Tajur, bagaimana persepsinya, dan bagaimana hubungan antara karakteristik dan persepsi masyarakat. Penelitian ini menggunakan teori integrasi informasi (*information*

*integration theory*). Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan desain penelitian survey melalui kuesioner yang bersifat deskriptif korelasi dan penarikan sampel yang digunakan yakni *accidental sampling*. Teknik analisis data menggunakan statistik deskriptif dengan menggunakan skala likert dan non-parametrik dengan uji korelasi *rank spearman* dan uji *chi square*. Hasil penelitian menunjukkan nilai rata-rata pada indikator kognitif tergolong tinggi, sedangkan afektif dan konatif rendah. Selain itu, uji hubungan antara variabel karakteristik dan persepsi masyarakat menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian saya yaitu teknik pengambilan sampel yang digunakan, *non-probability sampling* dengan teknik sampel jenuh (sensus) dimana semua anggota populasi dijadikan sampel. Selain itu, teori yang digunakan pun berbeda, dimana saya menggunakan teori penilaian sosial (*sosial judgement theory*) dan pemilihan lokasi penelitian yang berbeda dimana penelitian saya memilih lokasi di Kampung Dukuh, Desa Pasir Mukti Kecamatan Citeureup, Kabupaten Bogor.

3. **Penelitian yang dilakukan oleh Nadira Anasta Fatfa (2021) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan dengan judul skripsi “Persepsi Pemuda Followers Akun Instagram @Najwashihab Terhadap Personal Branding Najwa Shihab (Kasus Mata Najwa Edisi Menanti Terawan)”**

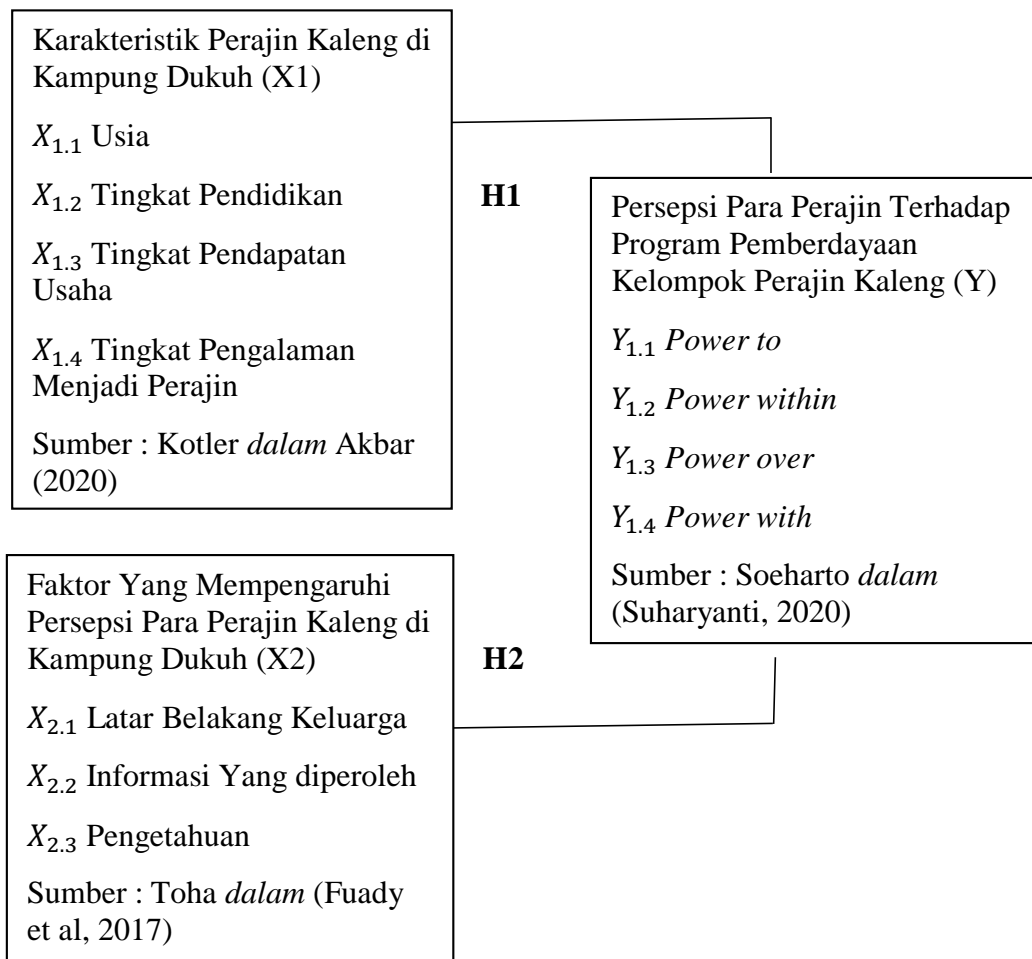
Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi persepsi pemuda followers akun Instagram @najwashihab terhadap *personal branding* najwa shihab, mendeskripsikan karakteristik pemuda *followers*, dan mendeskripsikan faktor pembentuk *personal branding* dan menganalisis hubungan karakteristik pemuda *followers* dengan persepsi pemuda terhadap *personal branding* najwa shihab. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif korelasional dengan teori yang digunakan yakni teori perbedaan individu serta teknik pengambilan sampel *non probability sampling* dengan *judgemental sampling* yang berdasarkan pertimbangan subjektif. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data deskriptif yang berupa skala likert dan non-parametrik yaitu pengujian hubungan *rank spearman* dan *chi square*. Hasil penelitian menunjukkan secara garis besar uji hubungan Antara karakteristik (X1) dengan persepsi pemuda (Y) tidak terdapat hubungan yang signifikan. Sejalan dengan teori yang mengatakan bahwa sikap pemuda berbeda dengan pemuda lainnya tergantung pada pengalamannya.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian saya yaitu teknik pengambilan sampel yang digunakan *non-probability sampling* dengan teknik sampel jenuh (sensus) dimana semua anggota populasi dijadikan sampel. Selain itu, teori yang digunakan pun berbeda, dimana saya menggunakan teori penilaian sosial (*sosial judgement theory*) dan pemilihan lokasi penelitian yang berbeda dimana penelitian saya memilih lokasi di Kampung Dukuh, Desa Pasir Mukti Kecamatan Citeureup, Kabupaten Bogor.

## 2.9 Kerangka Berpikir

Penelitian ini menggunakan kerangka berpikir dengan dua variabel bebas dan satu variabel terikat, dimana variabel bebas diwakili oleh (X) yang terdiri dari X1 dan X2. Sedangkan, variabel terikat diwakili oleh Y1. Variabel X1 mewakili variabel karakteristik para perajin di Kampung Dukuh, Desa Pasir Mukti dengan indikator berupa Usia, Tingkat Pendidikan, Tingkat Pendapatan Usaha, dan Tingkat Pengalaman Menjadi Perajin. Sementara, variabel X2 mewakili faktor yang mempengaruhi persepsi para perajin di Kampung Dukuh, Desa Pasir Mukti dengan indikator Tingkat Dukungan Keluarga, Sumber Informasi Pemberdayaan, dan Pengetahuan Tentang Pemberdayaan. Sedangkan, variabel Y1 akan mewakili persepsi para perajin di Kampung Dukuh, Desa Pasir Mukti terhadap pemberdayaan kelompok perajin kaleng melalui Koperasi Rancage dengan indikator *power to*, *power within*, *power over*, dan *power with*.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan sebelumnya, berikut gambaran dari kerangka berpikir:



Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir

## 2.10 Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian (Sugiyono, 2012). Sehingga, berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, penelitian ini dapat diasumsikan sebagai berikut:

$H_1$  : Terdapat hubungan antara karakteristik perajin kaleng dengan persepsi perajin terhadap pemberdayaan kelompok perajin kaleng melalui Koperasi Rancage

$H_{01}$  : Tidak terdapat hubungan antara karakteristik perajin kaleng dengan persepsi perajin terhadap pemberdayaan kelompok perajin kaleng melalui Koperasi Rancage

$H_2$  : Terdapat hubungan antara faktor yang mempengaruhi persepsi perajin dengan persepsi perajin terhadap pemberdayaan kelompok perajin kaleng melalui Koperasi Rancage

$H_{02}$  : Tidak terdapat hubungan antara faktor yang mempengaruhi persepsi perajin dengan persepsi perajin terhadap pemberdayaan kelompok perajin kaleng melalui Koperasi Rancage.

## **BAB 3**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Desain Penelitian**

Desain penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey deskriptif korelasi. Penelitian deskriptif menjelaskan suatu objek yang akan diteliti. Sedangkan, metode korelasional digunakan untuk mengukur hubungan yang ditimbulkan antara variabel X terhadap variabel Y. Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan *positivistic* (data konkrit), data penelitian berupa angka-angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji perhitungan, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan kesimpulan (Sugiyono, 2018).

Desain penelitian ini akan menjelaskan karakteristik para perajin serta persepsi para perajin terhadap pemberdayaan kelompok perajin kaleng melalui Koperasi Rancage dan menguraikan faktor apa saja yang mempengaruhi persepsi para perajin. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu variabel bebas dan variabel terikat, dimana variabel bebas pada penelitian ini adalah karakteristik para perajin dan faktor yang mempengaruhi persepsi para perajin, sedangkan variabel terikatnya yaitu persepsi para perajin terhadap pemberdayaan kelompok perajin kaleng melalui Koperasi Rancage.

#### **3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Menurut Sugiyono (2017) lokasi penelitian adalah tempat dimana situasi sosial tersebut akan diteliti. Penelitian ini dilakukan di Kampung Dukuh, Desa pasir Mukti, Kecamatan Citeureup, Kabupaten Bogor dan Koperasi Rancage Jl. Industri No.65, tarikolot, Kecamatan Citeureup, Kabupaten Bogor, 16810. Pemilihan lokasi ini didasarkan atas pertimbangan bahwa desa tersebut di dominasi oleh para perajin kaleng yang menjadi produsen terbesar di wilayah Jabodetabek khususnya Jakarta, Bogor, dan depok. Penelitian ini dimulai pada bulan Oktober 2022 sampai dengan Februari 2023.

#### **3.3 Populasi dan Sampel**

##### **3.3.1 Populasi**

Sugiyono (2014) mengungkapkan bahwa “populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek dan subjek yang mempunyai kualitas serta karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya”.

Dalam penelitian ini, terdapat 50 populasi tahun 2022 dimana seluruhnya merupakan para perajin kaleng di Kampung Dukuh, Desa Pasir Mukti, Kecamatan Citeureup, Kabupaten Bogor.

##### **3.3.2 Sampel**

Sugiyono (2014: 62) mengungkapkan bahwa “sampel ialah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh jumlah populasi”. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dengan teknik sensus. Jika jumlah populasinya kurang dari 100 orang, maka jumlah sampel diambil dari keseluruhan, jika populasinya lebih besar dari 100 orang

maka sampel diambil 10 sampai 15 persen atau 20 sampai 25 persen dari jumlah populasinya (Arikunto, 2012: 104).

Berdasarkan penjelasan tersebut, penelitian ini menggunakan jumlah populasi kurang dari 100 orang, yaitu 50 orang para perajin, maka penulis mengambil 100% jumlah populasi yang terdapat di Kampung Dukuh. Sehingga, penggunaan keseluruhan populasi tanpa menentukan sampel disebut dengan teknik sensus.

### 3.4 Jenis dan Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam melakukan penelitian yaitu primer dan sekunder. Pengertian sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, sedangkan sumber data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2018).

#### 1. Data Primer

Sugiyono (2013: 137) mengatakan bahwa “data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data”. Peneliti memperoleh data tersebut melalui pengamatan langsung di Kampung Dukuh, Desa Pasir Mukti, dan Koperasi Rancage kemudian melakukan wawancara dengan Bapak Kepala Desa Pasir Mukti, Ketua Koperasi Rancage, dan beberapa perajin kaleng, serta penyebaran kuesioner kepada para perajin di Kampung Dukuh. “Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan cara memberikan daftar pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk dijawab oleh responden” (Sugiyono, 2014: 230).

#### 2. Data Sekunder

Data tambahan atau data sekunder penelitian yang diperoleh, antara lain dokumen resmi Desa Pasir Mukti, dokumen resmi Koperasi Rancage, buku, laporan, jurnal, dan situs-situs terkait.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan dari penelitian memang mendapatkan data (Sugiyono, 2013, hlm. 224). Penelitian ini menggunakan beberapa teknik dalam pengumpulan data guna menunjang penelitian yang sedang dilakukan, berikut merupakan beberapa teknik pengumpulan data, seperti:

#### 1. Kuesioner (Angket)

Kuesioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka yang dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirimkan melalui pos atau internet (Sugiyono, 2013: 142). Dalam penelitian ini, kuesioner yang digunakan peneliti yaitu *google form* dan angket.

#### 2. Observasi

Observasi adalah proses pengumpulan data dengan melakukan pengamatan indera penglihatan, penciuman, peraba, serta pendengaran yang kemudian ditransformasikan ke dalam bahasa penelitian ilmiah (Bungin,

2012: 111). Penelitian ini melakukan observasi di Kantor Kepala Desa Pasir Mukti, Koperasi Rancage, dan Kampung Kaleng di Desa Pasir Mukti.

### 3. Kepustakaan

Studi kepustakaan berkaitan dengan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya, dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti, selain itu studi kepustakaan sangat penting dalam melakukan penelitian, hal ini dikarenakan penelitian tidak akan lepas dari literatur ilmiah (Sugiyono, 2012: 291).

Kepustakaan yang diperoleh dengan mengumpulkan beberapa dokumen melalui Kantor Kepala Desa Pasir Mukti, Koperasi Rancage, Kampung kaleng, dan internet.

## 3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas

### 3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu keabsahan atau ketepatan data dengan menggunakan alat ukur. Dalam hal ini, data yang dikatakan valid apabila terdapat kesesuaian antara data yang terkumpul dengan data yang sebenarnya.

Menurut Sugiyono (2013) valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik korelasi *product moment pearson*.

Adapun rumus *product moment pearson*, sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N (\sum XY) - (\sum X) (\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2] [N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

$r_{xy}$  = Nilai koefisien korelasi variabel x dan y

N = Jumlah Responden

x = Jumlah skor indikator x

y = Jumlah skor indikator y

xy = Banyaknya responden (sampel) dari variabel x dan y

Dalam penelitian ini, uji validitas yang dilakukan yakni menghubungkan skor dari butir pernyataan dengan skor total. Menentukan instrumen valid atau tidaknya, dapat dilakukan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika  $r$  hitung  $\geq r$  tabel dengan taraf signifikan 0,05 maka instrumen dikatakan valid.
2. Jika  $r$  hitung  $\leq r$  tabel dengan taraf signifikan 0,05 maka instrumen dikatakan tidak valid.

Uji validitas yang dilakukan dalam penelitian ini sebanyak 20 responden, dengan  $n = 20$ , diperoleh nilai  $df = 20 - 2 = 18$  dan didapatkan angka  $r$  tabel sebesar 0.444.

**Tabel 3.1 Uji Instrumen Validitas**

<b>Skor</b>	<b>Keterangan</b>
0,80 – 1,00	Validitas sangat tinggi
0,60 – 0,80	Validitas tinggi
0,40 – 0,60	Validitas sedang
0,20 – 0,40	Validitas rendah
0,00 – 0,20	Validitas sangat rendah

Sumber : Arikunto (2013 : 89)

**Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Perajin**

<b>No</b>	<b>Rhitung</b>	<b>Rtabel</b>	<b>Keterangan</b>
1.	0.741	0.444	Validitas Tinggi
2.	0.734	0.444	Validitas Tinggi
3.	0.602	0.444	Validitas Tinggi
4.	0.602	0.444	Validitas Tinggi
5.	0.690	0.444	Validitas Tinggi
6.	0.563	0.444	Validitas Sedang
7.	0.736	0.444	Validitas Tinggi
8.	0.466	0.444	Validitas Sedang
9.	0.648	0.444	Validitas Tinggi
10.	0.809	0.444	Validitas Sangat Tinggi
11.	0.761	0.444	Validitas Tinggi
12.	0.710	0.444	Validitas Tinggi
13.	0.651	0.444	Validitas Tinggi
14.	0.533	0.444	Validitas Sedang
15.	0.603	0.444	Validitas Tinggi
16.	0.784	0.444	Validitas Tinggi
17.	0.495	0.444	Validitas Sedang
18.	0.470	0.444	Validitas Sedang



<b>19.</b>	<b>0.473</b>	<b>0.444</b>	<b>Validitas Sedang</b>
------------	--------------	--------------	-------------------------

Sumber : Data Primer 2023

Dapat diketahui pada tabel 3.2 bahwa semua pernyataan pada variabel faktor yang mempengaruhi persepsi perajin (X2) valid, karena Rhitung lebih besar dari Rtabel. Indikator dari variabel X2, yaitu tingkat dukungan keluarga, sumber informasi tentang pemberdayaan, dan pengetahuan tentang pemberdayaan.

**Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Perajin Terhadap Pemberdayaan Kelompok Perajin kaleng Melalui Koperasi Rancage**

<b>No</b>	<b>Rhitung</b>	<b>Rtabel</b>	<b>Keterangan</b>
<b>1.</b>	<b>0.594</b>	<b>0.444</b>	<b>Validitas Sedang</b>
<b>2.</b>	<b>0.661</b>	<b>0.444</b>	<b>Validitas Tinggi</b>
<b>3.</b>	<b>0.555</b>	<b>0.444</b>	<b>Validitas Sedang</b>
<b>4.</b>	<b>0.525</b>	<b>0.444</b>	<b>Validitas Sedang</b>
<b>5.</b>	<b>0.725</b>	<b>0.444</b>	<b>Validitas Tinggi</b>
<b>6.</b>	<b>0.810</b>	<b>0.444</b>	<b>Validitas Sangat Tinggi</b>
<b>7.</b>	<b>0.505</b>	<b>0.444</b>	<b>Validitas Sedang</b>
<b>8.</b>	<b>0.610</b>	<b>0.444</b>	<b>Validitas Tinggi</b>
<b>9.</b>	<b>0.607</b>	<b>0.444</b>	<b>Validitas Tinggi</b>
<b>10.</b>	<b>0.518</b>	<b>0.444</b>	<b>Validitas Sedang</b>
<b>11.</b>	<b>0.698</b>	<b>0.444</b>	<b>Validitas Tinggi</b>
<b>12.</b>	<b>0.583</b>	<b>0.444</b>	<b>Validitas Sedang</b>
<b>13.</b>	<b>0.831</b>	<b>0.444</b>	<b>Validitas Sangat Tinggi</b>
<b>14.</b>	<b>0.820</b>	<b>0.444</b>	<b>Validitas Sangat Tinggi</b>
<b>15.</b>	<b>0.582</b>	<b>0.444</b>	<b>Validitas Sedang</b>
<b>16.</b>	<b>0.515</b>	<b>0.444</b>	<b>Validitas Sedang</b>
<b>17.</b>	<b>0.815</b>	<b>0.444</b>	<b>Validitas Sangat Tinggi</b>
<b>18.</b>	<b>0.549</b>	<b>0.444</b>	<b>Validitas Sedang</b>
<b>19.</b>	<b>0.682</b>	<b>0.444</b>	<b>Validitas Tinggi</b>
<b>20.</b>	<b>0.648</b>	<b>0.444</b>	<b>Validitas Tinggi</b>
<b>21.</b>	<b>0.586</b>	<b>0.444</b>	<b>Validitas Sedang</b>

Sumber : Data Primer 2023

Dapat diketahui pada tabel 3.3 bahwa semua pernyataan pada variabel persepsi perajin terhadap pemberdayaan kelompok perajin kaleng melalui koperasi rancage (Y) valid karena Rhitung lebih besar dari Rtabel. Indikator dari variabel Y, yaitu *power to*, *power within*, *power over*, dan *power with*.

### 3.6.2 Uji Realibilitas

Instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama pula (Sugiyono, 2013: 121). Uji realibilitas merupakan indeks pengukuran untuk mengetahui sejauh mana alat pengukur yang digunakan dapat dipercaya. Teknik *alpha cronbach* merupakan teknik pengujian dalam penelitian ini, dengan rumus sebagai berikut:

$$a = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum ab^2}{at^2} \right)$$

Keterangan :

a : Nilai Koefisien Realibilitas

k : Jumlah Butiran Pertanyaan

$at^2$  : Varian Total

$\sum ab^2$  : Jumlah Varian Butir

Pengujian reliabilitas untuk menentukan apakah instrumen realibel atau tidak dapat dilihat pada skala 0-1 dalam interpretasi tabel realibilitas, sebagai berikut:

**Tabel 3.4 Penafsiran Uji Realibilitas**

No	Alpha	Tingkat Realibilitas
1.	0,00 – 0,19	Sangat tidak reliabel
2.	> 0,20 – 0,39	Kurang reliabel
3.	> 0,40 – 0,59	Cukup reliabel
4.	> 0,60 – 0,79	Reliabel
5.	> 0,80 – 1,00	Sangat reliabel

**Sumber : Sugiyono (2016:168)**

Hasil uji realibilitas dapat dikatakan reliabel apabila koefisien alpha cronbach berkisar antara 0,6 sampai 0,8. Pengolahan instrumen data dalam penelitian dilakukan dengan menggunakan SPSS 25.

Tabel 3.5 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Rhitung (Alpha Cronbach)	Rtabel	Keterangan
X2	0.688	0.444	Reliabel
Y	0.772	0.444	Reliabel

Sumber : Data Primer 2023

Diketahui, berdasarkan tabel 3.5 hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS 25 secara keseluruhan memiliki nilai yang reliabel dimana nilai koefisien tersebut tidak kurang dari 0,6.

### 3.7 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data berupa statistik deskriptif dan korelasional, sebagai berikut:

1. Analisis statistik deskriptif, berupaya untuk memberikan gambaran umum karakteristik dari setiap variabel penelitian yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), nilai maksimum, dan nilai minimum. Analisis statistik deskriptif dilakukan terhadap variabel bebas, yakni karakteristik para perajin dan faktor yang mempengaruhi persepsi para perajin, serta variabel terikat yakni persepsi para perajin terhadap pemberdayaan kelompok perajin kaleng melalui Koperasi Rancage. Pengujian ini menggunakan penilaian rata-rata (*mean*), nilai maksimum, dan nilai minimum dengan bantuan *software* SPSS 25.
2. Analisis statistik non-parametrik, digunakan untuk mengetahui nilai hubungan antara karakteristik para perajin dengan persepsi perajin terhadap pemberdayaan kelompok perajin kaleng melalui Koperasi Rancage dan faktor yang mempengaruhi persepsi dengan persepsi para perajin terhadap pemberdayaan kelompok perajin kaleng melalui Koperasi Rancage. Penelitian ini dilakukan dengan bantuan *software* SPSS 25 serta pengujian analisis *rank spearman*.

Menurut Sugiyono (dalam malisa, 2019) korelasi *rank spearman* digunakan ketika masing-masing variabel yang terhubung adalah ordinal dan sumber data variabel tidak harus sama, korelasi Spearman digunakan untuk mencari hubungan atau menguji signifikansi hipotesis asosiatif. Adapun rumus *spearman*, sebagai berikut:

$$rs = 1 - \frac{6 \sum_{i=1}^n d_i^2}{n(n^2-1)}$$

Keterangan :

rs : Nilai Koefisiensi rank spearman

d : Jumlah selisih antara peringkat bagi x dan y

n : Jumlah data atau sampel

Uji korelasi *rank spearman* dapat digunakan dalam menentukan besarnya hubungan antar dua variabel dengan skala ordinal. Menentukan uji korelasional dapat diketahui dari nilai koefisien, apabila nilai korelasi mendekati angka 1 maka nilai korelasi kedua variabel sangat kuat. Namun, apabila nilai korelasi mendekati 0 maka nilai korelasi antar variabel melemah.

**Tabel 3.6 Nilai Korelasi Rank Spearman**

Nilai Korelasi (r)	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,19	Sangat Rendah
0,20 – 0,39	Rendah
0,40 – 0,59	Sedang
0,60 – 0,79	Kuat
0,80 – 1,00	Sangat kuat

**Sumber : Sugiyono (2014:250)**

Penelitian ini menggunakan *skala likert* untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok tentang suatu kejadian atau fenomena tertentu (Siregar, 2013: 25). *Skala likert* merupakan skala yang banyak digunakan dalam kuesioner untuk menentukan seberapa positif atau negatifnya sebuah nilai. Jawaban dari setiap pertanyaan pada *skala likert* dimulai dari skor terbesar 4 hingga terkecil 1. Adapun tabel kriteria *skala likert*, sebagai berikut:

**Tabel 3.7 Kriteria Skala Likert**

Pendapat	Skor
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Setuju	3
Sangat Setuju	4

**Sumber : Sugiyono (dalam Rivasari, 2020)**

Banyaknya jawaban dari masing-masing pernyataan akan dihitung menggunakan metode rata-rata skor dalam mengklasifikasikan jawaban pada skala 1 sampai 4, sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Skor maksimum} &= 4 \\ \text{Skor minimum} &= 1 \\ \text{Lebar skala} &= \frac{4 - 1}{4} = 0,75 \end{aligned}$$

**Tabel 3.8 Interpretasi Skala Likert**

<b>Interval</b>	<b>Kriteria</b>
4,00 – 3,25	Sangat Tinggi
3,25 – 2,50	Tinggi
2,50 – 1,75	Rendah
1,75 – 1,00	Sangat Rendah

**Sumber : Data Primer (2022)**

### **3.8 Definisi Operasional**

Definisi yang diberikan pada atribut, sifat, ataupun nilai dari suatu objek atau kegiatan yang mempunyai variasi sehingga peneliti memperoleh informasi dan dapat menarik kesimpulan (Sugiyono, 2014). Penelitian ini menggunakan skala pengukuran Likert, dengan besaran sebagai berikut:

- (1) Sangat Tidak Setuju
- (2) Tidak Setuju
- (3) Setuju
- (4) Sangat Setuju

#### **3.7.1 Karakteristik Perajin (X1)**

Karakteristik perajin dalam penelitian ini memiliki variabel dengan indikator sebagai berikut:

##### **X.1.1 Usia**

Usia merupakan tingkat keberadaan manusia yang bisa dihitung sejak manusia dilahirkan. Penelitian ini menggunakan indikator usia karena merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pengetahuan dan pengalaman individu. Indikator usia dihitung dengan menggunakan skala rasio.

##### **X.1.2 Tingkat Pendidikan**

Tingkat pendidikan merupakan rentang waktu individu dalam menjalani pendidikan. Pendidikan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pengetahuan individu, apabila tingkat pendidikan individu tinggi maka tingkat pengetahuan akan lebih baik. Indikator ini diukur menggunakan skala ordinal.

##### **X.1.3 Tingkat Pendapatan Usaha**

Pendapatan merupakan nilai yang diperoleh seseorang dengan kata lain sumber penghasilan seseorang dalam memenuhi kebutuhannya. Indikator pendapatan diukur menggunakan skala ordinal.

##### **X.1.4 Tingkat Pengalaman Menjadi Perajin**

Lama menjadi perajin yaitu tingkat pengalaman para perajin, dalam artian sudah berapa lama para perajin kaleng di Kampung Dukuh menjalankan usaha kaleng ini. Indikator tingkat pengalaman diukur dengan menggunakan skala rasio.

### **3.7.2 Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi (X2)**

Variabel X2 memiliki indikator sebagai berikut dengan menggunakan skala ordinal dan pengukuran skala Likert:

#### **X.2.1 Latar Belakang Keluarga**

Latar belakang keluarga dapat dilihat dari sikap, tindakan, dan penerimaan terhadap anggotanya yang diwujudkan melalui dukungan. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi mengapa seseorang melakukan suatu hal adalah latar belakang keluarga. Indikator ini diukur dengan menggunakan skala ordinal.

#### **X.2.2 Informasi Yang Diperoleh**

Segala informasi yang diperoleh para perajin mengenai pemberdayaan yang dilakukan oleh Pemerintah Desa Pasir Mukti dan Koperasi Rancage. Indikator ini diukur dengan menggunakan skala ordinal.

#### **X.2.3 Pengetahuan**

Perubahan baru yang dimiliki individu dan diperoleh melalui pengamatan yang bersifat informatif. Pengetahuan para perajin kaleng di Kampung Dukuh akan menentukan bagaimana persepsinya terhadap pemberdayaan. Indikator ini diukur dengan menggunakan skala ordinal.

### **3.7.3 Persepsi Para Perajin Terhadap Pemberdayaan (Y)**

Variabel Y (Persepsi Para Perajin Terhadap Pemberdayaan) diukur dengan menggunakan skala ordinal dan pengukuran skala Likert, dengan indikator sebagai berikut:

#### **Y.1.1 Power to**

Keberhasilan dalam suatu pemberdayaan dilatarbelakangi oleh tingkat kesadaran atau keinginan seseorang untuk berubah. Beberapa perajin di Kampung Dukuh telah menyadari bahwa usahanya perlu dikembangkan menjadi lebih baik. Indikator ini diukur dengan menggunakan skala ordinal.

#### **Y.1.2 Power Within**

Sesuatu hal yang lebih baik diperlukan dalam meningkatkan kapasitas untuk memperoleh akses. Pemberdayaan yang dilakukan melalui Koperasi Rancage akan membantu mengembangkan usaha para perajin serta meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para perajin. Indikator ini diukur dengan menggunakan skala ordinal.

#### **Y.1.3 Power over**

Tingkat kemampuan menghadapi hambatan merupakan salah satu indikator yang dapat menentukan keberhasilan dalam pemberdayaan. Koperasi Rancage akan membantu para perajin dalam bersaing dengan perajin lain. Indikator ini diukur dengan menggunakan skala ordinal.

#### **Y.1.4 Power with**

Keberhasilan dalam pemberdayaan juga ditentukan oleh bagaimana kemampuan bekerjasama antara perajin satu dengan yang lainnya. Indikator ini diukur dengan menggunakan skala ordinal.

## **BAB 4**

### **GAMBARAN UMUM DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Sejarah Desa Pasir Mukti**

Desa Pasir Mukti, Kecamatan Citeureup, kabupaten Bogor membentuk pemerintahannya pada 2 Agustus 1983. Desa Pasir Mukti terbagi jadi tiga kampung atau dusun, yakni Kampung Dukuh, Kampung Pasir Angin, dan Kampung Rawabogo yang didominasi kawasan permukiman dan pertanian menjadikan perajin logam dan petani sebagai mayoritas mata pencaharian.

Seiring berjalannya waktu, Desa Pasir Mukti terus melakukan pembangunan infrastruktur guna mempermudah aksesibilitas kegiatan masyarakat dengan pengadaan fasilitas, baik fasilitas kesehatan, fasilitas pendidikan, fasilitas peribadatan, serta fasilitas rekreasi dan olahraga.

Desa Pasir Mukti bekerjasama dengan berbagai lembaga, seperti BPD, karang taruna, BUMDES, dan lain-lain. Sejak tahun 1960, Desa Pasir Mukti melaksanakan kegiatan usaha dibidang Logam yang didukung oleh Pemerintah Kabupaten Bogor, Provinsi maupun pusat dengan dibentuknya gedung UKM yang merupakan sentra pengembangan dan produksi.

#### **4.2 Profil Kampung Dukuh, Desa Pasir Mukti**

Kampung Dukuh, Desa Pasir Mukti, Kecamatan Citeureup, Kabupaten Bogor atau yang lebih dikenal dengan istilah “Kampung Kaleng” merupakan tempat dimana hampir sebagian besar masyarakatnya memiliki kreatifitas dari bahan kaleng dan plat besi yang dapat menghasilkan produk dengan nilai tinggi.

Istilah Kampung Kaleng sendiri disebabkan oleh wilayah Kampung Dukuh, Desa Pasir Mukti yang memang pada umumnya dimayoritasi oleh para perajin kaleng. Mereka telah memproduksi berbagai alat-alat rumah tangga, salah satunya kompor minyak yang secara turun temurun dari tiga generasi. Hasil produksi kompor minyak tersebut nantinya dijual ke daerah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi (Jabodetabek).

Pada awal tahun 2000-an, para perajin di Kampung Dukuh beralih produksi dari yang awalnya memproduksi kompor minyak menjadi open gas. Hal ini dikarenakan minyak tanah pada saat itu beralih pada gas. Perajin kaleng yang mendominasi wilayah Kampung Dukuh pada pertengahan tahun 2012 mengalami persaingan dalam mendapatkan konsumen. Banyak dari para perajin yang mengaku kehilangan pelanggan dan beralih ke perajin lain.

Pada saat itu, salah satu perajin kaleng di Kampung Dukuh berinisiatif untuk mendirikan sebuah Kelompok Usaha Bersama (KUB) yang juga disetujui oleh Bapak Kepala Desa Pasir Mukti. KUB tersebut diberi nama “Koperasi Rancage” yang memiliki tujuan untuk dapat mempersatukan perajin dalam wadah yang akan memberikan keuntungan. Pada saat mewujudkan Koperasi Rancage, Pemerintah Desa Pasir Mukti mendapatkan dukungan penuh dari Pemerintah Kabupaten Bogor dan termasuk dalam salah satu program Corporate Social Responsibility PT. Indocement.

Dengan berbagai dukungan-dukungan tersebut, Koperasi Rancage akhirnya bisa mewujudkan gedung pusat kegiatan UKM, alat-alat dan bahan permesinan

yang bisa digunakan sebagai penunjang produksi. Namun, inisiatif ini kurang diterima oleh para perajin kaleng, rata-rata dari mereka beranggapan bahwa nantinya pihak desa dan koperasi akan mencari keuntungan dibalikinya.

Kepala Desa Pasir Mukti dan salah satu perajin kaleng yang memiliki inisiatif untuk mendirikan Koperasi Rancage memahami kekhawatiran para perajin yang sebagian besar memang memiliki latar belakang yang cukup minim. Oleh karena itu, pihak Desa dan koperasi akan terus berupaya untuk meyakinkan sekaligus memberikan pemahaman yang positif kepada para perajin melalui berbagai pelatihan yang dilakukan, dalam satu tahun terdapat tiga sampai lima kali pelatihan yang bisa diikuti oleh para perajin di Kampung Dukuh.

Pelatihan yang disediakan oleh Pemerintah Desa Pasir Mukti dan Pihak Koperasi Rancage ada berbagai macam, mulai dari pelatihan manajemen, pelatihan sumber daya manusia (SDM), pelatihan produksi, hingga pelatihan pengelasan. Para perajin di Kampung Dukuh khususnya yang bergabung dengan Koperasi Rancage diwajibkan untuk mengikuti pelatihan-pelatihan tersebut agar dapat meningkatkan dan mengembangkan pengetahuan serta keterampilannya.

### **4.3 Visi dan Misi Desa Pasir Mukti**

#### **4.3.1 Visi Desa Pasir Mukti**

Desa Pasir Mukti memiliki visi “Senggigi Berseri” yaitu terwujudnya masyarakat Desa Senggigi yang bersih, religius, sejahtera, rapih, dan indah melalui akselerasi pembangunan yang berbasis keagamaan, budaya, hukum, dan berwawasan lingkungan dengan bereorientasi pada peningkatan kinerja aparatur dan pemberdayaan masyarakat

#### **4.3.2 Misi Desa Pasir Mukti**

Dalam melaksanakan visi Desa Senggigi, dilaksanakan misi dan program sebagai berikut:

- 1) Pembangunan jangka panjang
  1. Melanjutkan pembangunan Desa yang belum terlaksana;
  2. Meningkatkan kerjasama antara Pemerintah Desa dengan lembaga Desa yang ada;
  3. Meningkatkan kesejahteraan masyarakat Desa dengan meningkatkan sarana dan prasarana ekonomi warga.
- 2) Pembangunan jangka pendek
  1. Mengembangkan dan menjaga serta melestarikan adat istiadat Desa terutama yang telah mengakar di Desa Senggigi;
  2. Meningkatkan pelayanan dalam bidang Pemerintahan kepada warga masyarakat;
  3. Meningkatkan sarana dan prasarana ekonomi warga Desa dengan perbaikan prasarana dan sarana ekonomi;
  4. Meningkatkan sarana dan prasarana pendidikan guna peningkatan sumber daya manusia Desa Senggigi.



#### 4.4 Kondisi Geografis Desa Pasir Mukti

Desa Pasir Mukti secara geografis terletak di Kecamatan Citeureup, Kabupaten Bogor Provinsi Jawa Barat. Desa Pasir Mukti memiliki luas wilayah 194.000.000 Ha, luas wilayah tersebut mencakup sebagian pabrik industri, bangunan sekolah, dan perumahan warga.

Desa Pasir Mukti yang juga dikenal sebagai pusat industri kaleng “Kampung Kaleng” memiliki lokasi yang strategis dan berada di Kampung Dukuh, Desa Pasir Mukti Rt.01 dan Rw.03 Kecamatan Citeureup, Kabupaten Bogor. Lebih tepatnya di Jalan Raya Tajur No.5 Tengsaw, Pasir Mukti, Citeureup Bogor, Jawa Barat kode pos 16810.

Adapun batas wilayah Desa Pasir Mukti, Kecamatan Citeureup, Kabupaten Bogor, antara lain:

Sebelah utara	: Kelurahan Gunungsari
Sebelah selatan	: Kelurahan Sukahati
Sebelah timur	: Kelurahan Tajur
Sebelah Barat	: Kelurahan Tarikolot

#### 4.5 Karakteristik Perajin (X1)

Karakteristik perajin dalam penelitian ini yaitu para perajin di Kampung Dukuh yang menjadi responden dalam penelitian berjumlah 50 responden. Penelitian ini mendeskripsikan hasil pengujian yang dilakukan terhadap variabel karakteristik yang memiliki beberapa indikator, seperti usia, tingkat pendidikan, tingkat pendapatan usaha, dan tingkat pengalaman menjadi perajin.

**Tabel 4.1 Karakteristik Perajin Berdasarkan Usia**

Usia (tahun)	Frequency (orang)	Persentase (%)
25-33	9	18.0
34-42	12	24.0
43-51	18	36.0
52-58	11	22.0
Total	50	100.0

**Sumber : Data Primer 2023**

Berdasarkan tabel 4.1 karakteristik perajin berdasarkan usia yang terdiri dari 50 responden, terdapat 18 responden dengan persentase 36 persen berada pada usia 43 sampai 51 tahun, 12 responden dengan persentase 24 persen berada pada usia 34 sampai 42 tahun, 11 responden dengan persentase 22 persen berada pada usia 52-58 tahun, dan 9 responden dengan persentase 18 persen berada pada usia 25 sampai 33 tahun. Sehingga, usia responden yang mendominasi dalam penelitian ini, yaitu 43 sampai 51 tahun dengan presentase 36 persen terdapat sekitar 18 orang.

Dari hasil penelitian ditemukan bahwasannya rentang usia yang mendominasi yaitu 43 sampai 51 tahun dimana terdapat 18 responden dengan persentase 36 persen, hal tersebut dikarenakan rentang usia 40 tahun ke atas disebut sebagai dewasa menengah dengan kematangan psikologis yang baik dan tidak terlalu beresiko besar bagi kesehatan fisik maupun mental perajin. Sedangkan, jumlah responden terendah yaitu 9 responden dengan persentase 18 persen berada pada rentang usia 25 sampai 33 tahun, hal tersebut dikarenakan tidak banyaknya generasi muda yang tertarik untuk mendalami kerajinan kaleng, salah satunya karena merasa bahwa pekerjaan itu kurang bergengsi.

Hal serupa ditemukan dalam studi yang dilakukan oleh Muhamad Akbar bahwasannya rata-rata usia responden pada penelitian mengenai Persepsi Masyarakat Terhadap Sikap Tenaga Kesehatan Mobil Curhat didominasi oleh usia 41-50 tahun, karena masyarakat dengan usia tersebut sering dikatakan sebagai kematangan psikologis dan ditemukan juga dalam studi menurut Suliyanto, dkk mengenai Persepsi Generasi Muda Terhadap Profesi Pengrajin Batik Tulis di Purbalingga, bahwasannya rendahnya minat anak muda untuk menekuni pengrajin batik.

**Tabel 4.2 Karakteristik Perajin Berdasarkan Tingkat Pendidikan**

<b>Tingkat Pendidikan</b>	<b>Frequency (orang)</b>	<b>Persentase (%)</b>
Tamat SD	14	28.0
Tidak Tamat SD	10	20.0
Tamat SMP/Sederajat	10	20.0
Tidak Tamat SMP	2	4.0
Tamat SMA/Sederajat	11	22.0
Tidak Tamat SMA	2	4.0
Tamat Perguruan Tinggi	1	2.0
Total	50	100.0

**Sumber : Data Primer 2023**

Berdasarkan tabel 4.2 karakteristik perajin berdasarkan tingkat pendidikan yang terdiri dari 50 responden, terdapat sekitar 14 responden dengan persentase 28 persen berada pada rentang pendidikan tamat SD, sekitar 11 responden dengan persentase 22 persen berada pada rentang pendidikan tamat SMA, sekitar 10 responden dengan persentase 20 persen berada pada rentang pendidikan tidak tamat SD, sekitar 10 responden dengan persentase 20 persen berada pada rentang pendidikan tamat SMP/Sederajat, sekitar 2 responden dengan persentase 4 persen berada pada rentang pendidikan tidak tamat SMP, sekitar 2 responden dengan persentase 4 persen berada pada rentang pendidikan tidak tamat SMA, dan sekitar 1 responden dengan persentase 2 persen berada pada rentang pendidikan Perguruan Tinggi. Sehingga, disimpulkan bahwa responden atau perajin yang mendominasi berada pada rentang pendidikan tamat SD dengan persentase 28 persen yaitu 14 responden.

Dari hasil penelitian ditemukan bahwasannya 14 responden dengan persentase 28 persen berada pada tingkat pertama yang didominasi oleh tingkat pendidikan Tamat SD. Hal tersebut dikarenakan, minimnya pengetahuan masyarakat di Kampung Dukuh, khususnya para perajin yang merasa pendidikan itu penting dan didukung oleh rendahnya perekonomian keluarga yang menyebabkan sebagian besar perajin di Kampung Dukuh hanya lulusan SD saja. Sedangkan, tingkat terendah pada rentang pendidikan Tamat Perguruan Tinggi hanya 1 orang perajin yang memang perajin tersebut berasal dari keluarga dengan latar belakang pendidikan tinggi.

Hal serupa juga ditemukan dalam studi yang dilakukan oleh Cristian Erlanda mengenai Sikap Pedagang Terhadap Relokasi Pedagang Kaki Lima di Wilayah Pasar Bogor, dimana responden dalam penelitian didominasi oleh pedagang dengan latar belakang pendidikan Sekolah Dasar dikarenakan adanya beberapa faktor hambatan, seperti latar belakang keluarga yang rendah, tidak adanya biaya untuk melanjutkan pendidikan, dan tidak adanya keinginan untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi.

**Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Tingkat Pendapatan Usaha**

<b>Pendapatan Usaha /bulan</b>	<b>Frequency (orang)</b>	<b>Persentase (%)</b>
< Rp 2.000.000	9	18.0
Rp 2.000.000 - Rp 3.999.999	27	54.0
> Rp 5.000.000	14	28.0
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100.0</b>

**Sumber : Data Primer 2023**

Berdasarkan tabel 4.3 karakteristik perajin berdasarkan tingkat pendapatan usaha per-bulan yang terdiri dari 50 responden, terdapat sekitar 27 responden dengan persentase 54 persen memiliki penghasilan sebesar Rp 2.000.000 – Rp 3.999.999, sekitar 14 responden dengan persentase 28 persen memiliki penghasilan sebesar lebih besar dari Rp 5.000.000, dan penghasilan bulanan dengan responden terendah dan persentase 18 yakni sebesar kurang lebih Rp 2.000.000. Sehingga, tingkat pendapatan usaha per-bulan didominasi oleh 27 responden yang memiliki penghasilan sebesar Rp 2.000.000 – Rp 3.999.999 dengan persentase 54 persen.

Responden dengan rata-rata tingkat pendapatan berkisar antara Rp 2.000.000 sampai Rp 3.999.999 terdapat 27 orang dengan persentase 54 persen, hal tersebut dikarenakan hampir sebagian besar perajin di Kampung Dukuh telah memiliki konsumen langganan yang sudah lama bekerjasama karena jika hanya mengandalkan konsumen sementara saja penghasilan dari usaha ini tidak pasti dan cenderung kecil. Disisi lain, sangat sulit untuk membuat konsumen sementara menjadi konsumen langganan. Sedangkan, terdapat 9 responden dengan tingkat pendapatan terendah yaitu Rp 2.000.000 yang dikarenakan perajin belum lama menjalankan usaha kaleng dan belum memiliki banyak konsumen langganan serta pemasaran yang belum meluas.

Hal serupa ditemukan dalam studi Muhamad Akbar mengenai Persepsi Masyarakat Terhadap Sikap Tenaga Kesehatan Mobil Curhat dan juga ditemukan dalam penelitian Suliyanto, dkk mengenai Persepsi Generasi Muda Terhadap Profesi Pengrajin Batik Tulis di Purbalingga bahwasannya rata-rata responden memiliki tingkat pendapatan berkisar Rp 3.000-000 sampai Rp 5.000.0000 perbulan dikarenakan penghasilan dari usaha perajin tidak pasti.

**Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Tingkat Pengalaman**

<b>Tingkat Pengalaman</b>	<b>Frequency (orang)</b>	<b>Persentase (%)</b>
< 5 tahun	9	18.0
6 - 10 tahun	25	50.0
11 - 15 tahun	13	26.0
> 16 tahun	3	6.0
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100.0</b>

**Sumber : Data Primer 2023**

Berdasarkan tabel 4.4 karakteristik perajin berdasarkan tingkat pengalaman menjadi perajin yang terdiri dari 50 responden, dimana sekitar 25 responden dengan persentase 50 persen berada pada tingkat pengalaman 6 sampai 10 tahun, Sekitar 13 responden dengan persentase 26 persen berada pada tingkat pengalaman 11 sampai 15 tahun, terdapat sekitar 9 responden dengan persentase 18 persen berada pada tingkat pengalaman kurang dari 5 tahun, dan sekitar 3 responden dengan persentase 6 persen berada pada tingkat pengalaman lebih dari 16 tahun. Sehingga, tingkat pengalaman perajin di Kampung Dukuh dimayoritasi oleh 25 responden dengan persentase 50 persen dan tingkat pengalaman 6 sampai 10 tahun.

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat 25 responden dengan persentase 50 persen yang memiliki tingkat pengalaman perajin terlama, yaitu 6 sampai 10 tahun terhitung sejak tahun 2013. Hal tersebut dikarenakan, sebelum perajin memilih untuk melanjutkan usaha keluarga dengan menekuni usaha kaleng, rata-rata dari perajin telah terlebih dahulu bekerja di tempat lain sampai batas waktu yang sudah ditentukan (masa kontrak berakhir). Sedangkan, terdapat 3 responden terendah berada pada tingkat pengalaman lebih dari 16 tahun yang dikarenakan para perajin sudah menekuni usaha kaleng sejak lama dan tidak mempunyai keberanian untuk melamar pekerjaan karena merasa tidak memiliki keahlian lain selain kerajinan kaleng.

Hal serupa juga ditemukan dalam penelitian Muhamad Ridwan mengenai Persepsi Tenaga Kesehatan Kota Bogor Terhadap Kegiatan Sosialisasi Elektronik Sistem Informasi Rujukan Bogor Sehat, dimana jumlah tertinggi responden yang mendominasi berada pada rentang pengalaman 1 sampai 10 tahun.

#### 4.6 Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Perajin (X2)

Variabel faktor yang mempengaruhi persepsi perajin merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi persepsi perajin di Kampung Dukuh. Sehingga, peneliti akan mendeskripsikan hasil pengujian yang dilakukan terhadap variabel faktor yang mempengaruhi persepsi perajin kaleng memiliki berbagai indikator, diantaranya latar belakang keluarga, informasi yang diperoleh, dan pengetahuan.

**Tabel 4.5 Variabel Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Perajin**

Indikator	Pernyataan	SS	S	TS	STS	X	Skor Rataan
Latar Belakang Keluarga (LBK)	X2.1 Mendukung usaha	39	11	-	-	3.78	3.70
	X2.2 Menjalankan usaha sejak lama	35	15	-	-	3.70	
	X2.3 Tidak terlalu memahami cara mengembangkan usaha	41	9	-	-	3.82	
	X2.4 Menaruh harapan besar melalui usaha	36	14	-	-	3.72	
	X2.5 Mengajarkan cara membuat produk	31	19	-	-	3.62	
	X2.6 Berusaha melanjutkan usaha dengan strategi baru	27	23	-	-	3.54	
Informasi Yang Diperoleh (IYD)	X2.7 Mendapatkan informasi dari Pemerintah Desa	18	22	7	3	3.10	3.32
	X2.8 Mendapatkan informasi dari perajin lain	19	23	5	3	3.16	
	X2.9 Koperasi akan mengambil keuntungan	-	-	8	42	3.84	
	X2.10 Koperasi tidak memberikan kebebasan	-	6	34	10	3.08	
	X2.11 Mendapatkan informasi dari pihak Koperasi	26	19	4	1	3.40	
Pengetahuan (P)	X2.12 Memberikan berbagai pelatihan	40	10	-	-	3.80	3.61
	X2.13 Salah satu bentuk pelatihan, yaitu perencanaan usaha	26	23	1	-	3.50	
	X2.14 Pemberdayaan membantu memperoleh badan hukum	33	17	-	-	3.66	
	X2.15 Salah satu bentuk pelatihan SDM, yaitu penggunaan alat dan mesin	33	17	-	-	3.66	
	X2.16 Bahan plat kaleng merupakan bahan utama	25	23	2	-	3.46	

	X2.17 Pameran merupakan bentuk promosi dan pemasaran	30	20	-	-	3.60	
--	--	----	----	---	---	------	--

Sumber : Data Primer 2023

Seluruh pernyataan pada indikator dalam variabel faktor yang mempengaruhi persepsi perajin (X2) akan diinterpretasikan dalam skala likert 4-1. Ditinjau dari tabel 4.5 indikator latar belakang keluarga memperoleh nilai sebesar 3,70 termasuk dalam kategori sangat tinggi, dengan pernyataan X2.3 “keluarga saya tidak terlalu memahami bagaimana cara mengembangkan usaha” merupakan pernyataan dengan nilai tertinggi yakni 3.82 sehingga menunjukkan bahwa perajin kaleng di Kampung Dukuh menilai salah satu alasan perajin menjalankan usaha kaleng adalah karena keluarganya terdahulu tidak terlalu memahami bagaimana cara mengembangkan usaha sehingga perlu adanya perubahan dalam pengembangan usaha tersebut.

Hasil perolehan pada indikator informasi yang diperoleh sebesar 3.32 termasuk dalam kategori sangat tinggi. Sedangkan, pernyataan X2.9 “Para perajin mendapatkan informasi dari perajin lain bahwa Koperasi Rancage akan mengambil keuntungan melalui pemberdayaan” memperoleh nilai tertinggi, yaitu 3,84 mengingat sifat dari pernyataan ini berbentuk negatif, sehingga menunjukkan bahwa perajin kaleng di Kampung Dukuh sangat tidak setuju dengan informasi yang menyebut bahwa Koperasi Rancage akan mengambil keuntungan melalui pemberdayaan.

Hasil perolehan pada indikator pengetahuan sebesar 3.61 termasuk dalam kategori sangat baik. Sedangkan pernyataan dengan perolehan tertinggi yaitu X2.12 “Koperasi Rancage memberikan berbagai pelatihan dalam program pemberdayaan seperti pelatihan manajemen, SDM, dan produksi” sebesar 3.80 menunjukkan bahwa perajin kaleng di Kampung Dukuh menilai bahwa salah satu bentuk program pemberdayaan yang ada yaitu pelatihan manajemen, SDM, dan produksi.

Dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan termasuk dalam kategori sangat baik dengan hasil perolehan tertinggi dari setiap indikator yaitu latar belakang keluarga sebesar 3,70.

#### **4.7 Persepsi Perajin di Kampung Dukuh Terhadap Pemberdayaan Kelompok Perajin Kaleng Melalui Koperasi Rancage (Y)**

Persepsi perajin di Kampung Dukuh terhadap pemberdayaan kelompok perajin kaleng melalui Koperasi Rancage merupakan salah satu variabel yang akan diuji dalam penelitian ini yang kemudian hasil dari pengujian tersebut akan di deskripsikan. Variabel persepsi perajin terhadap pemberdayaan kelompok perajin kaleng melalui Koperasi Rancage memiliki berbagai indikator, diantaranya *power to*, *power within*, *power over*, dan *power with*.

**Tabel 4.6 Variabel Persepsi Perajin di Kampung Dukuh Terhadap Pemberdayaan Kelompok Perajin Kaleng Melalui Koperasi Rancage**

Indikator	Pernyataan	SS	S	TS	STS	X	Skor Rataan
Power to (PTO)	<b>Y1.1</b> Ingin mengembangkan usaha	38	12	-	-	3.76	3.72
	<b>Y1.2</b> Meningkatkan pengetahuan& keterampilan	35	15	-	-	3.70	
	<b>Y1.3</b> Memperoleh badan hukum	32	17	1	-	3.62	
	<b>Y1.4</b> Memperluas jaringan pemasaran	39	11	-	-	3.78	
	<b>Y1.5</b> Berjalan secara berkelanjutan	36	14	-	-	3.72	
Power Within (PWITHIN)	<b>Y1.6</b> Koperasi menyediakan pusat gedung UKM	30	19	1	-	3.58	3.61
	<b>Y1.7</b> Pameran guna memperomosisikan usaha	29	21	-	-	3.58	
	<b>Y1.8</b> Mendapatkan pengalaman	34	16	-	-	3.68	
	<b>Y1.9</b> Mendapatkan akses pengetahuan pengembangan usaha	29	21	-	-	3.58	
	<b>Y1.10</b> Membantu meningkatkan keterampilan manajemen	32	18	-	-	3.64	
	<b>Y1.11</b> Mendapatkan akses keterampilan teknik produksi	32	17	1	-	3.62	
Power Over (POVER)	<b>Y1.12</b> Bersaing dengan perajin lain	27	22	1	-	3.52	3.56
	<b>Y1.13</b> Tidak saling menjatuhkan harga	25	24	1	-	3.48	
	<b>Y1.14</b> Meminimalisir konflik negatif	35	14	1	-	3.68	
	<b>Y1.15</b> Koperasi mampu membantu perajin menambah jaringan pemasaran	37	13	-	-	3.74	
	<b>Y1.16</b> Menyelesaikan hambatan ekonomi	27	14	9	-	3.36	
	<b>Y1.17</b> Saling berbagi pengalaman	34	16	-	-	3.68	3.56

Power With (PWITH)	<b>Y1.18</b> Menciptakan suasana tenteram	31	19	-	-	3.62
	<b>Y1.19</b> Kegiatan workshop membuat perajin dekat	28	22	-	-	3.56
	<b>Y1.20</b> Mewujudkan Kp. Dukuh sebagai sentra penghasil kerajinan kaleng	28	22	-	-	3.56
	<b>Y1.21</b> Hubungan antar perajin berjalan baik	24	20	6	-	3.36

**Sumber : Data Primer 2023**

Seluruh pernyataan pada indikator dalam variabel persepsi perajin terhadap pemberdayaan kelompok perajin kaleng melalui Koperasi Rancage (Y) akan diinterpretasikan dalam skala likert 4-1. Ditinjau dari tabel 4.6 pernyataan indikator *power to* memperoleh nilai sebesar 3,72 termasuk dalam kategori sangat tinggi dengan Y1.4 “Saya ingin memperluas jaringan pemasaran usaha saya” memperoleh nilai tertinggi yakni 3.78 sehingga menunjukkan bahwa perajin kaleng di Kampung Dukuh menilai pernyataan itu merupakan salah satu faktor yang mendorong perajin untuk mengikuti pemberdayaan.

Hasil perolehan pada indikator *power within* memperoleh nilai sebesar 3,61 termasuk dalam kategori sangat tinggi dengan pernyataan Y1.8 “Dengan mengikuti program pemberdayaan perajin bisa mendapatkan tambahan pengalaman” memperoleh 3.68 sehingga menunjukkan bahwa perajin kaleng di Kampung Dukuh menilai program pemberdayaan membuat perajin bisa mendapatkan pengalaman baru.

Hasil perolehan pada indikator *power over* memperoleh nilai sebesar 3,56 termasuk dalam kategori sangat tinggi dengan pernyataan Y1.15 “Koperasi Rancage membuktikan pada perajin bahwa Koperasi bisa membantu perajin dalam menambah jaringan pemasaran” memperoleh nilai 3.74 sehingga menunjukkan bahwa perajin kaleng di Kampung Dukuh menilai Koperasi Rancage mampu meminimalisir konflik antar perajin dan membantu menambah jaringan pemasaran bagi perajin.

Hasil perolehan pada indikator *power with* memperoleh nilai sebesar 3,56 termasuk dalam kategori sangat tinggi dengan pernyataan Y1.17 “Program pemberdayaan kelompok perajin kaleng membuat para perajin saling berbagi pengalaman” memperoleh nilai 3.68 sehingga menunjukkan bahwa perajin kaleng di Kampung Dukuh menilai bergabung dalam program pemberdayaan yang dilakukan Koperasi Rancage dapat membuat perajin satu dengan perajin lainnya bisa saling berbagi pengalaman.

Dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan termasuk dalam kategori sangat baik dengan hasil perolehan tertinggi dari setiap indikator yaitu *power to* sebesar 3,72 termasuk dalam kategori sangat baik.



#### 4.8 Hubungan antara Karakteristik Perajin (X1) dengan Persepsi Perajin Terhadap Pemberdayaan Kelompok Perajin Kaleng Melalui Koperasi Rancage (Y)

Variabel karakteristik perajin (X1) memiliki beberapa indikator, yaitu usia, tingkat pendidikan, tingkat pendapatan usaha, dan tingkat pengalaman menjadi perajin. Sedangkan, variabel persepsi perajin terhadap pemberdayaan kelompok perajin kaleng melalui Koperasi Rancage (Y) memiliki beberapa indikator, yaitu *power to*, *power within*, *power over*, dan *power with*. Kedua variabel tersebut kemudian akan dihubungkan untuk mengetahui nilai korelasi antar keduanya.

**Tabel 4.7** Data Hubungan antara Karakteristik Perajin (X1) dengan Persepsi Perajin Terhadap Pemberdayaan Kelompok Perajin Kaleng Melalui Koperasi Rancage (Y)

Karakteristik Perajin		Persepsi Perajin Terhadap Pemberdayaan Kelompok Perajin Kaleng Melalui Koperasi Rancage			
		Y1.1 Power To	Y1.2 Power Within	Y1.3 Power Over	Y1.4 Power With
X1.1 Usia	Correlation	.132	.297*	.180	.357*
X1.2 Pendidikan	Correlation	.038	-.092	.296*	.108
X1.3 Pendapatan Usaha	Correlation	.125	.356*	.132	.226
X1.4 Tingkat Pengalaman	Correlation	-.031	.398**	.039	.389**

Sumber : Data Primer (2023)

##### 4.8.1 Hubungan antara Usia (X1.1) dengan Persepsi Perajin Terhadap Pemberdayaan Kelompok Perajin Kaleng Melalui Koperasi Rancage (Y)

Hasil pengujian korelasi Rank Spearman atau *spearman ranks* antara variabel karakteristik dengan persepsi perajin terhadap pemberdayaan pada indikator usia (X1.1) dengan indikator Power To yang memiliki arti kesadaran dan keinginan untuk berubah (Y1.1) memperoleh nilai signifikansi .361 yang menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antar kedua variabel pada indikator tersebut. Sedangkan, angka koefisien korelasi .132 menunjukkan bahwa arah hubungan antar kedua variabel positif atau searah, artinya usia perajin tidak memiliki hubungan secara nyata dengan keinginan perajin untuk berubah dengan mengikuti pemberdayaan agar usahanya menjadi lebih baik lagi.

Hasil pengujian korelasi Rank Spearman atau *spearman ranks* antara variabel karakteristik dengan persepsi perajin terhadap pemberdayaan pada indikator usia (X1.1) dengan indikator Power Within yang memiliki arti kemampuan dalam meningkatkan kapasitas untuk memperoleh akses (Y1.2) memperoleh nilai signifikansi .036 yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antar kedua variabel pada indikator tersebut. Sedangkan, angka koefisien korelasi .297\* menunjukkan bahwa arah hubungan antar kedua variabel positif atau searah, artinya semakin bertambah usia perajin maka

semakin meningkat pula kemampuan perajin dalam memperoleh akses melalui program pemberdayaan.

Hasil pengujian korelasi Rank Spearman atau *spearman ranks* antara variabel karakteristik dengan persepsi perajin terhadap pemberdayaan pada indikator usia (X1.1) dengan indikator Power Over yang memiliki arti kemampuan menghadapi hambatan (Y1.3) memperoleh nilai signifikansi .211 yang menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antar kedua variabel pada indikator tersebut. Sedangkan, angka koefisien korelasi .180 menunjukkan bahwa arah hubungan antar kedua variabel positif atau searah, artinya tingkat usia perajin tidak berhubungan dengan kemampuan perajin dalam menghadapi hambatan usahanya.

Hasil pengujian korelasi Rank Spearman atau *spearman ranks* antara variabel karakteristik dengan persepsi perajin terhadap pemberdayaan pada indikator usia (X1.1) dengan indikator Power With yang memiliki arti kemampuan bekerjasama atau solidaritas (Y1.4) memperoleh nilai signifikansi .011 yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antar kedua variabel pada indikator tersebut. Sedangkan, angka koefisien korelasi .357\* menunjukkan bahwa arah hubungan antar kedua variabel positif atau searah, artinya semakin bertambah usia perajin maka semakin meningkat pula kemampuan perajin dalam bekerjasama.

#### **4.8.2 Hubungan antara Tingkat Pendidikan (X1.2) dengan Persepsi Perajin Terhadap Pemberdayaan Kelompok Perajin Kaleng Melalui Koperasi Rancage (Y)**

Hasil pengujian korelasi Rank Spearman atau *spearman ranks* antara variabel karakteristik dengan persepsi perajin terhadap pemberdayaan pada indikator pendidikan (X1.2) dengan indikator Power To yang memiliki arti kesadaran dan keinginan untuk berubah (Y1.1) memperoleh nilai signifikansi .794 yang menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan antar kedua variabel pada indikator tersebut. Sedangkan, angka koefisien korelasi .038 menunjukkan bahwa arah hubungan antar kedua variabel positif atau searah, artinya tinggi atau tidaknya latar belakang pendidikan yang dimiliki perajin tidak berhubungan dengan keinginan perajin untuk mengikuti pemberdayaan melalui Koperasi Rancage

Hasil pengujian korelasi Rank Spearman atau *spearman ranks* antara variabel karakteristik dengan persepsi perajin terhadap pemberdayaan pada indikator pendidikan (X1.2) dengan indikator Power Within yang memiliki arti kemampuan dalam meningkatkan kapasitas untuk memperoleh akses (Y1.2) memperoleh nilai signifikansi .525 yang menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antar kedua variabel pada indikator tersebut. Sedangkan, angka koefisien korelasi -.092 menunjukkan bahwa hubungan antar kedua variabel negatif atau berlawanan, artinya tinggi atau tidaknya latar belakang pendidikan yang dimiliki perajin tidak berhubungan dengan akses yang dapat diperoleh perajin jika mengikuti pemberdayaan.

Hasil pengujian korelasi Rank Spearman atau *spearman ranks* antara variabel karakteristik dengan persepsi perajin terhadap pemberdayaan pada indikator pendidikan (X1.2) dengan indikator Power Over yang memiliki arti kemampuan menghadapi hambatan (Y1.3) memperoleh nilai signifikansi .037 yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antar kedua

variabel pada indikator tersebut. Sedangkan, angka koefisien korelasi  $.296^*$  menunjukkan bahwa hubungan antar kedua variabel positif atau searah, artinya semakin tingginya tingkat pendidikan perajin maka semakin tinggi pula kemampuan perajin dalam menghadapi hambatan.

Hasil pengujian korelasi Rank Spearman atau *spearman ranks* antara variabel karakteristik dengan persepsi perajin terhadap pemberdayaan pada indikator pendidikan (X1.2) dengan indikator Power With yang memiliki arti kemampuan bekerjasama atau solidaritas (Y1.4) memperoleh nilai signifikansi  $.455$  yang menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antar kedua variabel pada indikator tersebut. Sedangkan, angka koefisien korelasi  $.108$  menunjukkan bahwa hubungan antar kedua variabel positif atau searah, artinya tinggi atau tidaknya latar belakang pendidikan yang dimiliki perajin tidak berhubungan dengan kemampuan perajin bekerjasama dengan perajin lain.

#### **4.8.3 Hubungan antara Tingkat Pendapatan Usaha (X1.3) dengan Persepsi Perajin Terhadap Pemberdayaan Kelompok Perajin Kaleng Melalui Koperasi Rancage (Y)**

Hasil pengujian korelasi Rank Spearman atau *spearman ranks* antara variabel karakteristik dengan persepsi perajin terhadap pemberdayaan pada indikator pendapatan usaha (X1.3) dengan indikator Power To yang memiliki arti kesadaran dan keinginan untuk berubah (Y1.1) memperoleh nilai signifikansi  $.387$  yang menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan antar kedua variabel pada indikator tersebut. Sedangkan, angka koefisien korelasi  $.125$  menunjukkan bahwa arah hubungan antar kedua variabel positif atau searah, artinya tinggi atau tidaknya pendapatan yang diperoleh perajin dalam usahanya tidak berhubungan dengan keinginan perajin untuk mengikuti pemberdayaan melalui Koperasi Rancage.

Hasil pengujian korelasi Rank Spearman atau *spearman ranks* antara variabel karakteristik dengan persepsi perajin terhadap pemberdayaan pada indikator pendapatan usaha (X1.3) dengan indikator Power Within yang memiliki arti kemampuan dalam meningkatkan kapasitas untuk memperoleh akses (Y1.2) memperoleh nilai signifikansi  $.011$  yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antar kedua variabel pada indikator tersebut. Sedangkan, angka koefisien korelasi  $.356^*$  menunjukkan bahwa arah hubungan antar kedua variabel positif atau searah, artinya semakin tinggi pendapatan maka semakin mudah pula perajin dalam memperoleh akses.

Hasil pengujian korelasi Rank Spearman atau *spearman ranks* antara variabel karakteristik dengan persepsi perajin terhadap pemberdayaan pada indikator pendapatan usaha (X1.3) dengan indikator Power Over yang memiliki arti kemampuan menghadapi hambatan (Y1.3) memperoleh nilai signifikansi  $.360$  yang menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antar kedua variabel pada indikator tersebut. Sedangkan, angka koefisien korelasi  $.132$  menunjukkan bahwa arah hubungan antar kedua variabel positif atau searah, artinya artinya tinggi atau tidaknya pendapatan yang diperoleh perajin dalam usahanya tidak berhubungan dengan kemampuan perajin dalam menghadapi hambatan.

Hasil pengujian korelasi Rank Spearman atau *spearman ranks* antara variabel karakteristik dengan persepsi perajin terhadap pemberdayaan pada

indikator pendapatan usaha (X1.3) dengan indikator Power With yang memiliki arti kemampuan bekerjasama atau solidaritas (Y1.4) memperoleh nilai signifikansi .115 yang menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antar kedua variabel pada indikator tersebut. Sedangkan, angka koefisien korelasi .226 menunjukkan bahwa arah hubungan antar kedua variabel positif atau searah, artinya tinggi atau tidaknya pendapatan yang diperoleh perajin dalam usahanya tidak berhubungan dengan kemampuan perajin bekerjasama dengan perajin lain.

#### **4.8.4 Hubungan antara Tingkat Pengalaman Menjadi Perajin (X1.4) dengan Persepsi Perajin Terhadap Pemberdayaan Kelompok Perajin Kaleng Melalui Koperasi Rancage (Y)**

Hasil pengujian korelasi Rank Spearman atau *spearman ranks* antara variabel karakteristik dengan persepsi perajin terhadap pemberdayaan pada indikator tingkat pengalaman (X1.4) dengan indikator Power To yang memiliki arti kesadaran dan keinginan untuk berubah (Y1.1) memperoleh nilai signifikansi .832 yang menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antar kedua variabel pada indikator tersebut. Sedangkan, angka koefisien korelasi -.031 menunjukkan bahwa arah hubungan antar kedua variabel negatif atau berlawanan, artinya semakin tinggi pengalaman perajin menjalankan usahanya semakin sulit perajin mengikuti pelatihan yang disediakan oleh Koperasi Rancage karena perajin merasa dirinya sudah lama menjalankan usaha ini sehingga tidak mengikuti pelatihan pun tidak masalah.

Hasil pengujian korelasi Rank Spearman atau *spearman ranks* antara variabel karakteristik dengan persepsi perajin terhadap pemberdayaan pada indikator tingkat pengalaman (X1.4) dengan indikator Power Within yang memiliki arti kemampuan dalam meningkatkan kapasitas untuk memperoleh akses (Y1.2) memperoleh nilai signifikansi .004 yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antar kedua variabel pada indikator tersebut. Sedangkan, angka koefisien korelasi .398\*\* menunjukkan bahwa arah hubungan antar kedua variabel positif, artinya semakin tinggi pengalaman perajin menjalankan usahanya maka semakin tinggi pula kemampuan perajin dalam memperoleh akses untuk usahanya.

Hasil pengujian korelasi Rank Spearman atau *spearman ranks* antara variabel karakteristik dengan persepsi perajin terhadap pemberdayaan pada indikator tingkat pengalaman (X1.4) dengan indikator Power Over yang memiliki arti kemampuan menghadapi hambatan (Y1.3) memperoleh nilai signifikansi .787 yang menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antar kedua variabel pada indikator tersebut. Sedangkan, angka koefisien korelasi .039 menunjukkan bahwa hubungan antar kedua variabel positif atau searah, artinya tinggi atau tidaknya pengalaman yang dimiliki perajin tidak berhubungan dengan kemampuan perajin dalam menghadapi hambatan usahanya.

Hasil pengujian korelasi Rank Spearman atau *spearman ranks* antara variabel karakteristik dengan persepsi perajin terhadap pemberdayaan pada indikator tingkat pengalaman (X1.4) dengan indikator Power With yang memiliki arti kemampuan bekerjasama atau solidaritas (Y1.4) memperoleh nilai signifikansi .005 yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antar kedua variabel pada indikator tersebut. Sedangkan, angka koefisien

korelasi .389\*\* menunjukkan bahwa arah hubungan antar kedua variabel positif atau searah, artinya semakin tinggi pengalaman perajin maka semakin tinggi pula kemampuannya bekerjasama dengan perajin lain.

#### 4.9 Hubungan antara Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Perajin (X2) dengan Persepsi Perajin Terhadap pemberdayaan Kelompok Perajin kaleng Melalui Koperasi Rancage (Y)

Variabel faktor yang mempengaruhi persepsi perajin (X2) memiliki beberapa indikator, yaitu latar belakang keluarga, informasi yang diperoleh, dan pengetahuan. Sedangkan, variabel persepsi perajin terhadap pemberdayaan kelompok perajin kaleng melalui Koperasi Rancage (Y) memiliki beberapa indikator, yaitu *power to*, *power within*, *power over*, dan *power with*. Kedua variabel tersebut kemudian akan dihubungkan untuk mengetahui nilai korelasi antar keduanya.

**Tabel 4.8** Data Hubungan antara Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Perajin (X2) dengan Persepsi Perajin Terhadap Pemberdayaan Kelompok Perajin Kaleng Melalui Koperasi Rancage (Y)

Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi		Persepsi Perajin Terhadap Pemberdayaan Kelompok Perajin Kaleng Melalui Koperasi Rancage			
		Y1.1 Power To	Y1.2 Power Within	Y1.3 Power Over	Y1.4 Power With
X2.1 Latar Belakang Keluarga	Correlation	-.328*	-.017	.062	-.065
X2.2 Informasi Yang Diperoleh	Correlation	.515*	.066	-.286*	.149
X2.3 Pengetahuan	Correlation	.191	.058	.302*	.461**

Sumber : Data Primer (2023)

##### 4.9.1 Hubungan antara Tingkat Dukungan Keluarga (X2.1) dengan Persepsi Perajin Terhadap pemberdayaan Kelompok Perajin kaleng Melalui Koperasi Rancage (Y)

Hasil pengujian korelasi Rank Spearman atau *spearman ranks* antara variabel faktor yang mempengaruhi persepsi dengan persepsi perajin terhadap pemberdayaan pada indikator latar belakang keluarga (X2.1) dengan indikator Power To yang memiliki arti kesadaran dan keinginan untuk berubah (Y1.1) memperoleh nilai signifikansi .020 yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antar kedua variabel. Sedangkan, angka koefisien korelasi -.328\* menunjukkan bahwa hubungan antar kedua variabel negatif atau berlawanan, artinya hubungan kedua variabel tidak searah namun memiliki hubungan yang signifikan atau sangat nyata, dimana keinginan perajin yang

tinggi untuk berubah tidak dapat terpenuhi karena tingginya tuntutan yang diberikan keluarga kepada perajin, sehingga keinginan para perajin dari dalam dirinya untuk berubah menjadi lebih baik lagi dengan mengikuti pemberdayaan dan bergabung dengan Koperasi Rancage masih tergolong rendah.

Hasil pengujian korelasi Rank Spearman atau *spearman ranks* antara variabel faktor yang mempengaruhi persepsi dengan persepsi perajin terhadap pemberdayaan pada indikator latar belakang keluarga (X2.1) dengan indikator Power Within yang memiliki arti kemampuan dalam meningkatkan kapasitas untuk memperoleh akses (Y1.2) memperoleh nilai signifikansi .907 yang menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antar kedua variabel. Sedangkan, angka koefisien korelasi  $-.017$  menunjukkan bahwa arah hubungan antar kedua variabel negatif atau berlawanan, artinya kemampuan perajin dalam memperoleh akses yang lebih baik dalam usahanya tidak bisa terpenuhi karena rendahnya latar belakang keluarga yang menyebabkan sebagian besar perajin sulit untuk memperoleh akses yang lebih baik dalam usahanya.

Hasil pengujian korelasi Rank Spearman atau *spearman ranks* antara variabel faktor yang mempengaruhi persepsi dengan persepsi perajin terhadap pemberdayaan pada indikator latar belakang keluarga (X2.1) dengan indikator Power Over yang memiliki arti kemampuan dalam menghadapi hambatan (Y1.3) memperoleh nilai signifikansi .669 yang menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antar kedua variabel. Sedangkan, angka koefisien korelasi  $.062$  menunjukkan bahwa arah hubungan antar kedua variabel positif atau searah, artinya tinggi atau rendahnya latar belakang keluarga perajin tidak berhubungan dengan kemampuan perajin dalam menghadapi hambatan, karena persepsi perajin terhadap pemberdayaan tidak hanya didasarkan atas kemampuan perajin dalam menghadapi hambatan saja, tetapi ada faktor-faktor lain yang mendorongnya seperti tingkat pengetahuan.

Hasil pengujian korelasi Rank Spearman atau *spearman ranks* antara variabel faktor yang mempengaruhi persepsi dengan persepsi perajin terhadap pemberdayaan pada indikator latar belakang keluarga (X2.1) dengan indikator Power With yang memiliki arti kemampuan bekerjasama dan solidaritas (Y1.4) memperoleh nilai signifikansi .652 yang menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antar kedua variabel. Sedangkan, angka koefisien korelasi  $-.065$  menunjukkan bahwa hubungan antar kedua variabel negatif atau berlawanan, artinya kemampuan perajin bekerjasama dengan perajin lain tidak bisa terpenuhi yang salah satunya dilatar belakang oleh latar belakang keluarganya yang tidak ikut serta dalam mendukung usahanya.

#### **4.9.2 Hubungan antara Sumber Informasi Tentang Pemberdayaan (X2.2) dengan Persepsi Perajin Terhadap pemberdayaan Kelompok Perajin kaleng Melalui Koperasi Rancage (Y)**

Hasil pengujian korelasi Rank Spearman atau *spearman ranks* antara variabel faktor yang mempengaruhi persepsi dengan persepsi perajin terhadap pemberdayaan pada indikator informasi yang diperoleh (X2.2) dengan indikator Power To yang memiliki arti kesadaran dan keinginan untuk berubah (Y1.1) memperoleh nilai signifikansi .000 yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antar kedua variabel. Sedangkan, angka koefisien korelasi

.515\* menunjukkan bahwa arah hubungan antar kedua variabel positif atau searah, artinya semakin banyak informasi yang diterima perajin mengenai pemberdayaan berhubungan dengan semakin tingginya keinginan perajin dalam mengikuti pemberdayaan tersebut.

Hasil pengujian korelasi Rank Spearman atau *spearman ranks* antara variabel faktor yang mempengaruhi persepsi dengan persepsi perajin terhadap pemberdayaan pada indikator informasi yang diperoleh (X2.2) dengan indikator Power Within yang memiliki arti kemampuan dalam meningkatkan kapasitas untuk memperoleh akses (Y1.2) memperoleh nilai signifikansi .647 yang menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antar kedua variabel. Sedangkan, angka koefisien korelasi .066 menunjukkan bahwa arah hubungan antar kedua variabel positif atau searah, artinya banyak atau tidaknya informasi yang diperoleh perajin tidak berhubungan dengan akses yang bisa diperoleh perajin jika mengikuti program pemberdayaan yang dilakukan Koperasi Rancage, karena selain banyaknya informasi yang diperlukan masih banyak faktor lain yang dapat dipertimbangkan untuk memperoleh akses yang lebih baik, seperti keinginan perajin dalam hatinya.

Hasil pengujian korelasi Rank Spearman atau *spearman ranks* antara variabel faktor yang mempengaruhi persepsi dengan persepsi perajin terhadap pemberdayaan pada indikator informasi yang diperoleh (X2.2) dengan indikator Power Over yang memiliki arti kemampuan dalam menghadapi hambatan (Y1.3) memperoleh nilai signifikansi .044 yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antar kedua variabel. Sedangkan, angka koefisien korelasi  $-.286^*$  menunjukkan bahwa hubungan antar kedua variabel negatif atau berlawanan, artinya hubungan kedua variabel tidak searah namun memiliki hubungan yang signifikan atau sangat nyata, dimana kemampuan perajin dalam menghadapi hambatan tidak bisa terselesaikan apabila informasi yang diperoleh tidak sesuai dengan situasi yang sedang terjadi.

Hasil pengujian korelasi Rank Spearman atau *spearman ranks* antara variabel faktor yang mempengaruhi persepsi dengan persepsi perajin terhadap pemberdayaan pada indikator informasi yang diperoleh (X2.2) dengan indikator Power With yang memiliki arti kemampuan bekerjasama dan solidaritas (Y1.4) memperoleh nilai signifikansi .301 yang menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antar kedua variabel. Sedangkan, angka koefisien korelasi .149 menunjukkan bahwa arah hubungan antar kedua variabel positif atau searah, artinya banyak atau tidaknya informasi yang diperoleh perajin tidak berhubungan dengan kemampuan perajin dalam menjalin kerjasama dengan perajin lain, karena persepsi perajin terhadap pemberdayaan tidak hanya didasarkan oleh keinginan perajin dalam bekerjasama, tetapi masih ada faktor lain yang mendorongnya.

#### **4.9.3 Hubungan antara Pengetahuan Tentang pemberdayaan (X2.3) dengan Persepsi Perajin Terhadap pemberdayaan Kelompok Perajin kaleng Melalui Koperasi Rancage (Y)**

Hasil pengujian korelasi Rank Spearman atau *spearman ranks* antara variabel faktor yang mempengaruhi persepsi dengan persepsi perajin terhadap pemberdayaan pada indikator pengetahuan (X2.3) dengan indikator Power To yang memiliki arti kesadaran dan keinginan untuk berubah (Y1.1) memperoleh

nilai signifikansi .184 yang menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antar kedua variabel. Sedangkan, angka koefisien korelasi .191 menunjukkan bahwa arah hubungan antar kedua variabel positif atau searah, artinya tinggi atau tidaknya tingkat pengetahuan perajin mengenai pemberdayaan tidak berhubungan dengan keinginan perajin untuk melakukan perubahan dalam usahanya, karena persepsi perajin mengenai pemberdayaan yang dilakukan Koperasi Rancage berbeda-beda.

Hasil pengujian korelasi Rank Spearman atau *spearman ranks* antara variabel faktor yang mempengaruhi persepsi dengan persepsi perajin terhadap pemberdayaan pada indikator pengetahuan (X2.3) dengan indikator Power Within yang memiliki arti kemampuan dalam meningkatkan kapasitas untuk memperoleh akses (Y1.2) memperoleh nilai signifikansi .687 yang menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antar kedua variabel. Sedangkan, angka koefisien korelasi .058 menunjukkan bahwa arah hubungan antar kedua variabel positif atau searah, artinya tinggi atau tidaknya pengetahuan perajin mengenai pemberdayaan tidak berhubungan dengan akses yang dapat diperoleh perajin jika bergabung dengan Koperasi dan mengikuti pemberdayaan.

Hasil pengujian korelasi Rank Spearman atau *spearman ranks* antara variabel faktor yang mempengaruhi persepsi dengan persepsi perajin terhadap pemberdayaan pada indikator pengetahuan (X2.3) dengan indikator Power Over yang memiliki arti kemampuan dalam menghadapi hambatan (Y1.3) memperoleh nilai signifikansi .033 yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antar kedua variabel. Sedangkan, angka koefisien korelasi .302\* menunjukkan bahwa arah hubungan antar kedua variabel positif atau searah, artinya semakin tinggi pengetahuan perajin terhadap pemberdayaan maka semakin perajin merasa program pemberdayaan yang dilakukan melalui Koperasi Rancage mampu membantu perajin menghadapi hambatan dalam usahanya.

Hasil pengujian korelasi Rank Spearman atau *spearman ranks* antara variabel faktor yang mempengaruhi persepsi dengan persepsi perajin terhadap pemberdayaan pada indikator pengetahuan (X2.3) dengan indikator Power With yang memiliki arti kemampuan bekerjasama dan solidaritas (Y1.4) memperoleh nilai signifikansi .001 yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antar kedua variabel. Sedangkan, angka koefisien korelasi .461\*\* menunjukkan bahwa arah hubungan antar kedua variabel positif atau searah, artinya semakin tinggi pengetahuan perajin terhadap pemberdayaan maka semakin perajin merasa program pemberdayaan melalui Koperasi Rancage mampu membuat perajin satu dengan perajin lainnya bekerjasama.



#### 4.10 Pengujian Hipotesis

**Tabel 4.9 Uji Hubungan antara Karakteristik Perajin (X1) dengan Persepsi Perajin Terhadap Pemberdayaan Kelompok Perajin Kaleng Melalui Koperasi Rancage (Y)**

Correlations				
			SUM_X1	SUM_Y
Spearman's rho	SUM_X1	Correlation Coefficient	1.000	<b>.361**</b>
		Sig. (2-tailed)	.	.010
		N	50	50
	SUM_Y	Correlation Coefficient	<b>.361**</b>	1.000
		Sig. (2-tailed)	.010	.
		N	50	50
		**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).		

**Sumber : Data Primer (2023)**

Dilihat dari tabel 4.9 hasil uji hubungan kedua variabel menggunakan *rank spearman*, yakni karakteristik perajin (X1) dengan persepsi perajin terhadap pemberdayaan (Y) sebesar .010 hal tersebut menunjukkan bahwa, terdapat hubungan nyata dan signifikan antara karakteristik perajin dengan persepsi perajin terhadap pemberdayaan. Sedangkan, nilai koefisien korelasi .361\*\* menunjukkan bahwa hubungan kedua variabel positif atau searah namun tingkat kekuatan hubungan rendah. Dengan demikian, diasumsikan bahwa H1 diterima dan H01 ditolak. Hal ini dikarenakan karakteristik perajin, yang mencakup indikator usia, tingkat pendidikan, tingkat pendapatan usaha, dan tingkat pengalaman menjadi perajin, berhubungan dengan terbentuknya persepsi perajin terhadap pemberdayaan kelompok perajin kaleng melalui Koperasi Rancage, hal tersebut dikarenakan karakteristik perajin dengan indikator-indikator tersebut telah dipertimbangkan dalam penelitian dan setelah dilakukan uji eksperimen diperoleh data yang lebih baik.

**Tabel 4.10 Uji Hubungan antara Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Perajin (X2) dengan Persepsi Perajin Terhadap Pemberdayaan Kelompok Perajin Kaleng Melalui Koperasi Rancage (Y)**

Correlations				
			SUM_X2	SUM_Y
Spearman's rho	SUM_X2	Correlation Coefficient	1.000	<b>.284*</b>
		Sig. (2-tailed)	.	.045
		N	50	50
	SUM_Y	Correlation Coefficient	<b>.284*</b>	1.000
		Sig. (2-tailed)	.045	.

		N	50	50
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).				

**Sumber : Data Primer (2023)**

Dilihat dari tabel 4.14 hasil uji hubungan kedua variabel menggunakan *rank spearman*, yakni faktor yang mempengaruhi persepsi perajin (X2) dengan persepsi perajin terhadap pemberdayaan (Y) memperoleh nilai signifikansi .045 yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara faktor yang mempengaruhi persepsi dengan persepsi perajin terhadap pemberdayaan. Sedangkan, nilai koefisien korelasi .284\* menunjukkan bahwa hubungan kedua variabel positif atau searah namun tingkat kekuatan hubungan rendah. Dengan demikian, berdasarkan pengambilan keputusan di atas maka H2 diterima dan H02 ditolak, hal ini dikarenakan faktor yang mempengaruhi persepsi yang mencakup indikator latar belakang keluarga, informasi yang diperoleh, dan pengetahuan berhubungan dengan persepsi perajin terhadap pemberdayaan kelompok perajin kaleng melalui Koperasi Rancage. Artinya, persepsi perajin terhadap pemberdayaan dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti latar belakang keluarga para perajin, informasi yang diperoleh para perajin, dan pengetahuan para perajin mengenai pemberdayaan.

Dapat disimpulkan bahwa hasil uji hubungan dalam penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan sebelumnya, yaitu:

$H_1$  : Terdapat hubungan antara karakteristik perajin kaleng dengan persepsi perajin terhadap pemberdayaan kelompok perajin kaleng melalui Koperasi Rancage

$H_{01}$  : Tidak terdapat hubungan antara karakteristik perajin kaleng dengan persepsi perajin terhadap pemberdayaan kelompok perajin kaleng melalui Koperasi Rancage

$H_2$  : Terdapat hubungan antara faktor yang mempengaruhi persepsi perajin dengan persepsi perajin terhadap pemberdayaan kelompok perajin kaleng melalui Koperasi Rancage

$H_{02}$  : Tidak terdapat hubungan antara faktor yang mempengaruhi persepsi perajin dengan persepsi perajin terhadap pemberdayaan kelompok perajin kaleng melalui Koperasi Rancage

#### **4.11 Hubungan antara Teori Penilaian Sosial (*sosial judgement theory*) dengan Hasil Penelitian**

Teori penilaian sosial atau *sosial judgement theory* memberikan perhatian kepada bagaimana individu menilai segala pernyataan yang dilihat dan didengarnya mengenai suatu pesan atau informasi serta bagaimana penilaian terhadap pesan tersebut dapat memengaruhi sistem kepercayaan yang sudah dimiliki sebelumnya. Teori ini dikembangkan atas penelitian Muzafer Sherif, seorang psikolog di Oklahoma University, Amerika Serikat

Tingkat penerimaan atau penolakan individu terhadap suatu isu atau pesan dipengaruhi oleh variabel penting yaitu keterlibatan ego atau *ego involvement* yang memiliki makna sebagai *sense of the personal relevance of an issue* (adanya hubungan personal dengan isu yang bersangkutan). Namun, proses

penilaian dapat menimbulkan distorsi atau penyimpangan, seperti efek pertentangan (*contrast effect*) dimana seseorang menilai suatu informasi atau pesan menjadi lebih jauh. Adapun efek asimilasi (*assimilation effect*) yang terjadi saat individu menilai suatu informasi atau pesan menjadi lebih dekat. Teori ini menyatakan bahwa penerimaan pesan dapat berada dalam wilayah penerimaan yang dapat mengubah sikap individu, penolakan dimana perubahan sikap tidak akan terjadi, atau bahkan netral.

Berdasarkan penjelasan diatas, penelitian ini memiliki relevansi dengan teori penilaian sosial (*social judgement theory*), dimana Pemerintah Desa Pasir Mukti bersama salah satu perajin kaleng di Kampung Dukuh, Dedy Ahmadi mewujudkan program pemberdayaan melalui sebuah kelompok usaha bersama yang disebut dengan Koperasi Rancage guna meminimalisir konflik yang seringkali terjadi di antara para perajin dengan mempersatukan perajin dalam wadah yang akan memberikan keuntungan bagi mereka. Perajin yang bergabung dengan Koperasi Rancage akan memiliki badan hukum yang mengikat, memiliki tambahan pengetahuan dan keterampilan, mendapatkan jaringan pemasaran yang lebih luas, dan lain-lain.

Namun, upaya tersebut kurang mendapatkan respon positif dari masyarakat, khususnya perajin kaleng di Kampung Dukuh banyak sekali isu-isu negatif yang menyebar saat itu, seperti jika perajin bergabung dalam Koperasi Rancage dan mengikuti pemberdayaan, perajin tidak akan memiliki kebebasan dalam menjalankan usahanya bahkan ada yang berfikir hal ini hanya akal-akalan Pemerintah Desa dan pihak Koperasi Rancage saja untuk mengambil keuntungan dibelakangnya. Saat ini, data perajin kaleng di Kampung Dukuh diketahui sebanyak 50 perajin dengan didominasi oleh para perajin yang memilih untuk tidak memiliki keterikatan dengan Koperasi Rancage.

Dengan demikian, teori penilaian sosial merupakan teori yang tepat untuk menganalisis bagaimana proses penilaian informasi yang terjadi dalam diri perajin tentang pemberdayaan yang dilakukan melalui Koperasi Rancage pada saat perajin menerima informasi tersebut untuk pertama kalinya, khususnya perajin yang memiliki pemikiran negatif tentang pemberdayaan yang dilakukan melalui Koperasi Rancage dan memilih untuk tidak memiliki keterikatan dengan Koperasi Rancage.

Berdasarkan teori penilaian sosial dari Sherif, hal tersebut dipengaruhi oleh dua variabel, seperti acuan internal dan keterlibatan ego yang terjadi dalam diri perajin didasarkan atas pengalaman yang pernah terjadi sebelumnya, dimana diri perajin akan menyerap informasi tentang pemberdayaan yang dilakukan Koperasi Rancage dengan membentuk sebuah kontras, yakni efek pertentangan. Proses penilaian pesan saat terjadinya keterlibatan ego pada diri perajin akan membuat pesan atau informasi tersebut berada di wilayah penolakan. karena semakin besar keterlibatan ego dalam suatu pesan atau informasi maka semakin luas pula penolakan dan semakin kecil wilayah netral maka akan semakin kecil perubahan sikap yang terjadi pada diri perajin.

Dilihat dari data yang menunjukkan bahwa sampai saat ini perajin kaleng di Kampung Dukuh terdapat sebanyak 50 perajin, dimana terdapat 39 perajin yang tidak bergabung dengan Koperasi Rancage tetapi tetap mengikuti pemberdayaan meskipun tidak semua perajin bersungguh-sungguh dalam menjalankan program pemberdayaannya, sisanya terdapat 11 perajin yang bergabung dengan Koperasi Rancage dan mengikuti pemberdayaan. Artinya, dari 50 perajin hanya terdapat 11 perajin yang menempatkan informasi mengenai pemberdayaan yang dilakukan melalui Koperasi Rancage tersebut ke dalam wilayah penerimaan (*latitude of acceptance*). Sedangkan, 39 perajin lainnya hanya mengikuti pemberdayaan tanpa bergabung dengan Koperasi Rancage. Sehingga, pemberdayaan pun belum berjalan secara maksimal karena masih banyak sekali perajin yang tidak ingin bergabung dengan Koperasi Rancage dan mengikuti pemberdayaan dengan bersungguh-sungguh.

## BAB 5

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai persepsi perajin terhadap pemberdayaan kelompok perajin kaleng melalui Koperasi Rancage, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Karakteristik perajin pada penelitian ini dimayoritasi oleh kelompok usia 43 - 51 tahun dengan rata-rata tingkat pendidikan Tamat Sekolah Dasar dan pendapatan perbulan berkisar Rp 2.000.000 – Rp 3.999.999. Selain itu, perajin di Kampung Dukuh memiliki rata-rata pengalaman 6 - 10 tahun terhitung sejak tahun 2013 hingga saat ini.
2. Terdapat tiga faktor yang mempengaruhi persepsi para perajin di Kampung Dukuh, yaitu tingkat dukungan keluarga, sumber informasi pemberdayaan, dan pengetahuan tentang pemberdayaan, dimana ketiga indikator tersebut termasuk dalam kategori sangat tinggi.
3. Persepsi perajin terhadap pemberdayaan kelompok perajin kaleng melalui Koperasi Rancage diukur menggunakan tiga indikator pemberdayaan menurut Soeharto, yakni *power to*, *power within*, *power over*, dan *power with* secara keseluruhan termasuk dalam kategori sangat tinggi. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa persepsi perajin di Kampung Dukuh terhadap pemberdayaan didukung oleh keinginan para perajin untuk berubah dengan memperoleh akses yang lebih baik, dapat menghadapi hambatan dalam usahanya, dan bisa meningkatkan kerjasama antara perajin satu dengan perajin lain.
4. Analisis hubungan menggunakan *rank spearman* menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara karakteristik perajin dengan persepsi perajin terhadap pemberdayaan kelompok perajin kaleng melalui Koperasi Rancage. Dengan demikian, hal tersebut sesuai dengan hipotesis yang sudah diajukan sebelumnya yaitu  $H_1$  diterima dan  $H_{01}$  ditolak.
5. Sedangkan, analisis hubungan menggunakan *rank spearman* antara variabel faktor yang mempengaruhi persepsi dengan persepsi perajin terhadap pemberdayaan kelompok perajin kaleng melalui Koperasi Rancage pun sesuai dengan hipotesis yang sudah diajukan sebelumnya. Sehingga,  $H_2$  diterima dan  $H_{02}$  ditolak.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian tersebut terdapat beberapa saran yang diberikan, sebagai berikut:

1. Pemerintah Desa Pasir Mukti dan Koperasi Rancage perlu melakukan strategi baru dalam mensosialisasikan program pemberdayaan kepada para perajin guna menarik perhatian perajin lain untuk bergabung dengan Koperasi Rancage dan mengikuti pemberdayaan, seperti misalnya melakukan sosialisasi secara *door to door* agar maksud dan tujuan dari pemberdayaan bisa lebih dipahami.
2. Program pelatihan yang diselenggarakan oleh pihak Koperasi Rancage perlu dilakukan secara konsisten dengan melibatkan perajin lain selain di Kampung Dukuh agar mendorong keinginan para perajin di Kampung Dukuh untuk ikut serta dalam program pemberdayaan.
3. Hasil uji korelasi antara variabel X1 dengan Y dan X2 dengan Y menunjukkan bahwa sebagian besar item memiliki hubungan yang signifikan dengan arah hubungan positif namun keeratan hubungan yang tergolong rendah. Sehingga, untuk penelitian yang akan datang diharapkan bisa menemukan butir-butir pernyataan lain untuk diuji dalam penelitian ini agar hasil penelitian bisa lebih sempurna.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bierstedt, R. (1970). *The Sosial Order, An Introduction to Sociology*. New York: McGraw-Hill Book Company.
- Cattel, R. B. (1950). *Personallity A Systematic Theoretical and Factual Study*. New York: McGraw-Hill Book Company, Inc.
- Fahrudin, A. (2012). *Pemberdayaan, Partisipasi dan Penguatan Kapasitas Masyarakat*. Bandung: Humaniora.
- Friedmann, J. (1992). *Empowerment The Politics of Alternative Development*. Cambridge, USA: Blackwell.
- Handayani. (2013). *Belajar dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhiny*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Mardikanto, S. (2015). *Pemberdayaan Masyarakat Dalam Perspektif Kebijakan Publik*. Bandung: Alfabeta.
- Miftah, T. (2003). *Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Nasution, Z. (2007). *Komunikasi Pembangunan: Pengenalan Teori dan Penerapannya*. Bandung: PT Raja Grafindo Persada.
- Rakhmat, J. (1999). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Robbins, S. P. (2011). *Organizational behavior. Fourteenth Edition*. New Jersey: Pearson Education.
- Rudianto. (2015). *Manajemen Kearsipan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Siagian, S. P. (1997). *Manajemen Sumber Daya Manusi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Subyantoro, A. (Analisis dan Perancangan Sistem Informasi). 2015. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, P. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharto, E. (2010). *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat : Kajian Strategis Pembangunan Kesejahteraan Sosial*. Bandung: Refika Aditama.
- Suryanto. (2015). *Pengantar Ilmu Komunikas*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Walgito, B. (2010). *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.

Zubaedi. (2013). *Pengembangan Masyarakat Wacana dan Praktik*. Jakarta: Prenada Media Group.

### **Skripsi dan Jurnal**

Akbar, R. F. (2015). Analisis Persepsi Pelajar Tingkat Menengah Pada Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kudus. *Edukasia: Jurnal Penelitian Pendidikan Islam*, 10(1), 189–210. <https://doi.org/10.21043/edukasia.v10i1.791>.

Akbar, M. (2020). *Persepsi Masyarakat Terhadap Sikap Tenaga Kesehatan Mobil Curhat Dinas Kesehatan Kota Bogor, Jawa Barat*. (Skripsi). Tidak diterbitkan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan, Bogor.

Anjani, Ririh. (2020). *Persepsi Penerima Manfaat Terhadap Sosialisasi Program Corporate Sosial Responsibility Rehabilitasi Rumah Tidak Layak Huni PDAM Tirta Pakuan* (Kasus di Kelurahan Tajur Kecamatan Bogor Timur Kota Bogor). (Skripsi). Tidak diterbitkan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan, Bogor.

Erlanda, Cristian. (2022). *Sikap Pedagang Terhadap Relokasi Pedagang Kaki Lima Di Wilayah Pasar Bogor*. (Skripsi). Tidak diterbitkan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan, Bogor.

Fathurrahman, Rifqi M. (2021). *Pengaruh Komunikasi Orang Tua Mengenai Pendidikan Seksual Terhadap Perilaku Seksual Remaja Di Kota Bogor Berdasarkan Perspektif Anak*. (Skripsi). Tidak diterbitkan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan, Bogor.

Fuady, I., Arifin, H., & Kuswarno, E. (2017). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Mahasiswa UNTIRTA Terhadap Keberadaan PERDA Syariah Di Kota Serang. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 21(1), 123770.

Malisa, M. (2019). *Persepsi Followers Terhadap Komunikasi Public Relations Terkait Gangguan Pengaliran Melalui Instagram PDAM Tirta Pakuan Kota Bogor*. (Skripsi). Tidak diterbitkan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan, Bogor.

Nurlianti Muzni, D. A. (2021). Studi Sosial Judgement Perilaku Gen-z Bengkulu Selama Masa Pandemi. *Jurnal Komunikasi dan Budaya*, 314-322. <https://journal.unbara.ac.id/index.php/JKB/article/download/1020/742>.

Nurizky, Dita R. (2016). *Persepsi Anggota Koperasi Terhadap Pelayanan Costumer Service di Koperasi Simpang Pinjam Nasari*. (Skripsi). Tidak diterbitkan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan, Bogor.

Ridwan, Muhamad. (2019). *Persepsi Tenaga Kesehatan Kota Bogor Terhadap Kegiatan Sosialisasi Elektronik Sistem Informasi Rujukan Bogor* (Studi Kasus Bidan Praktik Mandiri Kota Bogor). (Skripsi). Tidak diterbitkan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan, Bogor.



- Rivasari, G. (2020). *Persepsi Masyarakat Kelurahan Tajur, Kecamatan Bogor Timur, Kota Bogor Terhadap Pembangunan Mall Boxies 123*. (Skripsi). Tidak diterbitkan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan, Bogor.
- Suharyanti, N. (2020). *Pemberdayaan Masyarakat Melalui Kelompok Pengrajin Tembaga "Bangun Karya" di Dusun Krapyak Wetan Desa Panjangrejo Pundong Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta*. S1 thesis, Fakultas Ilmu Pendidikan. (Vol. 5, Issue 3).
- Suliyanto, dkk. (2015). Persepsi Generasi Muda Terhadap Profesi Pengrajin Batik Tulis Di Purbalingga. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 1979-6471. <https://ejournal.uksw.edu/jeb/article/download/275/241>
- Syarif, E. (2019). Pengaruh Media Sosial Terhadap Sikap dan Pendapat Pemuda Mengenai Ujaran Kebencian. *Jurnal Komunikasi*, 120-141. <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/common/article/download/2602/1786/>

### **Sumber Internet**

- Nuryama, R. (2022, Juni 14). Jumlah Penduduk Indonesia Pada Tahun 2022. TINewss.com. <https://www.tinewss.com/indonesia-news/pr-1853617715/jumlah-penduduk-indonesia-pada-tahun-2022>.
- Kemendes PDTT Catat 21 Ribu Desa Masih Tertinggal. (2020, Juni 12). CNN Indonesia <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20200612184344-532-512808/kemendes-pdtt-catat-21-ribu-desa-masih-tertinggal>.
- PR Indonesia. (2014). Undang-Undang Pemberdayaan Masyarakat Desa Nomor 6 Tahun 2014. Diakses pada 1 November, 2022. [https://www.dpr.go.id/dokjdi/document/uu/UU\\_2014\\_6.pdf](https://www.dpr.go.id/dokjdi/document/uu/UU_2014_6.pdf)

### **Sumber Wawancara**

- Kamaludin. (2022, Oktober 3). Wawancara pribadi.
- Ahmadi, Dedi. (2022, Desember 20). Wawancara pribadi.
- Aldo, Wiwit. (2022, Desember 20). Wawancara pribadi.
- Perajin Kaleng. (2023, Januari-Februari). Wawancara pribadi.

## LAMPIRAN

### Lampiran Lembar Kuesioner 1

#### KUESIONER PENELITIAN

Yth.

Perajin Kaleng

Kampung Dukuh, Kecamatan Citeureup

Kabupaten Bogor

Dengan hormat,

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Elsa Nurus Shofira

NPM : 044119209

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Kuesioner ini merupakan instrument penelitian yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data dari responden dalam rangka penulisan skripsi yang berjudul "Persepsi Perajin Terhadap Pemberdayaan Kelompok Perajin Kaleng Melalui Koperasi Rancage (Kasus di Kampung Dukuh, Kecamatan Citeureup, Kabupaten Bogor)"

Dengan segala kerendahan hati, mohon bantuan anda untuk berkenan meluangkan sedikit waktunya dengan memberikan jawaban terkait beberapa pertanyaan dan pernyataan mengenai penelitian ini. Semua informasi yang anda berikan dipastikan hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian. Terimakasih telah meluangkan waktu dan perhatian anda untuk mengisi kuesioner ini.

Hormat saya,



Elsa Nurus Shofira

### A. Karakteristik Perajin

- Usia :
- Tingkat Pendidikan :
- Tamat SD
  - Tidak Tamat SD
  - Tamat SMP/Sederajat
  - Tidak Tamat SMP
  - Tamat SMA/Sederajat
  - Tidak Tamat SMA
  - Perguruan Tinggi
- Tingkat Pendapatan Usaha : ... /bulan
- $\leq$  Rp 2.000.000
  - Rp 2.000.000 – Rp 3.999.999
  - $\geq$  Rp 5.000.000
- Tingkat Pengalaman menjadi perajin : ... tahun/  
Sejak tahun berapa menjadi perajin :

### B. Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Perajin

Pahami dan jawablah pernyataan-pernyataan di bawah ini dengan teliti, sesuai dengan apa yang anda alami tanpa merekayasa. Berikan tanda centang ( $\checkmark$ ) pada kolom yang sesuai dengan jawaban anda dengan ketentuan, sebagai berikut:

- SS : Sangat Setuju  
S : Setuju  
TS : Tidak Setuju  
STS : Sangat Tidak Setuju

No	Pernyataan	SS (4)	S (3)	TS (2)	STS (1)
<b>Tingkat Dukungan Keluarga</b>					
1.	Keluarga saya mendukung usaha yang sedang dijalankan saat ini				
2.	Keluarga saya sudah lama menjalankan usaha ini				
3.	Keluarga saya tidak terlalu memahami bagaimana cara mengembangkan usaha				

4.	Keluarga saya menaruh harapan besar terhadap saya melalui usaha ini				
5.	Keluarga saya mengajarkan cara membuat produk kerajinan tangan berbahan dasar kaleng				
6.	Saya berusaha keras untuk dapat melanjutkan usaha keluarga dengan menerapkan strategi baru				
<b>Sumber Informasi Tentang Pemberdayaan Melalui Koperasi Rancage</b>					
1.	Para perajin mendapatkan informasi mengenai pemberdayaan kelompok perajin kaleng melalui Koperasi Rancage dari Pemerintah Desa				
2.	Para perajin mendapatkan informasi mengenai pemberdayaan kelompok perajin kaleng melalui Koperasi Rancage dari perajin lain				
3.	Para perajin mendapatkan informasi dari perajin lain bahwa Koperasi Rancage akan mengambil keuntungan melalui pemberdayaan				
4.	Para perajin mendapatkan informasi dari perajin lain bahwa Koperasi Rancage tidak memberikan kebebasan bagi para perajin dalam menjalankan usahanya				
5.	Para perajin mendapatkan informasi mengenai pemberdayaan kelompok perajin kaleng melalui Koperasi Rancage dari pihak Koperasi				
<b>Pengetahuan Tentang Pemberdayaan</b>					
1.	Koperasi Rancage memberikan berbagai pelatihan dalam program pemberdayaan seperti pelatihan manajemen, SDM, dan Produksi				

2.	Salah satu bentuk pelatihan manajemen yang dilakukan Koperasi Rancage yaitu perencanaan usaha				
3.	Program pemberdayaan yang dilakukan Koperasi Rancage dapat membantu memperoleh badan hukum bagi usaha perajin				
4.	Salah satu bentuk kegiatan pelatihan SDM dalam meningkatkan keterampilan yaitu penggunaan alat-alat atau mesin baru sebagai penunjang produksi				
5.	Menurut saya bahan plat kaleng merupakan bahan utama yang dibutuhkan perajin kaleng				
6.	Menurut saya mengikuti pameran merupakan salah satu bentuk strategi promosi dan pemasaran usaha				

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
<b>Power to</b>					
1.	Saya ingin mengembangkan usaha saya				
2.	Saya ingin meningkatkan pengetahuan dan keterampilan				
3.	Saya ingin memperoleh badan hukum dalam usaha saya				
4.	Saya ingin memperluas jaringan pemasaran usaha saya				
5.	Saya berharap usaha saya bisa berjalan secara berkelanjutan				
<b>Power within</b>					
1.	Koperasi Rancage menyediakan pusat gedung				

	UKM sebagai penunjang produksi				
2.	Koperasi Rancage mengadakan pameran guna membantu perajin dalam mempromosikan produk usahanya				
3.	Dengan mengikuti program pemberdayaan perajin bisa mendapatkan tambahan pengalaman				
4.	Koperasi Rancage membantu para perajin dalam mendapatkan akses pengetahuan mengenai pengembangan usaha				
5.	Koperasi Rancage membantu para perajin dalam meningkatkan keterampilan manajemen				
6.	Koperasi Rancage membantu para perajin dalam mendapatkan akses keterampilan mengenai teknik pembuatan produksi yang baik				
<b>Power over</b>					
1.	Program pemberdayaan membantu para perajin untuk bersaing dengan perajin lain				
2.	Program pemberdayaan melalui Koperasi Rancage membuat para perajin tidak lagi saling menjatuhkan harga				
3.	Program pemberdayaan melalui Koperasi Rancage membantu meminimalisir konflik negatif diantara para perajin				
4.	Koperasi Rancage membuktikan kepada perajin bahwa koperasi bisa membantu				

	perajin dalam menambah jaringan pemasaran				
5.	Program pemberdayaan membantu perajin dalam menyelesaikan hambatan perekonomian				
<b>Power with</b>					
1.	Program pemberdayaan kelompok perajin kaleng membuat para perajin saling berbagi pengalaman				
2.	Program pemberdayaan kelompok perajin kaleng mampu menciptakan suasana Kampung Dukuh yang tenteram dan damai				
3.	Kegiatan workshop dalam program pemberdayaan kelompok perajin kaleng membuat para perajin dekat				
4.	Hadirnya Koperasi Rancage membuat para perajin secara bersama-sama mewujudkan Kampung Dukuh sebagai sentra penghasil kerajinan kaleng terbesar di Jabodetabek				
5.	Program pemberdayaan kelompok perajin kaleng membuat hubungan antar perajin berjalan baik				

## Lampiran 2. Uji Validitas Variabel X2 dan Y

### Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Correlations

		TDK1	TDK2	TDK3	TDK4	TDK5	TDK6	TDK7	TDK8	SUM_TDK
										K
TDK1	Pearson Correlation	1	,435	,286	,762**	,218	,356	,579**	,126	,741**
	Sig. (2-tailed)		,055	,222	,000	,355	,123	,007	,597	,000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
TDK2	Pearson Correlation	,435	1	,435	,206	,419	,685**	,471*	,061	,734**
	Sig. (2-tailed)	,055		,055	,384	,066	,001	,036	,800	,000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
TDK3	Pearson Correlation	,286	,435	1	,048	,491*	,134	,356	,378	,602**
	Sig. (2-tailed)	,222	,055		,842	,028	,574	,123	,100	,005
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
TDK4	Pearson Correlation	,762**	,206	,048	1	,218	,356	,356	,126	,602**
	Sig. (2-tailed)	,000	,384	,842		,355	,123	,123	,597	,005
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
TDK5	Pearson Correlation	,218	,419	,491*	,218	1	,102	,612**	,577**	,690**
	Sig. (2-tailed)	,355	,066	,028	,355		,669	,004	,008	,001
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
TDK6	Pearson Correlation	,356	,685**	,134	,356	,102	1	,167	,000	,563**
	Sig. (2-tailed)	,123	,001	,574	,123	,669		,482	1,000	,010
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
TDK7	Pearson Correlation	,579**	,471*	,356	,356	,612**	,167	1	,236	,736**
	Sig. (2-tailed)	,007	,036	,123	,123	,004	,482		,317	,000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
TDK8	Pearson Correlation	,126	,061	,378	,126	,577**	,000	,236	1	,466*
	Sig. (2-tailed)	,597	,800	,100	,597	,008	1,000	,317		,039
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
SUM_TDK	Pearson Correlation	,741**	,734**	,602**	,602**	,690**	,563**	,736**	,466*	1



Sig. (2-tailed)	,000	,000	,005	,005	,001	,010	,000	,039	
N	20	20	20	20	20	20	20	20	20

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### Correlations

		SIP1	SIP2	SIP3	SIP4	SUM_SIP
SIP1	Pearson Correlation	1	,399	,218	,205	,648**
	Sig. (2-tailed)		,081	,355	,386	,002
	N	20	20	20	20	20
SIP2	Pearson Correlation	,399	1	,581**	,397	,809**
	Sig. (2-tailed)	,081		,007	,083	,000
	N	20	20	20	20	20
SIP3	Pearson Correlation	,218	,581**	1	,492*	,761**
	Sig. (2-tailed)	,355	,007		,028	,000
	N	20	20	20	20	20
SIP4	Pearson Correlation	,205	,397	,492*	1	,710**
	Sig. (2-tailed)	,386	,083	,028		,000
	N	20	20	20	20	20
SUM_SIP	Pearson Correlation	,648**	,809**	,761**	,710**	1
	Sig. (2-tailed)	,002	,000	,000	,000	
	N	20	20	20	20	20

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### Correlations

		PTP1	PTP2	PTP3	PTP4	PTP5	PTP6	PTP7	SUM_PT P
PTP1	Pearson Correlation	1	,082	,356	,492*	,356	,164	,204	,651**
	Sig. (2-tailed)		,731	,123	,027	,123	,490	,388	,002
	N	20	20	20	20	20	20	20	20
PTP2	Pearson Correlation	,082	1	,285	,192	,066	,202	,302	,533*
	Sig. (2-tailed)	,731		,223	,418	,783	,394	,196	,015
	N	20	20	20	20	20	20	20	20
PTP3	Pearson Correlation	,356	,285	1	,504*	,286	-,088	,218	,603**
	Sig. (2-tailed)								
	N	20	20	20	20	20	20	20	20

	Sig. (2-tailed)	,123	,223		,023	,222	,713	,355	,005
	N	20	20	20	20	20	20	20	20
PTP4	Pearson Correlation	,492*	,192	,504*	1	,504*	,202	,302	,784**
	Sig. (2-tailed)	,027	,418	,023		,023	,394	,196	,000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20
PTP5	Pearson Correlation	,356	,066	,286	,504*	1	,088	-,218	,495*
	Sig. (2-tailed)	,123	,783	,222	,023		,713	,355	,027
	N	20	20	20	20	20	20	20	20
PTP6	Pearson Correlation	,164	,202	-,088	,202	,088	1	,080	,470*
	Sig. (2-tailed)	,490	,394	,713	,394	,713		,736	,036
	N	20	20	20	20	20	20	20	20
PTP7	Pearson Correlation	,204	,302	,218	,302	-,218	,080	1	,473*
	Sig. (2-tailed)	,388	,196	,355	,196	,355	,736		,035
	N	20	20	20	20	20	20	20	20
SUM_PTP	Pearson Correlation	,651**	,533*	,603**	,784**	,495*	,470*	,473*	1
	Sig. (2-tailed)	,002	,015	,005	,000	,027	,036	,035	
	N	20	20	20	20	20	20	20	20

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Persepsi Perajin Terhadap Pemberdayaan Kalompok Perajin Kaleng  
Melalui Koperasi Rancage**

**Correlations**

		PTO1	PTO2	PTO3	PTO4	PTO5	SUM_ PTO
PTO1	Pearson Correlation	1	,167	,140	,082	,471*	,594**
	Sig. (2-tailed)		,482	,556	,731	,036	,006
	N	20	20	20	20	20	20
PTO2	Pearson Correlation	,167	1	,315	,287	,236	,661**
	Sig. (2-tailed)	,482		,176	,220	,317	,002
	N	20	20	20	20	20	20
PTO3	Pearson Correlation	,140	,315	1	-,103	,198	,555*
	Sig. (2-tailed)	,556	,176		,664	,403	,011
	N	20	20	20	20	20	20
PTO4	Pearson Correlation	,082	,287	-,103	1	,406	,525*
	Sig. (2-tailed)	,731	,220	,664		,076	,018
	N	20	20	20	20	20	20
PTO5	Pearson Correlation	,471*	,236	,198	,406	1	,725**
	Sig. (2-tailed)	,036	,317	,403	,076		,000
	N	20	20	20	20	20	20
SUM_PT O	Pearson Correlation	,594**	,661**	,555*	,525*	,725**	1
	Sig. (2-tailed)	,006	,002	,011	,018	,000	
	N	20	20	20	20	20	20

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Correlations**

		PWTH N1	PWTH N2	PWTH N3	PWTH N4	PWTH N5	PWTH N6	PWTH N7	SUM_PW THN
PWTHN1	Pearson Correlation	1	,254	,685**	,332	,332	,424	,450*	,810**
	Sig. (2-tailed)		,279	,001	,152	,152	,062	,046	,000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20
PWTHN2	Pearson Correlation	,254	1	-,105	,101	,503*	,254	,204	,505*
	Sig. (2-tailed)	,279		,660	,673	,024	,279	,388	,023
	N	20	20	20	20	20	20	20	20

PWTHN3	Pearson Correlation	,685**	-,105	1	,390	,179	,329	,171	,610**
	Sig. (2-tailed)	,001	,660		,089	,450	,157	,471	,004
	N	20	20	20	20	20	20	20	20
PWTHN4	Pearson Correlation	,332	,101	,390	1	-,010	,503*	,328	,607**
	Sig. (2-tailed)	,152	,673	,089		,966	,024	,158	,005
	N	20	20	20	20	20	20	20	20
PWTHN5	Pearson Correlation	,332	,503*	,179	-,010	1	,162	,123	,518*
	Sig. (2-tailed)	,152	,024	,450	,966		,495	,605	,019
	N	20	20	20	20	20	20	20	20
PWTHN6	Pearson Correlation	,424	,254	,329	,503*	,162	1	,277	,698**
	Sig. (2-tailed)	,062	,279	,157	,024	,495		,237	,001
	N	20	20	20	20	20	20	20	20
PWTHN7	Pearson Correlation	,450*	,204	,171	,328	,123	,277	1	,583**
	Sig. (2-tailed)	,046	,388	,471	,158	,605	,237		,007
	N	20	20	20	20	20	20	20	20
SUM_PW THN	Pearson Correlation	,810**	,505*	,610**	,607**	,518*	,698**	,583**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,023	,004	,005	,019	,001	,007	
	N	20	20	20	20	20	20	20	20

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### Correlations

		POVER1	POVER2	POVER3	POVER4	SUM_OV ER
POVER1	Pearson Correlation	1	,665**	,221	,392	,831**
	Sig. (2-tailed)		,001	,348	,087	,000
	N	20	20	20	20	20
POVER2	Pearson Correlation	,665**	1	,369	,173	,820**
	Sig. (2-tailed)	,001		,109	,467	,000
	N	20	20	20	20	20
POVER3	Pearson Correlation	,221	,369	1	-,036	,582**
	Sig. (2-tailed)	,348	,109		,881	,007
	N	20	20	20	20	20
POVER4	Pearson Correlation	,392	,173	-,036	1	,515*

	Sig. (2-tailed)	,087	,467	,881		,020
	N	20	20	20	20	20
SUM_OVER	Pearson Correlation	,831**	,820**	,582**	,515*	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,007	,020	
	N	20	20	20	20	20

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### Correlations

		PWTH1	PWTH2	PWTH3	PWTH4	PWTH5	SUM_WT H
PWTH1	Pearson Correlation	1	,212	,453*	,704**	,302	,815**
	Sig. (2-tailed)		,369	,045	,001	,196	,000
	N	20	20	20	20	20	20
PWTH2	Pearson Correlation	,212	1	,179	,101	,302	,549*
	Sig. (2-tailed)	,369		,450	,673	,196	,012
	N	20	20	20	20	20	20
PWTH3	Pearson Correlation	,453*	,179	1	,314	,314	,682**
	Sig. (2-tailed)	,045	,450		,177	,177	,001
	N	20	20	20	20	20	20
PWTH4	Pearson Correlation	,704**	,101	,314	1	,000	,648**
	Sig. (2-tailed)	,001	,673	,177		1,000	,002
	N	20	20	20	20	20	20
PWTH5	Pearson Correlation	,302	,302	,314	,000	1	,586**
	Sig. (2-tailed)	,196	,196	,177	1,000		,007
	N	20	20	20	20	20	20
SUM_W TH	Pearson Correlation	,815**	,549*	,682**	,648**	,586**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,012	,001	,002	,007	
	N	20	20	20	20	20	20

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Lampiran .3 Uji Reliabilitas Variabel X2 dan Y**  
**Realibilitas Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi (X2)**

**Reliability Statistics**

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,688	19

**Reliabilitas Persepsi Perajin Terhadap Pemberdayaan Kalompok Perajin**  
**Kaleng Melalui Koperasi Rancage (Y)**

**Reliability Statistics**

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,772	21

**Lampiran 4. Analisis Deskriptif Variabel Karakteristik Perajin (X1)**

**Usia\_X1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	25-33	9	18.0	18.0	18.0
	34-42	12	24.0	24.0	42.0
	43-51	18	36.0	36.0	78.0
	52-58	11	22.0	22.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

**Pendi\_X1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tamat SD	14	28.0	28.0	28.0
	Tidak Tamat SD	10	20.0	20.0	48.0
	Tamat SMP/Sederajat	10	20.0	20.0	68.0
	Tidak Tamat SMP	2	4.0	4.0	72.0
	Tamat SMA/Sederajat	11	22.0	22.0	94.0
	Tidak Tamat SMA	2	4.0	4.0	98.0
	Perguruan Tinggi	1	2.0	2.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

**Pend\_X1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< Rp 2.000.000	9	18.0	18.0	18.0
	Rp 2.000.000 - Rp 3.999.999	27	54.0	54.0	72.0
	> Rp 5.000.000	14	28.0	28.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

**Penga\_X1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 5 tahun	9	18.0	18.0	18.0
	6 - 10 tahun	25	50.0	50.0	68.0
	11 - 15 tahun	13	26.0	26.0	94.0
	> 16 tahun	3	6.0	6.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

### Lampiran 5. Analisis Deskriptif Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi (X2)

#### Statistics

		TDK1_ X2	TDK2_ X2	TDK3_ X2	TDK4_ X2	TDK5_ X2	TDK6_ X2	SIP1_X2
N	Valid	50	50	50	50	50	50	50
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean		3.78	3.70	3.82	3.72	3.62	3.54	3.10
Median		4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00
Std. Deviation		.418	.463	.388	.454	.490	.503	.863
Variance		.175	.214	.151	.206	.240	.253	.745
Range		1	1	1	1	1	1	3
Minimum		3	3	3	3	3	3	1
Maximum		4	4	4	4	4	4	4

#### Statistics

		SIP2_ X2	SIP3_ X2	SIP4_ _X2	SIP5_ _X2	PTP1_ X2	PTP2_ X2	PTP3_ X2
N	Valid	50	50	50	50	50	50	50
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean		3.16	3.84	3.08	3.40	3.80	3.50	3.66
Median		3.00	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00
Std. Deviation		.842	.370	.566	.728	.404	.544	.479
Variance		.709	.137	.320	.531	.163	.296	.229
Range		3	1	2	3	1	2	1
Minimum		1	3	2	1	3	2	3
Maximum		4	4	4	4	4	4	4



### Statistics

		PTP4_ X2	PTP5_ X2	PTP6_ X2
N	Valid	50	50	50
	Missing	0	0	0
Mean		3.66	3.46	3.60
Median		4.00	3.50	4.00
Std. Deviation		.479	.579	.495
Variance		.229	.335	.245
Range		1	2	1
Minimum		3	2	3
Maximum		4	4	4

**Lampiran 6. Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Perajin Terhadap Pemberdayaan (Y)**

**Statistics**

		PTO1	PTO2	PTO3	PTO4	PTO5	PWithin1	PWithin2
N	Valid	50	50	50	50	50	50	50
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean		3.76	3.70	3.62	3.78	3.72	3.58	3.58
Median		4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
Std. Deviation		.431	.463	.530	.418	.454	.538	.499
Variance		.186	.214	.281	.175	.206	.289	.249
Range		1	1	2	1	1	2	1
Minimum		3	3	2	3	3	2	3
Maximum		4	4	4	4	4	4	4

**Statistics**

		Pwithin3	PWithin4	PWithin5	PWithin6	POver1	POver2	POver3
N	Valid	50	50	50	50	50	50	50
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean		3.68	3.58	3.64	3.62	3.52	3.48	3.68
Median		4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	3.50	4.00
Std. Deviation		.471	.499	.485	.530	.544	.544	.513
Variance		.222	.249	.235	.281	.296	.296	.263
Range		1	1	1	2	2	2	2
Minimum		3	3	3	2	2	2	2
Maximum		4	4	4	4	4	4	4

### Statistics

		POver4	POver5	PWith1	PWith2	PWith3	PWith4	PWith5
N	Valid	50	50	50	50	50	50	50
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean		3.74	3.36	3.68	3.62	3.56	3.56	3.36
Median		4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00
Std. Deviation		.443	.776	.471	.490	.501	.501	.693
Variance		.196	.602	.222	.240	.251	.251	.480
Range		1	2	1	1	1	1	2
Minimum		3	2	3	3	3	3	2
Maximum		4	4	4	4	4	4	4

## Lampiran 7. Analisis Non-parametrik Variabel X1 dengan Y

Usia dengan Power To

### Correlations

			Usia_X1	SUM_PTO
Spearman's rho	Usia_X1	Correlation Coefficient	1.000	.132
		Sig. (2-tailed)	.	.361
		N	50	50
	SUM_PTO	Correlation Coefficient	.132	1.000
		Sig. (2-tailed)	.361	.
		N	50	50

Usia dengan Power Within

### Correlations

			Usia_X1	SUM_Pwithn
Spearman's rho	Usia_X1	Correlation Coefficient	1.000	.297*
		Sig. (2-tailed)	.	.036
		N	50	50
	SUM_Pwithn	Correlation Coefficient	.297*	1.000
		Sig. (2-tailed)	.036	.
		N	50	50

## Usia dengan Power Over

**Correlations**

			Usia_X1	SUM_POVer
Spearman's rho	Usia_X1	Correlation Coefficient	1.000	.180
		Sig. (2-tailed)	.	.211
		N	50	50
	SUM_POVer	Correlation Coefficient	.180	1.000
		Sig. (2-tailed)	.211	.
		N	50	50

## Usia dengan Power With

**Correlations**

			Usia_X1	SUM_PWith
Spearman's rho	Usia_X1	Correlation Coefficient	1.000	.357*
		Sig. (2-tailed)	.	.011
		N	50	50
	SUM_PWith	Correlation Coefficient	.357*	1.000
		Sig. (2-tailed)	.011	.
		N	50	50

## Pendidikan dengan Power To

**Correlations**

			Pendi_X1	SUM_PTO
Spearman's rho	Pendi_X1	Correlation Coefficient	1.000	.038
		Sig. (2-tailed)	.	.794
		N	50	50
	SUM_PTO	Correlation Coefficient	.038	1.000
		Sig. (2-tailed)	.794	.
		N	50	50

## Pendidikan dengan Power Within

**Correlations**

			Pendi_X1	SUM_Pwithn
Spearman's rho	Pendi_X1	Correlation Coefficient	1.000	-.092
		Sig. (2-tailed)	.	.525
		N	50	50
	SUM_Pwithn	Correlation Coefficient	-.092	1.000
		Sig. (2-tailed)	.525	.
		N	50	50

## Pendidikan dengan Power Over

**Correlations**

			Pendi_X1	SUM_POVer
Spearman's rho	Pendi_X1	Correlation Coefficient	1.000	.296*
		Sig. (2-tailed)	.	.037
		N	50	50
	SUM_POVer	Correlation Coefficient	.296*	1.000
		Sig. (2-tailed)	.037	.
		N	50	50

## Pendidikan dengan Power With

**Correlations**

			Pendi_X1	SUM_PWith
Spearman's rho	Pendi_X1	Correlation Coefficient	1.000	.108
		Sig. (2-tailed)	.	.455
		N	50	50
	SUM_PWith	Correlation Coefficient	.108	1.000
		Sig. (2-tailed)	.455	.
		N	50	50

## Pendapatan dengan Power To

**Correlations**

			Penda_X1	SUM_PTO
Spearman's rho	Penda_X1	Correlation Coefficient	1.000	.125
		Sig. (2-tailed)	.	.387
		N	50	50
	SUM_PTO	Correlation Coefficient	.125	1.000
		Sig. (2-tailed)	.387	.
		N	50	50

## Pendapatan dengan Power Within

**Correlations**

			Penda_X1	SUM_Pwithn
Spearman's rho	Penda_X1	Correlation Coefficient	1.000	.356*
		Sig. (2-tailed)	.	.011
		N	50	50
	SUM_Pwithn	Correlation Coefficient	.356*	1.000
		Sig. (2-tailed)	.011	.
		N	50	50



## Pendapatan dengan Power Over

**Correlations**

			Penda_X1	SUM_Pover
Spearman's rho	Penda_X1	Correlation Coefficient	1.000	.132
		Sig. (2-tailed)	.	.360
		N	50	50
	SUM_POver	Correlation Coefficient	.132	1.000
		Sig. (2-tailed)	.360	.
		N	50	50

## Pendapatan dengan Power with

**Correlations**

			Penda_X1	SUM_PWith
Spearman's rho	Penda_X1	Correlation Coefficient	1.000	.226
		Sig. (2-tailed)	.	.115
		N	50	50
	SUM_PWith	Correlation Coefficient	.226	1.000
		Sig. (2-tailed)	.115	.
		N	50	50

## Pengalaman dengan Power To

**Correlations**

			Penga_X1	SUM_PTO
Spearman's rho	Penga_X1	Correlation Coefficient	1.000	-.031
		Sig. (2-tailed)	.	.832
		N	50	50
	SUM_PTO	Correlation Coefficient	-.031	1.000
		Sig. (2-tailed)	.832	.
		N	50	50

## Pengalaman dengan Power Within

**Correlations**

			Penga_X1	SUM_Pwithn
Spearman's rho	Penga_X1	Correlation Coefficient	1.000	.398**
		Sig. (2-tailed)	.	.004
		N	50	50
	SUM_Pwithn	Correlation Coefficient	.398**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.004	.
		N	50	50

## Pengalaman dengan Power Over

**Correlations**

			Penga_X1	SUM_POVer
Spearman's rho	Penga_X1	Correlation Coefficient	1.000	.039
		Sig. (2-tailed)	.	.787
		N	50	50
	SUM_POVer	Correlation Coefficient	.039	1.000
		Sig. (2-tailed)	.787	.
		N	50	50

## Pengalaman dengan Power With

**Correlations**

			Penga_X1	SUM_PWith
Spearman's rho	Penga_X1	Correlation Coefficient	1.000	.389**
		Sig. (2-tailed)	.	.005
		N	50	50
	SUM_PWith	Correlation Coefficient	.389**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.005	.
		N	50	50

### Lampiran 8. Analisis Non-parametrik Variabel X2 dengan Y

Tingkat Dukungan Keluarga dengan Power To

#### Correlations

			SUM_TDK	SUM_PTO
Spearman's rho	SUM_TDK	Correlation Coefficient	1.000	-.328*
		Sig. (2-tailed)	.	.020
		N	50	50
	SUM_PTO	Correlation Coefficient	-.328*	1.000
		Sig. (2-tailed)	.020	.
		N	50	50

Tingkat Dukungan Keluarga dengan Power Within

#### Correlations

			SUM_TDK	SUM_Pwith n
Spearman's rho	SUM_TDK	Correlation Coefficient	1.000	-.017
		Sig. (2-tailed)	.	.907
		N	50	50
	SUM_Pwithn	Correlation Coefficient	-.017	1.000
		Sig. (2-tailed)	.907	.
		N	50	50

## Tingkat Dukungan Keluarga dengan Power Over

**Correlations**

			SUM_TDK	SUM_POVer
Spearman's rho	SUM_TDK	Correlation Coefficient	1.000	.062
		Sig. (2-tailed)	.	.669
		N	50	50
	SUM_POVer	Correlation Coefficient	.062	1.000
		Sig. (2-tailed)	.669	.
		N	50	50

## Tingkat Dukungan Keluarga dengan Power With

**Correlations**

			SUM_TDK	SUM_PWith
Spearman's rho	SUM_TDK	Correlation Coefficient	1.000	-.065
		Sig. (2-tailed)	.	.652
		N	50	50
	SUM_PWith	Correlation Coefficient	-.065	1.000
		Sig. (2-tailed)	.652	.
		N	50	50

## Sumber Informasi Pemberdayaan dengan Power To

**Correlations**

			SUM_SIP	SUM_PTO
Spearman's rho	SUM_SIP	Correlation Coefficient	1.000	.515**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	50	50
	SUM_PTO	Correlation Coefficient	.515**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	50	50

## Sumber Informasi Pemberdayaan dengan Power Within

**Correlations**

			SUM_SIP	SUM_Pwithin
Spearman's rho	SUM_SIP	Correlation Coefficient	1.000	.066
		Sig. (2-tailed)	.	.647
		N	50	50
	SUM_Pwithin	Correlation Coefficient	.066	1.000
		Sig. (2-tailed)	.647	.
		N	50	50

## Sumber Informasi Pemberdayaan dengan Power Over

**Correlations**

			SUM_SIP	SUM_POVer
Spearman's rho	SUM_SIP	Correlation Coefficient	1.000	-.286*
		Sig. (2-tailed)	.	.044
		N	50	50
	SUM_POVer	Correlation Coefficient	-.286*	1.000
		Sig. (2-tailed)	.044	.
		N	50	50

## Sumber Informasi Pemberdayaan dengan Power With

**Correlations**

			SUM_SIP	SUM_PWith
Spearman's rho	SUM_SIP	Correlation Coefficient	1.000	.149
		Sig. (2-tailed)	.	.301
		N	50	50
	SUM_PWith	Correlation Coefficient	.149	1.000
		Sig. (2-tailed)	.301	.
		N	50	50

Pengetahuan Tentang Pemberdayaan dengan Power To

**Correlations**

			SUM_PTP	SUM_PTO
Spearman's rho	SUM_PTP	Correlation Coefficient	1.000	.191
		Sig. (2-tailed)	.	.184
		N	50	50
	SUM_PTO	Correlation Coefficient	.191	1.000
		Sig. (2-tailed)	.184	.
		N	50	50

Pengetahuan Tentang Pemberdayaan dengan Power Within

**Correlations**

			SUM_PTP	SUM_Pwithn
Spearman's rho	SUM_PTP	Correlation Coefficient	1.000	.058
		Sig. (2-tailed)	.	.687
		N	50	50
	SUM_Pwithn	Correlation Coefficient	.058	1.000
		Sig. (2-tailed)	.687	.
		N	50	50



Pengetahuan Tentang Pemberdayaan dengan Power Over

**Correlations**

			SUM_PTP	SUM_POver
Spearman's rho	SUM_PTP	Correlation Coefficient	1.000	.302*
		Sig. (2-tailed)	.	.033
		N	50	50
	SUM_POver	Correlation Coefficient	.302*	1.000
		Sig. (2-tailed)	.033	.
		N	50	50

Pengetahuan Tentang Pemberdayaan dengan Power With

**Correlations**

			SUM_PTP	SUM_PWith
Spearman's rho	SUM_PTP	Correlation Coefficient	1.000	.461**
		Sig. (2-tailed)	.	.001
		N	50	50
	SUM_PWith	Correlation Coefficient	.461**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.001	.
		N	50	50

### Lampiran 9. Uji Korelasi Rank Spearman Variabel X1-Y dan X2-Y

#### Correlations

			SUM_X1	SUM_Y
Spearman's rho	SUM_X1	Correlation Coefficient	1.000	.361**
		Sig. (2-tailed)	.	.010
		N	50	50
	SUM_Y	Correlation Coefficient	.361**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.010	.
		N	50	50

#### Correlations

			SUM_X2	SUM_Y
Spearman's rho	SUM_X2	Correlation Coefficient	1.000	.284*
		Sig. (2-tailed)	.	.045
		N	50	50
	SUM_Y	Correlation Coefficient	.284*	1.000
		Sig. (2-tailed)	.045	.
		N	50	50

## Lampiran 10. Dokumentasi Kegiatan



**Gambar 1. Gapura Kampung Kaleng**



**Gambar 2. Bapak Kepala Desa**



**Gambar 3. Hak Cipta**



**Gambar 4. Tim Koperasi Rancage**



**Gambar 5. Piagam Penghargaan**



**Gambar 6. Struktur dan Piala**



**Gambar 7. Pameran Tarikolot Expo1**



**Gambar 8. Pameran Tarikolot Expo2**



**Gambar 9. Pameran Tarikolot Expo3**



**Gambar 10. Pemotongan manual**



**Gambar 11. Pembolongan kompor**



**Gambar 12. Proses *press***



**Gambar 13. Proses pembersihan**



**Gambar 14. Pembuatan pola**



**Gambar 15. Pembuatan cetakan**



**Gambar 16. Produk cetakan**



**Gambar 17. Produk kompor**



**Gambar 18. Produk cangkir & teko**



**Gambar 19. Tempat sampah *stainlees***



**Gambar 20. Pengisian kuesioner1**



**Gambar 21. Pengisian kuesioner2**



**Gambar 22. Pengisian kuesioner3**