

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Inovasi kebijakan merupakan kebutuhan bagi pemerintah pusat maupun pemerintah daerah untuk menjawab permasalahan sektor publik yang menyangkut tentang hak-hak sipil dan kebutuhan dasar dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Sebagian besar masyarakat berharap sistem penyelenggaraan yang dilakukan pemerintah harus berprinsip pada keefektifan, keefisienan, transparans, akuntabel, dan bertanggung jawab. Konsep tata kelola pemerintah yang baik muncul dari adanya kinerja pemerintah dalam melaksanakan urusan publik yang terlalu berbelit-belit. Kehadiran beragam inovasi pelayanan publik tidak lagi sekedar hanya menjembatani program pemerintah, tetapi juga mengakomodir kebutuhan masyarakat¹.

Pilihan yang tepat untuk untuk mencapai *good governance* adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan publik yang menjadi tolak ukur keberhasilan penerapan tata kelola pemerintah yang baik dengan menyeimbangkan tiga pilar yaitu sektor pemerintahan, sektor swasta, dan sektor swasta yang saling berkesinambungan dalam pengelolaan sumber

¹ *Inovasi Pelayanan Publik Akomodir Kebutuhan Masyarakat dan Program Pemerintah.* <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4016443/inovasi-pelayanan-publik-akomodir-kebutuhan-masyarakat-dan-program-pemerintah>. Diakses pada 5 Februari 2020.

daya alam maupun manusia². Masyarakat tidak hanya sekedar menuntut tata kelola pemerintah yang lebih efisien saja, melainkan juga efektif dalam melakukan berbagai pelayanan publik yang cepat, mudah, dan tidak dipungut biaya³. Serta, dilibatkan partisipasinya dalam proses pengambilan keputusan sebagai bentuk penyelenggaraan Negara yang baik.

Seiring dengan perubahan zaman yang telah memasuki era globalisasi, pemerintah perlu membangun sistem secara terintegrasi dan digital sehingga adaptif terhadap perubahan. Kini, pemerintah daerah sedang berlomba-lomba dalam menciptakan sistem tata kelola pemerintah berbasis elektronik sebagai langkah nyata reformasi birokrasi yang bermuara pada peningkatan kualitas pelayanan publik. Penggunaan teknologi dan informasi pada inovasi yang dikembangkan setiap daerah bertujuan untuk mempermudah serta mempraktikkan semua bentuk pekerjaan dan pelayanan (Puguh Prasetyo Utomo, Krisnawan: 2013). Serta, implementasi pada tata kelola pemerintah berbasis elektronik (*e-government*) dapat menekan juga adanya praktik kecurangan dalam

² *Mewujudkan Good Governance Melalui Inovasi.* <https://www.jmc.co.id/blog/mewujudkan-good-governance-melalui-inovasi/>. Diakses pada 5 Februari 2020.

³ Permadi, Ricky N. 2018. *Mewujudkan Good Governance Melalui Inovasi.* <https://news.detik.com/kolom/d-4012818/mewujudkan-good-governance-melalui-inovasi>. Diakses pada 5 Februari 2020.

birokrasi seperti korupsi, kolusi dan nepotisme (KKN), pungutan liar, suap menyuap, dan sebagainya⁴.

Sebagaimana yang diatur dalam Undang Undang Nomor 23 Tahun 2014, pemerintah pusat mendorong pemerintah daerah untuk menciptakan inovasi daerah sebagai keunggulan lokal yang kompetitif. Sebelum inovasi sektor publik diciptakan, pemerintah daerah harus mengetahui kelemahan dan kelebihan untuk dikelola permasalahan yang ada di daerahnya agar dapat terpenuhi semua kebutuhan masyarakat. Selain itu, inovasi diciptakan wajib memiliki nilai kebaruan sebagai ciri pembeda dari inovasi sebelumnya yang diciptakan agar dapat mendorong terciptanya tata kelola pemerintahan yang baik. Seperti halnya yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Semarang dalam menciptakan inovasi pelayanan publik berbasis elektronik bertujuan untuk memudahkan birokrasi dalam melakukan pendataan jumlah UMKM di Kota Semarang yang belum terdata secara valid dalam database Dinas Koperasi dan UMKM Kota Semarang. Pada kepemimpinan Hendrar Prihadi selaku Wali Kota Semarang, beliau ingin menekankan peningkatan kualitas pelayanan publik dengan memanfaatkan kemajuan teknologi dan informasi agar dapat mempercepat pemerataan pembangunan di bidang ekonomi⁵. Untuk mencapai visi misi

⁴ Paat, Yustinus. 2019. *E-Government Sebuah Keharusan, Bukan Pilihan*. <https://www.beritasatu.com/nasional/546600/egovernment-sebuah-keharusan-bukan-pilihan>. Diakses pada 12 Maret 2020.

⁵ *Leprid Anugerahi Wali Kota Semarang Pembina UMKM Berizin Terbanyak*. <https://jateng.sindonews.com/read/8221/1/leprid-anugerahi-wali-kota-semarang-pembina-umkm-berizin-terbanyak-1566695314>. Diakses pada 20 Oktober 2019.

pembangunannya, Pemerintah Kota Semarang menciptakan sebuah terobosan baru yang sebelumnya belum pernah diterapkan di Kota Semarang yaitu program perijinan usaha mikro dan kecil melalui aplikasi “iJus Melon” yang diresmikan pada tahun 2016. Inovasi aplikasi “iJus Melon” menjadi program perijinan usaha mikro dan kecil berbasis *online* satu-satunya yang hanya ada di Kota Semarang. Tentunya, inovasi aplikasi “iJus Melon” diciptakan tidak lepas dengan komitmen maupun dukungan aktor politik dalam mengembangkan inovasi ini agar tidak terhenti sebelum prosesnya selesai.

Inovasi aplikasi “iJus Melon” merupakan sebuah aplikasi yang memberikan kemudahan kepada masyarakat dalam mengurus perijinan usaha mikro dan kecil (IUMK) dengan membutuhkan waktu 4 menit IUMK langsung terbit setelah semua syarat terpenuhi. Inovasi ini dibuat berdasarkan tuntuan Peraturan Presiden Nomor 98 Tahun 2014 kemudian ditindaklanjuti dengan adanya penerbitan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 83 Tahun 2014 tentang Pedoman Pemberian Izin Usaha Mikro dan Kecil. Dengan adanya inovasi aplikasi “iJus Melon”, pemerintah Kota Semarang dengan mudahnya dapat memantau jumlah pelaku usaha mikro dan kecil yang telah terdaftar dalam database Dinas Koperasi dan UMKM Kota Semarang secara valid dan *real* untuk diberikan fasilitas pembinaan dan pengembangan usaha diantaranya seperti pinjaman tanpa agunan, pelatihan usaha, pelatihan manajemen pemasaran, kemitraan melalui fitur SMS Gateway, hingga berkesempatan untuk mengikuti pameran di berbagai

tempat, sehingga atas kerja keras yang dilakukan Pemerintah Kota Semarang dalam menciptakan sebuah inovasi tersebut, aplikasi “iJus Melon” dinobatkan menjadi program unggulan di Kota Semarang dan telah mendapatkan penghargaan Top 40 Inovasi Pelayanan Publik Indonesia di tahun 2017⁶. Hal yang menarik dari inovasi aplikasi “iJus Melon” sebagai program unggulan Kota Semarang yaitu dilihat dari pemilihan nama yang terkesan *millennial* dan unik agar mudah diingat oleh masyarakat Kota Semarang yang ingin melakukan pengajuan permohonan perijinan usaha mikro dan kecil.

Dalam prosedur pengurusan perijinan usaha mikro dan kecil, pelaku usaha mikro meminta surat pengantar dari RT/RW tempat usahanya berada dengan melampirkan fotocopy KTP dan KK tempat tinggal. Lalu, surat pengantar RT/RW dibawa ke kelurahan untuk dibuatkan pengantar dari kelurahan. Pelaku usaha membawa surat pengantar disertai dengan pass foto 4×6 ke kecamatan, kemudian operator kecamatan mengisi data pelaku usaha tersebut melalui aplikasi “iJus Melon” untuk kemudian langsung dicetak, setelah ditempel foto ukuran 4×6 dan stempel kecamatan maka hanya dengan membutuhkan waktu 4 menit IUMK dapat langsung diberikan kepada pelaku usaha mikro dan kecil. IUMK (Ijin Usaha Mikro dan Kecil) yang dimaksud adalah sebagai output dari inovasi aplikasi “iJus Melon” yang merupakan tanda legalitas resmi bagi pelaku usaha mikro dan kecil

⁶ Selamat! Aplikasi iJus Melon Pemkot Semarang Raih Penghargaan. 2017. <https://jateng.tribunnews.com/2017/08/25/selamat-aplikasi-ijus-melon-pemkot-semarang-raih-penghargaan>. Diakses pada 20 Oktober 2019.

Kota Semarang yang telah mengajukan permohonan perijinan usaha mikro dan kecil melalui aplikasi tersebut. Selain itu, pelaku usaha mikro bisa mengurus perijinan dengan melalui sebuah aplikasi ponsel pintar yang dapat diunduh di website www.dikopumkm.semarangkota.go.id.

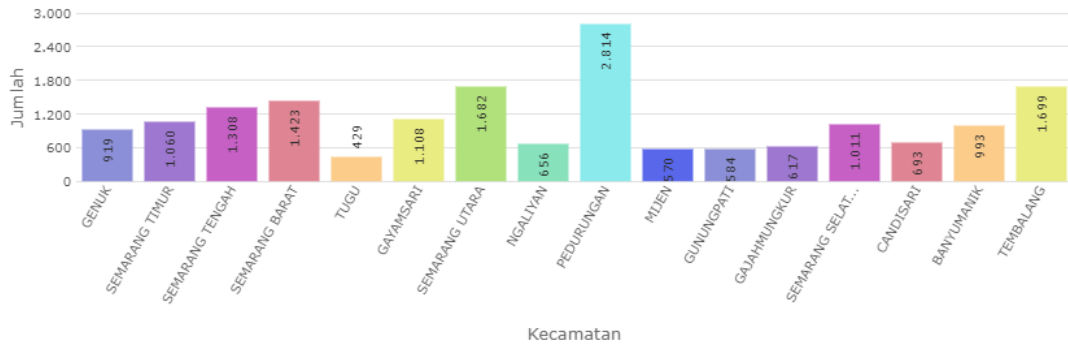
Inovasi aplikasi “iJus Melon” diharapkan dapat menjembatani pelaku usaha kecil yang telah mendapatkan perijinan usaha agar dapat memperoleh instrumen bantuan seperti permodalan dan pendampingan dari Pemerintah Kota Semarang. Selain itu, dengan adanya inovasi aplikasi “iJus Melon” dapat memicu omzet pelaku usaha mikro dan kecil Kota Semarang yang mengalami peningkatan serta dapat berpengaruh besar pada penyerapan jumlah tenaga kerja di sektor UMKM. Hal ini nampak berbeda dari tahun-tahun sebelumnya, mekanisme pengurusan perijinan usaha mikro dan kecil yang masih dilakukan secara manual dengan masyarakat harus datang ke Kantor Dinas Koperasi dan UMKM Kota Semarang, sehingga jumlah pelaku usaha yang mengajukan permohonan perijinan usaha mikro dan kecil di setiap tahunnya rata-rata hanya mencapai 772 pelaku usaha⁷. Sedangkan, dengan kondisi sekarang setelah menerapkan inovasi aplikasi “iJus Melon” jumlah pelaku usaha mikro yang telah terdaftar dalam database Dinas Koperasi dan UMKM Kota Semarang telah mencapai 17.594 UMKM di tahun 2020⁸.

⁷ Sismanto, Andik. 2017. *I-Jus Melon Tingkatkan Jumlah UMKM di Kota Semarang*. Sindonews.com. <https://ekbis.sindonews.com/read/1201005/34/i-jus-melon-tingkatkan-jumlah-umkm-di-semarang-1493378627>. Diakses pada 18 Januari 2020.

⁸ <https://iumk.semarangkota.go.id/v2/publik/>

Gambar 1.1

Jumlah UMKM Terdaftar per Kecamatan Bulan Januari 2020



Sumber: <https://iukm.semarangkota.go.id/v2/publik/>

Gambar 1.1 di atas adalah pertumbuhan jumlah UMKM yang terdaftar dalam database Dinas Koperasi dan UMKM Kota Semarang per kecamatan Kota Semarang pada bulan Januari 2020. Hasil dari jumlah pertumbuhan UMKM tersebut menunjukkan bahwa kondisi sekarang pada bulan Januari 2020 mencapai 17.594 UMKM yang terdaftar telah mengalami peningkatan sekitar 3,433 % dari jumlah UMKM terdaftar pada pertengahan bulan Oktober 2019 yang hanya mencapai 17.010 pelaku⁹. Diharapkan dengan meningkatnya jumlah UMKM Kota Semarang yang terdaftar dalam database Dinas Koperasi dan UMKM Kota Semarang dapat memberikan kontribusi aktif terhadap percepatan pembangunan ekonomi Kota Semarang serta dapat memberikan peluang yang besar untuk membuka lapangan pekerjaan guna mengurangi angka pengangguran di

⁹ Heri CS. 2019. *Jumlah UMKM Kota Semarang Capai 17 Ribuan*. <https://www.radioidola.com/2019/jumlah-umkm-kota-semarang-capai-17-ribuan/>. Diakses 12 Maret 2020.

Kota Semarang. Namun, di sisi lain Pemerintah Kota Semarang tidak mengetahui berapa jumlah UMKM Kota Semarang yang belum memiliki perijinan usaha mikro dan kecil secara resmi, sehingga inovasi program perijinan usaha mikro dan kecil melalui aplikasi “iJus Melon” perlu disimpulkan secara teoritik apakah inovasi yang telah berjalan sejak tahun 2016 sudah berhasil dalam meng-*cover* para pelaku usaha mikro di Kota Semarang untuk mengajukan permohonan perijinan usaha mikro dan kecil.

Kaitannya dengan inovasi program perijinan usaha mikro dan kecil melalui aplikasi “iJus Melon”, terdapat satu peneliti yang telah melakukan penelitiannya mengenai efektivitas peningkatan usaha mikro kecil menengah (UMKM) melalui izin usaha mikro melalui *online* (iJus Melon) di Kota Semarang (Hanny Purnamasari: 2018). Dalam penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui sejauh mana efektivitas peningkatan ijin usaha mikro melalui *online* (iJus Melon) guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat Kota Semarang. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa segi pencapaian tujuan yang dilihat dari aspek banyaknya orang yang mendaftar dan menjalankan usaha mikro kecil menengah cukup efektif, dalam hal integrasi perijinan ini selain mempermudah dalam proses perijinan juga tidak membutuhkan waktu yang lama dan justru mempermudah masyarakat serta dari adaptasi pihak dinas sudah berkoordinasi dengan pihak lain dalam keberlanjutan usaha.

Dibalik sisi positif dari inovasi aplikasi “iJus Melon” yang dapat memenuhi semua kebutuhan masyarakat terutama dalam perkembangan

usaha mikro dan kecil di Kota Semarang, tidak sedikit di antara upaya yang dilakukan Pemerintah Kota Semarang untuk mengatasi permasalahan yang terkendala oleh beberapa faktor mengalami kegagalan dalam menerapkan inovasi pelayanan publik berbasis elektronik. Seperti yang telah diketahui bahwa pada inovasi aplikasi “iJus Melon” memiliki beberapa permasalahan teknis yang perlu mendapat perhatian Pemerintah Kota Semarang untuk dilakukan perbaikan kualitas pelayanan publik, diantaranya yaitu pertama, sejak aplikasi “iJus Melon” diresmikan tahun 2016 hingga sekarang masyarakat tidak bisa mengakses aplikasi tersebut dalam mengajukan permohonan perijinan usaha mikro dan kecil secara *online* kapanpun dan dimanapun. Kedua, masih sering terjadinya gangguan masalah terkait jaringan internet yang dapat menghambat proses pelayanan yang dilakukan terhadap masyarakat menjadi mundur beberapa waktu menunggu adanya perbaikan. Ketiga, berdasarkan hasil studi pendahuluan adapun beberapa masyarakat yang belum banyak mengetahui adanya keberadaan pada inovasi aplikasi “iJus Melon” sebagai aplikasi yang memudahkan masyarakat dalam mengajukan permohonan perijinan usaha mikro dan kecil secara *online*. Dan, keempat, pelaku usaha mikro dan kecil yang telah terdaftar perijinan usahanya ke dalam database Dinas Koperasi dan UMKM Kota Semarang tidak mendapatkan fasilitas dukungan usaha dari Pemerintah Kota Semarang secara merata.

Berdasarkan realita di lapangan yang telah diuraikan di atas menggambarkan bahwa inovasi aplikasi “iJus Melon” masih mengalami

kegagalan dalam proses pelaksanaan yang terkendala oleh beberapa faktor baik berasal dari internal maupun eksternal. Berbicara soal kegagalan inovasi berarti berbicara soal sejauh mana kesiapan pemerintah sebagai pelaksana atau implementor kebijakan dalam merencanakan pelaksanaan inovasi pelayanan publik yang akan diterapkan, namun di tengah proses pelaksanaannya mengalami hambatan yang akibatnya pelaksanaan inovasi tersebut tidak berjalan secara mulus atau mengalami kegagalan. Dan, biasanya *culture* budaya menjadi tolak ukur dalam mempresentasikan sebuah inovasi sektor publik mengalami kegagalan atau sebaliknya.

Hal tersebut sangat menarik untuk dikaji oleh peneliti karena tidak adanya penelitian satupun yang mengkaji mengenai kegagalan dari pelaksanaan inovasi aplikasi “iJus Melon” ini, melainkan penelitian yang ada hanya membahas mengenai efektivitas dari inovasi aplikasi “iJus Melon” yang berbicara tentang keberhasilan dari inovasi aplikasi “iJus Melon” yang dapat memberikan kemudahan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam permohonan perijinan usaha mikro dan kecil secara *online* dan memiliki kelebihan maupun keuntungan yang besar bagi masyarakat terutama pada pelaku usaha mikro dan kecil di Kota Semarang. Penulisan skripsi ini menjadi fokus peneliti untuk memperluas cakupan informasi mengenai pelaksanaan inovasi aplikasi “iJus Melon” yang mengalami kegagalan karena dipengaruhi oleh beberapa faktor ketika inovasi tersebut diwujudkan Pemerintah Kota Semarang sebagai pelayanan publik yang berbasis elektronik.

1.2 Rumusan Masalah

Adanya inovasi aplikasi “iJus Melon” yang diresmikan tahun 2016 pada masa kepemimpinan Hendrar Prihadi selaku Wali Kota Semarang sangat menarik untuk diteliti karena inovasi aplikasi “iJus Melon” yang sedang digencar-gencarkan oleh Pemerintah Kota Semarang sebagai bukti inovasi pelayanan yang memudahkan birokrasi dalam memantau perkembangan jumlah UMKM Kota Semarang yang telah terdaftar dalam database Dinas Koperasi dan UMKM Kota Semarang dapat memberikan kontribusi besar dalam pembangunan perekonomian di Kota Semarang. Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka penulis merumuskan permasalahan yang akan dikaji lebih mendalam di dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Mengapa terjadinya kegagalan dalam proses pelaksanaan inovasi aplikasi “iJus Melon” (Izin Usaha Mikro Melalui Online) di Kota Semarang ?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji atau menggali informasi secara lebih mendalam mengenai kegagalan dalam pelaksanaan inovasi aplikasi “iJus Melon” di Kota Semarang yang dipengaruhi oleh beberapa faktor ketika inovasi tersebut diwujudkan Pemerintah Kota Semarang pada kepemimpinan Hendrar Prihadi selaku Wali Kota Semarang sebagai pelayanan perijinan usaha mikro dan kecil yang berbasis elektronik.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian mengenai kegagalan dalam pelaksanaan inovasi aplikasi “iJus Melon” yang diresmikan oleh Pemerintah Kota Semarang ini memiliki manfaat baik secara akademis dan praktis yang dapat diuraikan sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat Akademis

Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya ilmu pengetahuan ilmu politik dan pemerintahan khususnya mengenai kegagalan dalam pelaksanaan inovasi aplikasi “iJus Melon” yang diresmikan oleh Pemerintah Kota Semarang. Penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

Bagi penulis, manfaat praktis ini diharapkan bahwa hasil penelitian yang diperoleh dapat menambah wawasan dan pengetahuan secara empirik mengenai kegagalan dalam pelaksanaan inovasi aplikasi “iJus Melon” yang diresmikan oleh Pemerintah Kota Semarang. Sedangkan, bagi pihak-pihak yang berkepentingan, penulis berharap bahwa hasil penelitian ini dapat diterima sebagai kontribusi untuk mengetahui kegagalan dalam pelaksanaan inovasi aplikasi “iJus Melon” di Kota Semarang.

1.5 Landasan Teori

1.5.1 Pengertian Inovasi

Ketika mendengar kata “inovasi”, yang muncul di benak kita barang kali sesuatu yang bersifat baru (*new*), unik (*unique*), dan menarik. Namun, banyak orang awam yang salah kaprah menyamakan makna dari kata “inovasi” dan “kreativitas”. Namun, sesungguhnya mereka belum mengetahui perbedaan arti antara “inovasi” dan “kreativitas” tersebut. Arti inovasi dan kreativitas memang bisa dikatakan cukup dekat dan tidak sedikit yang mendefinisikan dua kata tersebut merupakan sama saja, padahal, kedua kata tersebut merupakan dua hal yang memiliki arti berbeda. Arti “kreativitas” secara sempit yaitu kemampuan orang untuk membuat perbedaan. Kreativitas ini lahir dari naluri sejak lahir, tidak dapat berkembang dengan sendirinya, sehingga perlu membutuhkan rangsangan dari lingkungan untuk menciptakan hal yang baru, baik berupa gagasan, karya nyata, dan lain-lain¹⁰. Sedangkan, arti “inovasi” secara sempit yaitu proses menemukan atau mengimplementasikan sesuatu yang baru menuju ke arah perbaikan baik itu dilakukan secara sengaja maupun tidak sengaja¹¹. Persamaan inovasi dan kreatif adalah menciptakan ide-ide baru,

¹⁰ *Berpikir Kreatif dan Inovatif Sebagai Mahasiswa*. 2017. <http://syafirataradipa02.blogspot.com/2017/02/ber.html>. Diakses pada 28 Februari 2020.

¹¹ *Memahami Perbedaan Antara Kreatif dan Inovasi*. 2018. <http://www.2012forum.com/science/memahami-perbedaan-antara-kreatif-dan-inovatif/>. Diakses pada 28 Februari 2020.

gagasan baru, metode baru, cara baru dalam memecahkan suatu masalah dan peluang yang berbeda dari sebelumnya. Jadi, bisa dikatakan hampir sama antara kreatifitas dan inovasi, karena asal mula dari kedua hal tersebut berasal dari kita sendiri yang saling melengkapi. Tidak akan ada inovatif tanpa adanya kreativitas, sedangkan kreatifitas tidak akan lanjut tanpa adanya inovatif.

Untuk lebih memperdalam makna dari kata “inovasi”, maka akan dijelaskan bahwa kata “inovasi” atau “*innovation*” berasal dari bahasa latin yaitu “*innovatio*” yang berarti “*renewal*” atau “*renovation*” berdasar pada “*novus*” (*new*) yang artinya pembaharuan dan perubahan. Kata kerja dari “*innova*” yang dimaksud artinya memperbaharui dan mengubah. Inovasi dapat diartikan sebagai “proses” atau hasil pengembangan dan pemanfaatan atau mobilisasi pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman untuk menciptakan atau memperbaiki sebuah produk (barang/ jasa), proses, sistem yang baru yang memberikan nilai yang berarti secara signifikan (terutama ekonomi dan social)¹². Inovasi juga bisa diartikan sebagai suatu “obyek” yang memiliki arti sebagai produk atau praktik baru yang tersedia bagi aplikasi, umumnya dalam suatu konteks komersial. Sementara itu, inovasi sebagai suatu

¹² Kresdiana, Hesti. 2013. *Transfer Pengetahuan, Kemampuan Berinovasi dan Kinerja Organisasi (Suatu Kajian Empiris)*. Malang: Universitas Brawijaya Press (UB Press).

“aktifitas” merupakan proses penciptaan inovasi, yang seringkali diidentifikasi dengan komersialisasi suatu invensi.

Istilah inovasi memang selalu diartikan secara berbeda-beda oleh beberapa ahli. Menurut Suryani (2008), inovasi dalam konsep yang luas sebenarnya tidak hanya terbatas pada produk, melainkan dapat berupa ide, cara-cara, ataupun obyek yang dipersepsikan oleh seseorang sebagai suatu yang baru. Namun demikian, dalam konteks pemasaran dan konteks perilaku konsumen inovasi dikaitkan dengan produk atau jasa yang bersifat baru. Baru untuk merujuk pada produk yang memang benar-benar belum pernah ada pada sebelumnya di pasar dan baru dalam arti ada hal yang berbeda yang merupakan penyempurnaan atau perbaikan dari produk sebelumnya yang pernah ditemui oleh konsumen di pasar.

Menurut Alan Willian dalam bukunya *Creativity, Invention, and Innovation* (1999) menyatakan bahwa :¹³

”Innovation can be described as the art of applying the new and the better, and more spesifically the process by which entrepreneurs are catalyst for change by converting opportunities into marketable realities.”

”Saat ini untuk banyak industri, pengembangan produk baru merupakan satu-satunya faktor yang paling penting didalam mengendalikan kesuksesan ataupun kegagalan perusahaan. Untuk kesuksesan pengembangan produk baru tersebut, perusahaan harus secara serempak menemukan dua sasaran kritis, yaitu: memaksimalkan secara tepat apa yang

¹³ Herdiana, Nana. 2013. *Manajemen Bisnis Syariah dan Kewirausahaan*. Bandung: Pustaka Setia. Hal. 209.

dibutuhkan konsumen dan meminimalkan waktu masuk produk kedalam pasar.” (dikutip dari Nana Herdiana)

Kesuksesan perusahaan maupun institusi berlanjut pada tujuan yang strategik yang dimiliki untuk menemukan secara tepat antara *goal* dari pengembangan produk baru dengan sumber daya dan kompetensi yang dimiliki saat ini. Inovasi diartikan sebagai penerapan yang berhasil dari gagasan kreatif dalam perusahaan. Bahkan, sebagai sebuah mekanisme perusahaan untuk beradaptasi dalam lingkungan yang dinamis. Oleh karena itu, perusahaan maupun institusi dituntut untuk mampu menciptakan penilaian serta ide-ide baru yang menawarkan produk yang inovatif agar dapat diterima dikalangan pasar.

Hampir sama dengan konsep inovasi organisasi menurut Sutarno (2012) yang didefinisikan sebagai cara-cara baru dalam pengaturan kerja, dan dilakukan dalam sebuah organisasi untuk mendorong dan mempromosikan keunggulan kompetitif. Inti dari inovasi organisasi adalah kebutuhan untuk memperbaiki atau mengubah suatu produk, proses atau jasa. Inovasi organisasi mendorong individu untuk berpikir secara mandiri dan kreatif dalam menerapkan pengetahuan pribadi untuk tantangan organisasi. Semua organisasi bisa berinovasi termasuk untuk organisasi perusahaan, rumah sakit, universitas, dan organisasi pemerintahan.

Menurut Rogers dalam LAN (2007) yang mengatakan bahwa inovasi memiliki atribut sebagai berikut :

1. Keuntungan relatif

Sebuah inovasi harus mempunyai keunggulan dan nilai lebih dibandingkan dengan inovasi sebelumnya. Selalu ada sebuah nilai kebaruan yang melekat dalam inovasi yang menjadi ciri yang membedakannya dengan yang lain.

2. Kesesuaian

Inovasi juga sebaiknya mempunyai sifat kompatibel atau kesesuaian dengan inovasi yang digantinya. Hal ini dimaksudkan agar inovasi yang lama tidak serta merta dibuang begitu saja, selain karena alasan faktor biaya yang sedikit, namun juga inovasi yang lama menjadi bagian dari proses transisi ke inovasi terbaru. Selain itu juga dapat memudahkan proses adaptasi dan proses pembelajaran terhadap inovasi itu secara lebih cepat.

3. Kerumitan

Dengan sifatnya yang baru, maka inovasi mempunyai tingkat kerumitan yang boleh jadi lebih tinggi dibandingkan dengan inovasi sebelumnya. Namun demikian, karena sebuah inovasi menawarkan cara yang lebih baru dan lebih baik, maka tingkat kerumitan ini pada umumnya tidak menjadi masalah penting.

4. Kemungkinan Dicoba

Inovasi hanya bisa diterima apabila telah teruji dan terbukti mempunyai keuntungan atau nilai dibandingkan dengan inovasi yang lama. Sehingga sebuah produk inovasi harus melewati fase “uji publik”, dimana setiap orang atau pihak mempunyai kesempatan untuk menguji kualitas dari sebuah inovasi.

5. Kemudahan Diamati

Sebuah inovasi harus juga dapat diamati, dari segi bagaimana sebuah inovasi bekerja dan menghasilkan sesuatu yang lebih baik.

Biasanya inovasi juga erat kaitannya dengan penggunaan teknologi dan informasi, khususnya internet yang sedang *booming* memiliki peranan penting untuk meningkatkan transparansi. Richard Heeks dalam LAN (2007) mengelompokkan manfaat teknologi informasi dan komunikasi dalam dua kelompok yaitu :

1. Manfaat pada Tingkat Proses

- a. Menghemat Biaya yaitu mengurangi biaya transaksi bagi masyarakat untuk akses ke informasi pemerintah dan mengirim informasi ke pemerintah, mengurangi biaya bagi pemerintah untuk menyediakan informasi.
- b. Menghemat Waktu yaitu mempercepat proses internal dan proses pertukaran data dengan instansi lain.

- c. Mengurangi Keterbatasan yaitu dimanapun, kapanpun informasi dan layanan pemerintah dapat diakses oleh masyarakat.
 - d. Keputusan yang Lebih Baik yaitu pimpinan dapat mengontrol kinerja stafnya, mengontrol kegiatan, ataupun mengontrol kebutuhan.
2. Manfaat pada Tingkat Pengelolaan
- a. Merubah Perilaku Aparatur yaitu mengurangi interes pribadi dan meningkatkan interes rasional atau nasional. Misalnya dalam mengurangi tindakan korupsi, mengurangi pemalsuan, kerja lebih efektif dan efisien dan perlakuan terhadap masyarakat yang lebih setara dalam pelayanan publik.
 - b. Mengubah Perilaku Masyarakat yaitu partisipasi yang lebih besar terhadap proses pemerintahan dan memperluas kesempatan pemasok untuk ambil bagian dalam pelayanan pengadaan barang atau jasa.
 - c. Pemberdayaan yaitu meningkatkan keseimbangan kekuatan antar kelompok, melalui kemudahan, akses ke informasi pemerintahan. Pemberdayaan aparatur lebih meningkat melalui akses ke informasi yang dibutuhkan mereka dalam menjalankan tugas dan fungsinya, pemberdayaan pemasok melalui akses ke informasi tentang pengadaan barang dan

jasa dan pemberdayaan manajer melalui akses ke informasi mengenai stafnya dan sumberdaya lainnya.

Dengan demikian penulis dapat menyimpulkan bahwa inovasi merupakan suatu penemuan baru yang berbeda dari sebelumnya yang berawal dari munculnya ide maupun gagasan kemudian dikembangkan serta diimplementasikan agar dapat dirasakan kemanfaatannya dan memiliki nilai daya saing yang tinggi. Sebelum menciptakan sebuah inovasi, terlebih dahulu memperhatikan macam-macam atribut yang terdiri dari keuntungan relatif, kesesuaian, kerumitan, kemungkinan dicoba, dan kemudahan diamati. Agar, inovasi yang akan dilakukan dapat diterima atau diadopsi orang lain dengan mudah, cepat, dan tepat sasaran. Ditambah, apabila sebuah inovasi diciptakan dengan berbasis teknologi dapat memberikan kemanfaatan yang banyak kepada masyarakat baik dari segi prosesnya yang menghemat waktu hingga pengelolaan inovasinya.

1.5.2 Jenis-Jenis Inovasi

Menciptakan inovasi harus bisa menentukan inovasi seperti apa yang seharusnya dilakukan dalam meningkatkan kualitas pelayanan publik agar inovasi tersebut memiliki nilai kegunaan yang tinggi dan dapat bertahan lama. Jenis-jenis inovasi menurut Robertson dalam Nugroho (2003) diuraikan sebagai berikut yaitu :

1. Inovasi Terus Menerus

Adalah modifikasi dari produk yang sudah ada dan bukan pembuatan produk yang baru sepenuhnya. Inovasi ini menimbulkan pengaruh yang paling tidak mengacaukan pola perilaku yang sudah mapan.

2. Inovasi Terus Menerus Secara Dinamis

Mungkin melibatkan penciptaan produk baru atau perubahan produk yang sudah ada, tetapi pada umumnya tidak mengubah pola yang sudah mapan dari kebiasaan belanja pelanggan dan pemakaian produk.

3. Inovasi Terputus

Melibatkan pengenalan sebuah produk yang sepenuhnya baru yang menyebabkan pembeli mengubah secara signifikan pola perilaku mereka.

Menurut Nugroho (2003) berpendapat bahwa bahwa kebanyakan produk baru berasal dari bentuk terus menerus. Pada tahun-tahun belakangan adalah modifikasi atau perluasan dari produk yang sudah ada, dengan sedikit perubahan pada pola perilaku dasar yang diminta oleh konsumen.

Dengan demikian penulis dapat menyimpulkan bahwa dalam menciptakan sebuah inovasi harus menentukan jenis inovasi seperti

inovasi terus menerus (berkelanjutan), inovasi terus menerus secara dinamis (perubahan), dan inovasi terputus. Setelah mengetahui jenis inovasi yang digunakan, maka dapat dilakukan peningkatan kualitas pelayanan publik, agar inovasi tersebut memiliki nilai kegunaan yang tinggi bagi masyarakat dan dapat bertahan lama atau bersifat abadi selamanya.

1.5.3 Keberhasilan Inovasi

Produk baru yang baru saja dibuat perlu diperkenalkan kepada pasar agar produk tersebut diterima dan dipakai secara meluas. Proses mulai dikenalkan hingga digunakan oleh masyarakat secara luas inilah yang disebut proses difusi. Rogers dalam Suryani (2008: 305) mendefinisikannya sebagai proses dimana inovasi dikomunikasikan melalui saluran tertentu, dalam suatu jangka waktu tertentu diantara anggota suatu sistem sosial. Menurut Rogers (2003) dalam difusi ini terdapat beberapa faktor yang menentukan keberhasilan difusi inovasi, yaitu ada empat faktor diantaranya yaitu:

1. Karakteristik Inovasi

Sebuah produk baru dapat dengan mudah diterima oleh konsumen (masyarakat) jika produk tersebut mempunyai keunggulan relatif. Artinya produk baru akan menarik konsumen jika produk tersebut mempunyai kelebihan dibandingkan

produk-produk yang sudah ada sebelumnya di pasar. Faktor produk lain berupa *compatibility* juga berpengaruh terhadap hasil inovasi. Produk yang kompatibel adalah produk yang mampu memenuhi kebutuhan, nilai-nilai, dan keinginan konsumen secara konsisten. Faktor ketiga dari karakteristik produk berpengaruh terhadap difusi adalah kompleksitas. Semakin kompleks, semakin sulit mengoperasikannya, semakin tidak menarik konsumen. Konsumen akan memilih produk yang sederhana dan mudah digunakan. Konsumen lebih menarik menggunakan produk yang lebih sederhana dibandingkan dengan produk yang kesulitan dalam pengoperasiannya. Faktor keempat adalah kemampuan untuk dicoba (*triability*). Produk baru apabila memberikan kemudahan untuk dicoba dan dirasakan oleh konsumen akan menarik bagi konsumen. Dan faktor lain adalah kemampuan untuk dilihat konsumen (*observability*). *Observability* lebih menunjuk pada kemampuan produk untuk dapat dikomunikasikan kepada konsumen lainnya. Semakin mudah dilihat dan mampu mengkomunikasikan kepada konsumen lain bahwa produk tersebut baru akan semakin menarik karena artinya mampu memberikan petunjuk kepada konsumen lain bahwa dirinya termasuk konsumen yang mengikuti perkembangan.

2. Saluran Komunikasi

Inovasi akan menyebar pada konsumen yang ada di masyarakat melalui saluran komunikasi yang ada. Suatu produk baru akan dapat dengan segera dan menyebar luas ke masyarakat (konsumen) jika perusahaan memanfaatkan saluran komunikasi yang banyak dan jangkauannya luas seperti media massa dan jaringan interpersonal.

3. Upaya Perubahan dari Agen

Perusahaan harus mampu mengidentifikasi secara tepat *opinion leader* yang akan digunakan dan mampu melibatkannya sebagai agen perusahaan untuk mempengaruhi konsumen atau masyarakat dalam menerima dan menggunakan produk baru (inovasi).

4. Sistem Sosial

Pada umumnya sistem sosial masyarakat modern lebih mudah menerima inovasi dibandingkan dengan masyarakat yang berorientasi pada sistem social tradisional karena masyarakat modern cenderung mempunyai sikap positif terhadap perubahan, umumnya menghargai terhadap pendidikan dan ilmu pengetahuan, mempunyai perspektif keluar yang lebih baik dan mudah berinteraksi dengan orang-orang di luar kelompoknya, sehingga mempermudah masukan penerimaan ide-ide baru

dalam sistem sosial dan anggotanya dapat melihat dirinya dalam peran yang berbeda-beda.

Dengan demikian penulis dapat menyimpulkan bahwa suatu inovasi yang baru diciptakan perlunya untuk dikenalkan kepada masyarakat agar inovasi tersebut digunakan oleh masyarakat secara luas. Dalam memperkenalkan sebuah inovasi dibutuhkan waktu yang lama dan memperhatikan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keberhasilan dari inovasi tersebut yaitu baik dari karakteristik inovasi, adanya saluran komunikasi, adanya upaya perubahan dari agen dan dipengaruhi oleh sistem sosial. Dari keempat faktor tersebutlah yang akan membawa proses penerimaan (adopsi) suatu inovasi dapat diterima dan digunakan oleh masyarakat.

1.5.4 Tipologi Inovasi

Adapun tipologi inovasi di sektor publik menurut Halvorsen (2005) yaitu sebagai berikut :

1. *A new or improved service* (pelayanan baru atau pelayanan yang diperbaiki), misalnya kesehatan dirumah.
2. *Process Innovation* (Inovasi Proses), misalnya perubahan dalam proses penyediaan pelayanan atau produk.

3. *Administrative Innovation* (Inovasi Administratif), misalnya penggunaan instrumen kebijakan baru sebagai hasil dari perubahan kebijakan.
4. *System Innovation* (Inovasi Sistem), adalah sistem baru atau perubahan mendasar dari sistem yang ada dengan mendirikan organisasi baru atau bentuk baru kerjasama dan interaksi.
5. *Conceptual Innovation* (Inovasi Konseptual) adalah perubahan dalam *outlook*, seperti misalnya manajemen air terpadu atau *mobility leasing*.

Lebih lanjut Halvorsen (2005) juga menjelaskan bahwa inovasi sendiri dapat dikategorikan sebagai berikut :

1. *Incremental innovations – radical innovations*

Inovasi ini berhubungan dengan tingkat keaslian (*novelty*) dari inovasi itu sendiri. Di sektor industri, kebanyakan inovasi bersifat perbaikan *incremental*.

2. *Top-down innovations – bottom-up innovations*

Ini untuk menjelaskan siapa yang memimpin proses perubahan perilaku. “*Top*” berarti manajemen atau organisasi atau hierarki yang lebih tinggi, sedangkan “*Bottom*” merujuk pada pekerja atau pegawai pemerintah dan pengambil keputusan pada tingkat unit (*mid level policy makers*).

3. *Needs-led innovations and efficiency-led innovation*

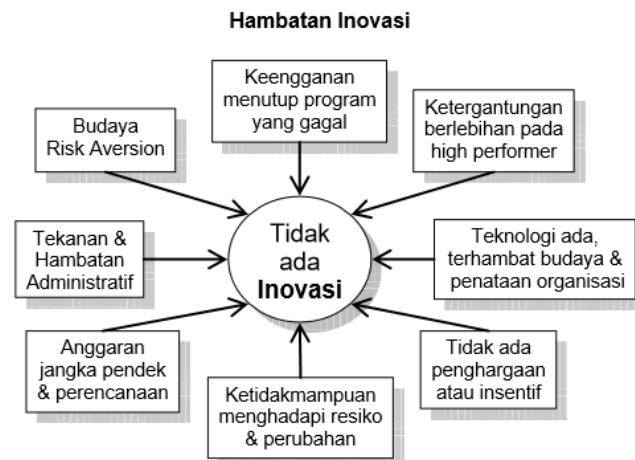
Proses inovasi yang diinisiasi telah menyelesaikan permasalahan dalam rangka meningkatkan efisiensi pelayanan, produk, dan prosedur.

Dengan demikian penulis dapat menyimpulkan bahwa dalam menciptakan sebuah inovasi tentunya dikategorikan terlebih dahulu sesuai tipologi inovasi yang telah dijelaskan diatas apakah termasuk kategori pelayanan baru diperbaiki, inovasi proses, inovasi administratif, inovasi sistem, ataupun inovasi konseptual. Inovasi tidak terjadi secara mulus atau tanpa resistensi. Banyak dari kasus inovasi diantaranya justru terkendala oleh berbagai faktor. Biasanya budaya menjadi menjadi faktor penghambat terbesar dalam mempresentasikan sebuah inovasi.

1.5.5 Faktor Penghambat Inovasi

Inovasi tidak terjadi secara mulus atau tanpa resistensi. Banyak dari kasus inovasi diantaranya justru terkendala oleh berbagai faktor. Biasanya budaya menjadi menjadi faktor penghambat terbesar dalam mempresentasikan sebuah inovasi. Di bawah ini disajikan sebuah skema yang menjelaskan hambatan pada inovasi yaitu sebagai berikut :

Gambar 1.2
Hambatan Inovasi



Sumber : Albury, 2003. hal 31

Pada gambar 1.1 di atas dapat diidentifikasi bahwa hambatan inovasi terdiri dari 8 (delapan) jenis. Salah satunya yang dimaksud dengan budaya *risk aversion* adalah budaya yang tidak menyukai resiko. Hal ini berkenaan dengan sifat inovasi yang memiliki segala resiko, termasuk resiko kegagalan. Sektor publik, khususnya pegawai cenderung enggan berhubungan dengan resiko, dan memilih untuk melaksanakan pekerjaan secara prosedural-administratif dengan resiko minimal. Selain itu, secara kelembagaan pun, karakter unit kerja di sektor publik pada umumnya tidak memiliki kemampuan untuk menangani resiko yang muncul akibat dari pekerjaannya. Hambatan lain adalah ketergantungan terhadap figur tertentu yang memiliki kinerja tinggi, sehingga kecenderungan kebanyakan pegawai di sektor publik hanya menjadi *follower*.

Ketika figur tersebut hilang, maka yang terjadi adalah stagnasi dan kemacetan kerja. Selain itu, hambatan anggaran yang periodenya terlalu pendek, serta hambatan administratif yang membuat sistem dalam berinovasi menjadi tidak fleksibel. Sejalan dengan itu juga, biasanya penghargaan atas karya-karya inovatif masih sangat sedikit. Sangat disayangkan hanya sedikit apresiasi yang layak atas prestasi pegawai atau unit yang berinovasi.

Dari berbagai kendala baik yang dikemukakan oleh Albury (2003) di atas secara sederhana dapat ditemukannya 3 (tiga) variabel atau faktor kunci untuk kesuksesan inovasi yaitu sebagai berikut :

1. Motivasi

Peluang datangnya inovasi lebih dekat dengan pribadi-pribadi yang menyenangi tantangan dan perubahan, sekaligus menghindari zona nyaman yang melenakan.

2. Keterampilan

Memiliki kemampuan kreatif dalam berinovasi sangat berpeluang besar untuk pengembangan inovasi kedepannya.

3. Lingkungan

Inovasi dapat dikembangkan melalui upaya terstruktur seperti penyediaan anggaran secara berkesinambungan, merevisi kebijakan yang menghambat lahirnya inisiatif inovasi, memberlakukan sistem insentif bagi pegawai/ unit yang dapat melakukan inovasi.

Dengan demikian penulis dapat menyimpulkan bahwa dalam penerapan inovasi tentu terdapat beberapa hambatan yang dipengaruhi oleh faktor tertentu yang mengakibatkan penerapan inovasi berjalan tidak mulus. Terdapat beberapa faktor yang memicu penghambatnya penerapan inovasi terdiri dari budaya *risk aversion*, keengganan menutup program yang gagal, ketergantungan berlebihan pada *high performer*, teknologi ada namun terhambat pada budaya dan penataan organisasinya, tidak ada penghargaan/insentif, ketidakmampuan menghadapi resiko dan perubahan, anggaran jangka pendek dan perencanaan, serta tekanan dan hambatan administratif. Untuk menghindari terjadinya penerapan inovasi yang terhambat akibat dari beberapa faktor tersebut, seorang inovator perlunya memperhatikan tiga faktor kunci yaitu motivasi, keterampilan, dan lingkungan untuk memperbaiki kinerja dari pelaksana inovasi tersebut agar pelayanan publik yang diselenggarakan menjadi berkualitas.

1.6 Metode Penelitian

Metodologi penelitian adalah suatu sarana pemecahan masalah yang berguna untuk menemukan, menggambarkan, mengembangkan atau mengetahui suatu kebenaran dari fenomena yang diteliti dengan cara mengumpulkan, menyusun dan merangkai suatu masalah sesuai dengan aturan yang berlaku dalam karya ilmiah. Menurut Sugiyono (2013), metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data

dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu cara ilmiah, data, tujuan dan kegunaan. Menurut Subagyo (1997), metode penelitian adalah suatu cara atau jalan untuk mendapatkan kembali pemecahan terhadap segala permasalahan yang diajukan. Di dalam penelitian diperlukan beberapa teori untuk membantu memilih metode yang relevan terhadap permasalahan. Bogdan dan Taylor (Moleong: 2002) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.

1.6.1 Desain Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif yaitu sebuah bentuk penelitian yang menurut Bogdan dan Taylor (Moleong: 2002) mendefinisikan sebagai prosedur penelitian yang menggunakan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Metode penelitian kualitatif akan mempermudah peneliti dalam melaksanakan pengumpulan data. Peneliti mencoba mengumpulkan data mengenai kegagalan dalam pelaksanaan inovasi aplikasi “iJus Melon”. Moelong (2007) mendefinisikan penelitian kualitatif merupakan suatu desain penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek-subjek penelitian misalnya persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain, secara utuh, dan dengan deskripsi

dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Dengan demikian, penelitian ini dapat dijadikan sebagai hasil dari konstruksi pemikiran secara teoritis maupun empiris yang dinamis dan penuh dengan makna. Hal tersebut sesuai dengan teori dari Sugiyono (2013) yang menyebutkan bahwa realitas dalam metode penelitian kualitatif merupakan konstruksi dari pemahaman terhadap semua data dan maknanya.

1.6.2 Situs Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat dimana penelitian dilakukan. Penetapan lokasi penelitian merupakan tahap yang sangat penting dalam penelitian kualitatif, karena dengan ditetapkannya lokasi dan situs penelitian maka tujuan dan obyek sasaran penelitian ditetapkan sehingga peneliti akan dimudahkan untuk meneliti secara detail dari kasus yang terjadi. Penelitian ini dilakukan di Dinas Koperasi dan UMKM Kota Semarang, Kecamatan Tugu, Kecamatan Pedurungan, BAPPEDA Kota Semarang, BKPP Kota Semarang. Lokasi tersebut dipilih karena dianggap tempat paling tepat untuk menggali data secara mendalam mengenai kegagalan dalam pelaksanaan inovasi aplikasi “iJus Melon”.

1.6.3 Subyek Penelitian

Dalam penelitian kualitatif, yang dimaksud dengan subyek penelitian adalah informan yang memberikan data penelitian melalui wawancara. Oleh karena itu, penelitian mengenai kegagalan dalam pelaksanaan aplikasi “iJus Melon”, sehingga mengambil subyek penelitian adalah :

1. Sekretaris Dinas Koperasi dan UMKM Kota Semarang
2. Kepala Bidang Pemberdayaan Usaha Mikro Dinas Koperasi dan UMKM Kota Semarang
3. Kepala Seksi Peningkatan Kualitas Kewirausahaan Dinas Koperasi dan UMKM Kota Semarang
4. Kepala Seksi Perencanaan Ekonomi Makro BAPPEDA Kota Semarang
5. Kepala Sub Bagian Umum dan Kepegawaian BKPP Kota Semarang
6. User/ Operator aplikasi “iJus Melon” Dinas Koperasi dan UMKM Kota Semarang
7. User/ operator aplikasi “iJus Melon” di beberapa Kecamatan di Kota Semarang
8. Beberapa pelaku usaha mikro di Kota Semarang

1.6.4 Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data dalam penelitian ini berupa teks, kata-kata tertulis, frasa-frasa yang menggambarkan orang-orang, tindakan-tindakan, angka dan peristiwa-peristiwa. Adapun sumber data yang membantu penelitian berupa :

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang langsung dikumpulkan peneliti dari sumber utama. Untuk mendapatkan data primer dalam penelitian ini dilakukan dengan cara wawancara. Wawancara yang dilakukan secara langsung untuk mendapatkan informasi secara mendalam dengan berpedoman pada panduan wawancara (*interview guide*) yang telah dirumuskan sebelumnya. Data primer ini antara lain :

- a. Catatan hasil wawancara.
- b. Hasil observasi lapangan.
- c. Data-data mengenai informan.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah semua data yang diperoleh atau dikumpulkan melalui sumber sekunder atau oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada seperti studi kepustakaan yaitu pengumpulan data dari buku referensi, jurnal, literatur, penelitian terdahulu, dan lain sebagainya.

1.6.5 Teknik dan Pengumpulan Data

Sugiyono (2013) menyebutkan dalam penelitian kualitatif pengumpulan data dilakukan pada natural setting (kondisi yang alamiah), sumber data primer, dan teknik pengumpulan data lebih banyak pada observasi berperan (*participation observation*), wawancara mendalam (*in depth interview*) dan dokumentasi. Berdasarkan teori tersebut, maka teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Wawancara
9. Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan langsung oleh pewawancara kepada responden, dan jawaban-jawaban responden dicatat atau direkam¹⁴. Tujuan dari wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat dan ide-idenya (Sugiyono: 2013). Narasumber yang dipilih sesuai dengan subjek penelitian, yaitu Kepala Dinas Koperasi dan UMKM Kota Semarang, Kepala Bidang Pemberdayaan Usaha Mikro Dinas Koperasi dan UMKM Kota Semarang, Kepala Seksi Peningkatan Kualitas Kewirausahaan Dinas Koperasi dan UMKM Kota Semarang, Kepala Seksi Perencanaan Ekonomi

¹⁴ Hasan, Iqbal. 2002. *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Makro BAPPEDA Kota Semarang, User/ Operator aplikasi “iJus Melon” Dinas Koperasi dan UMKM Kota Semarang, User/ Operator aplikasi “iJus Melon” di beberapa Kecamatan di Kota Semarang, Kepala Sub Bagian Umum dan Kepegawaian BKPP Kota Semarang, dan beberapa pelaku usaha mikro di Kota Semarang.

2. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data dengan mengadakan pengamatan terhadap obyek yang diteliti. Observasi ini dilakukan ketika peneliti langsung turun ke lapangan untuk mengamati perilaku dan aktivitas individu-individu di lokasi penelitian. Dalam pengamatan ini, peneliti merekam/ mencatat baik dengan terstruktur maupun semi struktur. Pada umumnya observasi ini bersifat *open minded* dimana peneliti mengajukan pertanyaan-pertanyaan umum kepada partisipan yang memungkinkan partisipan bebas memberikan pandangan-pandangan mereka. Jenis observasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi partisipasi yang berarti peneliti terlibat langsung dalam penyelenggaraan Pemerintah Kota Semarang untuk mengetahui sejauh mana program “iJus Melon” telah berhasil.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan salah satu pengumpulan data dengan mencari informasi dari data yang sesuai dengan topik penelitian melalui dokumen tertulis. Dalam penelitian ini, dokumen yang digunakan untuk mendukung data hasil wawancara adalah berupa artikel di media massa mengenai subyek pada subyek satu dan dua, dokumen yang berupa arsip data, serta foto-foto pribadi pada subyek penelitian. Subyek pada penelitian ini adalah program perijinan usaha mikro dan kecil melalui aplikasi “iJus Melon” telah beberapa kali diliput oleh media massa seperti surat kabar, majalah, televisi sehingga peneliti memanfaatkan dokumentasi tersebut untuk mengumpulkan data penelitian setelah wawancara.

1.6.6 Analisis dan Interpretasi Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis data yang bersifat kualitatif artinya data diperoleh dari dokumen berupa jawaban atau keterangan bukan berupa angka-angka. Sedangkan teknik analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis deskriptif kualitatif yaitu data diperoleh, dikumpulkan, dikelompokkan, atau diinterpretasikan berdasarkan sifat data dan kemudian diadakan interpretasi terhadap data yang

didasarkan pada fakta serta didukung oleh pemikiran yang kritis untuk memperoleh hasil yang lebih bermanfaat.