

TAJUK RENCANA

'Aksi Mengharukan', Solidaritas ala Yogyakarta

BEBERAPA waktu lalu muncul pemberitaan di media mengenai aksi seorang warga Sleman yang memasang bahan makanan di jalan masuk sebuah kampung. Tulisan *sumonggo bagi yang membutuhkan* cukup mencolok. Aneka kebutuhan dapur sengaja ditempelkan di situ, selain sebuah gunting kecil yang ditali menjuntai. Orang yang memerlukan akan bisa mengambil dengan memotongnya. (KRonline, 25/4).

Aksi di Tirtoadi Mlati itu bukan yang pertama. Jauh sebelumnya sudah beredar dari WhatsApp Group (WAG) foto rumah berpagar tinggi tanpa keterangan alamat yang digantungi tas kersek berisi mie instan dan lainnya. Atau di facebook teman menayangkan di kawasan perumahan Timoho yang juga menggantung tas berisi mie instan dan makanan lain. Dan juga di beberapa yang lain. Yang semua mempersilakan bagi yang memerlukan, siapa pun untuk mengambil.

Solidaritas spontan ala Yogyakarta yang disebut 'aksi mengharukan' memang berbeda. Inilah gaya tulus warga Yogyakarta dalam membantu yang sedang berkesusahan. Percaya bahwa yang mengambil adalah mereka yang memerlukan dan percaya hanya akan mengambil seperlunya. Meski tidak mengenal, tidak bertatap muka namun yang memberi dan menerima memiliki rasa saling percaya yang besar. Agama (Islam) mengajarkan lewat kata bijak : *kalau tangan kanan memberi, tangan kiri jangan tahu*.

DJ Johnson (1994) dalam buku 'Teori Sosiologi Klasik dan Modern' menyebutkan bila masyarakat akan tetap ada dalam kelompok sosial yang memiliki rasa solidaritas. Solidaritas merujuk pada suatu hubungan antara individu dan atau kelompok yang berdasar pada moral dan kepercayaan yang dianut bersama,

serta pengalaman emosional bersama. Dalam kasus sekarang, pengalaman sosial mengalami dan menghadapi wabah Covid-19 ini menjadikan rasa kesatuan, persahabatan dan saling percaya, dipegang.

Rasa saling percaya bahwa ada kelompok yang cukup parah terpapar secara ekonomi dalam pandemi global kali inilah membuat upaya saling berbagi, begitu mengental. Bukan berarti yang memberi dalam posisi berlebih, tidak selalu. Namun ikutserta merasakan dampak yang secara ekonomi sangat mengganggu kelangsungan hidupnya yang membuat tekad besar membantu yang lain. Inilah rasa saling percaya yang muncul sebagai tanggung jawab bersama anggota masyarakat. Jika orang saling percaya akan muncul rasa persahabatan, saling menghormati, terdorong untuk bertanggung jawab dan memperhatikan kepentingan bersama.

Covid-19 jelas tidak berkait dengan masalah kesehatan semata. Sebab dampak sosial ekonomi juga sangat luar biasa. Perumahan karyawan, pengurangan gaji, pemutusan hubungan kerja, penghentian usaha/industri telah meningkatkan jumlah rakyat miskin di negeri ini. Jika 'urusun perut' ini tidak terbantu dan terselesaikan, meningkatnya masalah kriminalitas jelas di depan mata. Belum lagi penyakit sosial lain.

Solidaritas, gorong royong adalah modal sosial bangsa ini. Kita pun menyaksikan selama wabah ini pelbagai lembaga, organisasi, institusi termasuk Keadaulatan Rakyat melakukan penggalangan dana dan terus memberikan bantuan nyata kepada warga yang membutuhkan. Inilah keteladanan yang langsung menjadi pembelajaran masyarakat. Belajar dari pengalaman untuk merdeka belajar, merdeka beramal, merdeka melakukan kontribusi terbaik bagi bangsa negaranya. *** □ - o



Pikiran Pembaca

Pikiran Pembaca terbuka bagi siapa saja. Naskah dikirim ke kantor Redaksi Keadaulatan Rakyat, Jalan Margo Utomo (P Mangkubumi) 40-42 Yogyakarta 55232 Fax (0274) 563125 Telp (0274) 565685 (Hunting) atau melalui email pikiranpembaca@gmail.com. Naskah dilengkapi fotokopi atau scan identitas diri berikut nomor telepon yang bisa dihubungi. Isi tanggung jawab penulis.

Covid-19 Menguatkan Sinergitas

VIRUS Korona yang merebak pada akhir tahun 2019 telah menyebar ke berbagai belahan dunia. Bahkan WHO, organisasi kesehatan dunia, menyatakan bahwa virus yang kemudian dikenal sebagai Corona Virus Disease 2019 (Covid-19) ditetapkan sebagai wabah dunia. Negara yang menginduk pada WHO dalam urusan kesehatan langsung merespons melalui kebijakan nasionalnya, tak terkecuali Indonesia. Meskipun ada beberapa langkah pemerintahan yang kurang sigap dalam penanganan Covid-19, tapi gerakan masyarakat sipil sangat berperan untuk menambal 'kekurangan' tersebut. Masyarakat akar rumput tidak sekadar menunggu upaya dari Jakarta sebagai pusat pemerintahan, tapi mereka juga melakukan upaya-upaya mandiri untuk tanggap Covid-19. Banyak beredar berita di media massa bahwa saling bergandeng tangan dalam tanggap Covid-19 menjadi agenda utama.

Upaya tersebut dilakukan dengan bentuk kegiatan sosial seperti pembagian makanan siap saji, pemberian kebutuhan pokok, hingga sumbangan alat pelindung diri bagi tenaga kesehatan dan orang dengan rentan terpapar Covid-19. Gerakan masyarakat sipil terbentuk secara organik melalui rasa kepedulian bagi masyarakat lain yang terdampak, dan semua itu atas dasar kemanusiaan.

Gerakan itu murni sebagai respons terhadap keadaan secara praktis dan terkini, bukan untuk bermaksud lain.

Salah satu contoh dari gerakan tersebut adalah mulai dari Solidaritas Pangan Jogja untuk masyarakat marginal hingga Bakti Sosial Masjid Al-Ghofur di Sumberan, Ngestiharjo, Kasihan, Bantul. Tak hanya itu, SLB Negeri 1 Bantul yang merupakan lembaga pendidikan untuk anak berkebutuhan khusus pun turut hadir dengan menyumbangkan 1000 masker untuk warga Desa Ngestiharjo melalui Pemerintah Desa Ngestiharjo sebagai mitranya. Yayasan Peduli Muslim yang bermarkas di Sleman turut pula memberikan jasa penyempromotan disinfektan secara gratis di berbagai tempat tanpa memandang batas-batas, salah satunya Pedukuhan V Kadipiro, Ngestiharjo, Kasihan, Bantul juga mendapatkan bantuan konsentrasi disinfektan sebanyak 20 liter.

Melihat upaya tersebut, tentu kita sadar bahwa siapapun dengan latar belakang berbeda-beda dapat berperan dan disatukan oleh satu rasa kemanusiaan. Pemerintah baik tingkat pusat hingga RT hendaknya dapat menjadi fasilitator dan regulator untuk tanggap Covid-19. □ - o

Muhammad Bintang Akbar
Anggota Satgas Covid
Crisis Center Kadipiro
(Satgas C-3 Kadipiro).

Solusi PPDB pada Masa Pandemi

Nursya'bani Purnama

DB tahun ini sebagai pengganti nilai UN atau US adalah dengan mempertimbangkan nilai rapor calon peserta didik pada semester 7, 8, 9 untuk yang mendaftar SMA dan nilai rapor kelas 4, 5, 6 untuk calon peserta didik SMP. Indikator nilai rapor bisa digunakan se-

Penulis mengusulkan agar indikator seleksi PPDB jenjang SMP dan SMA menggabungkan dua indikator yaitu: nilai rata-rata rapor calon peserta didik dan indeks kinerja sekolah yang diukur dari akreditasi sekolah asal dan prestasi sekolah asal yang dilihat dari peringkat nilai rata-rata UN atau US yang dicapai pada tahun sebelumnya.

bagai satu-satunya penentu pemeringkatan jika masyarakat tidak mempersoalkan standar kualitas sekolah. Artinya kita berasumsi bahwa standar kualitas setiap sekolah dinilai sama.

Tetapi indikator nilai rapor sudah pasti menjadi pilihan tidak menguntungkan bagi para peserta didik yang berasal dari sekolah-sekolah yang selama ini sudah memiliki tradisi kualitas dan prestasi. Formula dengan mempertimbangkan indeks kinerja sekolah bisa menjadi pilihan yang ideal.

Penulis mengusulkan agar indikator seleksi PPDB jenjang SMP dan SMA menggabungkan dua indikator yaitu: nilai rata-rata rapor calon peserta didik

dan indeks kinerja sekolah yang diukur dari akreditasi sekolah asal dan prestasi sekolah asal yang dilihat dari peringkat nilai rata-rata UN atau US yang dicapai pada tahun sebelumnya. Masing-masing indikator ditentukan bobotnya dan dibuat rumus akhir nilai calon peserta didik.

Terdokumentasi

Besaran nilai rapor sudah jelas ada dan terdokumentasi, sedangkan indeks kinerja sekolah harus ada standar nilai dan bobotnya. Misalnya nilai berdasar indeks sekolah berdasar akreditasi bisa ditentukan: sekolah berakreditasi A nilainya 100, B nilainya 75, C nilainya 50. Sedangkan berdasar peringkat nilai rata-rata UN atau US bisa dilihat dari peringkat tingkat Kabupaten/Kota, misalnya peringkat 1-10 nilainya 100, peringkat 11-20 nilainya 90, peringkat 21-30 nilainya 80 dan seterusnya. Selanjutnya masing-masing indikator diberi bobot, misalnya nilai rapor bobotnya 50%, akreditasi sekolah asal 25% dan peringkat nilai rata-rata UN atau US diberi bobot

25%. Berdasar tiga indikator tersebut, formula nilai akhir calon peserta didik atau disingkat NA adalah $NA = (\text{Nilai Rata-rata Rapor} \times 50\%) + (\text{Nilai Akreditasi Sekolah Asal} \times 25\%) + (\text{Nilai Peringkat UN atau US} \times 25\%)$.

Formula tersebut akan mengakomodasi berbagai kepentingan dan tetap mengedepankan prinsip objektivitas, adil, dan transparan. Di samping itu implementasinya mudah dan bisa dilakukan secara daring karena semua data telah terdokumentasi dengan baik. □ - o

Nursya'bani Purnama, Dr (C) SE MSi, Dosen Fakultas Ekonomi UII dan Anggota Dewan Pendidikan Sleman

Pemasaran Jogja Tetulung

Lita Kusumasari

PANDEMI Covid-19 menjadikan krisis ekonomi secara global dan Indonesia terdampak. Yogyakarta pun tidak terhindarkan. Orang berdiambil di rumah. Jalanan menyepi sepi. Kehidupan ekonomi surut. Hotel, pedagang kaki lima, restoran banyak yang tutup. Alhasil ekonomi turunannya mulai menjerit. Pasar sepi, peternak, petani dan pedagang mulai kesulitan menyalurkan produknya.

Berdasarkan perhitungan Kementerian Keuangan Indonesia, pertumbuhan ekonomi Indonesia yang ditargetkan sebesar 5,3% untuk tahun 2020, diprediksi menjadi 2,3%. Berdasarkan Google Covid-19 *mobility report* untuk Indonesia secara umum mengalami penurunan ekonomi. Dibandingkan kondisi dasar 16 Februari 2020 dengan kondisi saat dilakukan perhitungan pada 29 Maret 2020, maka pasar retail, restoran, mall, dan tempat rekreasi mengalami penurunan sebanyak 47%. Belanja harian, makanan, pasar dan apotek mengalami penurunan penjualan sebesar 27%.

Gotong Royong

Ekonomi kerakyatan menggeliat. Sikap gotong royong masyarakat tumbuh. Indonesia menjadi negara berperingkat ke-10 di seluruh dunia untuk kedermawanannya menurut World Giving Index yang diterbitkan Charities Aid Foundation 2019. Marak kegiatan sosial donasi kesehatan, sembako dan makanan siap santap. Masyarakat saling bergotong royong dengan menggunakan berbagai metode.

Beredar pesan berantai melalui aplikasi WhatsApp (WA) dari para petani dan peternak untuk memasarkan produknya secara daring karena kelesuan pasar. Meski kita semua gagap dengan dampak korona secara langsung ke kehidupan kita dan menyebabkan ketergantungan terhadap alat dan media elektronik menjadi tinggi. Kesiapan sangat minim dilakukan semua berjalan

karena keterpaksaan.

Pedagang, petani dan peternak yang memasarkan melalui grup WA mendapatkan tanggapan yang positif. Mereka laris manis. Permasalahannya baru bermunculan, banyak pembeli kesulitan menghubungi nomor telepon yang tertera, produk yang dijanjikan sudah tidak tersedia lagi. Pembeli sudah melakukan pembayaran tetapi tidak jelas penerimaan barangnya.

Perlu diurai permasalahan yang terjadi. Petani, peternak dan pedagang perlu memahami konsep dasar pemasaran terutama dengan menggunakan pemasaran daring. Strategi Pemasaran menurut WJ Stanton adalah sesuatu yang meliputi seluruh sistem. Yang berhubungan dengan tujuan untuk merencanakan dan menentukan harga sampai dengan mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang bisa memuaskan kebutuhan pembeli aktual dan potensial.

Pemasaran

Pelaksanaan strategi membutuhkan konsep bauran pemasaran yang sering disebut dengan 4P yaitu *product, price, place* dan *promotion*. Produk (*product*)

meliputi ragam, kualitas, desain, fitur, nama merek, dan kemasan. Harga (*price*) sebaiknya wajar bahkan dapat lebih murah dari harga normal karena penjual harus memahami bahwa biaya produk tidak laku berdampak rugi lebih besar dibandingkan menjual sedikit di atas biaya produk. Pastikan konsumen dapat mengakses lokasi penjual (*place*) sehingga apabila terjadi kesulitan komunikasi, konsumen tidak khawatir karena dapat mendatangi lokasi penjualan. Promosi (*promotion*) menggunakan WA dapat ditingkatkan

melalui penggunaan laman Instagram, Facebook, Website maupun Youtube ataupun kanal yang lain.

Kondisi di atas dapat berjalan baik didukung dengan 4C yaitu *customer solution, customer cost, convenience* dan *communication*. Solusi konsumen (*customer solution*) terpenuhi karena produk yang dipasarkan mampu memecahkan masalah konsumen yang berdiambil di rumah tetapi tetap harus melakukan konsumsi dan tetap harus produktif. *Customer cost* adalah harga yang harus dibayarkan pelanggan karena membeli produk tersebut. *Convenience* adalah kenyamanan yang dirasakan pelanggan. *Communication* menjadi C yang sangat penting, pastikan siap dengan serbuan pelanggan.

Pada mulanya adalah *tetulung*. Di balik itu semua adalah proses bisnis biasa. Gunakanlah aturan bisnis nyata jika tidak ingin ditinggalkan pembeli. Pemerintah dan masyarakat dapat hadir dengan melakukan pendampingan terhadap para pelaku UMKM yang terdampak secara nyata. Inilah wujud #JogjaTetulung yang nyata dan berkesinambungan. □ - o

Lita Kusumasari SE MSA Ak CA, Dosen Tetap STIE YKPN, Sekretaris Wilayah IAI DIY.

Pojok KR

Selama pandemi angka kehamilan di Sragen naik
- Efek diam di rumah saja? ***
Atasi penyebaran virus, 92,8% dukung karantina wilayah
- Yang penting disiplin warga ***
Wisuda UNS di ruang kosong
- Momentum bersejarah yang tidak kosong.

Beraba

SIUPP (Surat Izin Usaha Penerbitan Pers) No. 127/SK/MENPEN/SIUPP/A.7/1986 tanggal 4 Desember 1990. Anggota SPS. ISSN: 0852-6486.

Penerbit: PT-BP Keadaulatan Rakyat Yogyakarta, Terbit Perdana: Tanggal 27 September 1945.

Perintis: H Samawi (1913 - 1984) M Wonohito (1912 - 1984).

Penerus: Dr H Soemadi M Wonohito SH (1985-2008), dr H Gun Nugroho Samawi (2011-2019) **Penasihat:** Drs HM Idham Samawi. **Komisaris Utama:** Prof Dr Inajati Adrisjanti. **Direktur Utama:** M Wirmon Samawi SE MIB. **Direktur Pemasaran:** Fajar Kusumawardhani SE. **Direktur Keuangan:** Imam Satriadi SH. **Direktur Umum:** Yurika Nugroho Samawi SE MM MSC. **Direktur Produksi:** Bakoro Jati Prabowo SSos.

Alamat Kantor Utama dan Redaksi: Jalan Margo Utomo 40, Gowongan, Jetis, Yogyakarta, 55232. Fax (0274) - 563125, Telp (0274) - 565685 (Hunting) **Alamat Percetakan:** Jalan RayaYogya - Solo Km 11 Sleman Yogyakarta 55573, Telp (0274) - 496549 dan (0274) - 496449. Isi di luar tanggungjawab peretakan **Alamat Homepage:** <http://www.kr.co.id> dan www.krjogja.com. **Alamat e-mail:** naskahkr@gmail.com. **Radio:** KR Radio 107.2 FM. **Bank:** Bank BNI - Rek: 003.044.0854 Cabang Yogyakarta.

Perwakilan dan Biro: **Jakarta:** Jalan Utan Kayu No. 104B, Jakarta Timur 13120, Telp (021) 8563602/Fax (021) 8500529. **Kuasa Direksi:** Ir Ita Indirani. Wakil Kepala Perwakilan: Hariyadi Tata Raharja.

Samarang: H Imong Dewanto (Kepala Biro), H Ishaq Zubaedi Raqib, Syaifullah Hadmar, Muchlis Ibrahim, Rini Suryati, Ida Lumongga Ritonga. **Banyumas:** Jalan Lempersari No.62, Semarang, Telp (024) 8315792, 8448622. Kepala Perwakilan: Budiono Isman, Kepala Biro : Isdiyanto Isman SIP.

Klaten: Jalan Pandanaran Ruko No 2-3, Bendogantungan Klaten, Telp (0272) 322756. Kepala Perwakilan dan Kepala Biro : Sri Warsiti. **Kulonprogo:** Jalan Veteran No 16, Wates, Telp (0274) 774738. Kepala Perwakilan : Suprpto, SP Kepala Biro : Asrul Sani. **Gunungkidul:** Jalan Sri Tanjung No 4 Purwosari, Wonosari, Telp (0274) 393562, 394707. Kepala Perwakilan: Drs Guno Indarjo.

Langganan per bulan termasuk 'Keadaulatan Rakyat Minggu'...Rp 65.000,00, Iklan Umum/Display...Rp 27.500,00/mm klm, Iklan Keluar...Rp 12.000,00/mm klm, Iklan Baris/Cilik (min. 3 baris, maks. 10 baris) . Rp 12.000,00 / baris, Iklan Satu Kolom (min. 30 mm, maks. 100 mm) Rp 12.000,00/mm klm, Iklan Khusus: Ukuran 1 klm x 45 mm .. Rp 210.000,00, (Wisuda lulus studi D1 s/d S1, Pernikahan, Ulang Tahun) ● Iklan Warna: Full Colour Rp 51.000,00/mm klm (min. 600 mm klm), Iklan Kuping (2 klm x 40 mm) 500% dari tarif. Iklan Halaman 1: 300 % dari tarif (min. 2 klm x 30 mm, maks. 2 klm x 150 mm). Iklan Halaman Terakhir: 200% dari tarif. Tarif iklan tersebut belum termasuk PPN 10%

Pemimpin Umum: M Wirmon Samawi SE MIB. **Pemimpin Redaksi/Penanggung Jawab:** Drs H Octo Lampito MPd. **Wakil Pemimpin Redaksi:** Drs H Ahmad Luthfie MA. Ronny Sugiantoro SPd, SE, MM. **Redaktur Pelaksana:** Primaswolo Sudjono SPT, Joko Budhiarto, Musahada. **Manajer Produksi Redaksi:** Ngabdul Wakiid. **Redaktur:** Drs Widyo Suprayogi, Dra Hj Fadmi Sustiw, Dra Prabandari, Isnawan, Benny Kusumawan, Drs H Hudono SH, Drs Swasto Dayanto, Husein Effendi SSI, Hanik Atfiati, MN Hassan, Drs Jayadi K Kastari, Subchan Mustafa, Drs Hasto Sutadi, Muhammad Fauzi SSos, Drs Mukti Haryadi, Retno Wulandari SSos, H Chaidir, H M Sobirin, Linggar Sumukti, Drs Sihono HT, Agung Purwandono, Riyana Ekawati SIKom, Wahyu Priyanti SH, Ardi Wahdan. **Fotografer:** Efly Widjono Putro, Surya Adi Lesmana. **Grafis:** Joko Santoso SSn, Bagus Wijnarko. **Sekretaris Redaksi:** Dra Hj Supriyatin.

Pemimpin Perusahaan: Fajar Kusumawardhani SE. **Kepala TU Langganan:** Purwanto Hening Widodo BSc, Telp (0274) - 565685 (Hunting) **Manajer Iklan:** Agung Susilo SE, Telp (0274) - 565685 (Hunting) Fax: (0274) 555660. E-mail: iklan@kr.co.id, iklankr@yahoo.com, iklankrk13@gmail.com.

- Wartawan KR tidak menerima imbalan terkait dengan pemberitaan - Wartawan KR dilengkapi kartu pers/surat tugas.