

TAJUK RENCANA

Berebut Koalisi dalam Pilkada

PELAKSNAAN Pemilihan kepala daerah makin dekat, ibarat tinggal menghitung hari. Dalam Pilkada 2024 kali ini total daerah yang akan melaksanakan pemilihan kepala daerah serentak tahun 2024 sebanyak 545 daerah dengan rincian 37 provinsi, 415 kabupaten, dan 93 kota.

Meski 22 September 2024 adalah batas untuk penetapan pasangan calon, namun hingga saat ini masih banyak daerah atau partai yang memberikan rekomendasi siapa pasangan calon mereka. Di DIY saja masih belum tampak pasangan calon seperti di Kota Yogya, Kulonprogo, Bantul atau Gunungkidul. Di Sleman misalnya, baru Harjo dan Danang yang sudah mematok akan maju, Sementara Kustini, petahana ini masih menimbang-nimbang pasangan apalagi setelah PKB tiba-tiba menetapkan rekomendasi untuk pasangan Harjo.

Di Jakarta misalnya, belum dipastikan siapa saja Paslon yang akan maju. Anies Baswedan yang semula digadang-gadang untuk maju, tiba-tiba ditinggalkan Partai seperti PKS atau Nasdem yang dalam Pilpres gigit mendukungnya. Banyak partai yang masih sibuk memetakan koalisi dalam Pilkada.

pasangan calon yang akan diusung. Apalagi kebanyakan Partai belum punya system kaderisasi yang tepat, sehingga harus mencari-cari dari luar.

Pilkada melibatkan koalisi antar partai politik. Proses koalisi ini memerlukan waktu dan perundingan yang intensif untuk menentukan pasangan calon yang akan diusung bersama. Dengan demikian, proses penentuan pasangan Pilkada seringkali memakan waktu dan melibatkan berbagai faktor internal dan eksternal.

Memang koalisi dalam Pilkada memiliki beberapa manfaat yang signifikan, yaitu, antara lain dapat meningkatkan peluang menang. Koalisi memungkinkan partai politik untuk meningkatkan peluang menang dalam Pilkada. Dengan bergabung, partai dapat memperoleh kekuatan politik yang lebih besar dan meningkatkan kemampuan untuk memenangkan pemilihan.

Koalisi membantu partai politik dalam mendapatkan dukungan legislatif yang lebih kuat. Hal ini penting dalam memastikan keberlangsungan pemerintahan dan implementasi kebijakan.

Koalisi dapat membantu menghindari polarisasi politik dan mempromosikan kerja sama serta kompromi di antara partai politik yang berbeda. Hal ini memungkinkan partai untuk bekerja sama dan mencapai tujuan bersama tanpa harus bersaing secara ketat.

Sebab Koalisi memungkinkan partai politik untuk menggabungkan kekuatan dan kepentingan mereka sendiri. Dengan demikian, partai dapat mencapai tujuan yang lebih besar dan lebih stabil dalam pemerintahan. Selain itu Partai politik yang tidak memiliki kursi di legislatif harus membangun koalisi untuk mengikuti kontes Pilkada. Hal ini memungkinkan mereka untuk mengusung pasangan calon dan berpartisipasi dalam pemilihan kepala daerah.

Dengan demikian, koalisi dalam Pilkada dapat membantu meningkatkan peluang menang, mendapatkan dukungan legislatif, menghindari polarisasi politik, menggabungkan kekuatan partai, dan mengatasi keterbatasan kursi. (***)-d

Belum banyak yang tentukan pasangan Pilkada karena beberapa alasan. Pemilihan pasangan calon seringkali terbuka dan tidak terstruktur secara jelas, sehingga partai politik atau individu yang ingin mencalonkan diri masih dalam proses penentuan pasangan yang ideal. Hal ini dapat memakan waktu dan memerlukan konsolidasi internal partai serta koalisi dengan partai lain. Survei yang dilakukan masih belum jadi patokan.

Pasangan calon yang akan diusung seringkali memerlukan waktu untuk mempersiapkan strategi dan program yang akan dijalankan jika mereka terpilih. Hal ini termasuk dalam persiapan kampanye, pengumpulan sumber daya, dan membangun dukungan masyarakat.

Dalam beberapa kasus, masyarakat masih dalam proses memahami dan menilai kandidat-kandidat yang akan diusung. Hal ini dapat mempengaruhi keputusan partai untuk menentukan

Ekspansi Pasar UKM di Generasi Z

PENURUNAN penjualan ritel di Indonesia pada tahun 2024 sungguh dirasakan semua sektor. Hal ini dapat dilihat dari menurunnya Indeks Penjualan Ritel (IPR) menurun sekitar 1,9%. Turunnya daya beli karena kenaikan suku bunga, pertumbuhan yang melambat juga perilaku paska pandemi di mana orang cenderung menyimpan uang berimplikasi pada turunnya omset di UKM. Dalam situasi tersebut maka ekspansi pasar utamanya pasar besar, yaitu generasi Z sebaiknya dilakukan.

Mengapa Generasi Z begitu penting? Pertama, mereka adalah pengguna teknologi yang paling aktif. Dalam laporan dari Katadata pada 2023, sekitar 60% dari total pembelian online di Indonesia dilakukan Generasi Z, kelompok potensial target pasar bagi UKM. Lalu bagaimana kita bisa menjangkau mereka? Menggunakan teknologi informasi pintu utama karena mereka adalah "digital natives". Platform media sosial visual yang responsive, interaktif seperti Instagram, TikTok, dan YouTube adalah media yang mereka gunakan untuk mencari informasi maupun berkomunikasi.

Jadi, banyak pendekatan konvensional yang tidak berlaku. Sebagai contoh dikatakan produk yang bagus akan selalu mempunyai pasar, bagi mereka pandangan itu tidak berlaku. Mereka menginginkan sesuatu yang lebih personal. Selain bagus, kesesuaian produk dengan nilai-nilai dan gaya hidup juga penting. Karena itu, UKM perlu lebih kreatif dalam memasarkan produk, contohnya pemanfaatan konten yang relevan dan mendalam, juga akan dipertimbangkan oleh Generasi Z.

Karakteristik utama Generasi Z adalah kepercayaan kuat dalam komunitas mereka. Implikasinya mereka sangat mengandalkan pendapat teman atau komunitas online dalam membuat keputusan pembelian. Hal ini tercermin dalam berbagai media online selalu memberi ruang untuk pemberian *feedback*, dalam ruang ini mereka berbagi pendapat yang dipakai sebagai dasar pembuatan keputusan. Itu sebabnya, ulasan positif dan rekomendasi yang transparan dan autentik dari ko-

Djoko Budiyanto Setyohadi

munitas online memiliki kekuatan besar dalam menarik perhatian mereka.

Generasi Z terbiasa dengan segala yang serba instan. Mereka menginginkan proses belanja yang cepat, mudah, dan efisien. Oleh sebab itu kecepatan dan kenyamanan juga menjadi kunci. Karena itu, UKM perlu memastikan bahwa platform online mereka di ber-



KR-JOKO SANTOSO

bagi media online mudah digunakan, cepat, dan responsif. Ketersediaan berbagai pilihan pembayaran adalah contoh kemudahan yang dicari. Kecepatan, keamanan, dan ketepatan layanan pengiriman juga akan membuat mereka lebih tertarik untuk berbelanja. Itu sebabnya salah satu layanan penjualan online mengiklankan kapasitas ini secara besar-besaran.

Tantangan

Di balik tingginya potensi, tidak bisa dipungkiri bahwa ada tantangan besar yang harus dihadapi oleh UKM saat ekspansi ke pasar Generasi Z. Antara lain rendahnya adopsi teknologi di kalangan UKM. Banyak pelaku usaha yang masih enggan atau belum mampu berinvestasi dalam teknologi karena keterbatasan dana dan pengetahuan. Padahal, di era digital ini, kemampuan untuk beradaptasi dengan teknologi adalah kunci untuk bertahan

dan berkembang. Pendek kata, adopsi teknologi harus dilakukan.

Untuk mengatasi problem dana, beberapa alternatif bisa dilakukan. Kolaborasi dengan lembaga pendidikan bisa menjadi cara efektif untuk memperoleh pelatihan tanpa harus mengeluarkan biaya besar. Banyak universitas dan politeknik yang menawarkan program pengabdian kepada masyarakat, yang bisa dimanfaatkan oleh UKM untuk meningkatkan adopsi teknologi. Di sisi lain internet sebagai sumber pembelajaran juga menyediakan sumber daya gratis. Contoh yang tutorial di YouTube atau platform pembelajaran online lainnya, juga bisa menjadi solusi bagi UKM yang memiliki keterbatasan anggaran. Dengan memanfaatkan berbagai sumber daya yang ada, rasanya UKM dapat terus berinovasi dan tetap kompetitif di pasar yang terus berubah.

Pasar Generasi Z memang menantang, tetapi peluang yang ditawarkan sangat besar. Pada akhirnya, keberhasilan UKM dalam menembus pasar Generasi Z sangat bergantung pada kemampuan mereka untuk beradaptasi dengan perubahan dan memenuhi ekspektasi yang tinggi dari Generasi Z tersebut. Dengan strategi yang tepat, bukan tidak mungkin UKM dapat berkembang pesat dan menjadi pemain utama dalam ekonomi digital di Indonesia. (**)-d

***)Prof Djoko Budiyanto Setyohadi PhD.** Kalab Inovasi Teknologi dan Sistem Informasi Departement Informatika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Persyaratan Menulis

Pembaca yang budiman, terimakasih partisipasinya dalam menulis dan mengirimkan artikel untuk SKH *Kedaulatan Rakyat*. Selanjutnya redaksi hanya menerima tulisan lewat email : opinikr@gmail.com dengan panjang tulisan antara 535 - 575 kata, dengan mengisi subjek mengenai isu yang ditulis serta jangan lupa menampilkan fotocopy identitas. Terimakasih.

Kedaulatan Rakyat

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 Kedaulatan 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) **Komisaris Utama:** Imam Satriyadi, SH.

Komisaris: Mohammad Wirmon Samawi, SE., MIB.

Direktur Utama: Drs. H.Mohammad Idham Samawi.

Direktur Keuangan: Yurinya Nugroho Samawi, SE., MM., MSc.

Direktur Pemasaran: Fajar Kusumawardhani SE.

Direktur Produksi: Baskoro Jati Prabowo SSos.

Direktur Litbang, Pengawasan & Bisnis: Yoeke Indra Agung Laksana, SE
Direktur Umum: Ir. Dyah Sardjuningrum Sitawati.

Pemimpin Umum: Drs. H. Mohammad Idham Samawi. **Pemimpin Redaksi/Penanggung Jawab:** Dr Drs H Octo Lampito MPd. **Wakil Pemimpin Redaksi:** Drs H Ahmad Luthfie MA. Dr Ronny Sugiantoro, MM,CHE. **Redaktur Pelaksana:** Primaswolo Sudjono SPt, Joko Budiarto, Mussahada, Drs Widyo Suprayogi. **Manajer Produksi Redaksi:** Ngabdul Wakid. **Redaktur:** Benny Kusumawan, Drs H Hudono SH, Drs Swasto Dayanto, Husein Effendi SSI, MN Hassan, Drs Jayadi K Kastari, Subchan Mustafa, Drs Hasto Sutadi, Muhammad Fauzi SSos, Drs Mukti Haryadi, Retno Wulandari SSos, H M Sobirin, Linggar Sumukti, Daryanto Widagdo, Latief Noor Rochmans. **Fotografer:** Effy Widjono Putro, Surya Adi Lesmana. **Grafis:** Joko Santoso SSn, Bagus Wijanarko. **Sekretaris Redaksi:** Dra Hj Supriyatin.

Kepala TK Langanan: Drs Asri Salman, Telp (0274)- 565685 (Hunting)
Manajer Iklan: Agung Susilo SE, Telp (0274) - 565685 (Hunting) Fax: (0274) 555660. E-mail: iklan@kr.co.id, iklanlkr23@yahoo.com, iklanlkr13@gmail.com.

Langanan per bulan termasuk 'Kedaulatan Rakyat Minggu'... Rp 90.000,00, Iklan Umum/Display...Rp 27.500,00/mm klm, Iklan Keluarga...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 I: 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%

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 percetakan

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: 003.0440.854 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. .

Wartawan: H Ishaq Zubaedi Raqib, Syaifullah Hadmar, Muchlis Ibrahim, Rini Suryati, Ida Lumongga Ritonga.

Semarang: Jalan Lempersari No.62, Semarang, Telp (024) 8315792. Kepala Perwakilan: Budiono Isman, Wakil : Isdiyanto Isman SIP.

Banyumas: Jalan Prof Moh Yamin No. 18, RT 7 RW 03 Karangklesem, Purwokerto Selatan, Telp (0281) 622244. Kepala Perwakilan: Ach Pujiyanto SPd, Wakil : Driyanto.

Klaten: Jalan Pandanaran Ruko No 2-3, Bendogantungan Klaten, Telp (0272) 322756. Kepala Perwakilan : Sri Warsiti.

Kulonprogo: Jalan Veteran No 16, Wates, Telp (0274) 774738. Pj. Kepala Perwakilan: Muslikhah. Wakil : Asrul Sani.

Gunungkidul: Jalan Sri Tanjung No 4 Purwosari, Wonosari, Telp (0274) 393562. Kepala Perwakilan: Drs Guno Indarjo, Wakil: Wuragil Dedy TP

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

Penyemaian Wirausahawan Muda Altruistik

DILUNCURKAN tahun 2022, program Wirausaha Merdeka mulai mewarnai sudut-sudut kampus dengan menawarkan berbagai *benefit*, baik bagi mahasiswa, perguruan tinggi maupun mitra DUDI. Sebagaimana namanya, program ini tentu mewadahi mahasiswa untuk menjadi wirausaha di samping statusnya sebagai mahasiswa. Pada tahun 2023, Kemendikbudristek mencatatkan lebih dari 12.000 mahasiswa telah mengajukan proposal usaha dan menyelesaikan program Wirausaha Merdeka.

Kendati demikian, segala kegiatan yang dilaksanakan di kampus akan terikat dengan sebuah entitas bernama Tridarma Perguruan Tinggi. Di dalamnya tercapuk keseimbangan antara tiga kewajiban, yakni pendidikan dan pengajaran, penelitian dan pengembangan, serta pengabdian kepada masyarakat. Hal yang perlu menjadi perhatian adalah, sudahkah program Wirausaha Merdeka memenuhi tiga kewajiban itu dalam implementasinya?

Mengalir dari Manfaat Sampai Sekeluar Masalah

Berdasar kurikulum Wirausaha Merdeka, pada akhirnya *output* program tersebut memang belum dicetak untuk menjadi pionir pengabdian masyarakat. *Entry point* yang diarahkan untuk meningkatkan motivasi mahasiswa untuk berwirausaha. Tahap *idea generation*, mentoring, magang, *bootcamp*, *prototype* produk, hingga *investment summit*, difokuskan pada tahap pemasaran produk dalam ajang Expo Wirausaha Merdeka. Harapannya, dalam jangka panjang juga difokuskan pada orientasi sosial serta proyeksi untuk pengabdian masyarakat dalam skala luas.

Tak dapat dipungkiri, program Wirausaha Merdeka memang memberikan segudang keuntungan praktis yang menggiurkan bagi mahasiswa. Sebagai contoh, adanya konversi terhadap KKN/PK serta pemberian dana sebagai modal usaha. Aspek yang perlu ditekankan kembali, relevansi rangkaian program Wirausaha Merdeka jika disetarakan dengan KKN/PK yang mengedepankan pengabdian terhadap masyarakat secara komprehensif?

Aspek lain yang layak dikritisi adalah urgensi memasukkan unsur pengabdian masyarakat pada program Wirausaha

Rubiyantiningsih

Merdeka. Karena, rumusan tersebut dapat mempengaruhi seberapa besar kemungkinan adanya inisiatif dari perguruan tinggi untuk menyikapkannya? Pada sisi ini, perlu dicermati bahwa argumentasi peningkatan kompetensi lulusan dan penekanan angka pengangguran terdidik cenderung mengarah pada keuntungan yang bersifat individual. Jika kondisi tersebut yang terjadi, dikhawatirkan mereka justru menjadi bagian dari masalah dengan bersikap pragmatis dan transaksionalis.

Revolusi Mindset

Pendidikan adalah investasi peradaban. Namun, peradaban bukan hanya tentang seberapa mutakhir teknologi yang menyokongnya, tetapi juga pola pikir masyarakat yang berkembang di dalamnya. Apabila pemahaman tersebut tidak diluruskan, maka logika mahasiswa akan terjebak dalam ombang-ambing komersialisasi pendidikan yang terbungkus indah. Lantas, apakah gunanya pendidikan bila hanya menjadikan luarannya sebagai individu yang apatis terhadap berbagai persoalan masyarakat?

Karena itu, kini saatnya kita memetakan kembali independensi Wirausaha Merdeka secara utuh. Memastikan setiap langkah yang diambil tidak hanya menguntungkan secara ekonomi, namun juga memperkaya esensi pendidikan dan pengabdian kepada masyarakat. Harapannya, dana yang digelontorkan untuk program tersebut juga dapat dirasakan dampaknya secara langsung oleh masyarakat.

Institusi hendaknya dapat berperan aktif dalam mewujudkan, baik pihak kampus maupun kementerian. Selain menyelaraskan mutatan program dengan nilai Tridarma Perguruan Tinggi, akan lebih baik jika kampus juga dapat menjembatani mahasiswa dalam bermitra dengan masyarakat.

Begitu pula dengan mahasiswa Wirausaha Merdeka. Mereka dapat menyumbang

peran melalui suatu model pengajaran yang dikemas dalam bingkai wirausaha. Pengejawantahannya dapat berupa program pelatihan intensif, pemberdayaan masyarakat, hingga monitoring lapangan.

Adanya integrasi antara kewirausahaan sosial, pemberdayaan dan pengabdian masyarakat adalah konsep yang sejalan dengan transformasi pendidikan. Lebih jauh lagi, hal tersebut selaras dengan Indikator Kinerja Utama (IKU) perguruan tinggi pada poin kedua mengenai mahasiswa mendapatkan pengalaman belajar di luar kampus. Semoga bagi kawan-kawan yang memperoleh pengakuan KKN-PK tanpa melakukan pengabdian masyarakat tak merasa berbangga diri karenanya. Sebaliknya, pengakuan tersebut diharapkan dapat menjadi pemicu dan pemacu langkah konkret aktivitas pengabdian kepada masyarakat dalam skala yang lebih luas. Pada dimensi inilah akan bermunculan wirausahawan muda altruistik yang menyemai dan menebarkan kebaikan bersama.

Demikianlah, mendidik masyarakat memang tak mudah. Merayakan 79 tahun usia kemerdekaan Indonesia, tulisan ini adalah sebuah upaya untuk mengembalikan marwah pendidikan sebagai suatu dimensi yang sakral. Semoga toleransi dan militansi senantiasa tersebar kepada para pembaca melalui opini singkat ini. (*)-d

***)Rubiyantiningsih, LPM Ekspresi UNY.**

Pojok KR

Mulai kemarin, pendaftar CPNS dibuka.
-- **Jangan percaya calo.**

12 Parpol usung Ridwan Kamil jadi Cabug Jakarta.

-- **Akhirnya Anies Baswedan ditinggalkan.**

4 wisatawan tergulung ombak Pantai Selatan.

-- **Jangan abai aturan yang sudah dibuat tim SAR.**

Berita