

HUBUNGAN TERPAAN PROGRAM USAHA PENINGKATAN PENDAPATAN KELOMPOK AKSEPTOR (UPPKA) DAN TINGKAT PENDIDIKAN DENGAN PERILAKU USAHA KELUARGA AKSEPTOR DI KAMPUNG KOKOLAKA, KECAMATAN GUNUNGPATI, KOTA SEMARANG

Hanif Imam Fahmidin, Yanuar Luqman, Djoko Setyabudi

fahmidinhanif@gmail.com

Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro

Jl. Prof. H. Soedarto, SH, Tembalang, Semarang Kotak Pos 1269

Telepon (024)7465407 Faksimile (024)7645407

Laman: <https://www.fisip.undip.ac.id/> / Email: fisip@undip.ac.id

ABSTRAK

Studi ini berangkat dari rendahnya angka partisipasi kelompok kegiatan Upaya Peningkatan Pendapatan Kelompok Akseptor (UPPKA) di Kampung Keluarga Berkualitas Kokolaka, Kota Semarang. Melihat banyaknya potensi pertumbuhan ekonomi berbasis lokal yang dapat diberdayakan, idealnya terdapat 200 UMKM yang dapat terbentuk sebagai hasil promosi BKKBN guna meningkatkan ekonomi keluarga akseptor di Kampung Kokolaka melalui program UPPKA. Berdasarkan data dari BKKBN tahun 2022, sejumlah 54 persen dari kepala keluarga di Kampung Kokolaka telah menempuh pendidikan dasar hingga menengah pertama dan hanya sebagian kecil yang merupakan lulusan pendidikan tinggi. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui hubungan antara intensitas terpaan program dan tingkat pendidikan warga Kampung Kokolaka terhadap perilaku usaha untuk meningkatkan pendapatan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif eksplanatori dengan teknik wawancara terhadap 100 responden dengan kriteria pernah mendapatkan informasi mengenai program UPPKA dari BKKBN, memahami alur program dan pengelolaan kelompok UPPKA dan berdomisili di Kampung Kokolaka. Hasil penelitian melalui uji korelasi Kendall's Tau-b menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara terpaan informasi dan perilaku usaha. Hal ini diperkuat dengan nilai signifikansi sebesar 0,251 atau kekuatan hubungan yang rendah, sejalan dengan *Theory of Reasoned Action* yang diterapkan. Sedangkan tingkat pendidikan masyarakat Kampung Kokolaka tidak berhubungan dengan munculnya perilaku usaha sebagai luaran program UPPKA. BKKBN harus lebih fokus dalam melangsungkan sosialisasi, *monitoring*, dan evaluasi untuk meningkatkan keterlibatan masyarakat Kampung Kokolaka dalam program UPPKA.

Kata Kunci: Terpaan Program, Tingkat Pendidikan, Perilaku Usaha

ABSTRACT

Based on the low participation rates of the Income-Generating Program for Acceptor Groups (UPPKA) in the Kampung KB of Kokolaka, Semarang City. Due to a numerous potential of local-based economic growth empowerment, ideally, there should be 200 SMEs, resulting from the BKKBN promotional efforts for economic improvement of the acceptor's family in the Kokolaka village through the program. According to the data, 54 percent of the household head in the Kokolaka village had finished primary to secondary education, and only a small proportion had finished tertiary education/university degree. The aim of this study is to understand the association between the program exposure, educational attainment, and the behavior to improve their income. This study employed a quantitative, explanatory method. Data collection was done using interview methods to 100 respondents with inclusion criterias of: 1) ever been exposed to the information of the UPPKA program from the BKKBN; 2) understand the program algorithm and the management of the UPPKA program, and 3) resided in the Kokolaka village. The result from this study found that there were positive associations between information exposure and the behavior to improve economy, using Kendall's Tau-b test. This result was also support by the significance score of 0.251, showing a low strength of correlation. This finding aligned with the applied Theory of Reasoned Action. However, the educational attainment of the Kokolaka village was not associated with the behavior to improve their income as the output of the program.

Keywords: Program Exposure, Educational Attainment, Entrepreneurial Behavior

PENDAHULUAN

Pemberdayaan ekonomi keluarga adalah salah satu dari empat fokus pokok garapan Program Kependudukan, Keluarga Berencana, dan Pembangunan Keluarga (KKBP) di samping pendewasaan perkawinan, pengaturan kelahiran, serta ketahanan keluarga. Perkembangan ekonomi adalah hal yang paling esensial dalam masalah kependudukan karena memiliki pengaruh besar terhadap kesejahteraan masyarakat yang tercermin dalam kenaikan pendapatan dan tingginya minat atau daya beli.

Pemerintah telah melaksanakan berbagai program untuk meningkatkan angka kesejahteraan masyarakat melalui BKKBN seperti pemberian Kredit Kerja Produktif (KKP) sejak tahun 1979 hingga program Usaha Peningkatan Pendapatan Kelompok Akseptor (UPPKA) sebagai upaya untuk mengurangi angka kemiskinan. Program UPPKA mencakup sasaran kelompok akseptor, yakni pasangan usia subur (PUS) yang diwajibkan memakai alat kontrasepsi guna tujuan pencegahan kehamilan.

Setelah disahkannya UU Nomor 10 Tahun 1992 mengenai Perkembangan Kependudukan dan Pembangunan Keluarga, UPPKA dikenal menjadi UPPKS atau Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga Sejahtera. Peraturan ini menyuratkan luntarnya eksklusivitas kelompok akseptor, yang harapannya

dapat mengajak keluarga yang belum aktif KB untuk menjadi peserta KB juga..

Adapun BKKBN sebagai pihak yang bertanggungjawab penuh sebagai promotor program melalui Balai Penyuluhan KB akan melaksanakan tugas mekanisme operasional untuk mengelola kelompok UPPKA di wilayah yang dituju. Selanjutnya, BKKBN akan melakukan sosialisasi, promosi, dan publikasi mengenai Pemberdayaan Ekonomi Keluarga guna menguatkan jejaring kemitraan yang nantinya dapat melakukan pendampingan pada kelompok UPPKA

Sebagai program resmi pemerintah melalui BKKBN, UPPKA bertujuan untuk menumbuhkan dinamika kelompok agar dapat mendorong peningkatan kesertaan program Keluarga Berkualitas serta mengembangkan kegiatan ekonomis produktif guna menjamin kelangsungan hidup yang berkualitas. Harapannya, dengan berjalannya program UPPKA secara efektif di lingkup terkecil masyarakat seperti Kampung Keluarga Berkualitas (Kampung KB), target sasaran dapat meningkatkan kesejahteraan keluarga yang berorientasi pasar, berdaya saing tinggi, serta berperan besar sebagai pelaku ekonomi lokal.

Kegiatan yang dilaksanakan untuk menggerakkan masyarakat target sasaran program UPPKA tersebut antara lain meliputi pemberian bantuan fasilitas permodalan, Kredit Pengembangan Kemitraan Usaha (KPKU), pembinaan dan pengembangan usaha kelompok,

pembinaan jaringan usaha, serta pembinaan produksi. Dalam menjalankan fungsi sosialisasi dan penyuluhan, Balai Penyuluhan Keluarga Berkualitas bertugas untuk memberikan informasi, teknologi, sarana produksi, dan permodalan guna menunjang ketepatan sasaran program.

Dilansir dari data Kependudukan Keluarga Berencana dan Pembangunan Keluarga (KKBP) Kota Semarang tahun 2019, tercatat terdapat sebesar 292 kelompok aktif UPPKA dengan total jumlah anggota 3.536 jiwa tersebar di 16 kecamatan di Kota Semarang. Kelompok UPPKA tersebut mencakup berbagai usaha mikro kecil menengah di bidang produksi pakaian, makanan ringan, pengolahan ikan, tahu, tempe, dan lain sebagainya.

Salah satu Kampung Keluarga Berkualitas (Kampung KB) setingkat desa/kelurahan di Kota Semarang adalah Kelurahan Jatirejo yang terletak di Kecamatan Gunungpati. Satuan wilayah di Kelurahan Jatirejo yang telah ditunjuk oleh pemerintah sebagai pelopor penyelenggaraan pemberdayaan dan penguatan institusi keluarga adalah Kampung Kokolaka (Kampung Tematik Olahan Kolangkaling) dengan identitas utama sebagai produsen dan pengolah terbesar kolangkaling di Semarang.

Sebagai prioritas program Keluarga Berkualitas, angka partisipasi warga Kampung Kokolaka terhadap program KB sudah cukup, di mana di antara 454 pasangan usia subur (PUS),

terdapat 340 pasangan merupakan peserta KB aktif atau akseptor. Tercatat sejak Februari 2023, angka ketercapaian program KB aktif di Kampung Kokolaka mencapai 74,89 persen dengan partisipasi pada program sosialisasi maupun kegiatan pelayanan bagi akseptor.

Rangkaian kegiatan yang dilaksanakan oleh BKKBN sebagai penyelenggara Kampung KB di Kokolaka juga diikuti secara masif oleh masyarakat seperti Bina Keluarga Balita (BKB), Bina Keluarga Remaja (BKR), Bina Keluarga Lansia (BKL), Pusat Informasi Konseling Remaja (PIK-R), dan Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga Akseptor (UPPKA). Persentase partisipasi masyarakat tertinggi terdapat pada kegiatan Bina Keluarga Balita dengan angka 84,2 persen dengan 128 dari total 152 keluarga dengan balita. Sementara itu, keterlibatan sosialisasi paling rendah tercatat pada kelompok UPPKA dengan hanya 5,4 persen atau 17 PUS dari total 454 PUS.

Hal ini tentu sangat disayangkan mengingat potensi terbukanya UMKM di Kampung Kokolaka sangat tinggi dengan banyaknya bahan baku produk berupa buah aren yang dapat dikembangkan untuk meningkatkan pendapatan. Di Kampung Kokolaka, terdapat kurang lebih 80 UMKM yang aktif dengan 25 persen di antaranya berfokus di bidang kolang-kaling. Pada tahun 2022, tercatat terdapat 15 pengrajin kolang-kaling di Kampung Kokolaka yang mengolah buah aren untuk dijadikan kolang-kaling dan dipasarkan di Kota

Semarang.

Kurangnya keikutsertaan masyarakat target sasaran untuk mengikuti program UPPKA dapat disebabkan oleh faktor internal seperti terbatasnya SDM yang bersedia aktif dalam program hingga manajemen internal yang masih belum efektif. Selain itu, target sasaran yang tidak menerima informasi secara efektif dari penyelenggara, yaitu pihak BKBBN serta kurangnya intensitas terselenggaranya program dapat berpengaruh terhadap perilaku target sasaran.

Pendidikan berperan sangat signifikan dalam menentukan tingkat pengetahuan seseorang. Terdapat berbagai jenis pendidikan, baik yang formal maupun informal. Selaras dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, pendidikan formal adalah jalur pendidikan dengan struktur serta mencakup pendidikan dasar, menengah, hingga tinggi (Thabroni, 2022). Jenjang pendidikan formal yang diikuti oleh seseorang akan berdampak pada kemampuannya. Namun, kendati pendidikan memainkan peran krusial dalam tingkat kualitas sumber daya manusia mengenai hal penguasaan ilmu, hanya 6 persen dari penduduk Indonesia yang memiliki akses ke pendidikan tinggi (BPS, 2022).

Pendidikan adalah salah satu faktor krusial dalam Program Pembangunan Berkelanjutan (*Sustainable Development Goals*). Untuk mendukung program tersebut, pemerintah Indonesia membuat

kebijakan Merdeka Belajar bagi para pelajar dan mahasiswa di Indonesia supaya dapat terjamin kualitas pendidikannya. 6 Hal ini memiliki tujuan dalam peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) di Indonesia (Bappenas, 2023).

Terdapat program wajib belajar di Indonesia selama 12 tahun. Sesuai dengan pertanyaan dari Wakil Ketua Komisi X DPR RI, Dede Yusuf, tujuannya adalah untuk meningkatkan mutu pendidikan beracuan pada Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 mengenai Sistem Pendidikan Nasional. Harapannya dari program tersebut, lebih banyak masyarakat Indonesia yang menempuh pendidikan formal serta andil dalam peningkatan kualitas SDM di Indonesia (DPR RI, 2023).

Pendidikan menjadi faktor utama yang secara tidak langsung bisa berdampak pada kesejahteraan, termasuk dalam lingkup keluarga. Menilik hasil pemetaan keluarga pada tahun 2022, sekitar 54 persen dari kepala keluarga di Kampung KB Kokolaka telah menyelesaikan pendidikan dasar hingga menengah pertama, sedangkan hanya sekitar 6 persen kepala keluarga yang merupakan lulusan Akademi atau Perguruan Tinggi. Data ini menunjukkan bahwa sebagian besar kepala keluarga di Kampung KB Kokolaka belum mencapai tingkat pendidikan yang diwajibkan selama 12 tahun, meskipun peraturan ini diberlakukan pada tahun 2016. Ini merupakan hal yang perlu diperhatikan untuk generasi berikutnya agar meningkatkan tingkat pendidikan mereka.

TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari pelaksanaan penelitian ini adalah guna mengetahui hubungan terpaan program UPPKA dan tingkat pendidikan masyarakat dengan perilaku masyarakat sasaran.

KERANGKA TEORITIS

Terpaan Program

Belch & Belch (2017) mendefinisikan terpaan sebagai metode pengukuran atau indikator yang menilai sejauh mana masyarakat atau target audiens menerima informasi dari berbagai jenis media komunikasi. Dalam Kriyantono (2010), Larry Shore berpandangan bahwa terpaan berkaitan dengan konsep terpaan media, yang mencakup aktivitas seperti mendengarkan, melihat, serta membaca pesan-pesan yang disampaikan melalui media massa oleh baik individu atau kelompok yang memiliki pengalaman khusus terhadap pesan tersebut.

Pemasaran sosial mengenai program UPPKA disebar oleh lembaga yang berwenang seperti BKKBN dan DP3AP2KB baik melalui media *online* seperti Instagram dan Facebook, maupun media konvensional seperti koran dan spanduk. Pengenalan program kepada masyarakat juga dihelat melalui 14 Rapat Koordinasi BPD Andalan Kelompok UPPKA di tingkat provinsi untuk membentuk kader yang dapat meningkatkan kualitas pembinaan dan produktivitas kelompok UPPKA di tingkat desa, salah satunya di Kampung Kokolaka, Kecamatan Gunungpati, Kota Semarang. Pemasaran

sosial, seperti yang ditunjukkan dalam penyajian program UPPKA, menggunakan saluran komunikasi yang serupa dengan pemasaran komersial

Tingkat Pendidikan Masyarakat

Tingkat atau jenjang pendidikan merupakan jenjang pendidikan formal yang telah ditempuh oleh individu di suatu negara. Menurut Suprijanto (2007), pendidikan formal adalah jalur pendidikan resmi dan sistematis, memiliki struktur, bertingkat, serta bersifat jenjang dari pendidikan dasar, menengah, dan tinggi.

Perilaku Usaha

Menurut Irwan (2017), perilaku adalah respons atau tanggapan individu mengenai berbagai rangsangan, baik itu berasal dari luar maupun dalam diri mereka. Kesejahteraan sosial merujuk pada keadaan yang menguntungkan dari sebuah komunitas, mencakup aspek seperti kesehatan, kondisi ekonomi, kebahagiaan, dan kualitas hidup bagi penduduknya (Kusnadi, 2013). Tindakan yang diambil oleh masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan mereka melibatkan usaha untuk memupuk semangat dalam memenuhi kebutuhan hidup.

Perilaku masyarakat Kampung Kokolaka terbentuk melalui hasil pengalaman belajar, *modelling*, peniruan hingga motivasi individu sebagai respon dari rangsangan yang diberikan oleh lingkungan (Elsa, 2014). Oleh karena itu, perilaku dalam upaya peningkatan pendapatan adalah tindakan atau langkah-langkah untuk mewujudkan kemajuan, kemandirian, dan

kesejahteraan yang berkelanjutan guna mengeluarkan diri dari perangkap ekonomi seperti kemiskinan dan keterbelakangan (Sururi, 2015).

Theory of Reasoned Action

Theory of Reasoned Action (TRA) yaitu kerangka psikologis berupa model perilaku, dikembangkan oleh Martin Fishbein dan Icek Ajzen. TRA menekankan bahwa perilaku seseorang ditentukan oleh niat (*intention*) untuk melakukan perilaku dan niat tersebut dipengaruhi oleh sikap serta norma subjektif.

Secara garis besar, sikap terhadap perilaku (*attitude toward the behavior*) adalah evaluasi positif serta negatif individu dalam bertindak. Dalam konteks kampanye pemasaran sosial, informasi dan edukasi serta emosional dan persuasi kerap menjadi fokus untuk memberikan informasi yang relevan, edukatif, persuasif, dan emosional untuk memengaruhi sikap target kampanye. Sedangkan norma subjektif (*subjective norm*) berhubungan dengan persepsi mengenai tekanan sosial atau harapan dari orang sekitar tentang apakah harus bertindak atau tidak menunjukkan perilaku tertentu. Dalam pemasaran sosial, terpaan sosialisasi melalui pemodelan sosial dapat mengubah persepsi target audiens tentang apa yang dianggap sebagai norma sosial. Ketika individu melihat bahwa banyak orang di sekitar melakukan tindakan yang ditujukan, mereka cenderung lebih terdorong untuk mematuhi norma tersebut.

Melalui teori ini, dapat ditarik bahwa

terpaan sosialisasi pemasaran sosial dapat memengaruhi sikap terhadap perilaku maupun norma subjektif, yang pada akhirnya dapat memengaruhi niat individu untuk memunculkan perilaku yang ditujukan. Niat adalah prediktor langsung dari perilaku, peningkatan niat melalui terpaan sosialisasi akan meningkatkan kemungkinan perilaku yang diinginkan akan terjadi. Melalui terpaan secara intensif mengenai program UPPKA dari BKKBN, target audiens yaitu masyarakat Kampung Kokolaka akan mengikuti perilaku usaha sesuai dengan target pemenuhan ekonomi produktif di tingkat keluarga.

Dalam penelitian ini, pemasaran sosial ditujukan kepada masyarakat sebagai target audiens dalam berbagai bentuk melalui berbagai media atau jalur komunikasi. Berdasarkan teori TRA, komunikasi pemasaran sosial program UPPKA akan memengaruhi pemunculan perilaku usaha masyarakat target sasaran apabila mencakup elemen seperti mempengaruhi norma subjektif, yaitu persepsi individu target sasaran terhadap tekanan sosial atau dukungan dari BKKBN terkait perilaku usaha.

Teori Kategorisasi Sosial

Menurut Teori Kategorisasi Sosial, diasumsikan bahwa pembagian berbagai kategori dalam masyarakat, seperti umur, pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan, akan memengaruhi bagaimana individu berperilaku dalam konteks sosial (Baran, 2019: 538). Orang-orang akan cenderung bertindak sesuai dengan kategori-kategori yang mereka miliki. Salah satu aspek dari kategori sosial ini adalah tingkat pendidikan, yang juga dapat memengaruhi cara individu merespons informasi yang diterima, termasuk informasi tentang program UPPKA dari BKKBN. Individu dengan jenjang latar belakang edukasi yang tinggi lebih cenderung menunjukkan pemahaman informasi guna penerapan perilaku hidup sehat yang lebih baik (Fu, 2022).

Dalam konteks penyebaran pesan kampanye, pesan mengenai pentingnya program UPPKA diberikan pada kegiatan pemasaran sosial. Hal ini selaras dengan asumsi teori di atas bahwa seseorang dengan latar belakang pendidikan yang lebih akan menerima informasi dengan ideal untuk selanjutnya menerapkan upaya peningkatan pendapatan sesuai dengan alur program UPPKA. Di samping itu, Suryana dan Bayu (2010) mengemukakan bahwa kompetensi kewirausahaan dipengaruhi oleh karakteristik individu, karakteristik kelompok sosial, kebutuhan ekonomi, dan kemajuan teknologi. Dalam upaya meningkatkan pendapatan melalui kewirausahaan, terdapat faktor inovasi yang didasari oleh pengaruh internal dan eksternal.

Secara internal, kompetensi berperilaku usaha dapat muncul dari keinginan berprestasi, pendidikan, dan pengalaman, sedangkan faktor eksternalnya yaitu adanya peluang, pengalaman, dan kreativitas,

Pendidikan formal yang ditempuh oleh masyarakat akan memberikan pemahaman lebih dalam menghadapi berbagai aspek kehidupan. Mosher (1987) menambahkan bahwa pendidikan formal mempercepat proses belajar serta memberikan kecakapan dan kompetensi yang diperlukan dalam masyarakat.

Menurut Sagala (2011), kompetensi dan ketrampilan yang dimiliki seseorang sesuai dengan tingkat pendidikan yang diikutinya. Semakin tinggi pendidikan seseorang, diasumsikan semakin tinggi pula tingkat pengetahuan, ketrampilan, dan kompetensinya. Maka, hal ini selaras dengan fokus penelitian ini bahwa tingkat pendidikan formal masyarakat sasaran (X2) memiliki hubungan dengan penerapan perilaku dalam upaya peningkatan pendapatan.

HIPOTESIS PENELITIAN

1. H_1 = Terdapat hubungan antara terpaan program UPPKA dari BKKBN dengan perilaku masyarakat dalam upaya peningkatan pendapatan (Y).
2. H_2 = Terdapat hubungan antara tingkat pendidikan masyarakat Kampung Kokolaka (X2) dengan perilaku masyarakat dalam upaya peningkatan pendapatan (Y).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dapat diklasifikasikan ke dalam tipe eksplanatori. Tipe ini digunakan untuk menjelaskan korelasi antara variabel independen dengan variabel dependen. Metode sampling yang dipakai oleh peneliti ialah *nonprobability sampling*. Teknik penarikan sampel yang dipakai dalam penelitian ini yakni *purposive sampling*, sampel ditentukan dengan pertimbangan tertentu— terdaftar sebagai PUS (Pasangan Usia Subur) sebagai target kampanye program UPPKA Kampung Berkualitas dari BKBBN. Jumlah responden yang akan diambil sebagai sampel dalam penelitian sejumlah 100 responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hubungan antara Terpaan Program UPPKA dengan Perilaku Masyarakat dalam Upaya Peningkatan Pendapatan

Berdasarkan hasil uji korelasi Kendall's Tau-B, penelitian ini menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0.00 < 0.05$ atau dinyatakan sangat signifikan. Maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis 1 diterima. Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel terpaan program UPPKA (X1) memiliki hubungan dengan variabel perilaku usaha (Y).

Hasil tersebut relevan dengan temuan Pengaruh Intensitas Penyuluhan Terhadap Peningkatan Ekonomi Produktif Keluarga. Penelitian dengan pendekatan kuantitatif metode Ex Post Facto ini

menunjukkan hasil intensitas penyuluhan pada kelompok UPPKA Kecamatan Gunungpati memiliki nilai presentase 52,17 persen dengan kriteria cukup tinggi sehingga ada pengaruh positif terhadap peningkatan ekonomi keluarga. Hal ini menunjukkan bahwa penyuluhan yang dilakukan berulang-ulang dapat berpengaruh terhadap perubahan perilaku responden (Zuyyina dan Fakhruddin, 2020). Teori yang berkaitan dengan hasil penelitian bahwa terdapat pengaruh antara terpaan program dan perilaku usaha adalah *Theory of Reasoned Action* oleh Azjek dan Fishbein.

Teori ini menjelaskan massa menjelaskan bahwa munculnya perilaku individu merupakan rangkaian kausalitas yang muncul dari keyakinan melalui sikap atau tindakan, dibarengi dengan norma sosial yang dianut menurut tindakan tersebut, maupun niat guna melakukan tindakan tersebut. Menilik teori tersebut, informasi dan pesan yang diterima oleh target program UPPKA dapat menumbuhkan perilaku usaha guna meningkatkan perekonomian melalui keanggotaan UPPKA. Dalam Sarver (1938), Ajzen dan Fishbein menjelaskan bahwa rangkaian kausalitas diakibatkan oleh individu yang bersangkutan telah mengetahui dan menilai 61 konsekuensi akan tindakan sehingga dapat memilih untuk melakukan atau tidak melakukan. Terlebih individu juga dipengaruhi dengan lingkungan atau norma subjektif di sekitar sehingga muncul motivasi untuk bertindak.

Hubungan antara Tingkat Pendidikan Terakhir dengan Perilaku Masyarakat dalam Upaya Peningkatan Pendapatan

Berdasarkan hasil uji hipotesis melalui Kendall's Tau-b, didapatkan angka signifikansi sebesar 0,368 yang menyimpulkan bahwa tidak ada hubungan antara dua variabel yang telah melalui hasil uji. Oleh karena itu arah hubungan yaitu tidak positif karena tidak terdapat nilai yang signifikan.

Tidak adanya korelasi antara tingkat pendidikan terakhir dengan perilaku masyarakat Kampung Kokolaka dalam berupaya meningkatkan ekonomi menunjukkan bahwa dalam konteks tertentu, faktor-faktor lain seperti kebutuhan ekonomi, nilai-nilai komunitas, atau pengalaman langsung mungkin lebih dominan memengaruhi perilaku sosial individu dibandingkan dengan latar belakang pendidikan masyarakat. Dengan kata lain, meskipun teori Kategorisasi Sosial berasumsi bahwa pendidikan akan membentuk respons individu, dalam kasus ini, 63 faktor pendidikan tidak terbukti relevan, menunjukkan keterbatasan teori ini dalam menjelaskan perilaku di konteks tertentu.

Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Dhirisma dan Moedrhanti (2022) dalam Hubungan Antara Tingkat Pendidikan terhadap Pengetahuan Masyarakat tentang Hipertensi di Posbindu Desa Srigading,

Sanden, Bantul, Yogyakarta, yang menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan signifikan antara tingkat pendidikan dengan pengetahuan masyarakat tentang hipertensi. Pengetahuan individu tidak hanya dipengaruhi oleh tingkat pendidikan tinggi, melainkan dapat juga berasal dari inisiatif sendiri maupun dorongan dari orang lain.

KESIMPULAN

Berdasarkan temuan penelitian, peneliti menyimpulkan bahwa:

1. Terdapat hubungan positif antara terpaan program UPPKA sebesar 0,251 terhadap perilaku usaha masyarakat Kampung Kokolaka dalam meningkatkan pendapatan. Oleh karena itu, hipotesis pertama diterima dan selaras dengan *Theory of Reasoned Action*.
2. Tidak terdapat hubungan antara tingkat pendidikan formal terakhir masyarakat dengan perilaku usaha sehingga hipotesis kedua tidak diterima dan teori Kategorisasi Sosial tidak berlaku dalam penelitian ini.

SARAN

a. Merujuk pada hasil penelitian, terpaan promosi program UPPKA adalah masih cukup rendah. Akan tetapi, berdasarkan hasil penelitian dapat menunjukkan data bahwa terpaan terhadap target masyarakat di Kampung Kokolaka terdapat hubungan positif sehingga apabila dilaksanakan secara intensif dan memanfaatkan seluruh media

komunikasi, masyarakat akan terinformasi dengan baik dan tujuan berupa peningkatan usaha akan berjalan. Mengingat Kampung Kokolaka merupakan bagian dari desa wisata Kelurahan Jatirejo, BKKBN dapat bekerja sama dengan Balai Latihan Kerja atau Dinas Pariwisata sehingga berbagai lapangan pekerjaan baru dapat tercipta di Kampung Kokolaka sehingga masyarakat terutama dengan rentang umur produktif (26-35 tahun) semakin tertarik untuk bergabung dalam program UPPKA. Selain itu, intensitas sosialisasi tatap muka yang sudah jelas banyak diminati harus lebih sering seperti dua minggu sekali agar proses pelatihannya tidak terlalu lama. Selain itu, variasi program dapat dilakukan sehingga keberlanjutan anggota kelompok UPPKA dapat dipertahankan dan menjangkau kelompok-kelompok baru.

b. Kendati tingkat pendidikan tidak berhubungan dengan perilaku masyarakat Kampung Kokolaka untuk menerapkan perilaku usaha, pelatihan wirausaha dapat dilaksanakan dengan serius oleh pemerintah setempat melalui BKKBN melalui lokakarya atau *workshop* potensi produk UMKM yang dapat dikembangkan, terutama kolang-kaling. Hal ini akan berguna untuk menanamkan jiwa bisnis bagi warga yang sebelumnya belum terpapar informasi sehingga dapat mengoptimalkan potensi yang ada. Terlebih apabila terdapat akses untuk mendapatkan mitra guna melangsungkan pemasaran secara *online* hingga pengiriman ke luar daerah. Melihat potensi Kampung Kokolaka yang

sangat terbuka lebar, hal ini akan menjadi langkah kecil pertumbuhan ekonomi produktif bagi keluarga-keluarga di Kampung Kokolaka.

DAFTAR PUSTAKA

- Atoilah, E. M., & Kusnadi, E. (2013). *Asuhan Keperawatan pada Klien dengan Gangguan Kebutuhan Dasar Manusia*. Garut : In Media.
- Anwas, M. (2012). Model PAUD Posdaya Sebagai Alternatif Pelaksanaan Pendidikan Anak Usia Dini Berbasis Masyarakat. *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, 18(3)
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall
- Agustina, Y. (2023). Pengaruh Terpaan Informasi Covid-19 Di Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Masyarakat Di Gampong Gunong Cut Kabupaten Aceh Barat Daya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa (JIM)*. 8(2)
- Aviati, Y. (2015). *Kompetensi Kewirausahaan: Teori, Pengukuran, dan Aplikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Bell, E., Bryman, A., & Bill, H. (2019). *Business Research Methods (Fifth Ed.)*. New York: Oxford University Press.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2018). *Advertising and Promotion: An Integrated Communications Perspective (11 ed.)*. New York: McGraw-Hill Education
- Bandura, A. (1986). *Social Foundations of*

- Thought and Action: A Social Cognitive Theory*. Prentice-Hall.
- Baran, S. J. (2019). *Introduction to Mass Communication: Media Literacy and Culture*. New York: McGraw-Hill Education
- Dawson, C. (2009). *Introduction to Research Methods*, Begbroke: How To Books
- Dhirisma, F., & Moerdhanti, I. A. (2022). Hubungan Antara Tingkat Pendidikan terhadap Pengetahuan Masyarakat tentang Hipertensi di Posbindu Desa Srigading, Sanden, Bantul, Yogyakarta. *Jurnal Kefarmasian Akfarindo*, 40-44. <https://doi.org/10.37089/jofar.vi0.116>
- Elsa, F. (2014). Penerapan Pendidikan Karakteristik Peduli Lingkungan Melalui Metode Inkuiri Terhadap Sikap dan Perilaku Siswa pada Materi Pencemaran dan Kekurangan Lingkungan di SMP Negeri 6 Banda Aceh. *Biotik*, 2(1), 28–32.
- Fu, Y., Hu, D., Liu., X. (2022). International Doctoral Students Negotiating Support from Interpersonal Relationships and Institutional Resources during COVID-19. *Current Issues in Comparative Education*, 24 (1).
- Fu, H., Ge, R., Huang, J., persen Shi, X., (2022). The effect of education on health and health behaviors: Evidence from the college enrollment expansion in China. *China Economic Review*, Elsevier, vol. 72(C). doi: 10.1016/j.chieco.2022.101768
- Goldman, A. (2002). *What is social epistemology? A smorgasbord of projects. Pathways to knowledge*. New York: Oxford University Press
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hambasari, D. P. dan Inggit, K. (2016). Analisis Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi, Pertumbuhan Penduduk dan Inflasi Terhadap Tingkat Kemiskinan di Jawa Timur Tahun 2004-2014. *JEB17: Journal Ekonomi dan Bisnis*. 1(02): 261.
- Hanson, C., Allen, E., Fullmer, M., O'Brien, R., Dearden, K., Garn, J., Novianti Rachmi, C., Glenn, J., West, J., Crookston, B., & Hall, P. (2020). A National Communication Campaign in Indonesia Is Associated with Improved WASH-Related Knowledge and Behaviors in Indonesian Mothers. *International journal of environmental research and public health*, 17(10), 3727. <https://doi.org/10.3390/ijerph17103727>
- Irwan (2017). *Etika dan Perilaku Kesehatan*. Gorontalo: CV Absolute Media
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). Utilization of Mass Communication by the Individual. In J. G. Blumler, & E. Katz (Eds.). *The*

- Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research*, 19–32. <https://doi.org/10.1086/26810>
- Kriyantono, R. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Lee, N. R., & Kotler, P., (2011). *Social Marketing :Influencing Behaviors for Good*. Washington DC: Sage Publication, Inc.
- Mardikanto, T. (2007). *Dasar-dasar Penyuluhan Pertanian*. Pusat Pengembangan Agrobisnis dan Perhutanan Sosial. Surakarta: Sebelas Maret University Press
- Mosher, A.T. (1983). *Meneggerakkan dan Membangun Pertanian: Syarat-syarat Pokok Pembangunan dan Modernisasi*. Jakarta: Yasaguna
- Ridout, T. N., & Franz, M. (2008) Evaluating Measures of Campaign Tone, *Political Communication*, 25(2), 158-179, <https://doi.org/10.1080/10584600801985409>
- Sagala, S. (2011). *Konsep dan Makna Pembelajaran*. Bandung: Alfabeta
- Stanton, C. A., Pasch, K. E., Pericot-Valverde, I., Cruz-Cano, R., Moran, M. B., Abadi, M. H., Mays, D., Mercincavage, M., Tang, Z., Chen-Sankey, J. Longitudinal associations between U.S. youth exposure to E-cigarette marketing and E-cigarette use harm perception and behavior change. *Preventive Medicine* 164. <https://doi.org/10.1016/j.ypmed.2022.107266>
- Suprijanto (2007). *Pendidikan Orang Dewasa dari Teori hingga Aplikasi*. Jakarta: Bumi Aksara
- Sururi, A. (2015). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program Pembangunan Insfrastruktur Perdesaan dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Kecamatan Wanasalam Kabupaten Lebak. *Jurnal Administrasi Negara*, 3 (2) <https://doi.org/10.30656/sawala.v3i2.229>
- Turner, J. C., & Reynolds, K. J. (2001). The Social Identity Perspective in Intergroup Relations: Theories, Themes, and Controversies. *Blackwell Handbook of Social Psychology: Intergroup Processes*,
- Wawan, A., & Dewi, M. (2011). *Teori dan Pengukuran Pengetahuan, Sikap, dan Perilaku Manusia*. Cetakan II. Yogyakarta: Nuha Medika
- Zuyyina, Y, dan F Fakhruddin. (2020). “Pengaruh Intensitas Penyuluhan Terhadap Peningkatan Ekonomi Produktif Keluarga.” *Journal of Nonformal Education and Community Empowerment* 4(1): 48–62. <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jnfc/article/view/36360>

Internet

Databoks.com (2022, 20 September).

Hanya 6 persen Warga Indonesia yang Berpendidikan Tinggi pada Juni 2022. Diakses pada 15 September 2023, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/20/hanya-6-warga-indonesia-yang-berpendidikan-tinggi-pada-juni-2022>

DPR.GO.ID (2023, 24 Januari). Komisi X DPR RI Dorong Kemendikbudristek Tuntaskan Wajib Belajar 12 Tahun. Diakses pada 16 September 2023, dari [Parlementaria Terkini - Dewan Perwakilan Rakyat \(dpr.go.id\)](https://www.dpr.go.id/berita/parlementaria-terkini-dewan-perwakilan-rakyat)

Kampung Keluarga Berkualitas Kokolaka (2024). Profil Kampung KB BKKBN. Diakses pada September 2023, dari [KAMPUNG KELUARGA BERKUALITAS KOKOLAKA \(bkkbn.go.id\)](https://www.bkkbn.go.id/kampung-keluarga-berkualitas-kokolaka)

SDGS.BAPPENAS.GO.ID (2023. 2 Mei). Hari Pendidikan Nasional 2023 dan Pencapaian SDG 4 di Indonesia. Diakses pada 15 September 2023, dari <https://sdgs.bappenas.go.id/hari-pendidikan-nasional-2023-dan-pencapaian-sdg-4-di-indonesia/>-----

Thabroni, G. (2022). *Pendidikan Formal : Pengertian, Tingkat, dan Jenis Program*. Dalam <https://serupa.id/pendidikan-formal/>
Diakses pada 3 September 2023 pukul 08.57 WIB