

**MINAT SARJANA PENDIDIKAN BEKERJA DI PERUSAHAAN
SWASTA (Studi Kasus pada Carrefour Panakkukang Makassar)**



SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Pendidikan (S.Pd) pada Program Studi Pendidikan Sosiologi
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Muhammadiyah Makassar**

Oleh

K A S M I D A R

10538 2905 14

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN SOSIOLOGI**

2019

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi atas nama **Kasmidar**, NIM 10538 2905 14 diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor: 0014 Tahun 1440 H/2019 M, Sebagai salah satu syarat guna memperoleh Gelar **Sarjana Pendidikan** pada Prodi Pendidikan Sosiologi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Makassar, Yudisium pada hari Jum'at tanggal 1 Februari 2019.

25 Jumadil Awal 1440 H
Makassar, -----
31 Januari 2019 M

PANITIA UJIAN

Pengawas Umum : Prof. Dr. H. Abd. Rahmat Rahim, S.Pd., M.M. ()

Ketua : Erwin Akib, S.Pd., M.Pd., Ph.D. ()

Sekretari : Dr. Baharullah, M.Pd. ()

Penguji :


1. Dr. Muhammad Nawir, M.Pd. ()
2. Risfaisal, S.Pd., M.Pd. ()
3. Dr. Munirah, M.Pd. ()
4. Drs. H. Nurdin, M.Pd. ()

Mengetahui

Dekan FKIP
Universitas Muhammadiyah Makassar


Erwin Akib, S.Pd., M.Pd., Ph.D.
NBM: 860 934

Ketua Program Studi
Pendidikan Sosiologi


Drs. H. Nurdin, M.Pd.
NBM: 575 474

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Minat Sarjana Pendidikan Bekerja di Perusahaan Swasta (Studi Kasus pada Carrefour Panakukang Makassar)

Nama : Kasmidar

NIM : 10538 2905 14

Prodi : Pendidikan Sosiologi

Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Setelah diteliti dan diperiksa ulang skripsi ini telah memenuhi syarat untuk dipertanggungjawabkan di depan tim penguji skripsi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Makassar.

25 Jumadil Awal 1440 H
Makassar,


31 Januari 2019 M

Disahkan oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II


Kaharuddin, M.Pd./Ph.D.


Dr. Munirah, M.Pd.

Mengetahui

Dekan FKIP
Universitas Muhammadiyah Makassar


Erwin Akib, S.Pd., M.Pd., Ph.D.
NBM: 860 934

Ketua Program Studi
Pendidikan Sosiologi


Drs. H. Nurdin, M.Pd.
NBM: 575 474

MOTTO

*Intelligence is not the determinant of success,
but hard work is the real determinant of your
success.*

***Perjuanganku, pengorbananku, serta air mata ku telah menghasilkan buah
karya kecil yang akan kupersembahkan kepada:***

: Kedua orang tua tercinta, Bapak Mustafa dan Ibu Nursiah terima kasih atas ketulusan, kesabaran, kasih sayang, semangat, bimbingan, dan do'a yang senantiasa mengiringi langkah demi keberhasilan penulis.

: Adikku tersayang, Samtidar, Ilham Saputra dan Putri Nadia.

: Kakak tersayang Sufianti dan Muhammad Irfandi

: Kekasihku tercinta Sufiadi, terima kasih atas semua pengorbananmu selama ini.

: Tercinta ambo Sukardi dan indo Sumiati yang telah aku anggap sebagai orang tua ku

: Tercinta alm.kakek ummara' dan alm. kakek mamang. Almh. Nenek Saha dan almh. Nenek mari'

ABSTRAK

Kasmidar. 2018. *Tingginya Minat Sarjana Pendidikan Bekerja Di Perusahaan Swasta (Studi Kasus Carrefour Panakkukang Makassar)*, Skripsi, Program Studi Pendidikan Sosiologi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh Kaharuddin dan Munirah.

Masalah utama dalam penelitian ini adalah dilema lulusan sarjana pendidikan, kurangnya perhatian pemerintah terhadap kondisi yang dialami oleh lulusan sarjana pendidikan membuat mereka kehilangan arah dan tujuan. Sehingga kebanyakan dari mereka memilih untuk bekerja sebagai karyawan di perusahaan dibandingkan menjadi seorang guru di sekolah. .

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Faktor-Faktor Yang Menarik Minat Sarjana Pendidikan Bekerja Di Perusahaan Swasta (Studi Kasus Carrefour Panakkukang Makassar). Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif. Informan ditentukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan beberapa tahapan yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Teknik keabsahan data menggunakan triangulasi sumber, waktu dan teknik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Faktor-faktor Yang Menarik Minat Sarjana Pendidikan Bekerja Di Perusahaan Swasta (Studi Kasus Carrefour Panakkukang Makassar) disebabkan karena kesempatan/peluang bagi sarjana pendidikan untuk dapat bekerja di perusahaan lebih tinggi di bandingkan menjadi seorang guru, perusahaan dapat mengurangi angka pengangguran.

Kata Kunci : Minat

KATA PENGANTAR

Bismillahi rahmani rahim...

Assalamu Alaikum Wr. Wb...

Syukur alhamdulillah segala puji bagi kehadiran Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya. Tuhan Yang Maha Pemurah yang kepadanya segala munajat tertuju. Tak lupa pula penulis panjatkan salam dan salawat kepada Nabi Muhammad SAW. Semoga tercurah kasih dan sayang kepada beliau beserta keluarga, sahabat-sahabat dan pengikutnya.

Tulisan ini menandai suatu kurun waktu dalam sejarah panjang perjalanan hidup penulis yang turut serta mewarnai kehidupan penulis selama menempuh studi pada jurusan Pendidikan Sosiologi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Makassar.

Skripsi ini terdiri dari VII Bab yaitu, Bab I, Pendahuluan, terdiri dari Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian dan Defenisi Operasional. Bab II, Kajian Pustaka, terdiri dari Kajian Teori Dan Kerangka Pikir/Konsep, Bab III, Metode Penelitian, terdiri dari Jenis Penelitian, Lokasi Penelitian, Informan Penelitian, Fokus Penelitian, Instrumen Penelitian, Jenis dan Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data, dan Teknik Keabsahan Data. Bab IV, Gambaran dan Historis Lokasi Penelitin. Bab V, Rumusan Masalah Pertama. Bab VI, Rumusan Masalah Kedua. Bab VII, Simpulan dan Saran.

Dengan berbekal kemauan, semangat, dorongan dan bantuan dari berbagai pihak, maka akhirnya penulis dapat menyusun skripsi ini. Penulis sadar dan

memahami bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baik dari segi metodologi, isi, analisis maupun dari segi bahasa. Oleh karena itu, segala kritik dan saran dari semua pihak sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Perjuangan dalam merampungkan karya ilmiah ini tidak ringan lepas dari bantuan dan kerjasama dengan berbagai pihak. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya
2. Dr. H. Abd. Rahman Rahim SE, MM. Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Erwin Akib, M.Pd., Ph.D. Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Dr. H. Nurdin, M.Pd, sebagai ketua jurusan Pendidikan Sosiologi Universitas Muhammadiyah Makassar.
5. Kaharuddin, M.Pd., Ph.D. (Pembimbing I)/Dra. Munirah M.Pd, M.Pd (Pembimbing II). sebagai dosen pembimbing Universitas Muhammadiyah Makassar. yang telah berkenan memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi.
6. Para Dosen dan Staf Administrasi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Makassar yang telah mendidik dan memberi pelayanan kepada penulis selama dalam proses perkuliahan.
7. Ayahanda Mustafa dan ibunda Nursiah tercinta yang senantiasa memberikan semangat, kasih sayang, dan doa tiada henti hingga

terselesaikanya skripsi ini.

8. Saudara/i ku Samtidar, Ilham Saputra, Putri Nadia
9. Rekan-rekan sosiologi angkatan 2014 Universitas Muhammadiyah
Makassar
10. PT. Trans Retail Indonesia cabang Carrefour kukang Makassar

Akhirul kalam “Tak ada gading yang tak retak, tak ada manusia yang tak luput dari kesalahan” kami sadar sepenuhnya bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat kami harapkan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua.

Wassalamu Alaikum Wr.Wb...

Makassar, Februari 2019

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
SURAT PERJANJIAN	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	3
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian.....	3

D. Manfaat Penelitian	3
E. Definisi Operasional	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PIKIR	7
A. Konsep dan Teori	7
1. Minat.....	7
2. Teori Minat <i>Vocational Personality</i> Dari John Holland.....	9
3. Ciri-Ciri Minat.....	13
4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat.....	14
5. Pengukuran Minat.....	15
B. Perusahaan	17
C. Carrefour.....	31
D. Landasn Teori.....	35
E. Kerangka Pikir	38
F. Penelitian Terdahulu Yang Relevan	39
BAB III METODE PENELITIAN	40
A. Jenis Penelitian.....	40
B. Lokus Penelitian	40
C. Informan Penelitian	40

D. Fokus Penelitian	42
E. Instrumen Penelitian	43
F. Jenis dan Sumber Penelitian	44
G. Teknik Pengumpulan Data	45
H. Analisis Data	47
I. Teknik Keabsahan Data	49
BAB IV GAMBARAN DAN HISTORIS LOKASI PENELITIAN.....	51
A. Profil Perusahaan.....	51
a. Hypermarket Carrefour Internasional	51
b. Hypermarket Carrefour Indonesia.....	59
B. Visi Misi Perusahaan Carrefour Indonesia	55
C. Struktur Organisasi	55
D. Logo Hypermarket Carrefour	58
E. Slogan.....	59
F. Tipe Gerai Carrefour.....	59
G. Aktivitas Karyawan Carrefour.....	60
H. Aktivitas Karyawan Carrefour.....	60
I. Media Komunikasi Karyawan.....	64
BAB V. Faktor-Faktor Yang Menarik Sarjana Pendidikan Bekerja Di Perusahaan Swasta (Carrefour Panakkukang Makassar).....	67

A. Hasil Penelitian.....	
67	
B. Pembahasan.....	
71	
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	75
DAFTAR PUSTAKA.....	77
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Lokasi Gerai Carrefour di Indonesia.....	54
--	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	39
Gambar 3.1 Analisis model interaktif	49
Gambar 4.1 Gerai-gerai Carrefour tersebar di dunia	52
Gambar 4.2 Struktur Organisasi PT.Trans Retail Indonesia.....	58
Gambar 4.3 Logo Carrefour Indonesia	59
Gambar 4.4 Logo Transmart	59

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sarjana Pendidikan, disingkat S.Pd adalah gelar sarjana dalam bidang pendidikan yang diberikan kepada lulusan universitas, sekolah tinggi keguruan dan ilmu pendidikan, atau sekolah tinggi ilmu pendidikan di Indonesia. Selama menempuh pendidikan di perguruan tinggi lulusan sarjana pendidikan telah dibekali dengan keahlian untuk menjadi seorang calon guru profesional. Sehingga pada saat menjadi seorang guru sesungguhnya mereka sudah mampu menguasai cara mengajar yang baik dan benar.

Pada kenyataan membuktikan tidak semua lulusan sarjana pendidikan dapat bekerja sebagai guru di sekolah. ditengah persaingan yang ketat mengakibatkan kurangnya peluang lulusan sarjana pendidikan untuk menjadi seorang guru sangat rendah. Hal ini membuat mereka memilih untuk bekerja di luar keahlian yang dimiliki.

Bekerja disebuah perusahaan negeri maupun swasta kini banyak diminati dan diburu oleh sarjana pendidikan. Karena dianggap mampu memberikan peluang yang cukup tinggi bagi mereka yang lulusan sarjana pendidikan. Ini menjadi sebuah harapan besar bagi sebagian lulusan sarjana pendidikan.

Pada beberapa tahun terakhir ini perusahaan ritel di indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat. Industri ritel di indonesia memberikan kontribusi yang besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB)

dan juga menyerap tenaga kerja dalam jumlah yang besar. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang tenaga kerja pasal 1 menyatakan bahwa:“ ketenagakerjaan adalah segala hal yang berhubungan dengan tenaga kerja pada waktu sebelum, selama, dan sesudah masa kerja”.

PT Trans Retail Indonesia atau Carrefour adalah salah satu sebuah perusahaan yang bergerak di bidang jasa retail/bergerak di bidang dagang yaitu hypermarket yang berasal dari perancis, Carrefour termasuk kedalam kelompok supermarket internasional. Carrefour hadir di indonesia sejak tahun 1998, dengan membuka gerai pertama di Jakarta ITC Cempaka Putih pada bulan Oktober 1998, Carrefour menjadi supermarket terbesar kedua di dunia.

PT Trans Retail Indonesia hingga tahun 2019 memiliki gerai sebanyak 113 gerai Carrefour tersebar di seluruh indonesia. PT Trans Retail Indonesia juga hadir di kota Makassar dan hingga kini, Carrefour telah membuka enam gerai di berbagai wilayah di Makassar. Salah satunya adalah Carrefour Panakkukang Makassar yang berada di Jl. Adiyaksa Baru. Carrefour Panakkukang Makassar yang merupakan gerai pertama yang telah diresmikan pada tahun 2005 silang.

Kehadiran perusahaan ini tentu memberikan kesempatan kerja. Tidak hanya lulusan SMA/SMK. Namun, perusahaan ini juga cukup diminati oleh lulusan sarjana yang ingin mencoba berkarir di bidang peritelan. PT. Trans Retail Indonesia cabang Carrefour panakkukang makassar hingga kini terhitung jumlah 107 orang yang bekerja sebagai karyawan di Carrefour

Panakkukang 40 di antaranya berlatar pendidikan sarjana termasuk sarjana pendidikan dari berbagai lulusan perguruan tinggi.

Berdasarkan uraian diatas telah dikemukakan sebelumnya, maka masalah yang menjadi pusat perhatian dalam penelitian ini adalah. “Minat Sarjana Pendidikan Bekerja di Perusahaan Swasta (Studi Kasus Pada Carrefour Panakkukang Makassar)“.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah uraikan diatas, maka dapat dirumuskan yaitu “Apakah Faktor-Faktor Yang Menarik Minat Sarjana Pendidikan Bekerja Di Perusahaan Swasta (Studi Kasus Carrefour Panakkukang Makassar)?”

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Faktor-Faktor Yang Menarik Minat Sarjana Pendidikan Bekerja Di Perusahaan Swasta (Studi Kasus Pada Carrefour Panakkukang Makassar)”

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis
 - a. Memberikan kontribusi data tentang Minat Sarjana Pendidikan Bekerja Di Perusahaan Swasta (Studi Kasus Pada Carrefour Panakkukang Makassar)
 - b. Memberikan informasi terkait Minat Sarjana Pendidikan Bekerja Di Perusahaan Swasta (Studi Kasus Pada Carrefour Panakkukang Makassar)

- c. Memberikan kekayaan khasanah ilmu pengetahuan terkait Minat Sarjana Pendidikan Bekerja Di Perusahaan Swasta (Studi Kasus Pada Carrefour Panakkukang Makassar)

2. Manfaat praktis :

- a. Bagi lulusan universitas derajat S-1, agar dapat menggunakan bekal intelektualnya ketika berada di dunia kerja yang sesungguhnya.
- b. Bagi peneliti dengan tema sejenis, diharapkan penelitian dapat menjadi pendorong untuk penelitian lebih lanjut mengenai minat sarjana pendidikan bekerja di perusahaan swasta.
- c. Bagi universitas, dapat memberikan sumbangan informasi mengenai permasalahan yang sering timbul ketika para calon sarjana akan berkiprah di dunia kerja dan sebagai bahan pemikiran akan solusi guna mempersiapkan mahasiswa sebelum berkiprah di dunia kerja sesungguhnya.

E. Definisi Operasional

Berikut ini istilah-istilah yang digunakan:

1. **Minat** merupakan dorongan atau keinginan dalam diri seseorang pada objek tertentu. Misalnya, minat terhadap pelajaran, olahraga, atau hobi. Minat bersifat pribadi (individual). Artinya, setiap orang memiliki minat yang bisa saja berbeda dengan minat orang lain. Minat berkaitan erat dengan motivasi seseorang, sesuatu yang dipelajari. serta dapat berubah-ubah tergantung pada kebutuhan, pengalaman, dan mode yang sedang

trend, bukan bawaan sejak lahir. Faktor yang mempengaruhi munculnya minat seseorang tergantung pada kebutuhan fisik, sosial, emosi, dan pengalaman. Minat diawali oleh perasaan senang dan sikap positif.

2. **Bekerja** Kerja merupakan kebutuhan manusia, orang bekerja karena ada suatu yang hendak ia capai, dan orang berharap bahwa dengan bekerja melalui aktifitas tersebut akan membawa mereka kepada suatu keadaan yang lebih baik dan memuaskan bagi dirinya Menurut agama bekerja itu ibadah, karena merupakan salah satu kewajiban yang harus dilakukan oleh umatnya. Dengan bekerja (mencari nafkah), seseorang itu disamping memperoleh kebutuhan biologis-material, kepuasan psikologis, juga memperoleh pahala dari Tuhan. Dalam beberapa keterangan yang tercantum dalam kitab suci, Tuhan berfirman : 1) Bekerjalah kamu menurut kemampuan (keahlianmu) masing-masing, karena Akupun bekerja". 2) Carilah olehmu kebahagiaan hidup di akhirat, tetapi kamu jangan melupakan kebahagiaanmu di dunia ini. 3) Sesungguhnya manusia itu hidupnya berada dalam kerugian, kecuali orang yang beriman dan beramal shaleh (diantaranya bekerja untuk mencari rizqi yang halal)". Sangat jelas bahwa Tuhan sangat mencintai orang-orang yang mau bekerja.
3. **Perusahaan** adalah tempat terjadinya kegiatan produksi dan berkumpulnya semua faktor produksi. Setiap perusahaan ada yang terdaftar di pemerintah dan ada pula yang tidak. Bagi perusahaan yang terdaftar di pemerintah, mereka mempunyai badan usaha untuk

perusahaannya. Badan usaha ini adalah status dari perusahaan tersebut yang terdaftar di pemerintah secara resmi.

4. **Carrefour** Perusahaan Carrefour diciptakan di Perancis pada tahun 1959. Carrefour pertama dibuka pada tahun 1963, di *Sainte- Genevieve-des-bois*. Pada tahun 1999, bergabung dengan Promodes Carrefour, dan menjadi pemimpin bisnis ritel di Eropa, perusahaan terbesar kedua di seluruh dunia.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Konsep dan Teori Minat

1. Minat

Minat diartikan sebagai kehendak, keinginan dan kesukaan. Minat adalah sesuatu yang pribadi dan berhubungan dengan sikap. Minat dan sikap merupakan dasar bagi prasangka, dan minat juga penting dalam mengambil keputusan. Minat dapat menyebabkan orang giat melakukan sesuatu yang telah menarik minatnya.

Menurut Slameto minat merupakan rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang mempengaruhi. Minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu. Terbentuknya minat diawali oleh perasaan senang dan sikap positif. Terdapat tiga karakteristik minat yaitu :

- a. Minat menimbulkan sikap positif dari suatu objek
- b. Minat merupakan sesuatu yang menyenangkan dan timbul dari suatu objek
- c. Minat mengandung unsur penghargaan, mengakibatkan suatu keinginan, dan kegairahan untuk mendapatkan sesuatu yang diinginkan

Minat merupakan sumber motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih. Minat

(*Interest*) merupakan suatu posisi atau kecenderungan, atau suatu reaksi perasaan yang berlangsung terus-menerus yang mendominasi perhatian seseorang sehingga membuat dirinya menjadi lebih selektif terhadap objek minatnya.

Pekerjaan memungkinkan orang dapat menyatakan diri secara obyektif ke dunia ini sehingga ia dan orang lain dapat memandang dan memahami keberadaan dirinya. Di sisi lain makna “bekerja” bagi seorang muslim adalah suatu upaya yang sungguh-sungguh dengan mengerahkan seluruh asset, pikiran, dan dzikirnya untuk mengaktualisasikan atau menempatkan dirinya sebagai bagian dari masyarakat yang terbaik atau dengan kata lain dapat juga kita katakan bahwa dengan bekerja manusia itu memanusiakan dirinya. Seorang muslim memang diperintahkan Allah bekerja untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Sebagaimana firman Allah dalam Q.S Al-Jumu'ah : 10

نُفْلِحُونَ مِمَّا قَدْ قَضَيْتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِن فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ

Artinya: “*apabila shalat telah ditunaikan, maka bertebaranlah kamu di muka bumi, dan carilah karunia Allah, ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung*”

Berdasarkan di atas dapat disimpulkan bahwa bekerja adalah segala aktivitas dinamis dan mempunyai tujuan untuk memenuhi kebutuhan tertentu (jasmani dan rohani). Di dalam mencapai tujuannya tersebut seseorang berupaya dengan penuh kesungguhan untuk mewujudkan prestasi yang optimal sebagai bukti pengabdian dirinya kepada Allah SWT.

Pengertian minat dapat diartikan sebagai kecenderungan yang menetap pada diri individu untuk merasa senang dan tertarik pada suatu aktivitas secara fisik, psikis, mental dan sosial yang dilakukan atas kesadaran diri sendiri dengan tujuan memperoleh kepuasan, status dan imbalan ekonomi, *financial*, isi dan makna hidup serta mengikat seseorang pada individu lain dan masyarakat.

2. Teori Minat *Vocational Personality* dari John Holland

Kualifikasi minat kerja berikut ini di buat berdasarkan teori *Vocational Personality* dari John Holland (1985). Teori ini merupakan pendekatan yang paling banyak dipakai untuk membuat profil karir seseorang. Dengan teori ini juga, mengembangkan tes Psikometri untuk mengetahui orientasi minat (interest) seseorang dalam berkarir.

Menurut teori ini, terdapat enam tipe kepribadian *Vocational*, dari keenam tipe ini, seseorang dapat memiliki profil pilihan karir yang unik sesuai dengan minat dan kepribadiannya. Di bawah ini dijelaskan rincian setiap tipe berikut definisinya.

a. *Realistic*

Individu dengan minat *Realistic* menyukai aktivitas-aktivitas kerja yang bersifat praktis, cepat menangkap masalah dan mencari solusinya. Mereka menikmati kerja dengan tanaman, hewan, dan material-material lain yang terlihat, seperti kayu, mesin, alat, dll. Mereka juga menyukai kegiatan luar ruang. Seringkali individu dengan minat *realistic* tidak menyukai

pekerjaan yang terutama melibatkan paper-work atau pekerjaan yang banyak berhubungan dengan orang lain.

b. *Investigative*

Individu dengan minat *investigative* menyukai aktivitas-aktivitas kerja yang lebih banyak membutuhkan pemikiran mendalam, mereka juga menyukai bekerja dengan ide dan kekuatan berfikir daripada melakukan aktivitas kerja fisik. Tipe ini menikmati mencari fakta-fakta dan menganalisis masalah secara internal (aktivitas mental) daripada melakukan aktivitas mem-persuasi atau mengarahkan orang lain.

c. *Artistic*

Individu dengan minat *artistic* menyukai aktivitas-aktivitas kerja yang berhubungan dengan sisi artistic dari suatu hal / benda / objek, seperti bentuk, desain, dan pola-pola. Mereka menyukai mengekspresikan diri dalam pekerjaan mereka. Tipe ini lebih suka mengatur dan menyusun pola kerja mereka sendiri tanpa mengikuti seperangkat aturan yang baku.

d. *Social*

Individu dengan minat *social* menyukai aktivitas-aktivitas kerja yang berhubungan dengan individu lainnya. Mereka senang membantu dan memajukan orang lain. Selain juga, giat berupaya agar orang tersebut mau mengembangkan diri. Mereka lebih suka berkomunikasi dengan orang lain daripada bekerja dengan objek, mesin, atau data. Mereka suka mengajar, memberikan saran, membantu, atau dengan kata lain memberikan pelayanan kepada orang lain.

e. *Enterprising*

Individu dengan minat *enterprising* menyukai aktivitas-aktivitas kerja yang bersifat memulai sesuatu atau membangun dari awal (*start-up*), termasuk juga melaksanakan proyek. Tipe ini menyenangi hal-hal yang “berbahaya”, terutama dalam bisnis. Disamping itu, mereka juga meyakini dalam memimpin orang lain dan senang membuat keputusan. Mereka menyukai mengambil resiko untuk mendapatkan keuntungan. Tipe ini lebih menyukai segera mengambil tindakan daripada berfikir mendalam.

f. *Conventional*

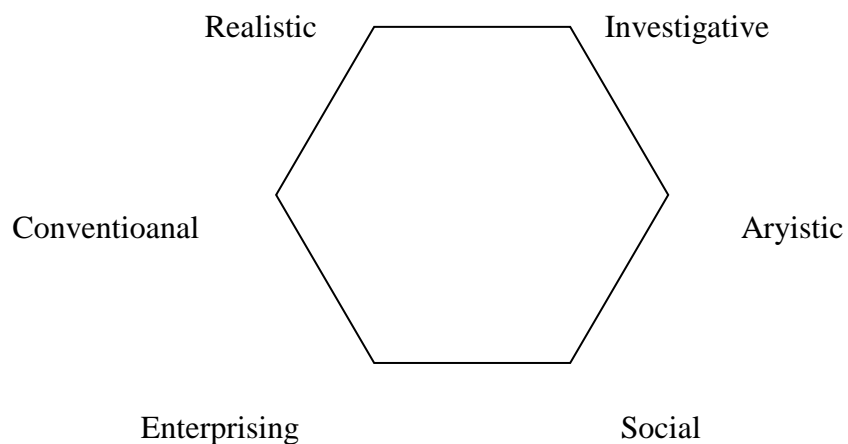
Individu dengan minat *conventional* menyukai aktivitas-aktivitas kerja dengan aturan main yang jelas. Mereka menyukai prosedur dan standar, dan tidak bermasalah dengan rutinitas. Tipe ini lebih suka bekerja dengan data dan detail daripada bermain dengan ide. Mereka juga lebih menyenangi pekerjaan dengan standar yang tinggi dibandingkan harus membuat pertimbangan oleh diri mereka sendiri. Individu dengan tipe ini menyukai pekerjaan dimana garis wewenang telah ditetapkan dengan jelas.

Berdasarkan enam tipe di atas, setiap orang dapat dideskripsikan dengan satu atau gabungan dari enam tipe tersebut, yang seringkali disingkat dengan *RIASEC* (huruf pertama setiap tipe). Teori ini juga mengemukakan bahwa ada enam tipe lingkungan kerja yang berkaitan dengan tipe di atas, dan setiap individu perlu menemukan tempat kerja yang sesuai dengan tipe profilnya (berdasarkan 6 tipe di atas). Semakin baik tingkat kecocokan antara tempat kerja dan gambaran minat kerjanya, semakin meningkat kepuasan

orang tersebut dengan pekerjaannya. Penting untuk diketahui bahwa gambaran minat seseorang biasanya merupakan gabungan dari 6 tipe diatas. Holland menemukan bahwa hampir sebagian besar orang memiliki minat pada beberapa area diatas, namun demikian biasanya individu memiliki minat yang lebih kuat pada sebuah area (tipe) dibandingkan area-area yang lain. Dengan demikian dimungkinkan untuk seseorang memiliki area minat utama dan minat kedua.

Teori Holland (1992: 71-73), menyatakan bahwa area *RIASEC* berbentuk *hexagonal* didasarkan pada kesamaan antara tipe yang satu dengan yang lain. Sebagaimana ditunjukkan pada gambar dibawah ini.

Gambar 1.1. RIASEC



Menurut Holland, area minat yang berdekatan pada gambar diatas menunjukkan area yang paling sama antara satu dengan yang lainnya (contoh, *Artistic* dengan *Investigative* dan *Social*). Area minat yang berseberangan satu dengan lainnya (contoh, *Investigative* dengan

Enterprising) menunjukkan area yang paling tidak sama satu dengan yang lainnya. Area minat yang merupakan pengganti/*alternate* di sisi yang sama (contoh *Realistic* dengan *Enterprising* atau *Investigate* dengan *Social*) memiliki sebuah hubungan *Intermediate* atau kelanjutan di area tersebut.

Jadi dapat disimpulkan bahwa seseorang yang dapat minat *Artistic* yang kuat akan sangat cocok bila berada dalam lingkup pekerjaan yang bersifat *artistic* (contohnya pelukis, penari, dan actor) dibandingkan pada lingkup pekerjaan yang bersifat *Conventional* (contohnya: pustakawan dan administrator). Dengan demikian tingkat kepuasan kerjanya menjadi lebih tinggi dibandingkan bila, ia memaksakan diri untuk melakukan pekerjaan yang sifatnya *Conventional* begitu pula untuk tipe-tipe selanjutnya.

3. Ciri-ciri minat

Dari beberapa pengertian minat, diketahui bahwa minat memiliki ciri-ciri dan karakteristik tertentu yang akan membedakan dengan pengertian lain seperti motivasi, dan dorongan emosional lainnya. Menurut Crow & Crow (Hurlock, 1994: 215) ciri-ciri minat antara lain :

- a. Perasaan senang terhadap obyek yang menarik perhatian. Faktor ini ditunjukkan dengan perasaan puas setelah mendapatkan barang yang diinginkan.
- b. Konsistensi terhadap obyek yang diminati selama obyek tersebut efektif bagi dirinya.

- c. Pencarian obyek yang diminati, faktor ini ditunjukkan dengan perilaku tidak putus asa untuk mengikuti model yang diinginkan.
- d. Pengalaman yang didapat selama perkembangan individu dan bersifat bawaan, yang dapat menjadi sebab atau akibat dari pengalaman yang lalu, individu tertarik pada sesuatu yang diinginkan karena pengalaman yang dirasa menguntungkan bagi dirinya.

Dengan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa minat diperoleh dari adanya konsistensi terhadap obyek secara sendiri, spontan, wajar dan tanpa paksaan. Adanya konsistensi tersebut diperoleh dari pengalaman yang diperoleh selama masa perkembangan individu dan tidak bersifat bawaan.

4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat

Banyak hal yang dapat mempengaruhi minat, baik dari individu maupun lingkungan masyarakat, Crow & Crow dalam (Susilowati, 2010:32).

- a. Faktor dorongan dari dalam (Internal), merupakan faktor yang berhubungan dengan dorongan fisik, motif, mempertahankan diri dari rasa lapar, rasa takut, rasa sakit dan sebagainya. Jika individu merasa lapar ini akan menimbulkan minat untuk mencari makan.
- b. Faktor motif sosial, merupakan faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan aktifitas demi memenuhi kebutuhan sosial, seperti contoh kebutuhan *Hunting Foto* demi memenuhi tugas pameran, dan sebagainya.

- c. Faktor emosional, atau perasaan. Faktor faktor ini dapat memacu minat individu, apabila menghasilkan emosi atau perasaan senang, perasaan ini akan membangkitkan minat dan memperkuat minat yang sudah ada.

Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa minat bersifat pribadi yang berkembang dimulai sejak kanak-kanak yang tertanam dalam diri individu ataupun dari lingkungan masyarakat.

5. Pengukuran Minat

Minat dapat terwujud melalui perilaku (non verbal) dan verbal. Minat yang terwujud melalui perilaku dapat dilihat pada anak kecil, tetapi tidak pada orang dewasa karena terlalu kompleks. Sehingga pengukuran minat untuk orang dewasa didasarkan pada wujud verbal. Pengukuran minat melalui wujud verbal memiliki dua bentuk, yaitu pendekatan tidak terstruktur dan terstruktur. Pendekatan tidak terstruktur dapat melalui suatu perbincangan dengan menanyakan apakah minat individu yang bersangkutan. Sedangkan pendekatan terstruktur menggunakan alat ukur yang berisi serangkaian pertanyaan tentang pilihan minat individu. Contoh alat ukur yang dapat digunakan adalah *vocational interests*, yang mengukur pilihan pekerjaan berdasarkan minat individu (Dawis, 1998).

Interest inventory adalah instrumen yang dipakai untuk mengetahui minat seseorang pada aktivitasnya (Chaplin,1995). Selain itu, *interest inventories* juga dapat digunakan sebagai gambaran diri yang mewakili

perasaan suka atau tidak suka pada kegiatan, khususnya diasosiasikan dengan perbedaan tipe pekerjaan (Corsini, 2002).

Inventori minat memiliki banyak kegunaan. Salah satunya adalah perencanaan karier, dimulai sejak individu menyukai dan melakukan dengan lebih baik suatu pekerjaan yang disukainya. Tes ini juga berguna dalam proses seleksi. Jelasnya, jika ingin menyeleksi seseorang yang memiliki minat pada jabatan tertentu, tes ini dapat meramalkan kesuksesan pelamar pekerjaan dalam pekerjaan baru mereka (Dessler, 2000). Inventori minat ini juga digunakan dalam penelitian yang dilakukan oleh Lestari, Rizaldi, dan Djunaidi (2001) untuk melihat hubungan kecocokan tipe kepribadian dan model lingkungan kerja dengan kepuasan kerja karyawan, dan hasilnya menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara kedua variabel tersebut.

Tes minat bidang pekerjaan dimaksudkan untuk melihat minat individu terhadap suatu pekerjaan, dan meramalkan keberhasilan dalam pekerjaan yang akan diberikan. Asumsi dasar penggunaan tes minat adalah bahwa individu akan lebih sukses bila ditempatkan pada pekerjaan yang mereka sukai (Mangkunegara, 2004).

Inventori minat juga memberi manfaat bagi perusahaan dan tenaga kerja. Bagi perusahaan atau lembaga, inventori minat akan sangat berguna untuk menghindari salah dalam penempatan pegawai, sehingga dapat

menghasilkan produktivitas yang tinggi. Selain itu, juga dapat menghilangkan suatu kejenuhan kerja, karena penempatan sudah sesuai dengan bakat, minat, dan kemampuan tenaga kerja. Bagi tenaga kerja, inventori minat akan sangat berguna untuk mengetahui kelebihan dan kelemahannya, sehingga dapat bercermin dan menyesuaikan diri dengan bidang atau jenis pekerjaan yang memang sesuai dengan potensinya (GPSJakarta, 2004).

B. Perusahaan

1. Pengertian Perusahaan

Istilah “perusahaan” merupakan istilah yang menggantikan istilah “pedagang” sebagaimana diatur dalam Pasal 2 s/d 5 WvK lama. Istilah perusahaan yang menggantikan istilah pedagang mempunyai arti yang lebih luas. Banyak orang dahulu menjalankan perusahaan dalam pengertian menurut S. 1938 No. 276, tetapi tidak termasuk dalam pengertian pedagang menurut Pasal 2 KUHD lama.

Berbagai sarjana mengemukakan pengertian tentang perusahaan, seperti Molengraaff, sebagaimana dikutip R. Soekardono, menyatakan bahwa perusahaan adalah keseluruhan perbuatan yang dilakukan secara terus-menerus, bertindak ke luar untuk memperoleh penghasilan, dengan cara memeperniagakan/memperdagangkan, menyerahkan barang atau mengadakan perjanjian perdagangan.

Senada dengan Molengraaff adalah pendapat yang dikemukakan oleh Polak, sebagaimana dikutip Abdulkadir Muhammad, yang menyatakan

bahwa baru dapat dikatakan ada perusahaan apabila diperlukan perhitungan laba dan rugi yang dapat diperkirakan dan dicatat dalam pembukuan. Pendapat Polak ini menambahkan unsur “pembukuan” pada unsur-unsur lain seperti yang telah dikemukakan oleh Molengraaff.

Perusahaan, menurut pembentuk Undang-Undang adalah perbuatan yang dilakukan secara tidak terputus-putus, terang-terangan, dalam kedudukan tertentu dan untuk mencari laba. Kegiatan yang dilakukan dengan maksud untuk mencari keuntungan tersebut termasuk kegiatan ekonomi.

Rumusan-rumusan definisi perusahaan di atas diperkuat oleh banyak ahli di bidang Hukum Dagang atau Hukum Bisnis, seperti Sri Redjeki Hartono yang menyatakan bahwa kegiatan ekonomi pada hakekatnya adalah kegiatan menjalankan perusahaan, yaitu suatu kegiatan yang mengandung pengertian bahwa kegiatan yang dimaksud harus dilakukan :

- a. Secara terus menerus dalam pengertian tidak terputus-putus;
- b. Secara terang-terangan dalam pengertian sah (bukan *illegal*);
- c. Kegiatan tersebut dilakukan dalam rangka memperoleh keuntungan, baik untuk diri sendiri atau orang lain.

Undang-Undang Nomor 3 Tahun 1982 tentang Wajib Daftar Perusahaan memberi definisi perusahaan sebagai berikut:

“Perusahaan adalah setiap bentuk usaha yang menjalankan setiap jenis usaha yang bersifat tetap dan terus menerus dan didirikan, bekerja serta berkedudukan dalam wilayah negara Indonesia dengan tujuan memperoleh keuntungan dan atau laba”. Definisi tersebut jika dibandingkan dengan definisi yang dikemukakan oleh Molengraaff dan Polak dapat dikatakan lebih sempurna, karena dalam definisi tersebut terdapat tambahan adanya bentuk

usaha (badan usaha) yang menjalankan jenis usaha (kegiatan dalam bidang perekonomian), sedangkan unsur-unsur lain terpenuhi juga.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1997 tentang Dokumen Perusahaan dalam Pasal 1 Angka 1 dijelaskan bahwa:

“perusahaan adalah setiap bentuk usaha yang melakukan kegiatan secara tetap dan terus menerus dengan memperoleh keuntungan dan atau laba, baik yang diselenggarakan oleh orang perorangan maupun badan usaha yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum, yang didirikan dan berkedudukan dalam wilayah Negara Republik Indonesia”.

Apabila kedua definisi yang disebut dalam kedua undang-undang tersebut. dibandingkan, maka terdapat perbedaan sebagai berikut.

Undang-Undang Nomor 3 Tahun 1982 menggunakan rumusan “menjalankan setiap jenis usaha”, sedangkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1997 menggunakan rumusan “melakukan kegiatan” (kegiatan berarti mengandung pengertian yang sangat umum dan luas, tanpa ada pembatasan dalam bidang ekonomi).

Meskipun rumusan perusahaan sebagaimana disebut dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1997 sangat umum dan luas namun karena undang-undang tersebut berkenaan dengan perusahaan, maka dapat diartikan bahwa kata “kegiatan” juga diartikan/dimaksudkan dalam bidang perekonomian.

Definisi-definisi tentang perusahaan di atas agak berbeda dengan definisi yang diberikan dalam beberapa undang-undang, seperti dalam Undang-Undang tentang Ketenagakerjaan dan Undang-Undang tentang Jaminan Sosial Tenaga Kerja. Perbedaan terletak pada tujuannya, yaitu bahwa dalam kedua undang-undang tersebut perusahaan tidak mesti harus

mencari keuntungan tetapi juga termasuk yang bertujuan dalam bidang sosial.

Hal tersebut dapat dilihat pada ketentuan Pasal 1 Angka 6 Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan, yang menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan perusahaan adalah:

“ (1) Setiap badan usaha yang berbadan hukum atau tidak, milik orang perseorangan, milik persekutuan, atau milik badan hukum, baik milik swasta maupun milik negara yang mempekerjakan pekerja/buruh dengan membayar upah atau imbalan dalam bentuk lain”

Dalam Undang-Undang tersebut dimasukkan atau dikategorikan sebagai perusahaan adalah usaha-usaha sosial dan usaha-usaha lain yang mempunyai pengurus dan mempekerjakan orang lain dengan membayar upah atau imbalan dalam bentuk lain. Perbedaan definisi ini terjadi karena usaha-usaha sosial tersebut menurut Undang-Undang Ketenagakerjaan hanya disamakan, dan tidak berarti sama.

Selanjutnya dalam Undang-Undang Nomor 3 tahun 1992 tentang Jaminan Sosial Tenaga Kerja Pasal 1 Angka 4 dijelaskan bahwa perusahaan adalah setiap bentuk badan usaha yang mempekerjakan tenaga kerja dengan tujuan mencari untung atau tidak baik milik swasta maupun milik negara.

Di samping istilah perusahaan, terdapat istilah lain yang terkait dengan perusahaan, yaitu pelaku usaha. Istilah Pelaku usaha tersebut sepadan dengan istilah pelaku bisnis dan pelaku ekonomi. Pelaku usaha

adalah subjek yang melakukan kegiatan usaha atau melakukan kegiatan ekonomi. Pelaku bisnis adalah subjek yang melakukan kegiatan bisnis sama dengan pelaku ekonomi. Pelaku ekonomi adalah subjek yang menjalankan/melakukan kegiatan ekonomi, yang dapat berupa memproduksi barang dan atau jasa, atau melakukan distribusi barang atau jasa

Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pengertian pelaku usaha dijelaskan dalam Pasal 1 Angka 1 :

“Pelaku Usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi”.

Dalam penjelasan pasal tersebut dinyatakan bahwa termasuk dalam pengertian pelaku usaha adalah perusahaan, Badan Usaha Milik Negara, koperasi, importir, pedagang, distributor dan lain-lain. Dari pengertian di atas mengandung makna bahwa yang termasuk pelaku usaha tidak hanya produsen pabrikan yang menghasilkan barang dan/atau jasa, tetapi juga para rekanan, termasuk para agen, distributor, serta jaringan-jaringan yang melaksanakan fungsi pendistribusian dan pemasaran barang dan/atau jasa kepada masyarakat luas selaku pemakai dan/atau pengguna barang dan/atau jasa.

Pelaku ekonomi atau pelaku usaha atau pelaku bisnis sebagaimana diuraikan di atas pada dasarnya terdiri atas kemungkinan-kemungkinan yaitu:

- a. Pelaku ekonomi orang perorangan secara pribadi yang melakukan kegiatan ekonomi pada skala yang sangat kecil dengan kapasitas yang juga sangat terbatas dan terdiri atas para wirausahawan pada tingkat yang paling sederhana;
- b. Pelaku ekonomi badan-badan usaha bukan badan hukum (Firma dan atau CV) dan badan-badan usaha badan hukum yang bergerak pada kegiatan ekonomi dengan skala usaha dan modal dengan fasilitas terbatas, pelaku ekonomi ini juga merupakan pelaku ekonomi dengan kapasitas terbatas, baik modal maupun teknologi;
- c. Pelaku ekonomi badan-badan usaha badan hukum yang dapat meliputi koperasi dan perseroan terbatas, pelaku ekonomi ini biasanya bergerak pada bidang usaha yang bersifat formal, sudah memiliki atau memenuhi persyaratan-persyaratan teknis dan non teknis yang lebih baik dari pada pelaku ekonomi bukan badan hukum;
- d. Pelaku ekonomi badan usaha badan hukum dengan kualifikasi canggih dengan persyaratan teknis/non teknis, termasuk persyaratan kemampuan finansial yang cukup dan didukung dengan sumber daya manusia yang profesional sesuai dengan bidangnya.

Menurut Sri Redjeki Hartono pelaku-pelaku ekonomi tersebut, jika distratifikasi sesuai dengan kemampuan permodalannya, kemampuan

akses pasar dalam dan luar negeri serta jumlah tenaga kerjanya dapat digambarkan seperti ragaan di bawah ini.

2. Bentuk-bentuk Perusahaan Di Indonesia

Apabila dilihat dari perspektif kepemilikan modalnya, perusahaan dapat digolongkan ke dalam perusahaan swasta dan perusahaan negara atau Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Perusahaan swasta adalah perusahaan yang didirikan dan dimiliki sepenuhnya oleh individu atau swasta, sedang perusahaan negara adalah perusahaan yang didirikan dan modalnya (seluruhnya atau sebagian besar) dimiliki oleh negara, yang lazim disebut dengan Badan Usaha Milik Negara (BUMN).

a. Perusahaan Swasta

Perusahaan swasta bentuk hukumnya dapat berwujud perusahaan perseorangan, perusahaan persekutuan yang bukan atau tidak berbadan hukum dan perusahaan persekutuan yang berbadan hukum, sedang perusahaan negara didirikan dalam bentuk badan hukum. Bentuk perusahaan ini pada umumnya selalu diasosiasikan sebagai bentuk usaha yang bertujuan untuk mencari keuntungan, sehingga ukuran keberhasilannya juga dilihat dari banyaknya keuntungan yang diperoleh dari hasil usahanya tersebut.

Bentuk perusahaan perseorangan secara resmi tidak ada, tetapi dalam masyarakat dagang Indonesia telah ada satu bentuk perusahaan perseorangan yang diterima masyarakat, yaitu Perusahaan Dagang (PD)

atau Usaha Dagang (UD) dan juga Perusahaan Otobus (PO). Bentuk perusahaan ini bukan badan hukum dan tidak termasuk persekutuan atau perkumpulan, tetapi termasuk dalam lingkungan hukum dagang. Perusahaan Dagang, Usaha Dagang dan Perusahaan Otobus dibentuk dalam suasana hukum perdata dan menjalankan perusahaan, sehingga dari badan ini timbul perikatan-perikatan keperdataan.

Persekutuan berarti perkumpulan orang-orang yang menjadi peserta pada suatu perusahaan tertentu. Jika badan usaha tersebut tidak menjalankan usaha, maka badan usaha tersebut bukanlah persekutuan perdata, tetapi disebut perserikatan perdata. Jadi perbedaan antara persekutuan perdata dan perserikatan perdata adalah bahwa untuk perserikatan perdata tidak menjalankan perusahaan, sedang persekutuan perdata menjalankan perusahaan. Perusahaan persekutuan dapat berbentuk persekutuan atau badan yang tidak berbadan hukum dan persekutuan/badan yang berbadan hukum.

Perusahaan persekutuan yang tidak berbadan hukum pada dasarnya merupakan perusahaan yang didirikan dan dimiliki oleh pihak swasta. Perusahaan persekutuan yang tidak berbadan hukum adalah perusahaan yang berwujud persekutuan atau perserikatan yang dilakukan dan dimiliki oleh dua orang atau lebih, yang dapat berupa Persekutuan Perdata, Persekutuan Firma (Fa) dan Persekutuan Komanditer (*Commanditaire Vennootshaap* yang disingkat CV).

Perusahaan Persekutuan yang Berbadan Hukum adalah persekutuan atau badan yang dapat menjadi subjek hukum, yaitu segala sesuatu yang dapat menyanggah hak dan kewajiban. Sesuatu yang dapat menjadi subjek hukum adalah manusia (*natuurlijkpersoon*) dan badan hukum (*rechts-persoon*).¹² Badan hukum sebagai subjek hukum ini menurut Satjipto Rahardjo merupakan hasil konstruksi fiktif dari hukum yang kemudian diterima, diperlakukan dan dilindungi seperti halnya hukum memberikan perlindungan terhadap manusia.

Menurut doktrin hukum suatu badan akan merupakan badan hukum jika memenuhi kriteria atau syarat-syarat sebagai berikut : (1) adanya kekayaan yang terpisah, (2) mempunyai tujuan tertentu, (3) mempunyai kepentingan sendiri, dan (4) adanya organisasi yang teratur.

Akhirnya dari beberapa ketentuan yang dijumpai dan beberapa teori yang ada maka dapat dikatakan bahwa suatu badan dikatakan sebagai badan hukum apabila memenuhi ciri-ciri sebagai berikut :

- a) Memiliki kekayaan sendiri.
- b) Menurut teori kekayaan bertujuan (*doelvermogen theorie*), yang dikembangkan oleh Brinz dan van der Heijden, setiap badan hukum memiliki kekayaan yang bertujuan untuk digunakan bagi kepentingan tertentu, dan kekayaan itu diurus dan digunakan untuk tujuan tertentu.
- c) Badan hukum merupakan pendukung hak dan kewajiban sama seperti orang pribadi. Sebagai pendukung hak dan kewajiban, dia dapat

mengadakan hubungan bisnis atau dagang dengan pihak lain, sehingga dia memiliki kekayaan sendiri, yang terpisah dari kekayaan pengurus atau pendirinya. Segala kewajiban hukumnya dipenuhi dari kekayaan yang dimilikinya itu.

- d) Anggaran dasar disahkan oleh pemerintah.
- e) Anggaran dasar badan hukum harus mendapat pengesahan secara resmi dari pemerintah. Pengesahan oleh pemerintah merupakan pembenaran bahwa Anggaran Dasar badan hukum yang bersangkutan tidak dilarang Undang-Undang, tidak bertentangan dengan ketertiban umum dan kesusilaan. Pengesahan Anggaran Dasar juga menentukan bahwa sejak tanggal pengesahan itu diberikan, maka sejak itu pula badan usaha yang bersangkutan memperoleh status badan hukum dan dengan demikian memiliki harta kekayaan sendiri yang terpisah dari harta kekayaan pribadi pengurus atau pendiri.
- f) Diwakili oleh pengurus.
- g) Menurut teori fiksi (*fictie theorie*) dari Von Savigny¹⁵, sebagaimana dikutip Abdulkadir Muhammad, badan hukum itu dianggap sebagai hal yang abstrak, tidak nyata, karena tidak mempunyai kekuasaan untuk menyatakan kehendak, hanya manusialah yang mempunyai kehendak. Badan hukum dianggap seolah-olah manusia, sehingga tindakan badan hukum dianggap juga sebagai tindakan manusia. Jika manusia dalam tindakannya mempunyai tanggung jawab, maka badan

hukum juga mempunyai tanggung jawab atas tindakan yang dilakukannya.

- h) Perusahaan persekutuan yang berbadan hukum dalam praktik hanya dijumpai dalam bentuk Perseroan Terbatas.

Seperti halnya dengan penggolongan hukum yang digolongkan ke dalam hukum publik dan hukum perdata, maka badan hukum juga dapat digolongkan ke dalam badan hukum publik dan badan hukum perdata. Di Indonesia yang merupakan badan hukum publik adalah negara Republik Indonesia yang dapat dikategorikan sebagai badan hukum orisinil.

Badan hukum perdata yaitu badan-badan hukum yang terjadi atau didirikan atas pernyataan kehendak dari orang perorangan. Di antara bentuk badan hukum perdata, adalah : (1) Perseroan Terbatas (PT) sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007; (2) koperasi sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian; (3) yayasan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2001 tentang Yayasan.

b. Perusahaan Milik Negara (Badan Usaha Milik Negara)

Perusahaan Milik Negara atau Badan Usaha Milik Negara (BUMN) sebagaimana dijelaskan dalam Pasal 1 Angka 1 Undang-Undang Nomor 19 tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara (untuk selanjutnya dalam tulisan ini disingkat UUBUMN) adalah badan usaha yang seluruh atau sebagian besar modalnya dimiliki oleh negara melalui

penyertaan secara langsung yang berasal dari kekayaan negara yang dipisahkan.

BUMN merupakan salah satu pelaku kegiatan ekonomi dalam perekonomian nasional di samping usaha swasta dan koperasi yang berdasarkan pada demokrasi ekonomi.

Dalam sistem perekonomian nasional, BUMN ikut berperan menghasilkan barang dan/atau jasa yang diperlukan dalam rangka mewujudkan sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Peran BUMN dirasakan semakin penting sebagai pelopor dan/atau perintis dalam sektor-sektor usaha yang belum diminati usaha swasta. BUMN juga mempunyai peran strategis sebagai pelaksana pelayanan publik, penyeimbang kekuatan-kekuatan swasta besar, dan turut membantu pengembangan usaha kecil/koperasi. BUMN juga merupakan salah satu sumber penerimaan negara yang signifikan dalam bentuk berbagai jenis pajak, dividen dan hasil privatisasi.

Maksud dan tujuan pendirian BUMN ditegaskan dalam Pasal 2 Ayat (1) UUBUMN, yaitu :

- 1) Memberikan sumbangan bagi perkembangan perekonomian nasional pada umumnya dan penerimaan negara pada khususnya. Dengan tujuan ini BUMN diharapkan dapat meningkatkan mutu pelayanan pada masyarakat sekaligus memberikan kontribusi dalam

meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional dan membantu penerimaan keuangan negara.

2) Mengejar keuntungan;

Meskipun maksud dan tujuan PERSERO adalah untuk mengejar keuntungan, namun dalam hal-hal tertentu adalah untuk melakukan pelayanan umum. Persero dapat diberikan tugas khusus dengan memperhatikan prinsip-prinsip pengelolaan perusahaan yang sehat. Dengan demikian, penugasan pemerintah harus disertai dengan pembiayaannya (kompensasi) berdasarkan perhitungan bisnis atau komersial, sedangkan untuk PERUM yang tujuannya menyediakan barang dan jasa untuk kepentingan umum, dalam pelaksanaannya harus memperhatikan prinsip-prinsip pengelolaan perusahaan yang sehat.

3) Menyelenggarakan kemanfaatan umum berupa penyediaan barang dan/atau jasa yang bermutu tinggi dan memadai bagi pemenuhan hajat hidup orang banyak. Dengan maksud dan tujuan seperti ini, setiap hasil usaha dari Badan Usaha Milik Negara, baik barang maupun jasa, diharapkan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat.

4) Menjadi perintis kegiatan-kegiatan usaha yang belum dapat dilaksanakan oleh sektor wisata dan koperasi. Kegiatan perintisan merupakan suatu kegiatan usaha untuk menyediakan barang dan/atau jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat, namun kegiatan tersebut belum dapat dilakukan oleh swasta dan koperasi karena secara komersial tidak menguntungkan. Oleh karena itu, tugas tersebut dapat dilakukan

melalui penugasan kepada Badan Usaha Milik Negara. Dalam hal adanya kebutuhan masyarakat luas yang mendesak, pemerintah dapat pula menugasi suatu Badan Usaha Milik Negara yang mempunyai fungsi pelayanan kemanfaatan umum untuk melaksanakan program kemitraan dengan pengusaha golongan ekonomi lemah.

- 5) Turut aktif memberikan bimbingan dan bantuan kepada pengusaha golongan ekonomi lemah, koperasi dan masyarakat.

Dalam Pasal 9 UUBUMN dinyatakan bahwa Badan Usaha Milik Negara terdiri dari PERSERO (Perusahaan Perseroan) dan PERUM (Perusahaan Umum). Perusahaan Perseroan, adalah BUMN yang berbentuk perseroan terbatas yang modalnya terbagi dalam saham yang seluruh atau paling sedikit 51 % (lima puluh satu persen) sahamnya dimiliki oleh Negara Republik Indonesia yang tujuan utamanya mengejar keuntungan.

Perusahaan Umum, yang selanjutnya disebut PERUM, adalah BUMN yang seluruh modalnya dimiliki negara dan tidak terbagi atas saham, yang bertujuan untuk kemanfaatan umum berupa penyediaan barang dan/atau jasa yang bermutu tinggi dan sekaligus mengejar keuntungan berdasarkan prinsip pengelolaan perusahaan.

c. Perusahaan Daerah

Menurut Pasal 1 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1962, yang dimaksud perusahaan daerah adalah semua perusahaan yang didirikan berdasarkan Undang-Undang ini yang modalnya untuk seluruh atau untuk

sebagian merupakan kekayaan daerah yang dipisahkan, kecuali ditentukan lain dengan atau berdasarkan Undang-Undang.

Dalam Pasal 4 ayat (1) Undang-Undang Perusahaan Daerah ditentukan, perusahaan daerah didirikan dengan peraturan daerah (PERDA) atas kuasa Undang-Undang ini. Perusahaan daerah merupakan badan hukum yang kedudukannya sebagai badan hukum diperoleh dengan berlakunya PERDA yang bersangkutan.

Menurut ketentuan Pasal 5 ayat (1) dan ayat (2) Undang-Undang Perusahaan Daerah, perusahaan daerah merupakan badan usaha yang bersifat memberi jasa, menyelenggarakan kemanfaatan umum, dan memupuk pendapatan.

Tujuan perusahaan daerah ialah untuk turut serta melaksanakan pembangunan daerah khususnya dan pembangunan ekonomi nasional umumnya dalam rangka ekonomi terpinpin untuk memenuhi kebutuhan rakyat dengan mengutamakan industrialisasi dan ketenteraman serta ketenangan kerja dalam perusahaan, menuju masyarakat yang adil dan makmur.

C. Carrefour

Perusahaan Carrefour diciptakan di Perancis pada tahun 1959. Carrefour pertama dibuka pada tahun 1963, di *Sainte-Genevieve-des-bois*. Pada tahun 1999, bergabung dengan Promodes Carrefour, dan menjadi pemimpin bisnis ritel di Eropa,

perusahaan terbesar kedua di seluruh dunia. Selama 40 tahun, Carrefour telah tumbuh menjadi salah satu terkemuka di dunia kelompok distribusi, di dunia pengeceran di Eropa. Saat ini Carrefour mengoperasikan empat format toko utama yaitu: *hypermarket*, *supermarket*, toko diskon dan kenyamanan. Grup Carrefour saat ini memiliki lebih dari 12.500 toko, perusahaan, baik yang dioperasikan atau waralaba.

Carrefour saat ini beroperasi di tiga pasar utama yaitu: Eropa, Amerika Latin dan Asia. Dengan hadir di 29 negara, lebih dari 52 persen omzet Carrefour berasal dari luar Perancis. Carrefour melihat potensi kuat untuk pertumbuhan internasional lebih lanjut di masa depan, terutama di pasar nasional besar seperti Cina, Brasil, Indonesia, Polandia dan Turki. Di manapun berada, Carrefour selalu secara aktif berkomitmen untuk mempromosikan pembangunan ekonomi lokal. Karena kegiatan eceran di Carrefour berhubungan dengan konsumen secara langsung, maka perekrutan lokal Carrefour secara konsisten menekankan pada pelatihan manajemen dan staf pada pekerjaan di mana pun mereka bekerja.

Biasanya, kelompok Carrefour akan menjadi salah satu perusahaan swasta terkemuka di setiap negara dimana perusahaan beroperasi. Kelompok Carrefour di negara-negara seperti Brazil, Argentina, Kolombia, Italia dan Yunani berupaya untuk mendukung pemasok lokal, dengan 90-95 persen produk pada rak-rak bersumber secara lokal, tergantung pada negara.

Carrefour Indonesia memulai sejarahnya di Indonesia pada bulan Oktober 1998 dengan membuka unit pertama di Cempaka Putih. Pada saat yang sama, Continent, juga sebuah paserba dari Perancis, membuka unit pertamanya di Pasar Festival. Pada penghujung 1999, Carrefour dan Promodes (Induk perusahaan Continent) sepakat untuk melakukan penggabungan atas semua usahanya di seluruh dunia. Penggabungan ini membentuk suatu grup usaha ritel terbesar kedua di dunia dengan memakai nama Carrefour. Dengan terbentuknya Carrefour baru ini, maka segala sumber daya yang dimiliki kedua group tadi menjadi difokuskan untuk lebih memenuhi dan memuaskan kebutuhan pelanggan. Penggabungan ini memungkinkan untuk meningkatkan kinerja paserba, mendapat manfaat dari keahlian karyawan-karyawan Carrefour di Indonesia dan di dunia, dan mengantisipasi terjadinya evolusi ritel dalam skala nasional dan global.

Pada bulan Januari 2008 PT.Carrefour Indonesia berhasil menyelesaikan proses akuisisi terhadap PT. Alfa Retailindo Tbk. Carrefour Indonesia memiliki lebih dari 60 gerai yang tersebar di Jakarta, Bandung, Surabaya, Denpasar, Yogyakarta, Semarang, Medan, Palembang dan Makasar yang didukung lebih dari 11.000 karyawan profesional yang siap untuk melayani para konsumen.

Carrefour Indonesia berkomitmen untuk memberikan peluang yang lebih besar bagi pemasok skala kecil untuk menjual produknya di setiap gerai Carrefour yang ada di Indonesia. Komitmen Carrefour pada usaha kecil yaitu dengan memberikan rencana pengembangan usaha bagi

pemasok skala tersebut dalam kurun waktu 1 hingga 2 tahun. Selain itu Carrefour memberikan kelonggaran biaya syarat perdagangan (trading term).

Konsep pasarba merupakan konsep perdagangan eceran yang diciptakan oleh Carrefour yang dirancang untuk memuaskan para konsumen. Di Indonesia, terutama di Jakarta, Carrefour dengan cepat menjadi suatu tempat belanja pilihan bagi seluruh keluarga. Kemudian ditambah dengan adanya fasilitas-fasilitas pelengkap seperti *snack corner*, *food court*, parkir gratis di pasarba-pasarba tertentu, bahkan dengan adanya garansi harga dan garansi kualitas, maka pasarba Carrefour benar-benar merupakan tempat belanja keluarga.

Carrefour telah memiliki banyak gerai yang tersebar hampir diseluruh kota di Indonesia. Salah satunya adalah gerai Carrefour yang terletak di Mall Panakkukang Makassar Jalan Adiyaksa Baru No. 01 Makassar yang dijadikan tempat penelitian kali ini. Carrefour panakkukang makassar didirikan pada tanggal 01 Oktober 2005 dan juga merupakan gerai pertama yang hadir di kota Makassar Sulawesi Selatan. Carrefour Panakkukang Makassar memiliki luas area sebesar 7.967 m³. Carrefour Panakkukang Makassar merupakan gerai yang memiliki tingkat penjualan atau omzet yang cukup besar. Hingga saat ini telah hadir 6 gerai yang tersebar di kota makassar di antaranya carrefour panakkukang, carrefour pengayoman, carrefour karebosi link, carrefour tamalanrea, carrefour daya, carrefour trans studio makassar.

D. Landasan Teori

1. Teori Fungsionalisme Struktural oleh Talcott Parson.

Dalam fungsional struktural Parson ini akan dimulai dengan empat fungsi penting untuk semua “ tindakan”, terkenal dengan skema AGIL. AGIL. Suatu fungsi (function) adalah “ kumpulan kegiatan yang ditujukan kearah pemenuhan kebutuhan tertentu atau kebutuhan sistem menurut Rocher (dalam Ritzer,2003:121). Dengan menggunakan defenisi ini, Parson yakin bahwa empat fungsi penting yang diperlukan oleh sistem adaptation (A), goal attainment(G), integration(I), dan latency (L) atau pemeliharaan pola. Secara bersama-sama, keempat imperative fungsionalini dikenal dengan skema AGIL. Agar tetap bertahan (survive), suatu sistem yang memiliki empat fungsi yaitu: 1) Adaptation (Adaptasi) : sebuah sistem harus menanggulangi situasi eksternal yang gawat. Sistem harus menyesuaikan diri dengan lingkungan dan menyesuaikan lingkungan itu dengan kebutuhannya, 2) Goal attainment (Pencapaian tujuan) : sebuah sistem harus mendefenisikan dan mencapai tujuan utamanya, 3) Integrasi (Integrasi) : sebuah sistem harus mengatur antar hubungan bagian-bagian yang menjadi komponennya. Sistem juga harus mengelola antarhubungan ketiga fungsi penting lainnya (A,G,L), 4) Latency (latensi atau pemeliharaan pola) : sebuah sistem harus melengkapi,memelihara, dan memperbaiki, baik motivasi individual maupun pola-pola kultural yang menciptakan dan manopang motivasi

Parson mendesain skema AGIL ini untuk digunakan di semua tingkat dalam sistem teoritisnya. Dalam bahasa tentang empat sistem tindakan

dibawah, akan dicontohkan bagaimana Parson menggunakan skema AGIL. Organisasi perilaku adalah sistem tindakan yang melaksanakan fungsi adaptasi dengan menyesuaikan diri dengan dan mengubah lingkungan eksternal. Sistem kepribadian melaksanakan fungsi pencapaian tujuan dengan menetapkan tujuan sistem dan memobilisasi sumber daya untuk mencapainya. Sistem sosial menanggulangi fungsi integrasi dengan mengendalikan bagian-bagian yang menjadi komponen. Terakhir, sistem kultural melaksanakan fungsi pemeliharaan pola dengan menyediakan aktor seperangkat norma dan nilai yang memotivasi mereka untuk bertindak.

2. Teori Tindakan Sosial Max Weber

Tindakan sosial menurut Max Weber adalah suatu tindakan individu sepanjang tindakan itu mempunyai makna atau arti subjektif bagi dirinya dan diarahkan kepada tindakan orang lain (Weber dalam Ritzer 2005). Suatu tindakan individu yang diarahkan kepada benda mati tidak masuk dalam kategori tindakan sosial. Suatu tindakan akan dikatakan sebagai tindakan sosial ketika tindakan tersebut benar-benar diarahkan kepada orang lain (individu lainnya). Meski tak jarang tindakan sosial dapat berupa tindakan yang bersifat membatin atau bersifat subjektif yang mungkin terjadi karena pengaruh positif dari situasi tertentu. Bahkan terkadang tindakan dapat berulang kembali dengan sengaja sebagai akibat dari pengaruh situasi yang serupa atau berupa persetujuan secara pasif dalam situasi tertentu.

Ada 5 ciri pokok Tindakan sosial menurut Max Weber sebagai berikut:

a. Jika tindakan manusia itu menurut aktornya mengandung makna subjektif

dan hal ini bisa meliputi berbagai tindakan nyata

- b. Tindakan nyata itu bisa bersifat membatin sepenuhnya
- c. Tindakan itu bisa berasal dari akibat pengaruh positif atas suatu situasi, tindakan yang sengaja diulang, atau tindakan dalam bentuk persetujuan secara diam-diam dari pihak mana pun
- d. Tindakan itu diarahkan kepada seseorang atau kepada beberapa individu
- e. Tindakan itu memperhatikan tindakan orang lain dan terarah kepada orang lain itu.

Weber membedakan tindakan sosial manusia ke dalam empat tipe yaitu:

- a. Tindakan rasionalitas instrumental

Tindakan ini merupakan suatu tindakan sosial yang dilakukan seseorang didasarkan atas pertimbangan dan pilihan sadar yang berhubungan dengan tujuan tindakan itu dan ketersediaan alat yang dipergunakan untuk mencapainya. Contohnya : Seorang siswa yang sering terlambat dikarenakan tidak memiliki alat transportasi, akhirnya ia membeli sepeda motor agar ia datang ke sekolah lebih awal dan tidak terlambat. Tindakan ini telah dipertimbangkan dengan matang agar ia mencapai tujuan tertentu. Dengan perkataan lain menilai dan menentukan tujuan itu dan bisa saja tindakan itu dijadikan sebagai cara untuk mencapai tujuan lain.

- b. Tindakan rasional nilai

Sedangkan tindakan rasional nilai memiliki sifat bahwa alat-alat yang ada hanya merupakan pertimbangan dan perhitungan yang sadar, sementara tujuan- tujuannya sudah ada di dalam hubungannya dengan nilai-nilai individu

yang bersifat absolut. Contoh: perilaku beribadah atau seseorang mendahulukan orang yang lebih tua ketika antri sembako. Artinya, tindakan sosial ini telah dipertimbangkan terlebih dahulu karena mendahulukan nilai-nilai sosial maupun nilai agama yang ia miliki.

c. Tindakan afektif/Tindakan yang dipengaruhi emosi

Tipe tindakan sosial ini lebih didominasi perasaan atau emosi tanpa refleksi intelektual atau perencanaan sadar. Tindakan afektif sifatnya spontan, tidak rasional, dan merupakan ekspresi emosional dari individu. Contohnya: hubungan kasih sayang antara dua remaja yang sedang jatuh cinta atau sedang dimabuk asmara. Tindakan ini biasanya terjadi atas rangsangan dari luar yang bersifat otomatis sehingga bias berarti

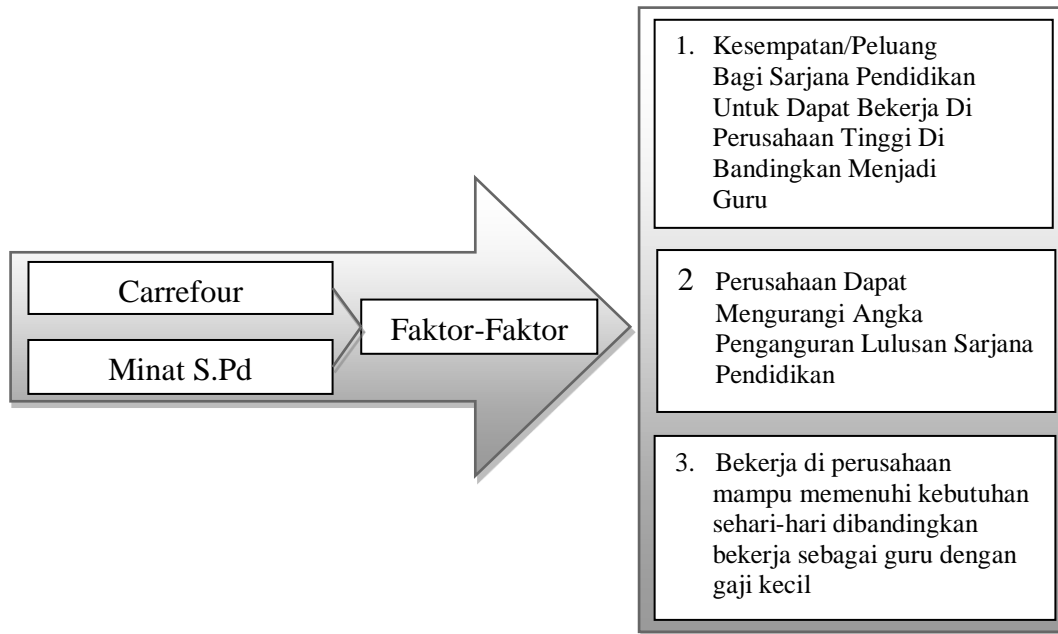
d. Tindakan tradisional/Tindakan karena kebiasaan

Dalam tindakan jenis ini, seseorang memperlihatkan perilaku tertentu karena kebiasaan yang diperoleh dari nenek moyang, tanpa refleksi yang sadar atau perencanaan. Tindakan pulang kampung disaat lebaran atau Idul Fitri.

E. Kerangka Pikir/Konsep

Untuk mengetahui masalah yang akan dibahas, perlu adanya kerangka pemikiran yang merupakan landasan dalam meneliti masalah yang bertujuan untuk menemukan, mengembangkan dan menguji kebenaran suatu penelitian dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual



F. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Terdapat beberapa studi terdahulu yang telah menjelaskan tingginya minat kerja:

- a. Tita Merisa Rahmawati: Faktor Yang Mempengaruhi Minat Tenaga Kerja Untuk Bekerja Ke Luar Negeri (Kasus Kota Semarang)
- b. Ratna Handayani dkk. 2013: Minat Bekerja Di Perusahaan Jepang Di Indonesia Pada Mahasiswa Sastra Jepang Semester Akhir Di Perguruan Tinggi

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Dalam penelitian yang berjudul “*Minat Sarjana Pendidikan Bekerja Di Perusahaan Swasta (Studi Kasus Pada Carrefour Panakkukang Makassar)*” ini, peneliti menggunakan penelitian kualitatif dengan metode studi kasus. kualitatif lebih tepat digunakan dalam penelitian ini dikarenakan penelitian dengan pendekatan kualitatif menjelaskan hasil penelitiannya secara deskriptif atau menggunakan kata-kata seperti yang diungkapkan oleh Bogdan dan Taylor.

Bogdan dan Taylor (1975:5) yang dikutip oleh Moleong dalam buku “*Metodologi Penelitian Kualitatif*” menyatakan bahwa, “Penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data-data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati” (Moleong, 2009:4).

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Menurut John W. Creswell dalam bukunya *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Tradition*, “studi kasus merupakan sebuah pendekatan kualitatif yang mengeksplorasi suatu sistem yang terikat atau suatu kasus yang beragam dari waktu ke waktu melalui pengumpulan data secara mendalam dan melibatkan berbagai sumber informasi yang kaya dalam suatu konteks dan laporan deskripsi kasus dan tema kasus”.

B. Lokus Penelitian

Penulis melakukan penelitian pada PT. Trans Retail Indonesia (Carrefour) cabang Panakkukang Makassar yang berlokasi di Jalan Adhyaksa Baru No.1 Kota Makassar, Sulawesi Selatan.

C. Informan Penelitian

1. Informan Utama

Informan penelitian adalah seseorang yang memiliki peran penting dalam sebuah penelitian ilmiah. Karena ia adalah seseorang yang memahami dan menguasai informasi tentang objek yang akan diteliti oleh peneliti.

Burhan dalam bukunya yang berjudul penelitian kualitatif menyatakan bahwa, “informan penelitian merupakan subjek atau individu yang memahami informasi seputar objek penelitian, baik sebagai pelaku ataupun orang lain yang memahami objek penelitian” (Burhan, 2009:76).

Sedangkan dalam proses pengambilan informan, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* yang menurut sugiyono dalam bukunya metode Kuantitatif Kualitatif dan R&D adalah, “pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu, misalnya orang tersebut dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan dan memudahkan peneliti dalam meneliti objek ataupun situasi sosial” (Sugiyono, 2010:218).

Dalam penelitian ini yang akan menjadi informan utama penelitian adalah karyawan carrefour panakkukang makassar lulusan sarjana pendidikan carrefour panakkukang makassar.

2. Informan Pendukung

Dalam melaksanakan penelitian ini, peneliti membutuhkan informasi tambahan yang mendukung data yang telah di atkan dari informan utama. Karena itulah peneliti memerlukan informan pendukung. Informan pendukung yang dipilih peneliti adalah Dinas Tenaga Kerja Kota Makassar maupun Badan Pusat Statistik Nasional (BPSN). Yang dianggap kompeten dalam bidangnya untuk memberikan informasi tambahan.

D. Fokus Penelitian

Masalah pada penelitian kualitatif bertumpu pada suatu fokus. Adapun maksud dalam merumuskan masalah penelitian dengan jalan memanfaatkan fokus yaitu *pertama*, penetapan fokus dapat membatasi studi. *kedua*, penetapan fokus berfungsi untuk memenuhi inklusi-inklusi atau kriteria masuk-keluar atau informasi baru yang diperoleh di lapangan sebagaimana dikemukakan Moleong (2004:93-94). Dalam metode kualitatif, fokus penelitian berguna untuk membatasi bidang *inquiry*. Tanpa adanya fokus penelitian, peneliti akan terjebak oleh banyaknya data yang diperoleh dilapangan. Oleh karena itu fokus penelitian akan berperan sangat penting dalam memandang dan mengarahkan penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan pada Faktor-Faktor Yang Menarik Minat Sarjana Pendidikan Bekerja Di Perusahaan Swasta (Studi Kasus Pada Carrefour Panakkukang Makassar)

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian kualitatif merupakan alat penelitian yang melibatkan peneliti itu sendiri. Oleh karena itu, peneliti sebagai instrumen harus “divalidasi” seberapa jauh peneliti kualitatif siap melakukan penelitian. Penelitian kualitatif sebagai *human instrument*, berfungsi menetapkan fokus penelitian, memilih informan sebagai sumber data, melakukan pengumpulan data, menilai kualitas data, menafsirkan data, dan membuat kesimpulan atas temuannya (Sugiyono 2015:305-306).

Adapun instrumen penelitian yang dibutuhkan dalam penelitian ini diantaranya adalah:

1. Catatan lapangan (*field note*)

Catatan lapangan dibutuhkan peneliti untuk mencatat segala sesuatu yang dibutuhkan dalam penelitian. Gunanya catatan lapangan ini adalah untuk membantu peneliti mengingat dan memperinci apa saja yang diamati dalam proses penelitian.

2. Rekaman wawancara

Rekaman wawancara adalah sumber data primer yang diperoleh peneliti dari narasumber yang sedang diteliti. Penggunaan alat ini agar peneliti memiliki data atau informasi dari hasil percakapan selama wawancara. Manfaat lainnya dengan instrumen ini adalah bisa menggunakannya lagi jika sewaktu-waktu diperlukan dalam validitas data.

3. Pedoman wawancara dibutuhkan agar peneliti memiliki tujuan dan arah saat melakukan wawancara dengan narasumber yang diteliti. Tujuannya

adalah agar narasumber tidak merasa terganggu ketika peneliti sudah memiliki alat untuk wawancara tersebut dan narasumber maupun peneliti bisa saling mengoreksi jika ada pertanyaan yang kurang atau berlebih.

4. Pedoman observasi

Pedoman observasi digunakan peneliti agar ketika sampai di lapangan, peneliti tidak kaget dan tetap pada tujuan utamanya melakukan penelitian dengan fokus yang diminatinya. Pedoman observasi juga berguna dalam memperlancar perolehan data apabila digunakan secara maksimal.

F. Jenis dan Sumber Data Penelitian

1. Jenis Data

Data yang dikumpulkan dari penelitian ini berasal dari dua sumber, antara lain:

- a. Data primer adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Dalam penelitian ini sumber data primernya yakni sumber data yang diperoleh dan dikumpulkan langsung dari informan yang terdiri dari karyawan (managemen store, personalia, staff) carrefour panakkukang makassar.
- b. Data sekunder yaitu berupa dokumen-dokumen atau literatur-literatur dari internet, surat kabar, jurnal, laporan dan lain sebagainya. Pengumpulan data sekunder dilakukan dengan mengambil atau menggunakannya sebagian/seluruhnya dari sekumpulan data yang telah dicatat atau dilaporkan.

2. Sumber data

Arikunto (2006: 224) menyatakan bahwa, sumber data adalah subjek darimana data dapat diperoleh dan untuk memudahkan peneliti dalam mengidentifikasi sumber data, peneliti telah menggunakan rumus 3P, antara lain:

- a. *Person* (orang), merupakan tempat dimana peneliti bertanya mengenai variabel yang diteliti.
- b. *Paper* (kertas), adalah tempat peneliti membaca dan mempelajari segala sesuatu yang berhubungan dengan penelitian, seperti arsip, angka, gambar, dokumen-dokumen, simbol-simbol, dan lain sebagainya.
- c. *Place* (tempat), yaitu tempat berlangsungnya kegiatan yang berhubungan dengan penelitian.

Menurut Lofland *dalam* Moleong (2007:165), sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan yang didapat dari informan melalui wawancara, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Untuk mendapatkan data dan informasi maka informan dalam penelitian ini ditentukan secara *purposive* atau sengaja dimana informan telah ditetapkan sebelumnya. Informan merupakan orang-orang yang terlibat atau mengalami proses pelaksanaan dan perumusan program dilokasi penelitian.

G. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan hal yang paling mendasar dalam sebuah penelitian baik penelitian kuantitatif ataupun kualitatif. Karena hasil

pengumpulan data yang akan menentukan solid atau tidaknya sebuah penelitian. Dan dalam pengumpulannya diperlukan beberapa teknik pengumpulan data yang terdiri dari studi pustaka dan studi lapangan yang akan dijelaskan di bawah ini.

1. Observasi

Menurut Nasution (1988) dalam Sugiyono (2009), “observasi adalah sumber dari segala ilmu pengetahuan karena para ilmuwan mengumpulkan data-data yang diperoleh melalui proses observasi” (Sugiyono, 2009:226). Dalam penelitian ini, peneliti melakukan observasi berbagai aktivitas para karyawan pada saat bekerja.

2. Wawancara

Esterberg (2002) masih dikutip dalam Sugiyono, menyatakan bahwa “wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab sehingga dapat mengonstruksikan makna pada suatu topik tertentu” (Sugiyono:231). Dalam penelitian ini, peneliti mewawancarai beberapa karyawan yang ada disana.

3. Dokumentasi

Sugiyono (2009) menyatakan bahwa, “dokumen merupakan catatan peristiwa yang telah berlalu dan dapat berbentuk tulisan, gambar, foto, dll” hasil penelitian ataupun observasi akan dianggap lebih kredibel apabila didukung oleh dokumentasi berupa foto sejak awal penelitian ke perusahaan tersebut, pada saat observasi kepada informan dan wawancara dilaksanakan dll.

H. Analisis Data

Pengolahan dan analisis data menggunakan analisis deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang didasarkan data deskriptif dari status, keadaan, sikap, hubungan atau sistem pemikiran suatu masalah yang menjadi objek penelitian. Setelah mendapatkan data-data yang diperoleh dalam penelitian ini, maka langkah selanjutnya adalah mengolah data yang terkumpul dengan menganalisis data, mendeskripsika data, serta mengambil kesimpulan. Untuk menganalisis data ini menggunakan teknik analisis data kualitatif, karena data-data yang diperoleh merupakan kumpulan keterangan-keterangan. Proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber.

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban dari informan. Apabila jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis terasa belum memuaskan, peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi, sampai tahap tertentu sehingga datanya sudah tidak jenuh.

Aktivitas dalam menganalisis data kualitatif yaitu antara lain:

1. Reduksi data (*reduction data*)

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemisahan, perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis dilapangan. Laporan atau data yang diperoleh dilapangan akan dituangkan dalam bentuk uraian yang lengkap dan

terperinci. Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya akan cukup banyak, sehingga perlu dicatat secara teliti dan rinci.. Mereduksi data berarti merangkum, dipilih hal-hal pokok, difokuskan pada hal-hal penting kemudian dicari tema atau polanya.

Dengan demikian, data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya. Data yang diperoleh dari lokasi penelitian dituangkan dalam uraian laporan lengkap dan terperinci. Laporan lapangan direduksi, dirangkum, dipilih hal-hal pokok, difokuskan pada hal-hal penting kemudian dicari tema atau polanya.

2. Penyajian data (*data display*)

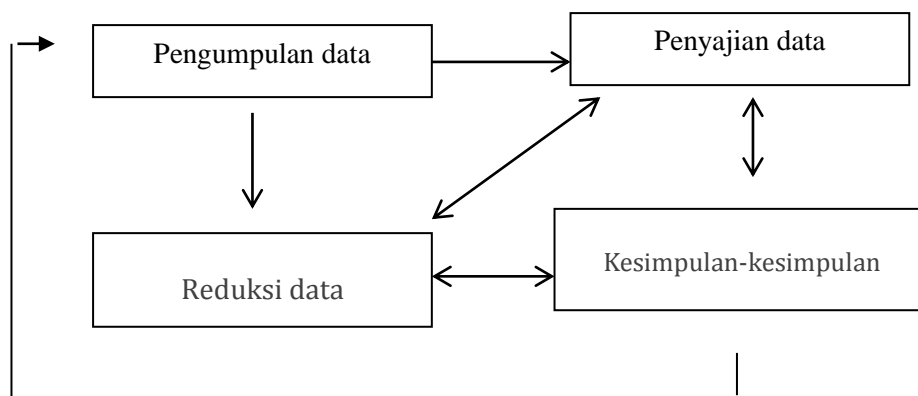
Penyajian data dilakukan dengan tujuan untuk mempermudah peneliti dalam melihat gambaran secara keseluruhan atau bagian tertentu dari penelitian. Penyajian data dilakukan dengan cara mendeskripsikan hasil wawancara yang dituangkan dalam bentuk uraian dengan teks naratif, dan didukung oleh dokumen-dokumen, serta foto-foto maupun gambar sejenisnya untuk diadakannya suatu kesimpulan.

3. Penarikan kesimpulan (*concluting drawing*)

Penarikan kesimpulan yaitu melakukan verifikasi secara terus menerus sepanjang proses penelitian berlangsung, yaitu selama proses pengumpulan data. Peneliti berusaha untuk menganalisis dan mencari pola, tema, hubungan persamaan, hal-hal yang sering timbul, hipotesis dan sebagainya yang dituangkan dalam kesimpulan yang tentatif. Dalam penelitian ini, penarikan

kesimpulan dilakukan dengan pengambilan intisari dari rangkain kategori hasil penelitian berdasarkan observasi dan wawancara.

Berikut adalah gambar dari analisis data dan model interaktif menurut Miles dan Huberman *dalam* Sugiyono (2007: 189):



Gambar: 3.1 Analisis model interaktif

I. Teknik Keabsahan Data

Data yang telah berhasil digali, dikumpulkan, dan dicatat dalam kegiatan penelitian harus dipastikan ketepatan dan kebenarannya. Oleh karena itu setiap peneliti harus bisa memilih dan menentukan cara-cara yang tepat untuk mengembangkan validitas data yang diperoleh.

“Validasi merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek peneliti dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sungguh terjadi pada obyek penelitian”, (Sugiyono, 2008 : 267).

Pengembangan validitas yang digunakan oleh peneliti adalah teknik triangulasi. Triangulasi dalam menguji kredibilitas sebagai pengecekan data dari berbagai sumber, cara, dan waktu. Sugiyono (2008 : 274) triangulasi dibagi menjadi tiga, antara lain sebagai berikut:

1. Triangulasi sumber, menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.
2. Triangulasi teknik, menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda.
3. Triangulasi waktu, waktu juga sering mempengaruhi kredibilitas data.

Pengambilan data harus disesuaikan dengan kondisi narasumber.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan triangulasi sumber, dengan arti peneliti membandingkan informasi yang diperoleh dari satu sumber dengan sumber lain. Menggali satu sumber yang sama dengan teknik yang berbeda dan menentukan waktu yang berbeda (tepat).

BAB IV

GAMBARAN DAN HISTORI LOKASI PENELITIAN

A. Profil Perusahaan

1. Hypermarket Carrefour Internasional

Perusahaan dagang Carrefour dibentuk tahun 1957 oleh keluarga Fournier dan Defforey, disusul dengan pembukaan supermarket Carrefour setahun kemudian di kota Annecy, wilayah sebelah timur Prancis. Penemuan konsep swalayan baru “Hypermarket” oleh perusahaan ini pada tahun 1963 direalisasikan dengan pembukaan Hypermarket Carrefour di Sainte-Genevieve-des-bois, suatu kawasan di kota Paris, dengan menempati lahan seluas 2500 m² yang memuat 400 buah areal parkir dan 12 jalur kassa pembayaran.

Tahun 1973, Carrefour membuka cabang pertama di luar negeri, yaitu Spanyol. Dilanjutkan dengan pembukaan cabang di Brazil pada tahun 1975, Argentina pada tahun 1982, Italia pada tahun 1993. Pembukaan cabang Carrefour untuk kawasan Asia pertama kali dilakukan di Taiwan pada tahun 1989, kemudian di Malaysia pada tahun 1994, Cina pada tahun 1995, Singapura pada tahun 1997, Indonesia pada tahun 1998, dan Jepang pada tahun 2000. Pada penghujung tahun 1999, Carrefour dan Promodes4 (induk perusahaan Continent, merek dagang paserba dari Prancis) sepakat melakukan penggabungan atas semua usahanya di dunia. Penggabungan ini membentuk suatu grup usaha ritel terbesar kedua di dunia dengan memakai nama Carrefour. Kartu belanja Carrefour ‘la carte pas’ diperkenalkan pada

tahun 1981, diikuti dengan peluncuran produk-produk menggunakan merek dagang Carrefour pada tahun 1985, Website Carrefour.fr diluncurkan pada tahun 2000.



Gambar 4.1 Gerai-gerai Carrefour tersebar di dunia

2. Hypermarket Carrefour Indonesia

Carrefour Indonesia dibuka pertama kali pada bulan oktober 1998 di kawasan Cempaka Putih, Puri Indah, Jakarta Barat pada tanggal 12 juni 2002, dengan menempati lahan seluas 8100 m² yang memuat 500 buah areal parkir, 21 buah toko, dan mempekerjakan sebanyak 480 pegawai. Hingga kini Carrefour memiliki 17 (tujuh belas) pasar yang tersebar di Jakarta, termasuk diantaranya di kawasan Cempaka Putih dan Puri Indah, Mega Mall Pluit, ITC Cempaka Mas Mega Grosir, Ratu Plaza Duta Merlin, Lebak Bulus, MT Haryono, Pasar Festival, ITC Kuningan, dan satu cabang di kota Bandung.

Carrefour Indonesia memiliki 17 (tujuh belas) store yang tersebar di Jakarta yang didukung oleh 7500 (tujuh ribu lima ratus) profesional yang siap

melayani para konsumen. Fokus pada konsumen ini diterjemahkan dalam 3 pilar utama Carrefour, yang diyakini akan dapat membuat Carrefour menjadi pilihan tempat berbelanja bagi para konsumen Indonesia. Ketiga pilar utama tersebut yaitu : harga yang bersaing, pilihan yang lengkap, dan pelayanan yang memuaskan.

Strategi positioning Carrefour adalah Hypermarket dengan harga yang paling murah diterjemahkan ke dalam tagline “Ada Yang Lebih Murah, Kami Ganti Selisihnya” lewat statement positioning ini, Carrefour menjamin tidak ada ritel lagi yang harganya lebih murah dari Carrefour. Strategi ini berhasil menghantarkan Carrefour menjadi peritel yang paling digemari di seluruh Indonesia sehingga Carrefour bisa mencapai omzet Rp. 1 milyar per hari per outlet. Riset ACNielsen menunjukkan di Jakarta pada dua tahun lalu Carrefour memiliki Store Equity Index (SEI) tertinggi 2,4. Angka SEI menunjukkan tingkat preferensi konsumen terhadap toko yang bersangkutan. Indeks SEI berkisar 1-10 , angka 1 menunjukkan tingkat preferensi rendah . Survey ACNielsen tahun 2005 menunjukkan bahwa secara umum Carrefour di persepsikan sebagai toko yang menyediakan aneka kebutuhan dengan harga paling murah diikuti oleh Alfamart dan Indomaret dan tahun 2006, Carrefour masih menjadi leader dalam format hypermarket.

Saat ini, Carrefour Indonesia memiliki 113 (seratus tiga belas) gerai yang tersebar di Jakarta, Bandung, Surabaya, Denpasar, Yogyakarta, Medan, Palembang, dan Makassar. Selengkapnya mengenai lokasi-lokasi Carrefour di Indonesia dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Kota	Lokasi
1. Jakarta Raya	<ul style="list-style-type: none"> a. Carrefour Mangga Dua b. Carrefour MT Haryono c. Carrefour Lebak Bulus d. Carrefour Cempaka Putih e. Carrefour Cempaka Mas f. Carrefour Cikarang g. Carrefour Kelapa Gading h. Carrefour Cakung i. Carrefour Buaran j. Carrefour Puri Indah k. Carrefour Pluit Mega Mall l. Carrefour Duta Merlin m. Carrefour Permata Hijau n. Carrefour Ambassador o. Carrefour Taman Palem p. Carrefour Kramat Jati q. Carrefour Taman Mini r. Carrefour Cibinong s. Carrefour Daan Mogot t. Carrefour Depok u. Carrefour Ratu Plaza v. Carrefour Sunter w. Carrefour Pasar Minggu x. Carrefour Blok-M y. Carrefour Emporium Pluit Mall z. Carrefour Central Park
2. Tangerang	<ul style="list-style-type: none"> a. Carrefour Bumi Serpong Damai b. Carrefour Cikokol Tangerang c. Carrefour Ciledug Tangerang d. Carrefour Bintaro Tangerang e. Carrefour Ciputat Tangerang
3. Bekasi	<ul style="list-style-type: none"> a. Carrefour Bekasi Square b. Carrefour Blue Mall Bekasi c. Carrefour Harapan Indah Bekasi d. Carrefour Juanda Bekasi
4. Bandung	<ul style="list-style-type: none"> a. Carrefour Sukajadi Bandung b. Carrefour Kiara Condong c. Carrefour Braga Bandung d. Carrefour Molis Bandung
5. Sumatra	<ul style="list-style-type: none"> a. Carrefour Medan Fair b. Carrefour Palembang Square c. Carrefour Citra Garden Medan
6. Sulawesi	<ul style="list-style-type: none"> a. Carrefour Panakukkang Makassar b. Carrefour Pengayoman Makassar c. Carrefour Tamalanrea Makassar d. Carrefour Trans Makassar e. Transmart Grand Daya Makassar f. Carrefour Karebosi Link g. Transmart Galari Mall Palu h. Transmart Kawanua Manado i. Carrefour Star Squer Manado

7. Jawa & Bali	<ul style="list-style-type: none"> a. Carrefour Cirebon b. Carrefour Semarang c. Carrefour Solo Baru d. Carrefour Solo Pabelan e. Carrefour Jember f. Carrefour Kalimas Surabaya g. Carrefour Plaza Ambarukmo h. Carrefour Maguwoharjo Yogyakarta i. Carrefour ITC Surabaya j. Carrefour Rungkut k. Carrefour Golden City Surabaya l. Carrefour Bubutan Junction SBY m. Carrefour A. Yani Surabaya n. Carrefour Dukuh Kupang Surabaya o. Carrefour Madiun p. Carrefour Denpasar Bali q. Carrefour Imam Bonjol Denpasar r. Carrefour Gunung Agung Denpasar s. Carrefour Karawang t. Carrefour Serang
----------------	---

Tabel 4.1 Lokasi-loksi Carrefour di Indonesia

B. Visi dan Misi Perusahaan Carrefour Indonesia

1. Visi Perusahaan

Dikenal dan dicintai karena membantu pelanggan dan konsumen untuk menikmati kualitas hidup yang lebih baik setiap hari.

2. Misi Perusahaan

Misi yang dimiliki Carrefour adalah “Menjadi *retail* pilihan Indonesia pada tahun 2020.” Carrefour juga mempunyai slogan yaitu “Untuk Hidup yang Lebih Baik.”

C. Struktur Organisasi Perusahaan

Perusahaan Carrefour dalam melaksanakan kegiatannya ini berada di bawah pengawasan langsung seorang Presiden Direktur. Presiden

Direktur ini membawahi *Finance* Direktur, *Merchandise* Direktur, *Operation* Direktur, *Asset and Development* Direktur, HRD (*Human Resource Development*) Direktur, *Corporate Affairs* Direktur, dan *Security* Direktur. *Corporate Affairs* Direktur membawahi *Internal Communication Manager* dan *External Communication Manager*.

Merchandise Direktur membawahi lima divisi yaitu: *Grocery*, *Fresh*, *Bazaar*, *Appliance*, dan *Textile*. Kelima divisi tersebut membawahi *buyer*. Kemudian *buyer* membawahi *junior buyer*. *Junior buyer* tersebut membawahi admin selaku staf. *Operation* Direktur membawahi *Store Manager*. *Store Manager* tersebut mengawasi dan membawahi kelima divisi manajer. Masing-masing divisi tersebut memiliki *sales manager* yang membawahi *team leader*. *Team leader* tersebut membawahi staf.

Adapun tugas dari masing-masing bagian adalah:

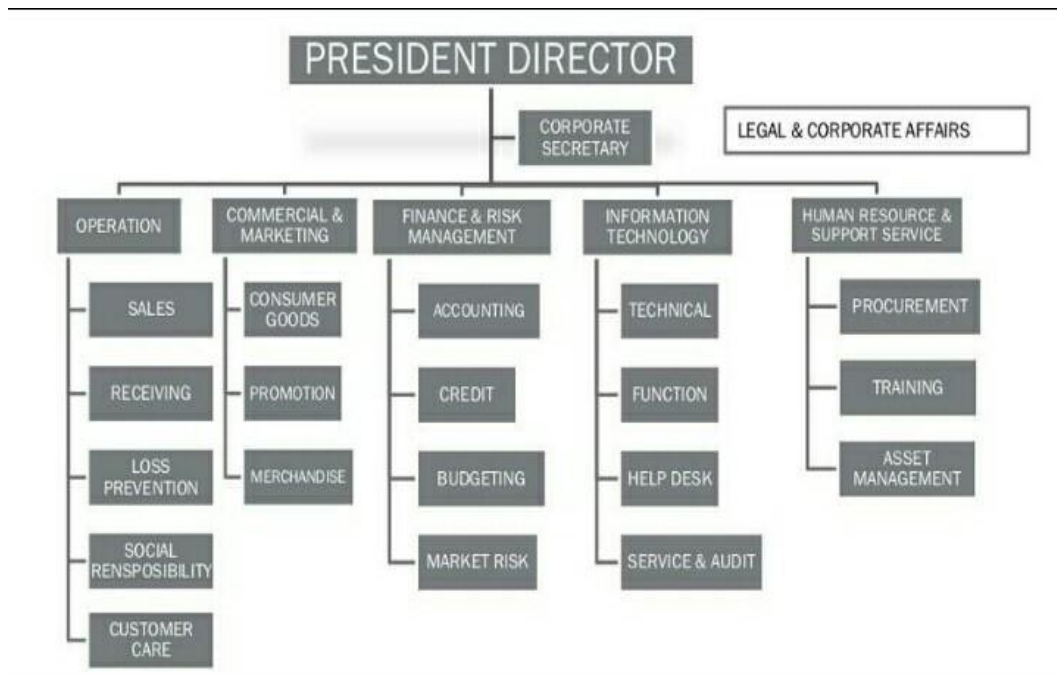
1. *Finance*: melakukan pembayaran ke *supplier* dan pendanaan ke toko Carrefour *hypermarket*.
2. *Merchandise*: melakukan negosiasi harga antara *buyer* dengan *supplier* dan mendapatkan bentuk promosi yang lebih bagus dibandingkan dengan kompetitor.
3. *Operation*: bertanggung jawab atas kegiatan operasi atau penjualan yang dilakukan toko Carrefour *hypermarket* dan membawahi *Store Manager*. *Store Manager* bertugas untuk memimpin, memonitor, dan mengatur seluruh kegiatan operasi gerai Carrefour *hypermarket*. *Store manager* membawahi dan mengawasi kelima divisi manajer

yaitu divisi *grocery, fresh, bazaar, appliance*, dan *textile*. Masing-masing divisi manajer tersebut membawahi *sales manager*. *Sales manager* tersebut bertanggung jawab untuk memberikan *report* kegiatan penjualan kepada divisi manajernya. *Sales manager* juga bertugas *display* produk- produk baru dan regular, melakukan *quality control*, dan penataan barang. *Sales manager* membawahi *team leader*. *Team leader* tersebut lebih sering berada di lapang atau di gerai Carrefour untuk memimpin dan mengawasi langsung kerja dari tim-tim yang telah dibentuk dan para staf.

4. *Asset and Development*: melakukan survey toko, mengurus masalah ekspansi toko dan melakukan berbagai instruksi untuk toko.
5. HRD (*Human Resource Development*): mengatur segala hal yang berhubungan dengan karyawan , seperti mengontrol keluar masuknya karyawan, absensi, cuti, dan keterlambatan karyawan.
6. *Corporate Affairs*: bertugas sebagai PR (*Public Relation*) untuk membangun komunikasi dengan berbagai pihak baik secara internal maupun eksternal (dengan pihak media, pemerintah, ataupun institusi lainnya). Selain itu *Corporate Affairs* juga melakukan program yang berbasis CSR (*Corporate Social Responsibility*) seperti: membantu para pelaku UKM dan melakukan bakti sosial.
 - a) *Internal Communication Manager*: menciptakan komunikasi yang efektif secara internal.

b) *External Communication Manager*: menciptakan komunikasi yang efektif dengan pihak media.

7. *Security*: Bertanggung jawab atas keamanan Toko



Gambar 4.2 Struktur Organisasi PT. Trans Retail Indonesia

D. Logo Hypermarket Carrefour

Setiap perusahaan pasti memiliki logo pada setiap produknya, logo tersebut merupakan hal terpenting bagi sebuah produk agar konsumen tidak salah untuk menentukan pilihan pada produk dengan logo seperti apa yang akan ia beli, semakin menarik logo yang dimiliki oleh sebuah produk maka konsumen akan lebih tertarik untuk memilih produk tersebut. Berikut merupakan logo dari Setiap perusahaan pasti memiliki logo pada setiap produknya, logo tersebut merupakan hal terpenting bagi sebuah produk agar konsumen tidak salah untuk menentukan pilihan

pada produk dengan logo seperti apa yang akan ia beli, semakin menarik logo yang dimiliki oleh sebuah produk maka konsumen akan lebih tertarik untuk memilih produk tersebut.

. Berikut merupakan logo dari Carrefour:



Gambar 4.3 Logo PT. Carrefour Indonesia

Setelah diambil alih oleh PT. Trans Retail Indonesia, logo perusahaan diubah mulai tanggal 16 Juni 2014 menjadi sebagai berikut.



Gambar 4. 4 Logo PT. Transmart

E. Slogan

Berikut ini adalah perubahan slogan Carrefour dari tahun ke tahun:

- 1) 1998 - 2001 : Belanja Leluasa, Penuh Gembira
- 2) 2001 - 2010 : Ke Carrefour Aja, Ahh!!!
- 3) 2010 - kini : Untuk Hidup yang Lebih Baik

F. Di Indonesia Ada 5 Tipe Gerai Carrefour, Yaitu:

- 1) Transmart Carrefour, ada 6 gerai

- 2) Groserindo, ada 1 gerai
- 3) Carrefour Hypermarket, ada 83 gerai
- 4) Carrefour Market, ada 7 gerai
- 5) Carrefour Express, ada 3 gerai

G. Aktivitas Karyawan Carrefour

Aktivitas karyawan *Carrefour* di bagi menjadi 2 bagian, yaitu aktivitas tahunan dan bulanan. Berikut penjelasan singkatnya :

a. Aktivitas Bulanan

1) Rapat bulanan

Rapat bulanan adalah rapat yang dilakukan setiap bulannya. Rapat ini dilakukan setiap minggu ke 4 bulan tersebut. Ini merupakan rapat rutin yang wajib diikuti setiap karyawan. Perbedaan rapat bulanan dengan rapat tahunan di *Carrefour* yogyakarta adalah rapat bulanan hanya dilakukan perdevisi saja, sedangkan rapat tahunan dilakukan oleh semua divisi yang berkumpul menjadi 1. Dalam rapat bulanan setiap anggota dalam 1 divisi wajib untuk berkumpul dan membawa semua perkembangan dari keadaan ataupun program- program yang dijalankan selama bulan itu. Kemudian akan dilakukan evaluasi dan di dalam rapat ini pula semua karyawan dapat menyampaikan kritik, saran, ide, gagasan mereka untuk perusahaan yang nantinya oleh kepala divisi akan diproses bersama pihak managerial. Sama juga dengan rapat bulanan, rapat tahunan ini juga merupakan salah satu aktivitas komunikasi karyawan yang merupakan perwujudan pembangunan kepuasan kerja.

i. *Employee of The Month*

Pemberian penghargaan bagi karyawan terbaik di bulan tersebut. Karyawan yang memperoleh penghargaan tersebut berhak mendapatkan hadiah berupa voucher belanja di *Carrefour* dari perusahaan. Sertifikat dan fotonya akan dipublikasikan atau di pameran di kantor dan diletakkan di tempat yang strategis untuk dapat dilihat oleh semua karyawan maupun tamu. Hal ini dilakukan agar semua publik baik internal maupun eksternal dapat mengetahui siapa karyawan terbaik pada bulan itu. Dan penerimaan hadiah dan slem pang penghargaanapun dilakukan di dalam toko agar dapat diketahui oleh semua pihak. Pemilihan *Employee of The Month* dilakukan dengan cara masing – masing divisi mengirimkan 1 orang perwakilan untuk mengikuti pemilihan ini, kemudian semua wakil akan di test oleh jajaran direksi, yaitu diberi pertanyaan yang berhubungan dengan perusahaan. Karyawan yang dapat mengerjakan test dan menjawab pertanyaan – pertanyaan dengan baik yang akan menjadi *Employee of The Month*. Karyawan ini dipilih berdasarkan prestasi kerja, semangat, motivasi dan pengetahuannya terhadap perusahaan.

ii. *Coffe morning*

Kegiatan *Coffe morning* ini dilakukan setiap 1 bulan sekali, *Coffe morning* dilakukan pada minggu pertama setiap bulan tersebut. *Coffe morning* dilakukan pada pagi hari sebelum toko buka, karyawan diwajibkan datang lebih awal. Pada saat *coffe morning* semua karyawan wajib datang dan berkumpul serta diberi pengarahan sambil menyantap makanan ringan dan

menikmati *coffe* bersama- sama. Dalam *Coffe morning* ini karyawan diperbolehkan untuk mengajukan ide, gagasan ataupun kritk dan saran terhadap perusahaan. Ini bertujuan agar karyawan dapat menuangkan segala pemikirannya untuk perusahaan dan lebih akrab dengan karyawan lainnya maupun dengan atasan. Dan bertujuan pula agar karyawan lebih semangat dalam bekerja.

b. Aktivitas Tahunan

1. Rapat Tahunan

Rapat tahunan merupakan kegiatan yang dilakukan secara teratur 1 tahun 1 kali. Dalam rapat, seluruh karyawan diharapkan data Rapat bulanan adalah rapat yang dilakukan setiap bulannya. Rapat ini dilakukan setiap minggu ke 4 bulan tersebut. Ini merupakan rapat rutin yang wajib diikuti setiap karyawan. Perbedaan rapat bulanan dengan rapat tahunan di *Carrefour* yogyakarta adalah rapat bulanan hanya dilakukan perdevisi saja, sedangkan rapat tahunan dilakukan oleh semua divisi yang berkumpul menjadi 1. Dalam rapat bulanan setiap anggota dalam 1 divisi wajib untuk berkumpul dan membawa semua perkembangan dari keadaan ataupun program- program yang dijalankan selama bulan itu. Kemudian akan dilakukan evaluasi dan di dalam rapat ini pula semua karyawan dapat menyampaikan kritik, saran, ide, gagasan mereka untuk perusahaan yang nantinya oleh kepala divisi akan diproses bersama pihak managerial. Sama juga dengan rapat bulanan, rapat tahunan ini juga merupakan salah satu aktivitas komunikasi karyawan yang merupakan perwujudan pembangunan kepuasan kerja.

Semua dengan membawa hasil pekerjaan dan segala perkembangan yang dilakukan selama 1 tahun. Rapat ini berfungsi untuk mengevaluasi keseluruhan kegiatan yang dilakukan karyawan, dan efek yang terjadi. Rapat ini juga untuk menilai keberhasilan atau kegagalan program-program yang telah dilakukan kemudian apabila ada program yang dirasa kurang berhasil. Dalam rapat ini juga akan dibahas masalah masalah yang sedang dihadapi perusahaan dan setelah menemukan apa yang menjadi masalah maka dalam langkah selanjutnya diupayakan bagaimana cara menyelesaikannya. Rapat tahunan merupakan salah satu aktivitas kegiatan karyawan yang memberikan informasi kepada karyawan dan dapat memicu kepuasan kerja. Karena di dalam rapat tahunan dapat terjalin adanya komunikasi dua arah antara pekerja dengan manajemen. Melalui komunikasi yang dilakukan pihak manajemen maupun pekerja dapat lebih saling memahami dan mengerti keinginan dan kebutuhan masing – masing pihak sehingga dapat diperoleh adanya win win solution yang pada akhirnya bisa meningkatkan kepuasan kerja karyawan.

i. Employee of The year

Pemberian penghargaan terhadap karyawan dari hasil seleksi karyawan yang mendapat penghargaan *Employee of the Mont*. Dan dari hasil penyaringan dari 12 kandidat yang memperoleh penghargaan *Employee of the Mont* akan dipilih 1 orang untuk dinobatkan sebagai *Employee of The Year* dan memperoleh uang tunai, voucher dan sertifikat. Pemilihan *Employee of*

The Year ini dilakukan seperti pemilu, jadi yang mendapat suara paling banyak itulah yang akan menjadi *Employee of The Year*.

ii. Kegiatan *Outing*

Kegiatan *Outing* adalah kegiatan rekreasi yang dilakukan dan diadakan diluar jam kerja. Biasanya masing – masing divisi mengadakan outing tersebut bersama keluarga karyawan. Prosedur pelaksanaan kegiatan ini harus mengajukan proposal kepada General manager lewat *Head Department*. Apabila proposal disetujui oleh General manager maka seluruh biaya mulai dari transportasi dan akomodasi akan ditanggung oleh pihak perusahaan.

H. Media Komunikasi Karyawan

Media yang digunakan di *Carrefour* untuk menyampaikan keluhan, saran, kritik dan masukan dari karyawan ke atasan atau atasan ke karyawan dibagi menjadi dua yaitu :

a. Media Tulisan

1) Papan Pengumuman

Papan pengumuman yang ditujukan untuk semua karyawan dari perusahaan di *Carrefour* dipasang di ruang ganti atau satu ruangan dengan loker karyawan. Ini bertujuan agar semua karyawan dapat melihat dan membaca informasi yang disampaikan. Pengumuman yang ditujukan untuk karyawan biasanya bersifat resmi, yaitu yang berhubungan dengan kegiatan atau kepentingan perusahaan yang menurut perusahaan perlu diketahui oleh karyawan. Papan pengumuman berisi kebijakan-kebijakan perusahaan untuk

karyawan, kegiatan untuk karyawan, dan berbagai informasi untuk karyawan.

2) Memo

Memo ini lebih khusus biasanya, pesan khusus untuk seseorang dalam hal tertentu. Memo digunakan untuk memberitahukan sesuatu hal kepada seseorang biasanya bersifat lebih personal. Memo digunakan dari atasan kepada bawahannya. Memo di *Carrefour* biasanya dipakai jika atasan ingin memanggil bawahannya untuk suatu hal tertentu. Misalnya kepala divisi ingin memanggil *Team Leader* nya untuk membicarakan masalah dalam divisinya.

3) Kotak Saran dan Kritik

Kotak saran dan kritik ini disediakan untuk menampung keluhan dan masukan dari seluruh karyawan untuk atasan maupun perusahaan. Di *Carrefour* kotak saran dan kritik ini merupakan sarana komunikasi, karena jika seorang karyawan tidak berani secara lisan menyampaikan ide ataupun keluhannya maka dapat ditampung dengan media ini. Kotak saran dan kritik ini akan dibuka setiap bulan pada rapat bulanan, dan akan dicari solusi maupun pemecahannya guna memperlancar dan memperbaiki kualitas komunikasi.

4) Buletin

Buletin karyawan di *Carrefour* diterbitkan tiap bulan sekali dan biasanya pada akhir bulan. Buletin ini bernama Gapura, yaitu *internal magazine* yang memuat seluruh kegiatan *Carrefour* baik lokal maupun nasional. Karena buletin ini dibuat secara nasional. Buletin ini berisi

mengenai kegiatan – kegiatan yang dilakukan oleh karyawan selama 1 bulan dan memuat mengenai informasi – informasi dari perusahaan. Serta memuat kegiatan perusahaan yang telah dilakukan, agar karyawan tidak tertinggal mengenai informasi perusahaan baik lokal maupun nasional. Seperti *Employee of The Month* pasti akan diterbitkan di buletin untuk memberitahukan dan memberi contoh pada karyawan lain.

b. Media Lisan

1) Berita karyawan

Berita karyawan ini yang dimaksud adalah penyampaian informasi dari atasan kepada bawahan secara langsung. Karyawan biasanya dijelaskan mengenai tugas-tugas dan kewajiban yang harus dilakukan selama jam kerja. Berita karyawan ini biasanya dilakukan dengan briefing maupun pemanggilan secara langsung.

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Faktor-Faktor Yang Menarik Minat Sarjana Pendidikan Bekerja Di Perusahaan Swasta (Carrefour Panakkukang Makassar)

a. Kesempatan/Peluang Bagi Sarjana Pendidikan Untuk Dapat Bekerja Di Perusahaan Tinggi Di Bandingkan Menjadi Guru

Lulusan sarjana pendidikan melimpah, sehingga kecil sekali peluang untuk menjadi seorang guru. Untuk dapat menjadi seorang guru saja itu tidak mudah. Dapat dikatakan bahwa akan ada masalah, kebimbangan, penuh dilema, yang dihadapi oleh sebagian lulusan sarjana bertitel S.Pd ini.

“Seperti yang dialami oleh teman seangkatan saya, yang kini tengah menunggu masa kerjanya, yang sempat berkeinginn menjadi seorang guru di salah satu sekolah swasta di kota makassar. Namun, sekolah tersebut tidak membutuhkan seorang calon guru. Walaupun demikian ia tetap mencoba terus menawarkan dirinya sebagai calon guru di beberapa sekolah” (Observasi: Sarjana Pendidikan pada 17/09/2018).

Apa yang telah dirasakan oleh lulusan sarjana pendidikan merupakan hal yang wajar karena tidak adanya kepastian dari lembaga pemerintahan. Sehingga arah untuk menjadi seorang guru tidak jelas. Hal inilah yang menyebabkan lulusan sarjana pendidikan beralih ke profesi lain, yang dianggap lebih jelas, mudah, menjanjikan yaitu bekerja di perusahaan.

Lulusan sarjana pendidikan memiliki kesempatan lebih tinggi untuk dapat bekerja di perusahaan. Karena umumnya lulusan sarjana mendapatkan pekerjaan yang sesuai keterampilan mereka dan mampu bekerja dalam

kondisi yang lebih baik. Seperti yang terlihat pada karyawan lulusan sarjana pendidikan di salah satu perusahaan swasta yaitu Carrefour yang dijadikan sebagai tempat penelitian kali ini.

“Terdapat 5 orang lulusan sarjana pendidikan dari berbagai perguruan tinggi di kota Makassar. yang saat ini bekerja di perusahaan swasta Carrefour Panakkukang Makassar. Dari prestasi kerja yang ditampilkan, mereka mampu bekerja dengan baik.” (Observasi: karyawan carrefour senin 17/09/2018).

Nyatanya beberapa dari mereka kini mampu mendapatkan posisi yang lebih tinggi di perusahaan. Prestasi kerja yang dimiliki mampu membuat karirnya di perusahaan semakin melejit seketika. Menduduki posisi yang diinginkan banyak orang. Seperti yang disampaikan oleh bpk. Sudfiadi (29) lulusan sarjana pendidikan sosiologi di Universitas Muhammadiyah Makassar yang saat ini bekerja sebagai personalia perusahaan Carrefour Panakkukang Makassar, Pada senin (17/09/2018):

“Saya mengawali karir saya dari bawah, diawali waktu itu saya masih sebagai kasir magang selama 6 bulan. Habis kontrak gak butuh lama saya dipanggil kembali bekerja di perusahaan ini dan di kontrak selama 1 tahun sebagai kasir, lepas kontrak saya dikontrak lagi sebagai TDR di perusahaan. selepasnya saya dikontrak saya kembali ditawarkan pekerjaan sebagai staf personalia di perusahaan hingga sekarang. Kesungguhan dan kejujuran kerja menghasilkan sebuah kebanggaan bagi saya bisa berkarir di perusahaan ini. (wawancara: karyawan carrefour senin 17/09/2018).

Kesimpulannya adalah sebuah kesetiaan, loyalitas, kejujuran, kreativitas, kerjasama dll hal ini merupakan cara para karyawan untuk mendapatkan pengakuan dari pimpinan toko. Perilaku yang ditampilkan yang

memungkinkan pimpinan menyukai cara kerjanya tersebut akan lebih tertarik untuk mempekerjakannya dibidang yang lebih tinggi.

Dokumentasi berikut ini melengkapi pernyataan diatas yang menunjukkan bahwa:

“karyawan yang telah diterima, di tempatkan dan dipekerjakan kemudian akan dinilai prestasi kerjanya. Penilaian prestasi kerja karyawan dilakukan oleh seorang manajer. Penilaian prestasi karyawan mutlak harus dilakukan untuk mengetahui prestasi yang dapat dicapai setiap karyawan. penilaian prestasi ini penting sekali bagi setiap karyawan dan berguna bagi perusahaan untuk menetapkan tindakan selanjutnya.” (Dokumentasi: Manajemen sumber daya manusia 2018).”

Hasil dokumentasi diatas menyatakan bahwa perusahaan menetapkan tindakan lanjutan bagi karyawan yang memiliki prestasi kerja yang baik. Memungkinkan mereka bisa meningkatkan karirnya di perusahaan.

b. Perusahaan Dapat Mengurangi Angka Penganguran Lulusan Sarjana Pendidikan

Sebagai perusahaan retail terbesar di Indonesia, Perkembangan PT. Trans Retail Indonesia atau Carrefour sangat pesat. Terhitung hingga tahun 2018 telah memiliki gerai sebanyak 113 tersebar di seluruh Indonesia. Termasuk di kota makassar yang kini sudah ada 6 gerai yang dibuka diantaranya yaitu Carrefour Panakkukang Makassar, Carrefour Makassar Tamalanrea (MKST), Carrefour Makassar Karebosi Link (MKSL), Carrefour Daya Grand Square (GDMK), Carrefour Makassar Pengayoman (MKSP), Carrefour Trans Studio (TTVM). PT Trans Retail Indonesia atau Carrefour secara efektif mengurangi pengangguran di kota makassar. Keberadaan

perusahaan tentunya memberikan peluang kerja bagi lulusan sarjana pendidikan.

“Rata-rata perusahaan ini akan mempekerjakan karyawan sebanyak 100 lebih dalam setiap toko. Sehingga kalau di hitung-hitung akan ada 600-700 orang yang bekerja di perusahaan ini. tentunya akan mengurangi pengangguran di kota makassar.” (Observasi: Karyawan Sarjana Pendidikan di Carrefour senin 17/09/2018).”

Pernyataan diatas membuktikan bahwa masih ada perusahaan yang mampu memberikan peluang untuk berkembang. Walaupun mimpinya sebagai guru harus tertahan oleh persaingan yang ketat. Kendati demikian, mereka tetap bertanggung jawab terhadap apa yang dijalannya sekarang seperti yang dialami Nirma Sari yang kini bekerja sebagai magang kasir di Carrefour Panakkukang Makassar lulusan Sarjana Pendidikan Guru Sekolah Dasar Universitas Muhammadiyah Makassar yang menyatakan bahwa:

“sebelum saya bekerja di perusahaan ini saya sempat ingin mencalonkan diri saya sebagai guru disalah satu sekolah SD yang ada di kampung saya. Namun ternyata sekolah tersebut tidak membutuhkan calon guru. Makanya mbak, daripada menganggur saya mencoba mencari pekerjaan diluar bidang yang saya tekuni dan syukur alhamdulillah saya diterima di perusahaan ini.” (wawancara: karyawan carrefour senin 17/09/2018).

Hal yang berbeda disampaikan oleh banu romadhon riyanzard lulusan sarjana pendidikan bahasa inggris bahwa:

“kalau saya belum tertarik untuk mencoba jadi guru, tidak ada sama sekali dibenak saya untuk mau jadi guru. Karena begini mbak, sayakan punya kakak perempuan lulusan sarjana pendidikan juga sama seperti saya. Katanya gaji yang didapatkan perbulan itu hanya Rp. 300 dan sudah lama juga dia jadi guru tapi tiap kali ikut CPNS selalu tidak lulus. Kalau dipikir-pikir kerja di perusahaan lebih mendingan daripada jadi guru.” (wawancara: karyawan carrefour senin 17/09/2018).

Kesimpulannya adalah mereka menganggap perusahaan adalah tempat yang tepat untuk menghindari pengangguran berkepanjangan. Selama belum ada kepastian untuk dapat menjadi seorang guru. Perusahaan menjadi tempat berteduh untuk menutupi kebutuhan hidup sehari-hari.

B. Pembahasan

1. Kesempatan/Peluang Bagi Sarjana Pendidikan Untuk Dapat Bekerja Di Perusahaan Tinggi Di Bandingkan Menjadi Guru

Mereka lulusan sarjana kependidikan yang memilih untuk bekerja tidak sesuai dengan bidangnya akan lebih menjadi dilema besar lagi dalam kehidupannya. Seberapa besar peluang yang akan mereka dapatkan dengan membawa modal S.Pd ini? Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan saja lebih doyan kepada sarjana murni, apalagi dengan lembaga lainnya? perusahaan bonafide dan multinasional mana yang mau menerima para lulusan Super Pendidik ini? Sudah barang umum jika perusahaan dan perkantoran menomor duakan sarjana pendidikan daripada Sarjana murni terutama yang berkaitan dengan bidang yang bersangkutan.

Jika demikian, sampai kapan distorsi yang seperti ini masih berlanjut? Negara Indonesia harusnya perlu belajar kepada Finlandia. Di Finlandia, guru adalah profesi paling mulia dan paling susah untuk dicari. Bayangkan, setiap tahunnya, kampus jurusan kependidikan adalah kampus favorit di sana, dan

peluang untuk lolos di kampus kependidikan di Finlandia pun sangat kecil, 1 : 8 jika dibandingkan dengan kedokteran. Sungguh luar biasa bukan?

Indonesia perlu membangun sebuah paradoks yang menyatakan bahwa pendidikan adalah yang paling tinggi di atas segalanya. Pendidikanlah yang membangun fondasi akhlak dan moral manusia sehingga menghasilkan sumber daya manusia yang mampu bersaing dan bermoral tinggi. Jika pendidikan yang demikian telah ditata sedemikian rupa, maka tenaga kependidikan sudah sepatutnya di nomor satukan, bukan dinomor berikutnya lagi agar motivasi menjadi tinggi saat ingin menjadi sarjana kependidikan sehingga *output* yang dihasilkan jelas semakin berkualitas.

Pada saat yang sama, pemerintah juga perlu membuat regulasi yang jelas soal calon tenaga pendidik atau guru. Seseorang yang menjadi guru haruslah lulusan kependidikan sebagaimana dengan dokter yang berasal dari lulusan kedokteran. Dengan demikian, tercapailah keseimbangan dan keinginan yang setara dalam pengembangan pendidikan secara menyeluruh. Sarjana pendidikan tidak kehilangan haknya, pendidikan Indonesia akan semakin maju.

2. Perusahaan Mengurangi Angka Pengangguran Lulusan Sarjana Pendidikan

Definisi pengangguran dalam arti luas adalah penduduk yang tidak berkerja tetapi sedang mencari perkerjaan atau sedang mempersiapkan suatu usaha baru atau penduduk yang tidak mencari pekerjaan karena sudah

diterima bekerja tetapi mulai bekerja. Pengangguran adalah masalah makroekonomi yang mempengaruhi manusia

secara langsung dan merupakan yang paling berat. Kebanyakan orang kehilangan pekerjaan berarti penurunan standar kehidupan dan rekanan psikologis. Jadi tidaklah mengejutkan jika pengangguran menjadi topik yang sering dibicarakan dalam perdebatan politik dan para politis sering mengklaim bahwa kebijakan yang mereka tawarkan akan membantu menciptakan lapangan kerja (Mankiw, 2006)

Pengangguran (*unemployment*) merupakan kenyataan yang dihadapi tidak saja oleh negara-negara sedang berkembang (*developing countries*), akan tetapi juga negara-negara yang sudah maju (*developed countries*). Secara umum, pengangguran didefinisikan sebagai suatu keadaan dimana seseorang yang tergolong dalam kategori angkatan kerja (*labor force*) tidak memiliki pekerjaan dan secara aktif sedang mencari pekerjaan (Nanga, 2001). Seseorang yang tidak bekerja tetapi secara aktif mencari pekerjaan tidak dapat digolongkan sebagai penganggur. Selain itu pengangguran diartikan sebagai suatu keadaan dimana seseorang yang tergolong dalam angkatan kerja ingin mendapatkan pekerjaan belum dapat memperolehnya (Sukirno, 2000)

Berdasarkan Data Badan Pusat Statistik (BPS) Sulawesi Selatan, angka pengangguran di Kota Makassar saat ini mencapai 64.954 orang. Angka ini mengalami penurunan jika dibandingkan dengan data 2016 lalu

yaitu sebanyak 71.604 orang. Turunnya angka pengangguran di makassar sebagai salah satu bentuk keberhasilan pemerintah kota dalam menekan angka pengangguran di Makassar.

BAB VI

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Ternyata Faktor-faktor yang menarik minat Sarjana Pendidikan bekerja di Perusahaan Swasta (Carrefour Panakkukang Makassar) yaitu kesempatan/peluang bagi sarjana pendidikan untuk dapat bekerja di perusahaan tinggi di bandingkan menjadi guru, dan perusahaan dapat mengurangi angka pengangguran lulusan sarjana pendidikan.

B. Saran

Dari kesimpulan dan uraian bab-bab sebelumnya, penulis mencoba memberikan masukan atau saran berupa usulan yang diharapkan dapat bermanfaat bagi:

1. Bagi Perguruan Tinggi: Perguruan tinggi perlu memperkenalkan dunia kerja kepada peserta didik atau mahasiswa sejak masih duduk dibangku kuliah sehingga para mahasiswa memiliki bekal tentang dunia kerja nantiya saat selesai melakuka studinya dengan menyandang gelar seorang sarjana.
2. Bagi Mahasiswa: Mahasiswa sebaliknya akan mencari informasi yang banyak lagi akan profesi dan mampu mempersiapkan dirinya dengan baik

untuk menghadapi dunia kerja ketika tidak kembali mengabdikan sebagai seorang tenaga pendidik atau calon guru.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya: Peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian dengan pertimbangan faktor lain yang mempengaruhi sarjana pendidikan berminat bekerja diperusahaan swasta.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2000. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bambang Kusriyanto. 1993. *Meningkatkan Produktivitas Karyawan*. Jakarta: PT. Pustaka Binawan Pressindo.
- Bambang Tri Cahyono. 1996. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: IPWI.
- Bangun, Wilson. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Erlangga.
- Departemen Agama RI.2000. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*.Surabaya: UD.Mekar
- Dewa Ketut Sukardi, 2004.*Psikologi Pemilihan Karier*.Jakarta : PT.Rineka Cipta,
- Diredja.Tjhj Gunawan. 2012 Chairul Tanjung sSi nk singkong.Jakarta:PT Granmedia
jakarta.
- Handoko, T. Hani. 2001. *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*.
Yogyakarta: BPFE.
- Holland,John L.1985.Making Vocational Choice: A Theory of Vocational
Personalities and Work Environment .Prentice-Hall, Inc.Enslewood
Cliff,New Jersey.
- Holland,Ptrici E. 20098. Principals as Supervisor: Ballanced ct NASSP Bulletin Vol
88 Iss 639.Boston. <http://www.proquest.umi.com> diakses pada 25 juni 2018.

Jamaluddin Aifin,Suardi dkk.2018.*Buku Pedoman Penulisan Skripsi.Makasar*.Tim
Penyusun Program Studi Pendidikan Fakultas Keguruan dan Ilmu
Pendidikan Universitas Muhammadiyah Makassar.

Lexy J Melong.2002.*Metode Penelitian*.Bndung:Pustaka setia

Mangkunegara, Anwar Prabu. 2005. *Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia*.
Bandung: PT. Refika Aditama.

Nitisemito, Alex S. 1992. *Manajemen Personalia*. Jakarta: Ghalia.

Notoatmodjo, Soekidjo. 2003. *Pengembangan Sumber Daya Manusia*, Jakarta:
Rineka Cipta.

Saaifuddin Azwr.1998.*Metode Penelitian*.Yogyakarta:Pustaka Pelajar.

Sumadi Suryabroto.Proses Belajar Mengajar di Perguruan Tinggi.
1983.Yogyakarta:Andi Ofset

Sugiyono.2007.Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.Bandung:Alfabeta

Toto Tasmara, 2002.*Membudayakan Etos Kerja Islami*,Jakarta; Gema Insani,

<https://www.kompasiana.com/jhonmiduk/dilema-lulusan-sarjana-pendidikan575f3984c423bdef0c3ba427>

<https://www.youthmanual.com/post/dunia-kerja/persiapan-kerja/5-alasan-lulusan-perguruan-tinggi-susah-dapat-pekerjaan>

<https://edukasi.kompas.com/read/2016/04/23/17424071/Kenapa.Lulusan.Perguruan.Tinggi.Makin.Susah.Mendapat.Pekerjaan>.

<https://tirto.id/kenapa-chairul-tanjung-masih-pakai-nama-carrefour-di-transmart-cBBZ>

<https://vniesshella.wordpress.com/2009/10/07/company-profile-pt-carrefour-indonesia/>

<http://definisibisnismenurutparaahli.blogspot.com/>

[https://eprints.undip.ac.id/16864/1/Investasi_Sumber_Daya_Manusia_Melalui_Pendidikan...by_Hastarini_Dwi_Atmani_\(OK\).pdf](https://eprints.undip.ac.id/16864/1/Investasi_Sumber_Daya_Manusia_Melalui_Pendidikan...by_Hastarini_Dwi_Atmani_(OK).pdf), pada tanggal 8 November 2013

www.carrefour.co.id

www.kompas.com