

PREFERENSI MAHASISWA DALAM BERWISATA: STUDI KASUS MAHASISWA SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMBARRUKMO (STIPRAM), YOGYAKARTA

Halim Ahmad

Bayu Grendo Sigarete

Jurusan Hospitality S1

Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo (STIPRAM)

Jl. Ahmad Yani, Ring Road Timur No. 52 Yogyakarta

Telp.(0274) 485650, Fax. (0274) 485214

Email: halimahmad@stipram.ac.id

ABSTRACT

Students are one of the important entities in the tourism market structure in Indonesia. Statistics show that the largest portion of tourist market in Indonesia based on employment status is students, where the university students are included in this category. Students potential market is represent the future of tourism market. This fact indicated how importance the knowledge about the student preferences in the tourism management, to create the better plan for capturing more tourists from this segment.

Keyword: Tourism market, university students, preferences

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah

Pariwisata merupakan industri yang sangat dinamis. Industri pariwisata cenderung selalu mengalami perubahan dari waktu ke waktu baik dari sisi pola, dampak, minat, dan juga jumlah wisatawannya (Buttler, 2016). Industri pariwisata menjadi salah satu industri yang menjanjikan karena terus tumbuh ditengah kelesuan ekonomi global yang saat ini sedang melanda. Secara global, industri pariwisata tumbuh sebesar 4,4% pada tahun 2015 (UNWTO, 2016). Di Indonesia sendiri industri pariwisata tumbuh sebesar 3,8% pada tahun 2015. Namun demikian angka itu akan sangat mungkin bertambah pada tahun 2016 ini dimana Bank Dunia (World Bank) memprediksi akan terjadi pertumbuhan ekonomi global sebesar 2,9% yang akan turut berdampak pada permintaan wisatawan dunia, termasuk di Indonesia (Bappenas, 2016).

Prediksi akan peningkatan jumlah wisatawan pada tahun-tahun kedepan juga dipengaruhi oleh berkembangnya persepsi wisatawan. Berwisata tidak lagi dipersepsikan sebagai suatu kegiatan glamor yang hanya bisa dinikmati oleh kalangan masyarakat ekonomi atas, tetapi juga suatu kesenangan yang sanggup dinikmati oleh masyarakat ekonomi menengah. Berwisata tidak hanya dilakukan oleh kalangan elit politik, pebisnis kelas atas atau para selebritas, tetapi juga menjadi konsumsi dari para pekerja golongan menengah bahkan para mahasiswa.

Mahasiswa merupakan entitas yang memiliki pengaruh yang cukup besar dalam perkembangan industri pariwisata di suatu daerah. Keberadaan mahasiswa yang jumlahnya besar menjadi pasar yang cukup potensial untuk diraih. Potensialnya pasar mahasiswa ini bukan hanya karena jumlahnya saja yang besar, tetapi juga

merupakan representasi tentang pasar wisata di masa depan (Buffa, 2015). Wisatawan muda, yang termasuk didalamnya adalah mahasiswa merupakan salah satu penyumbang ekonomi terbesar dalam kegiatan pariwisata secara internasional dengan kontribusi sebesar 20% (Tourism Research Marketing, 2013; Todorovic, 2016). Sehingga pembacaan tentang preferensi minat dan kebutuhan-kebutuhan mahasiswa dalam berwisata menjadi hal penting untuk diketahui agar potensi pasar yang cukup besar ini bisa digarap dengan baik oleh para pelaku wisata.

2. Perumusan Masalah

Latar belakang diatas menjadi landasan dalam merumuskan masalah yang ingin disolusikan dalam penelitian ini. Permasalahan tersebut adalah:

1. Seberapa besar jumlah pasar wisatawan jenis mahasiswa di D.I. Yogyakarta?
2. Seberapa sering para mahasiswa ini berwisata?, dan
3. Pertimbangan-pertimbangan apa saja yang diambil oleh mahasiswa dalam berwisata?

TINJAUAN PUSTAKA

Wisatawan

Wisatawan adalah seseorang atau sekelompok orang yang melakukan perjalanan dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara (Sunaryo, 2013). Wisatawan adalah orang yang melakukan perjalanan mengunjungi tempat wisata dengan waktu lebih dari 24 jam dengan tujuan untuk mencari waktu luang (Spillane, 1991). Sedangkan orang yang lama perjalanannya kurang dari 24 jam atau tidak menginap di penginapan komersial

disebut *excursionist* atau pelancong (Sunaryo, 2013). Berdasarkan asalnya wisatawan dibagi menjadi wisatawan nusantara (Wisnus) dan wisatawan mancanegara (wisman) (Yoeti, 1993). Sedangkan berdasarkan jenisnya wisatawan dibagi menjadi wisatawan rombongan terorganisir, wisatawan perseorangan, wisatawan pengembara/avonturir, dan wisatawan peneliti (Bharuna, 2009). Wisatawan merupakan unsur utama dalam kegiatan wisata, bersama dengan objek wisata serta sarana dan prasarananya (Wardiyanta, 2006).

Wisatawan menjadi indikator keberhasilan suatu kegiatan pariwisata. Semakin banyak wisatawan yang mengunjungi suatu lokasi menunjukkan bahwa pengelolaan lokasi wisata tersebut berhasil. Jumlah wisatawan di Indonesia cenderung meningkat dari tahun ke tahun baik dari sisi capaian maupun target (Bappenas, 2016). Realisasi dan target wisatawan di Indonesia seperti tersaji dalam bagan 1 dibawah ini.

Minat Wisata

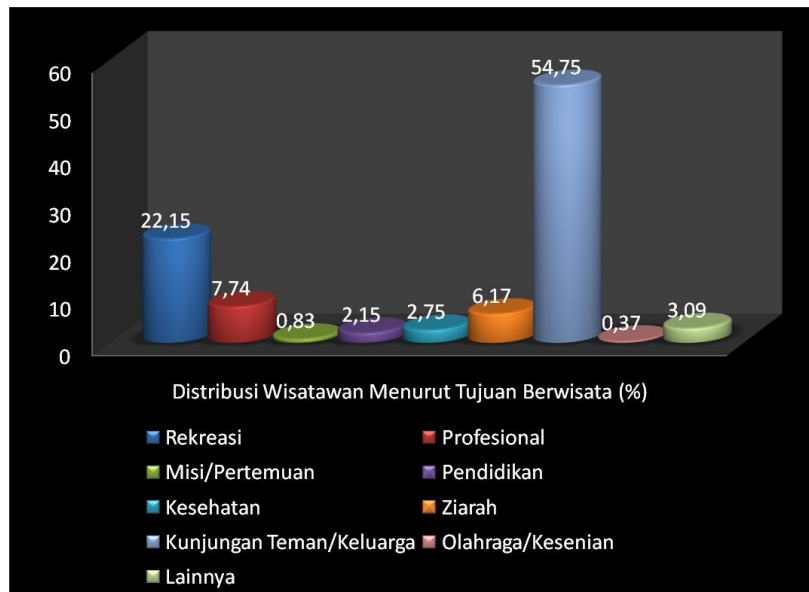
Kebutuhan untuk berwisata sangat terkait dengan masalah iklim dan kondisi lingkungan tempat tinggal, serta dipengaruhi oleh ketersediaan waktu luang, uang, sarana dan prasarana (Damanik dan Weber, 2006). Minat berwisata sangat erat kaitannya dengan motivasi dan tujuan berwisata dari masing-masing wisatawan. Motivasi dalam berwisata secara umum adalah untuk mengembalikan keadaan fisik yang sudah lelah karena rutinitas (motivasi fisik), untuk melihat dan menyaksikan tingkat kemajuan kebudayaan suatu bangsa (motivasi kultural), untuk mengunjungi saudara atau kerabat (motivasi personal), atau untuk sekedar meningkatkan status sosial (motivasi status) (MacIntosh, 1972 ; Yoeti, 2008). Memahami motivasi dan

Bagan 1. Realisasi dan Target Wisatawan di Indonesia



Sumber: Bappenas, 2016.

Bagan 2. Distribusi Wisatawan Menurut Tujuan Berwisata



Sumber: Kemenpar, 2016

perilaku berwisata menjadi faktor penting untuk bisa merencanakan desain yang tepat serta efektif dalam membangun suatu destinasi wisata yang berkelanjutan (Buffa, 2015). Tujuan berwisata wisatawan di Indonesia secara umum dibagi atas tujuan untuk rekreasi, profesional, pertemuan, pendidikan, ziarah, kesehatan, kunjungan

keluarga, olahraga, dan tujuan lainnya. Berdasarkan data statistik distribusi wisatawan di Indonesia berdasarkan tujuan berkunjung didominasi oleh wisatawan dengan tujuan kunjungan keluarga dengan persentase 54,75%, kemudian diikuti oleh wisatawan dengan tujuan rekreasi sebesar 22,15%. Distribusi wisatawan berdasarkan

tujuan wisatanya seperti yang tersaji dalam bagan 2.

Pasar Wisatawan

Perilaku pembelian dari konsumen dipengaruhi oleh faktor budaya (geografis, ras, agama), faktor sosial (keluarga, status sosial), faktor pribadi (usia, pekerjaan, status ekonomi), dan faktor psikologi (motivasi, sikap). (Kotler, 2002; Fitriyana, 2009). Perbedaan preferensi wisatawan dalam industri pariwisata sangat dipengaruhi oleh usia (Gibson, 1994; Yfantidou et al, 2008). Faktor usia sangat erat kaitannya dengan jenis pekerjaan. Jenis pekerjaan utama masyarakat cukup beragam sehingga tujuan berwisata masyarakat juga memiliki banyak ragam (bagan 2). Data statistik menunjukkan pasar wisatawan terbesar di Indonesia adalah pelajar. Pelajar dalam hal ini bukan hanya mereka yang belajar di sekolah saja, tetapi juga yang belajar di kampus atau universitas yang biasa disebut mahasiswa. Pasar mahasiswa ini disebut juga dengan pasar muda. Sesuai dengan Richard and Wilson (2003) dalam jurnal Todorovic (2016) yang menyatakan bahwa salah satu jenis wisatawan muda adalah pelajar dengan usia rata-rata dibawah 26 tahun. Hasil penelitian Rahayu (2006) di Curug Nangka Bogor juga menunjukkan bahwa wisatawan usia muda dengan rentang usia 15 – 24 tahun menjadi wisatawan yang paling banyak dengan persentase 44,55%. Distribusi wisatawan di Indonesia berdasarkan jenis pekerjaan utama seperti yang tersaji dalam bagan 3.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian dilakukan di lingkungan kampus Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo (STIPRAM) Yogyakarta. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah deskriptif kualitatif, yaitu dengan menginterpretasikan data-data kualitatif, kemudian mendeskripsikannya kedalam

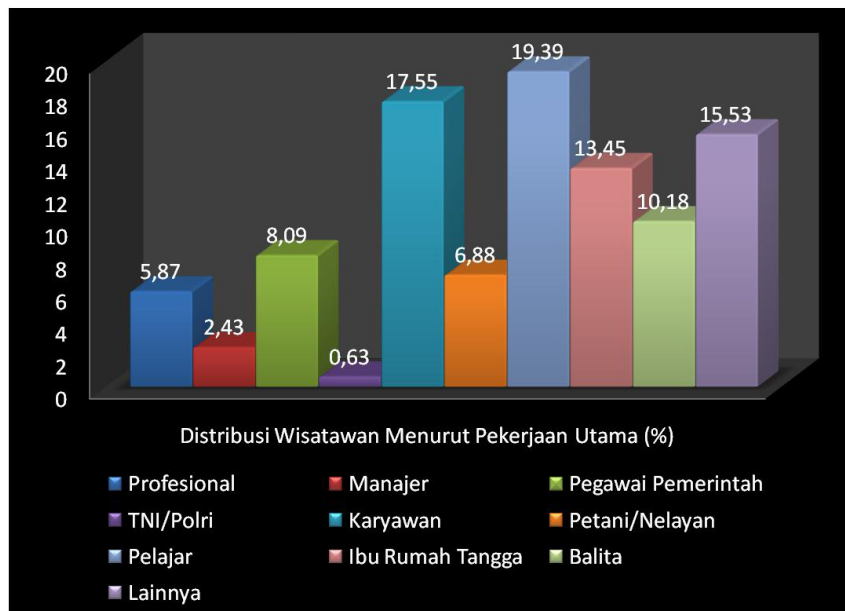
bentuk tulisan atau cerita. Penentuan sampel dilakukan dengan metode ditentukan (purposive sample). Sampel dalam penelitian ini ditentukan adalah mahasiswa semester 4 dengan asumsi mereka sudah beradaptasi dengan lingkungan lokasi tempat belajar mereka. Sampel diambil dari 4 kelas dengan jumlah sampel 103 mahasiswa. Pengambilan data dilakukan dengan sistem angket.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Porsi Mahasiswa di Yogyakarta

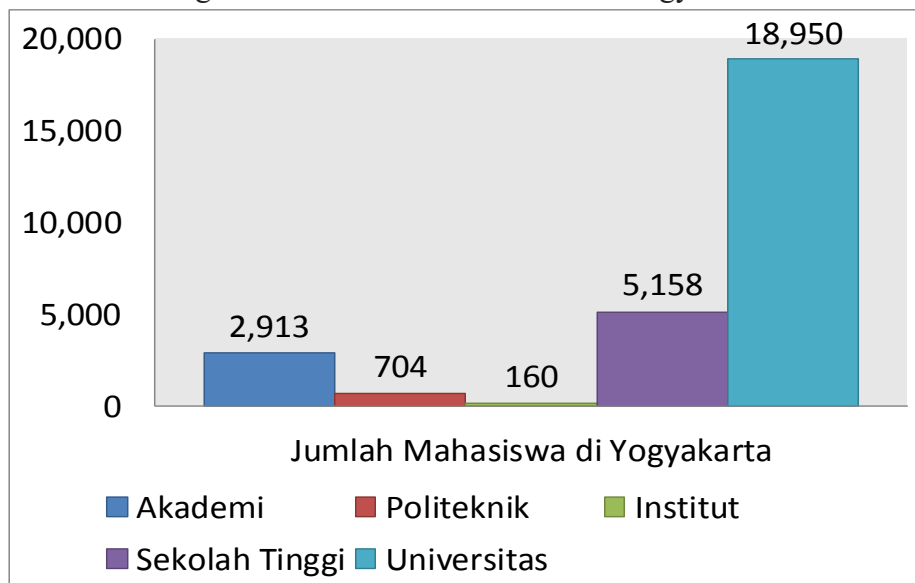
Yogyakarta dikenal sebagai kota pelajar. Status kota pelajar didapat karena keberadaan sekolah-sekolah dan kampus yang jumlahnya sangat banyak di Provinsi ini. Data statistik menunjukkan Yogyakarta memiliki 4.771 sekolah dan 388 madrasah. Sedangkan jumlah perguruan tinggi yang ada di Yogyakarta tercatat sebanyak 142 perguruan tinggi baik yang berstatus negeri maupun swasta. Keberadaan perguruan tinggi yang jumlahnya sangat banyak di Yogyakarta berkorelasi positif dengan besarnya jumlah mahasiswa yang berada di Provinsi ini. Jumlah total mahasiswa di seluruh perguruan tinggi di Yogyakarta mencapai 27.885 mahasiswa, dengan rincian seperti yang tersaji pada bagan 4. Mahasiswa merupakan komponen penting dalam komposisi masyarakat suatu daerah tempat dimana mereka belajar (Aluculesei, 2015). Jumlah mahasiswa yang sangat besar yang berada di Yogyakarta menjadi potensi pasar yang sangat potensial bagi perkembangan industri pariwisata di Yogyakarta, karena porsi terbesar dalam komposisi pekerjaan wisatawan di Indonesia adalah pelajar (bagan 3).

Bagan 3. Komposisi Wisatawan Menurut Pekerjaan Utama



Sumber: Kemenpar, 2016.

Bagan 4. Jumlah Mahasiswa di D.I. Yogyakarta.



Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Yogyakarta, 2016.

Intensitas Berwisata

Intensitas berwisata dari wisatawan jenis mahasiswa sangat beragam. 38,83% mahasiswa berwisata lebih dari sekali dalam sebulan. 33,98% mahasiswa hanya berwisata sekali dalam beberapa bulan, yang artinya jarang berwisata. Dan 27,18% hanya

berwisata sekali dalam sebulan. Disini terlihat bahwa sebagian besar mahasiswa rutin melakukan perjalanan wisata dengan intensitas lebih dari sekali dalam sebulan. Namun demikian tidak ada dominasi dalam keragaman intensitas berwisata dari mahasiswa. Hal ini disebabkan karena

intensitas berwisata sangat erat kaitannya dengan kondisi ekonomi, dimana dalam kasus ini bukan kondisi ekonomi dari masing-masing mahasiswa melainkan ekonomi orang tua mahasiswa. Masing-masing mahasiswa berasal dari keluarga dengan latar belakang ekonomi yang sangat beragam sehingga berpengaruh terhadap intensitas berwisata dari mahasiswa yang juga beragam.

Komposisi Berwisata

Mayoritas mahasiswa berwisata secara berombongan dengan persentase 78,67%. Hal tersebut dipengaruhi oleh kedekatan emosional yang sangat besar diantara mahasiswa yang disebabkan karena seringnya mereka bertemu dan bekerja sama baik dalam proses kuliah sehari-hari maupun dalam mengerjakan tugas-tugas kuliah. Buffa (2015) dalam jurnalnya mengungkapkan bahwa mayoritas wisatawan usia muda berwisata secara berkelompok dengan jumlah tidak lebih dari 10 orang dalam satu kelompok.

Pertimbangan Lokasi

Pertimbangan utama mahasiswa dalam memilih lokasi wisata yang mereka kunjungi adalah atraksi dengan persentase mayoritas yaitu 68,93%. Hal ini bisa dipahami karena pada dasarnya tujuan utama dalam berwisata adalah untuk mencari kesenangan atau secara lebih umum untuk mencari kepuasan. Sedangkan faktor utama yang paling berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan saat berwisata adalah faktor atraksi. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Rahayu (2006) yang menyatakan bahwa keindahan alam (atraksi) menjadi pertimbangan utama wisatawan dalam berwisata dibandingkan dengan jarak, serta fasilitas.

Jenis Atraksi

Atraksi jenis alam lebih disukai oleh

mahasiswa dengan presentase dominan yang mencapai 81,55%. Dominasi wisata alam terhadap wisata buatan dalam preferensi mahasiswa muncul sebagai reaksi dari tren yang sedang berkembang saat ini. Preferensi dan motivasi wisatawan yang berkembang secara dinamis yang mengindikasikan kecenderungan wisatawan untuk kembali ke alam menyebabkan pengembangan daya tarik wisata berbasis alam menjadi potensial untuk dikembangkan saat ini. (Koswara, 2005; Oktaviani dan Suryana, 2006).

Unsur Penting Atraksi

Mayoritas mahasiswa memilih spot foto sebagai unsur paling penting yang harus ada di lokasi wisata yang mereka kunjungi dengan persentase 54,37%. Minat besar yang ditunjukkan oleh mahasiswa terhadap spot foto disebabkan karena kalangan usia muda antara 20 – 29 tahun adalah pengguna terbesar media sosial seperti facebook di Indonesia dengan persentase 44% (Noviandari, 2015). Media sosial kerap dijadikan sebagai sarana bagi penggunaannya untuk menunjukkan eksistensi diri yang kerap di ekspresikan dengan menunjukkan foto-foto di tempat-tempat yang menarik seperti salah satunya di lokasi wisata.

Akses

Akses menjadi faktor yang cukup mempengaruhi preferensi mahasiswa dalam menentukan lokasi berwisata dengan persentase mencapai 54,37%. Usia mahasiswa berada pada rentang usia 20 – 29 tahun yang merupakan pasar terbesar media sosial facebook di Indonesia dimana mereka seringkali mengunggah foto-foto di tempat-tempat menarik seperti tempat wisata untuk sekedar mencari eksistensi diri. Oleh karena itu, berdasarkan klasifikasi motivasi berwisata menurut MacIntos (1972) yang dikemukakan oleh Yoeti (2008), motivasi berwisata mahasiswa termasuk jenis motivasi status. Sehingga bisa dipahami

Tabel 1. Intensitas Berwisata

Parameter	Kriteria	Jumlah	Persentase (%)
Intensitas berwisata	>1x	40	38,83
	1x	28	27,18
	<1x sebulan	35	33,98

Tabel 2. Komposisi Berwisata

Parameter	Kriteria	Jumlah	Persentase (%)
Komposisi Berwisata	Sendiri	7	6,80
	Berpasangan	15	14,56
	Rombongan	81	78,64

Tabel 3. Pertimbangan Memilih Lokasi

Parameter	Kriteria	Jumlah	Persentase (%)
Pertimbangan lokasi	Atraksi	71	68,93
	Jarak	22	21,36
	Harga	10	9,71

Tabel 4. Jenis Atraksi

Parameter	Kriteria	Jumlah	Persentase (%)
Jenis Atraksi	Alam	84	81,55
	Buatan	19	18,45

Tabel 5. Unsur Berpengaruh

Parameter	Kriteria	Jumlah	Persentase (%)
Unsur penting	Spot foto	56	54,37
	Edukasi	27	26,21
	Tantangan	20	19,42

Tabel 6. Pengaruh Akses

Parameter	Kriteria	Jumlah	Persentase (%)
Akses	Sangat Berpengaruh	26	25,24
	Cukup	56	54,37
	Tidak Berpengaruh	21	20,39

Tabel 7. Waktu Tempuh

Parameter	Kriteria	Jumlah	Persentase (%)
Waktu tempuh	< 1 jam	13	12,62
	1 - 3 jam	83	80,58
	> 3 jam	7	6,80

Tabel 8. Fasilitas

Parameter	Kriteria	Jumlah	Persentase (%)
Fasilitas	Sangat Berpengaruh	33	32,04
	Cukup	57	55,34
	Tidak Berpengaruh	13	12,62

Tabel 9. Harga

Parameter	Kriteria	Jumlah	Persentase (%)
Harga	5.000 - 10.000	42	40,78
	10.000 - 25.000	49	47,57
	25.000 - 50.000	9	8,74
	> 50.000	3	2,91

apabila mereka membutuhkan akses yang cukup baik saat berwisata.

Waktu Tempuh

Waktu tempuh lokasi wisata yang ideal menurut preferensi mahasiswa adalah antara 1 – 3 jam perjalanan dengan persentase mencapai 80,58%. Pertimbangan waktu tempuh sangat erat hubungannya dengan kondisi fisik dari pelaku. Mahasiswa merupakan salah satu jenis wisatawan muda sehingga secara fisik mereka lebih siap dan juga lebih bersedia untuk menempuh perjalanan yang cukup panjang saat berwisata. Namun demikian, kesiapan fisik mereka juga terbatas. Mayoritas dari mahasiswa merasa hanya siap menempuh perjalanan dengan waktu tempuh kurang dari 3 jam.

Fasilitas

Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas memiliki pengaruh yang cukup

besar terhadap preferensi mahasiswa dalam menentukan lokasi berwisata yaitu sebesar 55,34%. Mahasiswa merupakan jenis wisatawan yang berdasarkan motivasinya mereka melakukan kegiatan wisata dengan motivasi status, yaitu untuk meningkatkan status sosial. Hal tersebut menyebabkan orientasi mahasiswa dalam berwisata salah satunya adalah kenyamanan. Sehingga keberadaan fasilitas yang baik menjadi salah satu perhatian mahasiswa dalam menentukan lokasi wisata.

Harga

Sebagian besar mahasiswa (47,57%) menganggap bahwa harga tiket masuk yang ideal bagi suatu lokasi wisata berkisar pada harga Rp 10.000 – Rp 25.000. Sedangkan 40,78% mahasiswa lainnya beranggapan bahwa harga tiket masuk yang ideal berkisar pada harga Rp 5.000 - Rp 10.000. Kesimpulannya mahasiswa merasa bahwa harga tiket masuk yang lebih besar dari Rp

25.000 terlalu mahal untuk mereka. Hal ini disebabkan karena mahasiswa merupakan kelompok masyarakat yang secara ekonomi berkemampuan rendah karena mereka belum memiliki penghasilan tetap. Mahasiswa termasuk kedalam kelompok kategori ekonomi rendah karena sumber utama ekonominya sangat bergantung pada orang tua, dan kebanyakan dihabiskan untuk kebutuhan pelayanan seperti sewa kost, bayar listrik, internet, dll (Alculesei, 2015).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini mendapati kesimpulan bahwa:

1. Segmen mahasiswa memiliki porsi yang cukup besar dalam komposisi pasar wisatawan di Yogyakarta.
2. Mahasiswa umumnya berwisata secara rombongan dengan atraksi sebagai pertimbangan utamanya.
3. Kalangan mahasiswa lebih tertarik untuk berwisata ke lokasi wisata alam, dimana spot foto menjadi unsur yang dianggap penting untuk tersedia di lokasi wisata.
4. Waktu tempuh yang paling ideal menurut mahasiswa dalam berwisata adalah tidak lebih dari 3 jam, dengan harga tiket masuk yang paling diinginkan tidak lebih mahal dari Rp 25.000,-

Saran

Saran yang bisa ditarik dari hasil penelitian ini adalah agar para pengelola wisata mulai memperhatikan preferensi wisatawan jenis mahasiswa dalam mengelola dan mengembangkan lokasi wisatanya sehingga besarnya potensi pasar yang tersedia dari segmen mahasiswa bisa dimanfaatkan dengan optimal.

DAFTAR PUSTAKA

Alculesei, A. C. 2015. University student perception regarding the tourism

potential in the City of Lleida. *Junior Scientific Research Journal*, vol 1 : 42–50.

Badan Perencana Pembangunan Nasional (Bappenas). 2016. *Pembangunan Pariwisata. Materi Multilateral Meeting*. www.bappenas.go.id

Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Yogyakarta. 2017. *Statistik Daerah Yogyakarta 2016*. www.yogyakarta.bps.go.id

Bharuna, A. A. G. D. 2009. Pola perencanaan dan strategi pembangunan wisata alam berkelanjutan serta berwawasan lingkungan. *Jurnal Bumi Lestari*, vol 9 :121-128.

Buffa, F. 2015. Young tourist and sustainability. Profile, attitude, and implications for destination strategies. *Sustainability*, vol 7: 042 – 062.

Buttler, R. 2016. Richard Buttler on Sustainability and Tourism Education: The Interview. www.sustainability-leaders.com. Diakses: Desember, 2016.

Damanik, J. dan H. F. Weber. 2006. *Perencanaan Ekowisata Dari Teori ke Aplikasi*. Andi, Yogyakarta.

Fitriyana, D. 2009. Analisis proses pengambilan keputusan dan preferensi konsumen terhadap objek wisata pemancingan “Fishing Valley” Bogor. Skripsi. Institut Pertanian Bogor, Bogor. (Tidak dipublikasikan).

Kementerian Pariwisata. 2016. *Statistik Pariwisata Indonesia 2015*. www.kemenpar.go.id

Noviandari, L. 2015. *Statistik Pengguna Internet dan Media Sosial terbaru di Indonesia*. www.id.techinasia.com. Diakses Januari 2017.

Oktaviani, R. W. dan R. N. Suryana. 2006. Analisis kepuasan pengunjung dan

- pengembangan fasilitas wisata agro. *Jurnal Agro Ekonomi*, vol **24** : 41-58.
- Rahayu, N. 2006. Analisis proses pengambilan keputusan dan preferensi konsumen terhadap wana wisata Curug Nangka KPH Bogor Perum Perhutani Unit III Jawa Barat dan Banten. Skripsi. Institut Pertanian Bogor, Bogor. (Tidak dipublikasikan).
- Spillane, J. J. 1991. *Ekonomi Pariwisata: Sejarah dan Prospeknya*. Kanisius, Jakarta.
- Sunaryo, B. 2013. *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata, Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Gava Media, Yogyakarta.
- Todorovic, N., J. Apelic, and G. Romic. 2016. Characteristic of youth tourism in Belgrade. *Bulletin of The Serbian Geographical Society*, vol **95** : 1- 16.
- Wardiyanta. 2006. *Metode Penelitian Pariwisata*. Andi, Yogyakarta.
- World Tourism Organization (UNWTO). 2016. *UNWTO Annual Report 2015*. UNWTO Publisher, Madrid. www.unwto.org
- Yfantidou, G., G. Costa, and M. Michalopoulos. 2008. Tourist roles, gender, and age in Greece: a study of tourist in Greece. *International Journal of Sport Management, Recreation & Tourism*, vol **1**: 14 – 30.
- Yoeti, O. A. 1993. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Angkasa, Bandung.
- Yoeti, O. A. 2008. *Ekonomi Pariwisata: Introduksi, Informasi, dan Implementasi*. Kompas, Jakarta.