**BAB I**

**PENDAHULUAN**

1. **Latar Belakang**

Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) merupakan bentuk integrasi ekonomi regional di Asia Tenggara yang telah direncanakan secara bertahap mulai KTT ASEAN di Singapura pada tahun 1992. MEA bertujuan untuk memenuhi beberapa karakteristik seperti pasar tunggal dan basis produksi, wilayah ekonomi yang sangat kompetitif, wilayah pembangunan ekonomi yang adil, dan wilayah yang terintegrasi secara keseluruhan ke dalam ekonomi global. Pada dasarnya MEA akan merubah ASEAN menjadi wilayah dengan pergerakan bebas untuk barang, jasa, investasi, tenaga kerja ahli, dan arus modal yang lebih bebas.

Pasar tunggal dan basis produksi ASEAN harus memenuhi lima elemen utama yaitu arus barang bebas, arus jasa bebas, arus investasi bebas, arus modal bebas, dan arus sumber daya manusia bebas. Pasar dan basis produksi tunggal juga termasuk dalam dua komponen penting seperti prioritas integrasi banyak sektor dan makanan, pertanian, dan perhutanan.

Pada dasarnya MEA berfokus pada pembentukan integrasi ekonomi di kawasan ASEAN dengan mengurangi biaya transaksi perdagangan dan bisnis, serta meningkatkan daya saing UMKM. Untuk dapat bersaing yang harus diketahui adalah peluang dan tantangan bagi Indonesia dalam MEA. [[1]](#footnote-1)

Peluang yang ada adalah karena Indonesia merupakan pasar potensial yang memiliki luas wilayah dan jumlah penduduk terbesar di kawasan (40% dari total penduduk ASEAN). Hal ini dapat menjadikan Indonesia sebagai negara ekonomi yang produktif dan dinamis yang dapat memimpin pasar ASEAN di masa depan  dengan kesempatan penguasaan pasar dan investasi.

Indonesia merupakan negara tujuan investor ASEAN, Proporsi investasi negara ASEAN di Indonesia mencapai 43% atau hampir tiga kali lebih tinggi dari rata-rata proporsi investasi negara-negara ASEAN di ASEAN yang hanya sebesar 15%. Indonesia berpeluang menjadi negara pengekspor, dimana nilai ekspor Indonesia ke intra-ASEAN hanya 18-19% sedangkan ke luar ASEAN berkisar 80-82% dari total ekspornya, Hal ini berarti peluang untuk meningkatkan ekspor ke intra-ASEAN masih harus ditingkatkan agar laju peningkatan ekspor ke intra-ASEAN berimbang dengan laju peningkatan impor dari intra-ASEAN.

Liberalisasi perdagangan barang ASEAN akan menjamin kelancaran arus barang untuk pasokan bahan baku maupun bahan jadi di kawasan ASEAN karena hambatan tarif dan non-tarif sudah tidak ada lagi. Kondisi pasar yang sudah bebas di kawasan dengan sendirinya akan mendorong pihak produsen dan pelaku usaha lainnya untuk memproduksi dan mendistribusikan barang yang berkualitas secara efisien sehingga mampu bersaing dengan produk-produk dari negara lain. Di sisi lain, para konsumen juga mempunyai alternatif pilihan yang beragam yang dapat dipilih sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan, dari yang paling murah sampai yang paling mahal. Indonesia sebagai salah satu negara besar yang juga memiliki tingkat integrasi tinggi di sektor elektronik dan keunggulan komparatif pada sektor berbasis sumber daya alam, berpeluang besar untuk mengembangkan industri di sektor-sektor tersebut di dalam negeri.

Indonesia sebagai negara dengan jumlah populasi terbesar akan memperoleh keunggulan tersendiri, yang disebut dengan bonus demografi. Perbandingan jumlah penduduk produktif Indonesia dengan negara-negara ASEAN lain adalah 38:100, yang artinya bahwa setiap 100 penduduk ASEAN, 38 adalah warga negara Indonesia. Bonus ini diperkirakan masih bisa dinikmati setidaknya sampai dengan 2035, yang diharapkan dengan jumlah penduduk yang produktif akan mampu menopang pertumbuhan ekonomi dan peningkatan pendapatan per kapita penduduk Indonesia. [[2]](#footnote-2)

Tantangan yang harus dihadapi oleh Indonesia dalam menghadapi MEA adalah infrastruktur, dimana kualitas infrastruktur Indonesia menempati peringkat 4 ke-82 dari 148 negara atau peringkat ke-5 diantara negara-negara ASEAN, sehingga dapat disimpulkan bahwa infrastruktur Indonesia masih tertinggal dibandingkan yang lain. Pembangunan infratruktur yang rendah di Indonesia, dipengaruhi oleh beberapa faktor penghambat, yakni: Anggaran infrastruktur yang rendah, hanya 2,5 % dari PDB dimana jumlah ini tidak dapat mengakomodir biaya pembebasan lahan dan biaya *feasibilitystudy* serta AMDAL yang kerap muncul dalam pembangunan infrastruktur, Konflik kepentingan seperti politik, bisnis, atau pesanan pihak-pihak tertentu dalam pembangunan infrastruktur serta Koordinasi yang sulit yang merujuk area pembangunan infrastruktur terkait dengan hutan lindung atau pertanian dimana koordinasi antara lintas kementerian dan lintas otoritas sulit dilakukan. Dampak dari rendahnya infrastruktur adalah berpengaruhnya pada semakin mahalnya biaya logistik. Dimana Perdagangan menjadi kurang efisien mengingat biaya logistik yang mahal dibandingkan negara anggota ASEAN lainnya, yang dibebankan sebesar 14,08%, jika dibandingkan dengan biaya logistik yang wajar sebesar 7%. Berdasarkan Logistic Performance Index (LPI, 2012), Indonesia menempati peringkat ke-59 dari 155 negara, di bawah peringkat Thailand, Filipina, dan Vietnam. Dengan pengurangan biaya logistik, maka permasalahan dalam bidang perdagangan diharapkan dapat teratasi sehingga menaikkan daya saing Indonesia.

Bonus demografi yang dimiliki Indonesia tidak akan memberikan keuntungan tanpa adanya perbaikan kualitas sumber daya manusia. Data dari ASEAN Productivity Organization (APO) menunjukkan dari 1000 tenaga kerja Indonesia hanya ada sekitar 4,3% yang terampil, sedangkan Filipina 8,3%, Malaysia 32,6%, dan Singapura 34,7%. Berdasarkan struktur pasar, tenaga kerja didominasi oleh pekerja lulusan SD (80%) sementara lulusan Perguruan Tinggi hanya 7%, dimana saat ini sebagian dunia kerja mensyaratkan lulusan Perguruan Tinggi. Hal ini sangat berbanding terbalik dengan Malaysia yang sebagian besar penduduknya lulusan S1. Kesempatan memperoleh pendidikan secara merata di seluruh Indonesia sulit dilakukan sehingga kesadaran untuk menempuh pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi sangat rendah.Kondisi ini mengakibatkan tenaga kerja Indonesia hanya dilirik sebagai *buruh* atau tenaga kerja kasar di pasar tenaga kerja internasional.

Tantangan berikutnya adalah dari sektor UMKM dimana sektor UMKM kurang diperhatikan oleh pemerintah Ketiadaan pendampingan dari pemerintah  untuk menstandarkan produk lokal dan menginternasionalkan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), membuat Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sulit bersaing dan kalah pada pasar lokal. Kerap kali terjadi ungkapan bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) “Unggul di Produk, Kalah di Promosi”. Padahal sesungguhnya keanekaragaman UMKM di Indonesia berpeluang untuk membentuk pasar ASEAN.

Tantangan yang terakhir dimana salah satu jantung perekonomian Indonesia adalah pertanian. Peningkatan keunggulan komparatif di sektor prioritas integrasi, antara lain adalah pembangunan pertanian perlu terus dilakukan, mengingat bahwa luas daratan yang dimiliki Indonesia lebih besar dan tingkat konsumsi yang tinggi terhadap hasil pertanian. Tindakan pemerintah untuk menopang komitmen Indonesia dalam mewujudkan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) 2015 melalui penerbitan Peraturan Presiden Nomor 39 Tahun 2014  tentang Daftar Usaha yang Tertutup dan Bidang Usaha Terbuka dengan Persyaratan di Bidang Penanaman Modal, dipandang hanya akan memberikan keuntungan bagi pihak-pihak tertentu, bukan petani Indonesia.  Perpres tersebut mengatur mengenai: Investasi asing diperbolehkan hingga 49% untuk usaha budidaya tanaman pangan seluas lebih dari 25 hektar, Investasi asing diperbolehkan hingga 95% untuk usaha perkebunan dalam hal perbenihan bagi usaha seluas lebih dari 25 hektar, Investasi asing diperbolehkan hingga 30% untuk usaha perbenihan dan budidaya hortikultura. Melihat bahwa sektor pertanian masih tertinggal dan dibebani volume impor komoditas pangan dan horikultura; kegagalan panen akibat kemarau dan gangguan hama; serta petani Indonesia rata-rata berusia 55-60 tahun dan tidak memiliki pengetahuan dan pendidikan yang memadai akan menyulitkan memasuki pasar bebas ASEAN. Indonesia dengan populasi luas kawasan dan ekonomi terbesar di ASEAN, dapat menggerakkan pemerintah untuk lebih tanggap terhadap kepentingan nasional, khususnya pertanian.Pemerintah perlu mengambil langkah-langkah: (1) Menghitung kesiapan dan daya dukung nasional dalam menghadapi pasar bebas ASEAN. Untuk itu Perpres  No.39/2014 perlu dievaluasi mengingat sangat merugikan petani Indonesia. (2) Mendongkrak kapasitas produksi, kualitas pengetahuan dan permodalan agar Indonesia tidak bergantung pada impor. (3) Menyiapkan perlindungan bagi petani dengan penetapan tarif maksimal untuk produk impor. (4) Menyediakan subsidi dan pengadaan kredit lunak bagi petani guna meningkatkan kemampuan mereka memasok kebutuhan pertanain seperti benih dan pupuk.[[3]](#footnote-3)

Pertemuan yang diadakan di Bali pada tahun 2003 merupakan ajang dalam mewujudkan cita-cita kawasan dengan integrasi ekonomi kuat yang dirancang dan diprediksi akan mulai tahun 2020. namun pada tanggal 13 Januari 2007 di Filipina, para anggota negara ASEAN sepakat untuk mempercepat terbentuknya Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA).

Persiapan menghadapi globalisasi ekonomi dan perdagangan melalui *ASEAN Free Trade Area (AFTA)* serta menghadapi persaingan global terutama dengan negara Tiongkok dan India menjadi latar belakang untuk membentuk MEA yang semula direncanakan pada tahun 2020 menjadi tahun 2015. Hal ini menunjukkan keseriusan untuk segera meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan daya saing antar sesame anggota negara ASEAN untuk menghadapi persaingan global.[[4]](#footnote-4)

Keunggulan Kota Bandung dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA)

Terlepas dari berbagai peluang dan tantangan Indonesia dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN **(**MEA), kota Bandung yang merupakan kota metropolitian terbesar di Provinsi Jawa Barat, yang juga menjadi ibu kota provinsi tersebut berpenduduk 2.457.686 jiwa (Data BPS tahun 2010) memiliki potensi perekonomian yang bagus. Kota ini turut ikut berpartisipasi dalam Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA).Banyak langkah-langkah yang dilakukan Pemerintah Kota Bandung untuk hal ini. Alasannya, kota ini hendak melakukan penetrasi pasar ASEAN. Juga agar produk masyarakat kota ini punya daya saing untuk bersaing di tengah produk-produk asing.

Kota bandung mempunyai 7 kawasan sentra industri dan perdagangan yang berpotensi menjadi pusat bisnis. Kawasan tersebut dintaranya;

1. Sentra Industri Rajut Binong Jati dengan omzet mencapai rata-rata 600-800 juta rupiah/hari.
2. Sentra Industri Sepatu Cibaduyut yang memiliki kelebihan dalam pembuatan sepatu dengan metode handmade
3. Sentra Tekstil Cigondewah yang mempunyai daya tarik pada harga jual yang murah
4. Sentra Tahu dan Tempe Cibuntu dengan rasa khas dan relative murah
5. Sentra Kaos dan Sablon Suci dengan jaringan pasar yang luas hingga ke seluruh kota di Indonesia
6. Sentra Perdagangan Jeans Cihampelas yang terkenal karena model-modelnya yang *up to date*
7. Sentra Boneka Sukamulya yang mempunyai kelebihan harga dan kualistas yang bersaing.

Selain Sentra Bisnis, kota Bandung juga memiliki banyak Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang tersebar diseluruh pelosok kota dengan berbagai jenis barang yang ditawarkan. Para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) ini difasilitasi oleh Pemerintah Kota Bandung dalam mengembangkan bisnisnya. Diawali dengan diluncurkannya aplikasi *Gadget Mobile Application License* (GAMPIL) yang memudahkan para warga kota Bandung untuk mendapatkan perizinan dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mereka. Aplikasi ini berfungsi untuk memberitahu pemerintah kota terkait dengan pengusaha mikro yang kemudian direspon pemerintah kota dengan mengeluarkan tanda daftar usaha kecil/mikro dan itu langsung *bankable* untuk skema kredit Kredit Usaha Rakyat (KUR).

Visi misi kota bandung memasuki Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) dan upaya pemerintah kota bandung yaitu

1. Visi kota bandung menuju Bandung Juara
2. Tidak hanya *Gadget Mobile Application License* (GAMPIL), pemerintah kota Bandung juga membuat inovasi dengan meluncurkan *Little Bandung Store* di beberapa negara anggota ASEAN. Salah satu respon Indonesia terhadap keberadaan Masyarakat Ekonomi Asean (MEA)/AEC.
3. Media promosi produk-produk kreatif Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Kota Bandung untuk dikenal bahkan dipasarkan di mancanegara,
4. Program kerja Dinas KUKM-Indag Kota Bandung untuk peningkatan dan pengembangan ekspor melalui kegiatan koordinasi program pengembangan ekspor dengan instansi terkait/asosiasi.[[5]](#footnote-5)

Hambatan Kota Bandung dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA)

Hambatan yang dimiliki kota Bandung dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) yaitu terletak dalam bidang pemasaran. Saat ini yang menjadi hambatan dalam mengambangkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) pada bidang pemasaran adalah sulitnya memasarkan produk dan tidak memadainya infrastruktur yang mereka miliki dalam menghadapi persaingan pasar bebas ASEAN 2015. Menghadapi mekanisme pasar bebas *The ASEAN Economic Community* 2015 yang makin terbuka dan kompetitif, menguasai pangsa psar menjadi salah satu prasyarat yang harus menjadi perhatian khusus bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).[[6]](#footnote-6)Memanfaatkan fasilitas teknologi berbasis web dapat digunakan sebagai salah satu usaha untuk memperluas pangsa pasar keseluruh dunia. Dalam mewujudkan rencana ini, Bandung melakukan kerjasama dengan Jejaring Sosial *Facebook*.

Berdasarkan pada latar belakang penelitian diatas, penulis mengangkat judul **“Peranan Kerjasama Pemerintah Kota Bandung dengan Facebook dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM”.**

1. **Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah serta uraian di atas, maka penulis mengidentifikasikan masalah sebagai kerangka pokok dalam mengadakan pembahasan pada penelitian ini, sebagai berikut:

1. Bagaimana kerjasama kota bandung dengan facebook?
2. Bagaimana daya saing UMKM di indonesia khusus kota bandung?
3. Bagaimana kerjasama pemerintah kota bandung dengan facebook dapat meningkatkan daya saing UMKM?
4. **Pembatasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan di atas, penelitian akan membahas **Seputar Kerjasama Pemerintah Kota Bandung dengan Facebook dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM?**

1. **Rumusan Masalah**

Untuk memudahkan dalam menganalisa permasalahan di atas, berdasarkan pada identifikasi masalah dan perumusan masalah, maka dirumuskan suatu masalah yang ingin diteliti yaitu: “ **Bagaimana Kerjasama Pemerintah Kota Bandung dengan Facebook dapat Meningkatkan Daya Saing UMKM melalui peningkatan promosi dan peningkatan kualitas?”**

1. **Tujuan dan Kegunaan**
2. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang hendak dicapai berdasarkan rumusan masalah adalah untuk mengetahui, mendeskripsikan, dan memaparkan:

1. Mengetahui kerjasama kota Bandung dengan Facebook?
2. Mengetahui daya saing UMKM di Indonesia khusus kota Bandung?
3. Mengetahui kerjasama pemerintah kota bandung dengan facebook dapat meningkatkan daya saing UMKM?
4. Kegunaan Penelitian

Sejalan dengan tujuan penelitian, adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah(UMKM), penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat dalam menambah wawasan seputar peluang pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).
2. Bagi pengembang keilmuan, penelitian ini diharapkan memberi manfaat dalam menambah wawasan dan pengetahuan tentang Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA).
3. Bagi penulis, penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi penulis untuk meningkatkan kapabilitas sebagai akademisi dalam melaksanakan penelitian terutama yang berkaitan dengan masalah-masalah Hubungan Internasional.
4. **Kerangka Teori**

Untuk mempermudah proses penulisan ini, maka diperlukan adanya suatu landasan berpijak untuk memperkuat analisa. Penulis mencoba mengangkat fenomena-fenomena yang ada dan terjadi dalam hubungan internasional dan tentunya ada erat kaitannya dengan permasalahan yang dibahas dengan menggunakan teori-teori yang ada hubungannya dengan objek-objek penelitian. Penulis memaparkan teori-teori yang disusun bersifat deduktif yaitu penyusunan teori maupun konsep-konsep yang bersifat umum dilanjutkan pada konsep-konsep yang bersifat khusus.

Kerangka teoritis berfungsi untuk membantu dalam pemecahan masalah, digunakan alat analisa berupa kerangka teoritis. Kerangka teoritis merupakan penjelasan sementara terhadap gejala yang menjadi objek penelitian. Penjelasan sementara ini merupakan argumentasi dalam merumuskan hipotesis yang merupakan jawaban terhadap permasalahan yang diajukan.[[7]](#footnote-7)

Mengacu kepada teori yang begitu banyak digunakan oleh pakar hubungan internasional, penulis mencoba mengambil beberapa teori yang disesuaikan dengan permasalahan yang akan diteliti agar dapat dijadika acuan dalam penulisan skripsi ini.

Pengertian teori menurut **Theodore Colombis** dan **James H Wolfe** yang dialihkan bahasakan oleh Mercedes Marbun yaitu sebagai berikut :

**“Teori adalah sekumpulan generalisasi empiris yang secara internal konsisten dan memiliki kemampuan yang bersifat deskriptif (menerangkan), predektif (meramalkan) dan eksplanatori (menjelaskan)”.**[[8]](#footnote-8)

Secara lebih spesifik **McCain** dan **Segal** mendifinisikan teori sebagai :

**“serangkaian statemen yang saling berkaitan ... (yang terdiri dari): 1) kalimat-kalimat yang memperkenalkan istilah-istilah yang merujuk pada konsep-konsep dasar teori ini; 2) kalimat-kalimat yang menghubungkan konsep-konsep dasar itu satu sama lain; 3) kalimat-kalimat yang menghubungkan beberapa statement teoritik itu dengan sekumpulan kemungkinan obyek pengamatan emperik yaitu hipotesa)”.**[[9]](#footnote-9)

Hubungan Internasional merupakan sebuah disiplin ilmu yang banyak diartikan sebagai sebuah studi mengenai interaksi antar aktor yang melintasi batas-batas negara. Menurut**DR. A.A. Banyu P. & DR. Yanyan M. Y.** dalam buku *Pengantar Ilmu Hubungan Internasional,* Hubungan Internasional didefinisikan sebagai:

**Studi tentang interaksi antar beberapa aktor yang berpartisipasi dalam politik internasional, yang meliputi negara-negara, organisasi internasional, organisasi non-pemerintah, kesatuan sub-nasional seperti birokrasi dan pemerintah domestik serta individu-individu.Tujuan dasar studi Hubungan Internasional adalah mempelajari perilaku internasional yaitu perilaku para aktor negara maupun non-negara, di dalam arena transaksi internasional.Perilaku ini bisa berwujud kerjasama, pembentukan aliansi, perang, konflik, serta interaksi dalam organisasi internasional.[[10]](#footnote-10)**

Hal senada juga diungkapkan oleh pakar Ilmu Hubungan Internasional, **Trygive Mathvison** yang dikutif oleh **Suwardi Wiriatmadja** mendifinisikan mengenai Hubungan Internasional dalam sudut yang berbeda yaitu :

**“Hubungan Internasional meliputi seluruh aspek internasional dari kehidupan sosial manusia dijabarkan kembali bahwa hubungan internasional mencakup segala macam hubungan antar bangsa dan kelompok-kelompok bangsa dalam dunia, kekuatan-kekuatan, tekanan-tekanan, proses-proses yang menentukan cara hidup, cara bertindak dan cara berfikir dari manusia”.[[11]](#footnote-11)**

Kerjasama Internasional timbul karena adanya kesadaran dari berbagai negara akan pentingnya menjalin hubungan dengan pihak atau negara lain. Hal ini dimotivasikan dengan adanya keinginan atau keperluan para anggotanya, dalam buku Koesnadi Kartasasmita mengatakan “Kerjasama Internasional terwujud atas kepentingan yang sama dan bekerja atas dasar prinsip saling menguntungkan. Pelaksanaan dalam kerjasama ini didahului dengan tindakan-tindakan yang disalurkan melalui hubungan bilateral maupun multilateral”.[[12]](#footnote-12)

Kerjasama Internasional merupakan suatu keharusan bagi setiap negara terutama bagi negara-negara yang sedang berkembang. Masing-masing negara mempunyai kepentingan sendiri yang menentukan sebelumnya dan adapun yang terjadi interaksinya mereka akan menanamkan jenis hubungan satu sama lain yang dapat memberikan keuntungan bagi pihak-pihak tersebut. Untuk dapat melaksanakan kegiatan ekonomi internasional maka setiap negara harus mampu berinteraksi dengan negara lain dengan bentuk kerjasama untuk mempercepat pencapaian tujuan nasional masing-masing.

Kerjasama Internasional menurut **Dougherty** dan **Pfaltzgraff** adalah sebagai berikut :

**“Kerjasama Internasional merupakan sisi lain dari konflik yang juga merupakan aspek dalam hubungan internasional, dapat terbentuk dari komitmen sebagian individu untuk mencapai kesejahteraan secara kolektif atau sebagai hasil dari adanya persamaan kepentingan. Isu utama dari teori kerjasama internasional berdasarkan pada kepentingan sendiri, sejauh mana keuntungan bersama diperoleh melalui kerjasama dapat mendukung konsepsi dari kepentingan tindakan yang unilateral dan kompetitif”.[[13]](#footnote-13)**

Kerjasama Internasional dapat terbentuk karena kehidupan internasional meliputi berbagai bidang seperti ideology, politik, ekonomi, social, lingkungan hidup, kebudayaan, pertahanan dan keamanan. Hal tersebut memunculkan kepentingan yang beraneka ragam sehingga mengakibatkan berbagai masalah social. Untuk mencari solusi atas berbagai masalah tersebut maka muncul insiatif negara-negara membentuk suatu kerjasama internasional. Kerjasama antar negara tersebut biasa bersifat bilateral, multilateral dan regional. **Koesnadi Kartasasmita** mendifinisikan kerjasama secara lebih terfokus kedalalam kerjasama internasional adalah sebagai berikut:

**“kerjasama internasional terjadi karena “*national understanding*” dimana mempunyai arah dan tujuan yang saling membutuhkan. Kerjasama itu didasari oleh kepentingan bersama di antara negara-negara namun kepentingan itu tidak identik”. [[14]](#footnote-14)**

Kerjasama Internasional menurut **Teuku May Rudy** yaitu :

**“ pola kerjasama yang melintasi batas-batas negara, dengan didasari struktur organisasi yang jelas dan lengkap serta diharapkan atau diproyeksikan untuk berlangsung serta melaksanakan fungsinya secara berkesinambungan dan melembaga guna mengusahakan tercapainya tujuan-tujuan yang diperlukan serta disepakati bersama, baik antara pemerintah dengan ‘pemerintah antara sesama kelompok non pemerintah pada negara yang berbeda” (1993:3).[[15]](#footnote-15)**

Untuk menjelaskan berbagai ragam kerjasama internasional yang terjalin hingga saat ini, **Budiono** mengemukakan bentuk-bentuk kerjasama internasional yang diklarafikasi dalam beberapa bentuk, yakni :

1. **Kerjasama Global**

**Adanya hasrat yang kuat dari berbagai bangsa didunia untuk bersatu dalam suatu wadah yang mampu mempersatukan cita-cita bersama merupakan dasar utama bagi kerjasama global. Sejarah kerjasama global dapat ditelusuri kembali mulai dari terbentuknya kerjasama multilateral.**

1. **Kerjasama Regional**

**Kerjasama regional merupakan kerjasama antar negara yang secara geografis letaknya berdekatan. Kerjasama tersebut biasa berada dalam bidang pertahanan, hukum, kebudayaan, dan sebagainya. Lebih lanjut menurut Dr.Budiono, organisasi kerjasama regional dewasa ini merupakan masalah yang amat luas dan rumit. Adapun yang menentukan dalam kerjasama regional selain kedekatan geografis, kesamaan, pandangan bidang politik dan kebudayaan maupun perbedaan struktur produktifitas ekonomi juga ikut menentukan pula apakah kerjasama tersebut dapat diwujudkan.. kerjasama regional merupakan salah satu aternative yang dapat dipergunakan untuk mengatasi masalah kemiskinan dan kebodohan.**

1. **Kerjasama fungsional**

**Kerjasama fungsional permasalahan maupun metode kerjasamanya menjadi semakin kompleks di sebabkan oleh semakin banyaknya berbagai lembaga kerjasama yang ada. Walaupun terdapat kompleksitas dan banyak permasalahan yang dihadapi dalam kerjasama fungsional baik dibidang ekonomi maupun sosial, untuk pemecahannya di perlukan kesepakatan dan kepustusan politik. Disini terlihat bahwa kerjasama fungsional tidak biasa dilepaskan dari power. Kerjasama fungsional tidaklah berjalan mulus sebagaimana diharapkan. Sebagai akibat dari adanya kekuatan atau kelemahan yang spesifik pada beberapa negara maka persaingan apa yang disebut oleh para ahli ekonomi internasional sebagai kerjasama yang kompetitif yang merupakan lawan dari kerjasama yang komplementer.**

1. **Kerjasama Ideologi**

**Dalam hal perjuangan atau kerjasama ideologi batas-batas teorial tidak relevan. Berbagai kelompok kepentingan berusaha mencapai tujuannya dengan memanfaatkan berbagai kemungkinan yang terbuka di forum globa.[[16]](#footnote-16)**

Dimana dalam melakukan interaksi antar negara-negara di dunia, diperlukan suatu wadah yang secara mendasar memiliki fungsi sebagai fasilitator untuk terciptanya hubungan antar negara, guna tercapainya tujuan yang di inginkan. Hubungan suatu negara dalam kerjasama yang dilakukan untuk mencapai tujuan yang diinginkan oleh semua negara tidak akan terlepas dari peran aktif yang dilakukan oleh berbagai komponen untuk mendukung semua itu, serta implementasi yang dilakukan untuk adanya jaminan dari situasi yang diharapkan, serta tidak terlepas dari aturan dan pola yang ada dalam suatu organisasi tersebut. Salah satu komponen yang melakukan interaksi internasional adalah Organisasi Internasional. Maka demikian menurut **Jack L. Plano** dan **Roy Olton**, Organisasi Internasional adaalah :

**“Suatu ikatan formal melampau suatu batas nasional yang menetapkan untuk membentuk mesin kelembagaan agar memudahkan kerjasama di antara mereka dalam bidang keamanan, sosial, politik serta bidang lainnya”.[[17]](#footnote-17)**

Organisasi Internasional didirikan atau di bentuk dengan suatu tujuan dengan maksud untuk saling membantu dalam memecahknan masalah atau persoalan yang dihadapi oleh negara-negara anggota maupun negara non anggota. Organisasi Internasional di tinjau dari kegiataan administrasinya dapat dibagi menjadi dua golongan yaitu, organisasi antar pemerintah (NGO) dan organisasi non pemerintah (NGO), menurut **William D. Coplin**, maka dengan demikian menurutnya Organisasi Internasional adalah :

**“Suatu Organisasi yang dibentuk antara individu-individu atau organisasi atau organisasi swasta diberbagai negara. Organisasi ini berbeda dari organisasi antara pemerintah, karena anggotanya bukan negara, melainkan warga Negara dan Organisasi-organisasi swasta”.[[18]](#footnote-18)**

**Banyu Perwita** dan **Mochamad Yani** dalam bukunya *Pengantar Ilmu Hubungan Internasional* mendifinisikan Organisisi Internasional sebagai :

**“suatu struktur formal dan berkelanjutan yang dibentuk atas suatu kesepakatan antara anggota-anggota (pemerintah dan non pemerintah) dari dua atau lebih negara berdaulat dengan tujuan mengejar kepentingan bersama para angotanya. Lebih lanjut, upaya mendifinisikan suatu organisasi internasional harus melihat tujuan yang ingin dicapai, institusi-institusi yang ada, suatu proses perkiraan peraturan-peraturan yang dibuat pemerintah terhadap hubungan antara suatu negara dengan aktor-aktor negara”.[[19]](#footnote-19)**

Facebook adalah sebuah [layanan jejaring sosial](https://id.wikipedia.org/wiki/Layanan_jejaring_sosial) yang diluncurkan pada bulan Februari 2004, dan berkantor pusat di [Menlo Park, California](https://id.wikipedia.org/wiki/Menlo_Park,_California), [Amerika Serikat](https://id.wikipedia.org/wiki/Amerika_Serikat). Pada September 2012, Facebook memiliki lebih dari [satu miliar](https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Daftar_komunitas_virtual_dengan_lebih_dari_100_juta_pengguna&action=edit&redlink=1) pengguna aktif,lebih dari separuhnya menggunakan [telepon genggam](https://id.wikipedia.org/wiki/Telepon_genggam). Pengguna harus mendaftar sebelum dapat menggunakan situs ini. Setelah itu, pengguna dapat membuat [profil pribadi](https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Profil_pengguna&action=edit&redlink=1), menambahkan pengguna lain sebagai [teman](https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Berteman&action=edit&redlink=1), dan bertukar pesan, termasuk pemberitahuan otomatis ketika mereka memperbarui profilnya. Selain itu, pengguna dapat bergabung dengan grup pengguna dengan ketertarikan yang sama, diurutkan berdasarkan tempat kerja, sekolah atau perguruan tinggi, atau ciri khas lainnya, dan mengelompokkan teman-teman mereka ke dalam daftar seperti "Rekan Kerja" atau "Teman Dekat".[[20]](#footnote-20)

Salah satu aktivitas yang sering dilakukan oleh pengguna *Facebook* adalah melakukan transaksi penjualan.Banyak diantara penjual tersebut termasuk ke dalam kategori Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Di Indonesia, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) telah diatur oleh Undang-Undang no. 20 tahun 2008. Menurut **UU no. 20 tahun 2008**, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) didefinisikan sebagai:

**“Peluang usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur oleh undang-undang. Usaha kecil adalah peluang usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri,yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi yang kriteria usaha kecil sebagaimana yang dimaksud dalam undang-undang. Kriteria UMKM, peluang usaha mikro memiliki asset maksimal Rp. 50 juta, dengan omset maksimal Rp. 300 juta/tahun. Peluang usaha kecil memiliki asset > Rp. 50 juta- Rp. 500 juta dengan omset > Rp. 300 juta-Rp. 2,5 M/tahun. Peluangusaha menengah memiliki asset > Rp. 500 juta-Rp. 10 M dengan omset > Rp. 2,5 M-Rp. 50 M/tahun.”**[[21]](#footnote-21)

Di Negara yang sedang berkembang UMKM yang ada memiliki karakteristik yang berbeda dengan usaha besar, karakteristik yang dimiliki adalah sebagai berikut:

1. Jumlah perusahaan sangat banyak jauh melebihi jumlah usaha besar. Terutama dari kategori usaha mikro, dan usaha kecil. Berbeda dengan usaha besar dan usaha menengah, usaha mikro dan usaha kecil tersebar diseluruh pelosok perdesaan, termasuk diwilayah-wilayah yang terisolasi. Oleh karena itu, kelompok usaha ini mempunyai suatu signifikansi lokal yang khusus untuk ekonomi perdesaaan. Dalam kata lain, kemajuan pembangunan ekonomi perdesaan sangat ditentukanoleh kemajuan pembangunan UMKMnya.[[22]](#footnote-22)
2. Karena sangat padat karya, berarti mempunyai suatu potensi pertumbuhan kesempatan kerja yang sangat besar, pertumbuhan UMKM dapat dimasukkan sebagai suatu elemen penting dari kebijakan-kebijakan nasional untuk meningkatkan kesempatan kerja dan menciptakan pendapatan, terutama bagi masyarakat miskin. Hal ini juga yang bisa menjelaskan kenapa pertumbuhan UMKM menjadi semakin penting diperdesaan di negara sedang berkembang, terutama diderah-daerah dimana sektor pertanian mengalami stagnasi atau sudah tidak mampu lagi menyerap pertumbuhan tahunan dari penawaran tenaga kerja diperdesaan. Teori dari A. Lewis (suplai tenaga kerja tak terbatas), kondisi kelebihan tenaga kerja diperdesaan akan mencipatakan arus manusia terus-menerus dari perdesaan ke perkotaan. Apabila kegiatan-kegiatan ekonomi perkotaan tidak mampu menyerap pendatang-pendatang tersebut, jumlah pengangguran akan meningkat dan akan muncul banyak masalah sosial diperkotaan. Oleh sebab itu, kegiatan-kegiatan nonpertanian diperdesaan, terutama industry, selalu diharapkan bisa berfungsi sebagai sumber penyerapan kelebihan penawaran tenaga kerja ke sektor pertanian sehingga bisa membatasi arus migrasi perkotaan dan dalm hal ini UMKM perdesaan dapat memainkan suatu peran yang signifikan.[[23]](#footnote-23)
3. Banyak UMKM bisa tumbuh pesat. Bahkan, banyak UMKM bisa bertahan pada saat ekonomi Indonesia dilanda suatu krisis besar pada tahun 1997-1998. Oleh sebab itu, kelompok usaha ini dianggap sebagai perusahaan-perusahaan yang memiliki fungsi sebagai basis bagi perkembangan usaha lebih besar. Misalnya usaha mikro bisa menjadi landasan bagi pengembangan usaha kecil, sedangkan usaha kecil bagi usaha menengah dan usaha menengah bagi usaha besar.[[24]](#footnote-24)
4. Walaupun pada umumnya masyarakat perdesaan miskin, banyak bukti yang menunjukkan bahwa orang-orang desa yang miskin bisa menabung dan mereka mau mengambil resiko dengan melakukan investasi. Dalam hal ini, UMKM bisa menjadi suatu titik permulaan bagi mobilitas tabungan/investasi diperdesaan sementara pada waktu yang sama, kelompok usaha ini dapat berfungsi sebagai tempat pengujian dan peningkatan kemampuan berwirausaha dari orang-orang desa.[[25]](#footnote-25)
5. Walaupun banyak barang yang diproduksi oleh UMKM juga untuk masyarakat kelas menengah dan atas, terbukti secara umum bahwa pasar utama bagi UMKM adalah untuk barang-barang konsumsi sederhana dengan harga relatif murah, seperti pakaian jadi dengan desain sederhana, mebel dari kayu, bamboo, dan rotan, barang-barang lainnya dari kayu, alas kaki, dan alat-alat dapur dari aluminium dan plastic. Barang-barang ini memenuhi kebutuhan sehari-hari masyarakat miskin atau masyarakat berpendapatan rendah. Namun demikian, banyak juga UMKM yang membuat barang-barang nonkonsumsi, seperti peralatan-peralatan produksi, berbagai macam mesin sederhana dan/atau komponen-komponennya, bahan-bahan bangunan dan barang-barang setengah jadi lainnya untuk kebutuhan kegiatan-kegiatan dibanyak sektor, seperti industri, konstruksi, pertanian, perdagangan, pariwisata dan transportasi.[[26]](#footnote-26)
6. Seperti sering dikatakan didalam tulisan satu keunggulan dari UMKM adalah tingkat fleksibilitasnya yang tinggi, relatif mampu bersaing terhadap pesaingnya yaitu usaha besar. Kelompok usaha ini dilihat sangat pentingdi industri-industri yang tidak stabil atau ekonomi-ekonomi yang menghadapi perubahan-perubahan kondisi pasar yang cepat, seperti kondisi ekonomi 1997-1998 yang dialami oleh beberapa negara di Asia Tenggara, termasuk Indonesia. Menurut laporan BPS terdapat perbedaan antara usaha mikro usaha kecil dan usaha menengah dalam latar belakang atau motivasi pengusaha melakukan usaha. Perbedaan motivasi pengusaha sebenarnya harus dilihat sebagai karakteristik paling penting untuk membedakan antara UMKM dengan usaha besar, maupun antar subkategori didalam kelompok UMKM itu sendiri. Menurut laporan itu, sebagian besar pengusaha mikro di Indonesia mempunyai latar belakang ekonomi yakni alasan utama melakukan kegiatan tersebut adalah ingin memperoleh perbaikan penghasilan. Perbedaan lain antara UMKM dengan usaha besar maupun didalam kelompok UMKM itu sendiri menurut status badan hukum.Jelas, semua perusahaan didalam kelompok usaha besar berbadan hukum. Namun tidak demikian dengan UMKM. Berdasarkan hasil survey BPS, terlihat bahwa sebagian besar UMKM tidak berbadan hukum yang mencapai sekitar 95,1 persen dari jumlah unit usaha.[[27]](#footnote-27)

Banyak Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang sukses baik di kawasan nasional maupun internasional.Hal tersebut dapat terwujud karena pendirinya bekerja dengan efektif untuk mengembangkan usahanya.

Efektif suatu kosa kata dalam Bahasa Indonesia yang berasal dari bahasa inggris yaitu: “Efective” yang berarti berhasil ditaati, mengesahkan, mujarab dan mujur. Dari sederetan arti di atas, maka yang paling tepat adalah berhasil dengan baik. Jika seseorang dapat bekerja dengan baik maka ia dapat dikatakan bekerja dengan efektif. Dalam pelaksanaan kerja selalu memakai 5 sumber usaha yaitu Pikiran, Tenaga,  Waktu, Uang, dan Benda. Walaupun gabungan yang berbeda untuk masing-masing jenis pekerjaan pada umumnya orang melakukan kegiatan tertentu ingin memeperoleh hasil yang maksimal. Tetapi permasalahan efektivitas itu menyangkut banyak hal, oleh karena itu para ahli memberikan defenisi yang beragam untuk menjelaskan apa arti batasan  dari pengertian efektivitas itu.[[28]](#footnote-28)

**Amin Tunggul Widjaya (1993:32)** mengemukakan:

“Efektivitas adalah hasil membuat keputusan yang mengarahkan melakukan sesuatu dengan benar, yang membantu memenuhi misi suatu perusahaan atau pencapaian tujuan”.

Selanjutnya **Permata Wesha (1992:148)** mengatakan :

**“Efektivitas adalah keadaan atau kemampuan berhasilnya suatu kerja yang dilakukan oleh manusia untuk membrikan guna yang diharapakan untuk melihat efektivitas kerja pada umumnya dipakai empat macam pertimbangan yaitu : Pertimbangan ekonomi, Pertimbangan fisiologi, Pertimbangan Psikologi dan Pertimbangan Sosial”.**

1. **Hipotesis Penelitian**

Berdasarkan kerangka teori yang telah disampaikan di atas, maka penulis menarik hipotesis atau kesimpulan yang bersifat sementara, bahwa:

**“Jika Kerjasama Pemerintah Kota Bandung dengan Facebook melibatkan pelaku bisnis lokal, Maka daya saing UMKM akan meningkat Secara Promosi maupun Kualitas.**

1. **Operasionalisasi Variabel dan Indikator**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Variabel  (Teoritik) | Indikator  (Empirik) | Vertifikasi  (Analisis) |
| Variabel bebas :  Kerjasama Pemerintah Kota Bandung dengan Facebook | 1. 1. Adanya Mou dalam kerjasama pemerintah kota bandung dengan facebook. | 1.Data (fakta dan angka) mengenai adanya Mou dalam kerjasama pemerintah kota bandung dengan facebook.  (https://portal.bandung.go.id/posts/2016/09/01/9p0o/persemian-kerjasama-antara-facebook-dengan-pemkot-bandung) |
| Variabel Terikat :  Daya Saing UMKM Bandung | 2. Adanya peningkatan kualitas  3. Adanya peningktan promosi | 2. Data (fakta dan angka) mengenai adanya peningkatan kualitas.  Hadapi MEA, Pemkot Bandung Tingkatkan Kualitas Daya Saing Pelaku UMKM  (http://jabar.tribunnews.com/2016/01/06/hadapi-mea-pemkot-bandung-tingkatkan-kualitas-daya-saing-pelaku-umkm)  3. Data (fakta dan angka) mengenai adanya peningkatan promosi.  Hadapi MEA, Pemkot Bandung Fasilitasi Pelaku UMKM Lakukan Pameran  (http://jabar.tribunnews.com/2016/01/06/hadapi-mea-pemkot-bandung-fasilitasi-pelaku-umkm-lakukan-pameran) |

1. **Skema Kerangka Teoritis**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  | MEA 2015 | | | |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Pemerintah Kota Bandung | | |  |  |  | Facebook | | |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  | MOU | | | |  |  |
|  |  |  | Pemerintah Kota Bandung-Facebook | | | |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  | Upaya peningkatan daya saing UMKM | | | |  |  |
|  |  |  | melalui peningkatan promosi dan kualitas | | | |  |  |
|  |  |  |  | | | |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  | Kerjasama Pemerintah Kota Bandung- | | | |  |  |
|  |  |  | facebook belum efektif dalam meningkatkan daya saing UMKM secara promosi dan kualitas | | | |  |  |
|  |  |  |  | | | |  |  |
|  |  |  |  | | |  |  |  |

## Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data

### Metode Penelitian

Metode penelitian adalah suatu teknik atau cara mencari, memperoleh, mengumpulkan atau mencatat data, baik berupa data primer maupun data sekunder yang digunakan untuk keperluan menyusun suatu karya ilmiah dan n permasalahan sehingga akan terdapat suatu kebenaran data-data yang akan diperoleh. Untuk lebih jelasnya ada beberapa pengertian metode penelitian menurut para ahli yaitu:

Menurut **Sugiyono (2009:2)** menjelaskan bahwa metode penelitian adalah sebagai berikut:

**“Metode Penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendaptkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dibuktikan dan dikembangkan suatu pengetahuan sehingga gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisifikasi masalah”.**

Sedangkan pengertian Menurut **I Made Wirartha (2006:68)** metode penelitian adalah sebagai berikut :

**“Suatu cabang ilmu pengetahuan yang membicarakan atau mempersoalkan cara-cara melaksanakan penelitian (yaitu meliputi kegiatan-kegiatan mencari, mencatat, merumuskan, menganalisis sampai menyusun laporannya) berdasarkan fakta-fakta atau gejala-gejala secara ilmiah.”**

Berdasarkan rumusan tujuan sebelumnya, metode penelitian yang digunakan penulis dalam menyusun laporan tugas akhir ini menggunakan metode deskriptif analitis, yaitu suatu metode penelitian dengan mengungkapkan masalah yang ada di perusahaan, mengolah data, menganalisis, meneliti dan menginterprestasikan serta membuat kesimpulan dan memberi saran yang kemudian disusun pembahasannya secara sistematis sehingga masalah yang ada di perusahaan dapat dipahami.

Dengan kata lain penelitian deskriptif analitis mengambil masalah atau memusatkan perhatian kepada masalah-masalah sebagaimana adanya saat penelitian dilaksanakan, hasil penelitian yang kemudian diolah dan dianalisis untuk diambil kesimpulannya.

### Teknik Pengumpulan Data

Untuk mempermudah sekaligus mengarahkan penulis dalam melakukan proses penelitian khususnya dalam mencari data yang berkaitan dengan tema penelitian, ada beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan penulis antara lain :

1. Studi Kepustakaan/Literature (*Library research*) yautu penelusuran data-data yang bersumber dari bahan-bahan tulisan baik buku, informasi-informasi berdasarkan penelaah literature atau referensi baik yang bersumber dari artikel-artikel, surat kabar, jurnal, internet.
2. Wawancara (*Interview*) adalah teknik pengumpulan data dan informasi dengan secara langsung melakukan dialok (tanya jawab) dengan pihak-pihak yang berkomitmen berkaitan dengan tema penelitian.
3. **Lokasi Penelitian dan Lama Penelitian**
4. Lokasi yang penulis tuju dalam mendapatkan data yang relevan yaitu:
   1. Perpustakaan FISIP Universitas Pasundan

Jln. Lengkong Besar No. 68 Bandung

* 1. Kantor Pemerintah Kota Bandung

Jln. Wastukencana No. 02

* 1. Kantor Dinas Koperasi UKM Perindustrian dan Perdagangan Kota Bandung

Jln. Kawaluyaan No.02, Jata Sari, Buah Batu Kota Bandung

1. Lamanya waktu penelitian dalam menulis penelitian ini membutuhkan waktu enam bulan terhitung dari tanggal di sahkannya judul penelitian ini pada bulan November 2016 sampai April 2017.
2. **Sistematika Penulisan**

Dalam penulisan skiripsi ini terdiri dari lima bab dengan sistematik penulisan sebagai berikut :

**BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini akan dipaparkan tentang latar belakang masalah penelitian yang membahas tentang informasi awal mengenai subjek-subjek yang akan dibahas. Indetifikasi masalah, merupakan beberapa masalah terkait bahasan. Rumusan masalah, yang berisikan masalah utama dalam penelitian. Lalu terdapat pula tujuan penelitian, kegunaan penelitian, kerangka penelitian, metode penelitian, teknik pengumpulan data. Selain itu, lokasi penelitian, jadwal dan kegiatan penelitian serta sistematika penelitian pun terdapat pada bab satu.

**BAB II : OBYEK VARIABEL BEBAS**

Dalam bab ini akan dipaparkan mengenai variabel yang mempengaruhi atau variabel penjelas. Menguraikan tentang tema utama atau masalah yang dijadikan sebagai variabel bebas.

**BAB III : OBYEK VARIABEL TERIKAT**

Bab ini akan menjelaskan berkenaan tentang variabel yang dipengaruhi. Berisikan urutan informasi umum atau mengenai tema masalah yang penulis jadikan sebagai variabel terikat.

**BAB IV : VERTIFIKASI DATA**

Sedangkan pada bab empat ini, berisikan uraian data yang menjawab indikator variabel bebas dan variabel terikat. Serta, penulis juga akan memberikan penjelasan dari jawaban hipotesis yang penulis pakai dan juga indikator-indikator penelitian, baik itu adalah indikator dari variabel bebas maupun variabel terikat. Semua hal tersebut akan di deskripsikan dalam data, sub judul dan materi.

**BAB V : KESIMPULAN**

Pada bab lima yang sekaligus merupakan bab terakhir dalam penelitian ini berisikan tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang telah di teliti, serta pembuktian dari hipotesis yang dipakai oleh penulis.

**BAB II**

**KERJASAMA PEMERINTAH KOTA BANDUNG DENGAN FACEBOOK**

1. **Gambaran Umum Kota Bandung**

**1. Kondisi Geografis Bandung**

Kota Bandung terletak di antara 107º 36’ Bujur Timur dan 6 º 55’ Lintang Selatan. Ketinggian tanah 791m di atas permukaan laut, titik terendah m berada di sebelah selatan dengan permukaan relatif datar dan titik tertinggi m berada di sebelah utara dengan kontur yang berbukit-bukit. Wilayah Kota Bandung dilewati oleh 15 sungai sepanjang 265,05 Km, dimana sungai utamanya yaitu Sungai Cikapundung beserta anak-anak sungainya pada umumnya mengalir ke arah selatan dan bermuara ke Sungai Citarum. Dengan keadaan geologis dan tanah terdiri atas lapisan aluviall hasil letusan Gunung Tangkuban Perahu. Jenis material di bagian Utara umumnya merupakan jenis andosol, sedangkan di bagian Selatan serta Timur terdiri atas sebaran jenis aluviall kelabu dengan bahan endapan liat. Di bagian Tengah dan Barat tersebar jenis tanah andosol.

Iklim asli Kota Bandung dipengaruhi oleh iklim pegunungan di sekitarnya, namun pada beberapa tahun belakangan mengalami peningkatan suhu yang disebabkan antara lain oleh polusi dan meningkatnya suhu global (*global warming*). Kota Bandung tergolong daerah yang cukup sejuk, dengan temperature udara rata-rata 23º C (1995-2008). Temperatur ini dipengaruhi oleh ketinggian sekitar lingkungan pegunungan atau cekungan dan berbagai danau besar yang terletak disekitarnya, serta perubahan iklim global. Temperatur rata-rata di Kota Bandung pada Tahun 2008 terdapat temperatur maksimum yang mencapai 30.7ºC pada bulan September 2008. Hal ini mengindekasikan bahwa sebenarnya terdapat kenaikan temperatur di Kota Bandung. Sementara itu bila di analisis dalam kurun waktu yang lebih panjang, yaitu temperatur udara rata-rata maksimum dalam 20 tahun terakhir, temperatur di Kota Bandung naik sekitar 2ºC, dan kenaikan tersebut dinilai signifikan dalam dunia meteorologi.[[29]](#footnote-29)

Kota Bandung sebagai kota metropolitan, sekarang ini telah berkembang dengan pesat, baik secara fisik maupun non fisik. Faktor utama yang memberikan keuntungan bagi pembangunan di Kota Bandung adalah selain sebagai ibukota provinsi, juga letak geografis Kota Bandung sangat strategis yang menjadikan persimpangan dan sentra pertemuan yang berada tepat di tengah provinsi, yang menjadikan titik temu seluruh daerah yang berada di wilayah selatan dan utara provinsi Jawa Barat sebelum ditransfer ke Jakarta sebagai pusat perekonomian nasional.

Dalam Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 1997 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Nasional (RTRWN), Kota Bandung telah ditetapkan sebagai salah satu Pusat Kegiatan Nasional (PKN) dan Kawasan Andalan Cekungan Bandung. Dengan penetapan tersebut, Kota Bandung makin berkembang dan makin banyak menarik pendatang dan penduduk dari wilayah lain disekitarnya untuk bermigrasi, baik untuk menetap maupun untuk melakukan segala kegiatan bisnisnya sebagai penduduk komuter. Perkembangan ini dapat menjadi daya dukung bagi Kota Bandung dalam melakukan pembangunan tetapi sebaliknya bisa juga menjadi beban bagi Kota Bandung jika potensi yang ada tidak memiliki kualitas yang dibutuhkan dalam pembangunan Kota Bandung secara keseluruhan.[[30]](#footnote-30)

Batas Administrasi Daerah Bandung

Kota Bandung secara administratif berbatasan dengan daerah kabupaten/kota lainnya yaitu :

1. Sebelah Utara berbatasan dengan Kabupaten Bandung, dan Kabupaten Bandung Barat (KBB).
2. Sebelah Barat berbatasan dengan Kabupaten Bandung Barat dan Kota Cimahi.
3. Sebelah Timur berbatasan dengan Kabupaten Bandung
4. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kabupaten Bandung.

Berdasarkan posisi tersebut, maka Kota Bandung berada pada lokasi yang cukup strategis, dilihat dari segi komunikasi dan potensi perekonomian. Hal tersebut disebabkan Kota Bandung terletak pada pertemuan poros jalan utama di Pulau Jawa, yaitu :

1. Barat – Timur, pada posisi ini Kota Bandung menjadi poros tengah yang menghubungkan antara Ibukota Provinsi Banten dan Jawa Tengah.
2. Utara – Selatan, selain menjadi penghubung utama Ibukota Negara dengan wilayah Selatan, juga menjadi lokasi titik temu antara daerah penghasil perkebunan, peternakan dan perikanan.[[31]](#footnote-31)

Luas Wilayah

Kota Bandung terdiri dari 30 Kecamatan dan 151 Kelurahan, mempunyai Luas wilayah 16.729,65 Ha. Luas tersebut didasarkan pada Peraturan Daerah Kotamadya Daerah Tingkat II Bandung Nomor 10 Tahun 1989 tentang Perubahan Batas Wilayah Kotamadya Daerah Tingkat II Bandung yang merupakan tindak lanjut dikeluarkannya Peraturan Pemerintah Nomor 16 tahun 1987 tentang Perubahan Batas Wilayah Kotamadya Daerah Tingkat II Bandung dengan Kabupaten Daerah Tingkat II Bandung.[[32]](#footnote-32)

Kondisi Topografis

Kota Bandung secara topografis terletak pada ketinggian 791 Meter di atas permukaan laut (dpl), titik tertinggi berada di daerah Utara dengan ketinggian 1.050 Meter dpl, dan titik terendah berada di sebelah Selatan dengan ketinggian 675 Meter dpl. Di wilayah Kota Bandung bagian Selatan sampai jalur lintasan kereta api, permukaan tanah relatif datar, sedangkan di wilayah kota bagian Utara konturnya berbukit-bukit.[[33]](#footnote-33)

**2. VISI DAN MISI KOTA BANDUNG**

Visi Kota Bandung :

**TERWUJUDNYA KOTA BANDUNG  YANG UNGGUL, NYAMAN,  
DAN SEJAHTERA**

Penjabaran Visi di atas adalah sebagai berikut:

Bandung : Meliputi wilayah dan seluruh isinya. Artinya Kota Bandung dan semua warganya yang berada dalam suatu kawasan dengan batas-batas tertentu yang berkembang sejak tahun 1811 hingga sekarang.

Unggul : Menjadi yang terbaik dan terdepan dengan mempertahankan pencapaian sebelumnya serta menjadi contoh bagi daerah lain dalam upaya terobosan perubahan bagi kenyamanan dan kesejahteraan warga Kota Bandung.

Nyaman. : Terciptanya suatu kondisi dimana kualitas lingkungan terpelihara dengan baik melalui sinergitas lintas sektor sehingga dapat memberikan kesegaran dan kesejukan bagi penghuninya Kota yang nyaman adalah suatu kondisi dimana berbagai kebutuhan dasar manusia seperti tanah, air, dan udara terpenuhi dengan baik sehingga nyaman untuk ditinggali serta ruang-ruang kota dan infrastruktur pendukungnya responsif terhadap berbagai aktifitas dan perilaku penghuninya.

Sejahtera : Lahir dan batin melalui peningkatan partisipasi dan kerjasama seluruh lapisan masyarakat , agar dapat memfungsikan diri sebagai hamba dan wakil Tuhan di bumi. Kesejahteraan yang ingin diwujudkan merupakan kesejahteraan yang berbasis pada ketahanan keluarga dan Iingkungan sebagai dasar pengokohan sosial. Masyarakat sejahtera tidak hanya dalam konteks lahiriah dan materi saja, melainkan juga sejahtera jiwa dan batiniah. Kesejahteraan dalam artinya yang sejati adalah keseimbangan hidup yang merupakan buah dari kemampuan seseorang untuk memenuhi tuntutan dasar seluruh dimensi dirinya, meliputi ruhani, akal, dan jasad. Kesatuan elemen ini diharapkan mampu saling berinteraksi dalam melahirkan masa depan yang cerah, adil dan makmur. Keterpaduan antara sejahtera lahiriah dan batiniah adalah manifestasi dari sejahtera yang paripurna. Kesejahteraan yang seperti inilah yang akan membentuk kepecayaan diri yang tinggi pada masyarakat Kota Bandung untuk mencapai kualitas kehidupan yang semakin baik, hingga menjadi teladan bagi kota lainnya.[[34]](#footnote-34)

Misi Kota Bandung :

1. Mewujudkan Bandung nyaman melalui perencanaan tataruang, pembangunan infrastruktur serta pengendalian pemanfaatan ruang yang berkualitas dan berwawasan lingkungan.
2. Menghadirkan tata kelola pemerintahan yang akuntabel, bersih dan melayani
3. Membangun masyarakat yang mandiri, berkualitas dan berdaya saing
4. Membangun perekonomian yang kokoh, maju, dan berkeadilan.

Misi Pertama : Mewujudkan Bandung nyaman melalui perencanaan tataruang, pembangunan infrastruktur serta pengendalian pemanfaatan ruang yang berkualitas dan berwawasan lingkungan. Dimaksudkan untuk menciptakan kenyamanan bagi seluruh warga Kota Bandung melalui pembangunan infrastruktur yang berkualitas dengan memperhatikan daya tampung dan daya dukung lingkungan.

Misi Kedua : Menghadirkan tata kelola pemerintahan yang efektif, bersih dan melayani. Dimaksudkan untuk mewujudkan pelayanan birokrasi pemerintah Kota Bandung yang prima, menjalankan fungsi birokrasi sebagai pelayan masyarakat yang didukung dengan kompetensi aparat yang professional dan system modern berbasis IPTEK menuju tatakelola pemerintahan yang baik (Good Governance) dan pemerintahan yang bersih (Clean Gove rnment).

Misi Ketiga : Membangun masyarakat yang mandiri, berkualitas dan berdaya saing. Dimaksudkan untuk mewujudkan warga Kota Bandung yang sehat, cerdas, dan berbudaya yang bercirikan meningkatnya ketahanan keluarga, menurunnya jumlah Penyandang Masalah Kesejahteraan Sosial (PMKS), tingginya peran pemuda dalam pembangunan, meningkatnya prestasi olah raga tingkat nasional dan internasional, terpeliharanya seni dan warisan budaya.

Misi Keempat : Membangun perekonomian yang kokoh, maju, dan berkeadilan. Dimaksudkan untuk  meningkatkan kesempatan kerja dan perlindungan tenaga kerja, menciptakan iklim usaha yang kondusif, mengembangkan koperasi dan UMKM, mewujudkan pariwisata yang berdaya saing dan bekelanjutan, Meningkatkan ketahanan pangan. Mengembangkan sistem pembiayaan kota terpadu.[[35]](#footnote-35)

1. **Potensi Kota Bandung**

**1. Potensi Kota Bandung Infrastruktur**

1) Sarana perhubungan bandara Husen, Dry Port Peti Kemas Gede Bage, Tol Cipularang.

2) Sarana telekomunikasi, Jaringan IT, provider.

3) Sarana dan Prasarana perdagangan, Mall, FO, Toko Modern, Pasar Tradisional.

4) Sarana akomodasi dan logistik.

5) Sarana kepariwisataan 250 Hotel,Tempat Hiburan, Restoran,Wisata Belanja.

**2. Potensi Kota Bandung Kualitas dan Kompetensi SDM**

1) Perguruan Tinggi (103 PT)

2) Komunitas Kreatif (15 Sektor)

3) Lembaga Pendidikan dan Pelatihan

4) Balai-balai industri (Logam, keramik, tekstil, selulosa).

5) Gedung Pelayanan Teknis

6) Lembaga sertifikasi (Sucofindo, LS Pro Tekstil, Keramik, Tekstil, Logam)

**3. Potensi Kota Bandung Komoditi Unggulan Kota Bandung**

1) Potensi UMKM yang besar (333.512 unit usaha).

2) Komoditi Pariwisata (Destinasi pariwisata Perhotelan, pusat seni dan budaya).

3) Produk sentra industri dan Perdagangan.

4) Komoditi Industri dan Perdagangan (Tekstil, Produk Tekstil, Makanan minuman, Komponen otomotif, Handicraft, Industri Kreatif).

**4. Potensi Kota Bandung Pelayanan Publik**

1) Pelayanan Perijinan Satu Atap : Badan Pelayanan Perijinan Terpadu.

2) Kemudahan perijinan (bebas retribusi SIUP, TDP, IUI, TDI,TDG, IUTM, ITPMB ) : Pelayanan Prima.

3) Dukungan permodalan (Bantuan Hibah, KUR, BPR) : Penguatan permodalan Masyarakat.

4) Perlindungan sengketa konsumen (BPSK) Dewan pengupahan kota, Dewan Pengembangan Ekonomi, BPPKU) : Perlindungan dan Kesejahteraan Masyarakat Kota Bandung.[[36]](#footnote-36)

1. **Struktur Ekonomi Kota Bandung**

**1. Potensi Unggulan Daerah**

Indikator yang dapat digunakan untuk mengetahui potensi Unggulan Daerah di Kota Bandung diilustrasikan melalui Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) yang menggambarkan pola konsumsi dan kemampuan atau kapasitas lapangan usaha dalam periode tahun berjalan, yang dihitung berdasarkan kontribusi masing-masing sektor dalam PDRB terhadap nilai PDRB. PDRB dapat dibagi menjadi dua jenis, yaitu PDRB Atas Dasar Harga Berlaku dan PDRB Atas Dasar Harga Konstan. PDRB Atas Dasar Harga Berlaku menunjukan kemampuan sumber daya ekonomi yang dihasilkan oleh suatu wilayah dan menunjukan pendapatan yang memungkinkan dapat dinikamti oleh penduduk suatu daerah. Sementara PDRB Atas Dasar Harga Konstan berguna untuk menunjukan LPE secara keseluruhan maupun sektoral dari tahun ke tahun. NIlai PDRB yang besar menunjukan kemampuan sumber daya ekonomi yang besar pula. [[37]](#footnote-37)

**2. Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Per Kapita**

Produk Domestik Regional Bruto atau lebih dikenal dengan PDRB merupakan salah satu indikator makro yang biasa digunakan untuk mengukur sejauh mana keberhasilan kinerja perekonomian suatu wilayah. Nilai PDRB mampu menggambarkan pertumbuhan ekonomi dalam kurun waktu tertentu, serta menggambarkan struktur ekonomi serta dapat pula menggambarkan analisis terhadap kinerja sektor perekonomian. Pemahaman yang mencukupi tentang PDRB akan berjalan dengan misi pembangunan ekonomi dengan pendapatn perkapita akan mampu mendongkrak daya beli sehingga kebutuhan masyarakat akan semakin banyak yang bisa terpenuhi.[[38]](#footnote-38)

Secara umum salah satu indikator yang menggambarkan tingkat kesejahteraan masyarakat secara makro adalah pendapatan per kapita. Kendati masih terdapat banyak kelemahan pada indikator ini, namun sampai saat ini masih banyak digunakan sebagai indikator makro untuk menentukan maju mundurnya pembangunan di suatu kawasan. Selama ini untuk mendapatkan indikator pendapatan per kapita digunakan PDRB per kapita sebagai pendekatannya.

Digunakannya PDRB per kapita sebagai pendekatan dalam penggambaran pendapatan per kapita adalah karena untuk mendapatkan variabel data pendapatan seperti faktor produksi dan transfer yang masuk dan keluar mengalami kesulitan. Angka PDRB per kapita diperoleh dengan cara membagi PDRB dengan jumlah penduduk pertengahan tahun.[[39]](#footnote-39)

**Tabel 3**

**PDRB Per Kapita Kota Bandung Tahun 2010-2013\*\***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Tahun | PDRB Perkapita Atas Dasar Harga Berlaku (Rp) | PDRB Perkapita Atas Dasar Harga Konstan Tahun 2000 (Rp) |
| 1 | 2 | 3 |
| 2010 | 34.240.720 | 13.235.475 |
| 2011 | 39.219.772 | 14.136.757 |
| 2012 | 45.135.932 | 15.255.635 |
| 2013 | 52.962.981 | 16.632.078 |

*Sumber : BPS Kota Bandung, Tahun 2014*

\* : Angka Sementara

\*\* : Angka Sangat Sementara

Tabel 3. Memperlihatkan bahwa PDRB per kapita Kota Bandung terus mengalami peningkatan yang cukup tinggi selama periode 2010-2013. Peningkatan PDRB per kapita Kota Bandung lebih disebabkan oleh kenaikan harga dan volume produksi komoditi-komoditi dari sektor perdagangan, hotel dan restoran yang menjadi andalan Kota Bandung.

Tahun 2010, PDRB per kapita atas dasar harga berlaku masyarakat di Kota Bandung mencapai 34,24 juta rupiah dan terus mengalami kenaikan hingga mencapai 52,96 juta rupiah pada tahun 2013. Peningkatan PDRB per kapita tersebut secara riil tidak serta merta menggambarkan kenaikan daya beli masyarakat Kota Bandung secara umum, karena PDRB per kapita yang dihitung berdasarkan PDRB atas dasar harga berlaku masih mengandung faktor inflasi yang sangat berpengaruh terhadap daya beli masyarakat.

Perkembangan daya beli masyarakat secara riil menggunakan PDRB per kapita didapatkan dari penghitungan PDRB atas dasar harga konstan. Pada tabel 3. Memperlihatkan adanya kenaikan daya beli riil masyarakat selama empat periode terakhir. Nilai PDRB per kapita yang dihitung dari PDRB atas dasar harga konstan naik dari tahun 2010 sebesar 13,24 Juta rupiah menjadi 15,26 juta rupiah di tahun 2012. Kemudian pada tahun 2013, nilainya kembali mengalami kenaikan menjadi 16,63 juta rupiah. Artinya di tahun 2013 terjadi pertumbuhan daya beli masyarakat secara riil sebesar 8,98 persen.[[40]](#footnote-40)

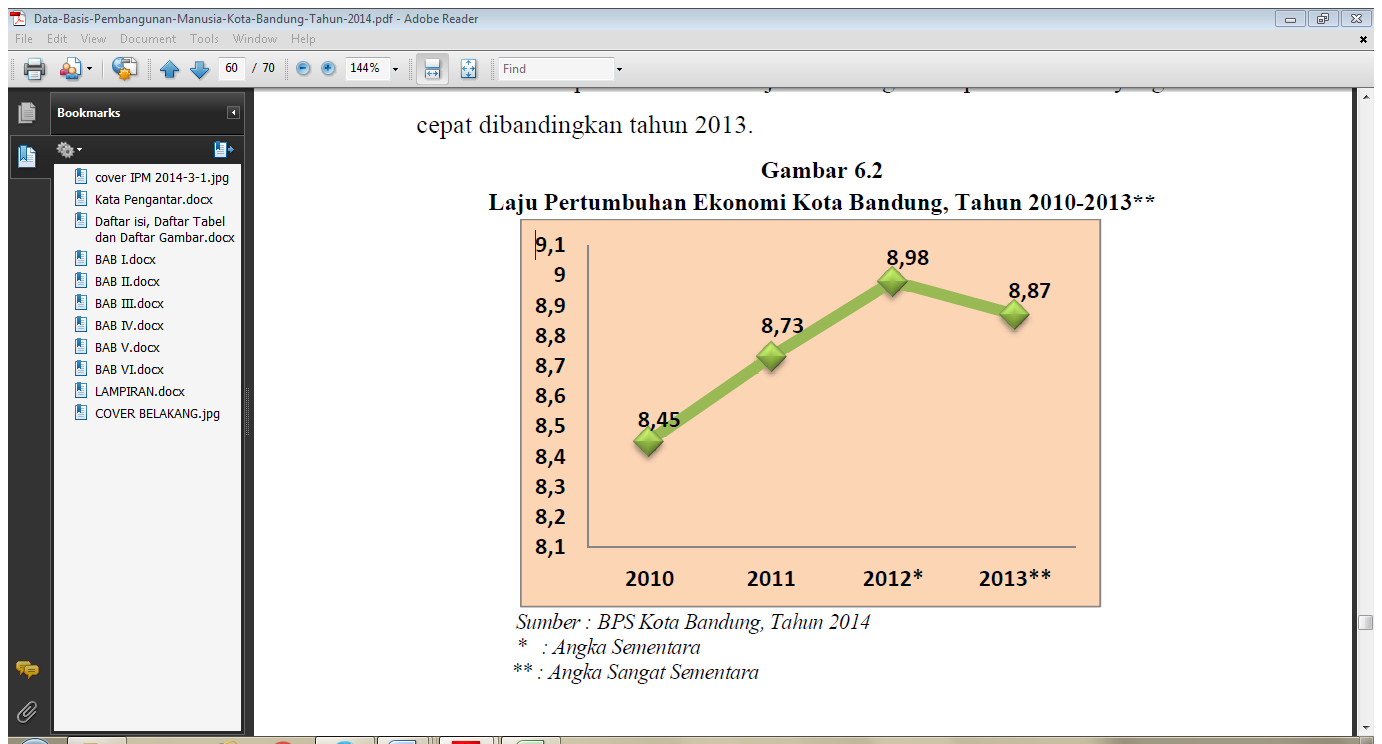
**3. Pertumbuhan Ekonomi Bandung**

Pertumbuhan ekonomi merupakan suatu kenaikan PDRB tanpa memandang apakah kenaikan itu lebih besar atau lebih kecil dari tingkat pertumbuhan penduduk, atau apakah perubahan struktur ekonomi terjadi atau tidak. Namun pada intinya pertumbuhan ekonomi tersebut merupakan suatu perkembangan dari berbagai kegiatan ekonomi.

Sejak tahun 1998 lalu pertumbuhan ekonomi kota Bandung cenderung menunjukkan perbaikan ke arah yang positif. Hal ini ditunjukkan dengan meningkatnya Laju Pertumbuhan Ekonomi di Kota Bandung. Angka Laju Pertumbuhan Ekonomi (LPE) ini merupakan salah satu indikator dalam menunjukkan kinerja perekonomian Kota Bandung secara umum, dimana terjadi peningkatan faktor produksi tanpa adanya pengaruh inflasi.[[41]](#footnote-41)

**Gambar 2**

**Laju Pertumbuhan Ekonomi Kota Bandung Tahun 2010-2013\*\***



Gambaran perkembangan kinerja ekonomi di suatu wilayah mampu dijelaskan melalui indikator makro yang dikenal dengan Laju Pertumbuhan Ekonomi (LPE). Umumnya, pertumbuhan ekonomi dapat diukur melalui pendekatan pendapatan regional. Pendapatan regional atas dasar harga konstan seperti halnya PDRB atas dasar harga konstan 2000 memberikan gambaran besaran kenaikan kuantitas barang dan jasa yang diproduksi oleh seluruh lapangan usaha setelah dihilangkannya faktor harga. LPE sering digunakan sebagai salah satu alat dalam menyusun strategi kebijakan bidang ekonomi. Pertumbuhan ekonomi menunjukkan perkembangan produksi dari barang dan jasa pada periode tertentu dibandingkan periode sebelumnya. Angka ini memiliki makna untuk menjelaskan apakah ada peningkatan atau penurunan dari kinerja pembangunan ekonomi suatu daerah tiap tahunnya.

Laju pertumbuhan ekonomi Kota Bandung secara makro pada beberapa tahun terakhir (2010-2013) cenderung mengalami fluktuasi, meskipun secara rata-rata laju pertumbuhan ekonomi pertahunnya telah mencapai 8,76 persen. Berdasarkan tahun dasar 2000,selama tiga tahun berturut-turut yaitu tahun 2010-2012, laju pertumbuhan ekonomi Kota Bandung terus mengalami peningkatan. Namun pada tahun 2013, laju pertumbuhan ekonomi Kota Bandung mengalami sedikit penurunan yaitu dari 8,98 persen pada tahun 2012 menjadi 8,87 persen pada tahun 2013 yang berarti bahwa pada tahun 2012 justru mengalami pertumbuhan yang lebih cepat dibandingkan tahun 2013.[[42]](#footnote-42)

1. **Perkembangan Facebook**

**1. Fase Perkembangan Facebook**

Perkembangan facebook dari tahun ke tahun yang mengalami banyak perubahan dan perkembangan, sebagai berikut:

a. Tahun 2004

Setalah di tutupnya situs jejaring sosial percobaan facemash.com sebagai cikal bakal Facebook, tepatnya pada tanggal 4 Februari 2004, Zuckerberg membuat sebuah situs baru bernama The Facebookyang beralamat *di* www.thefacebook.com. Untuk situs barunya ini, Zuckerberg berkomentar sedikit sarkastik yang dikutip oleh Maggots Blog, bahwa Menurut saya upaya pihak kampus yang ingin membuat media pertukaran informasi antar civitas akademik yang butuh waktu bertahun-tahun adalah hal yang tidak wajar. Dengan situs ini, aku bisa mengerjakannya cuma dalam waktu seminggu saja.

Saat pertama kali diluncurkan The Facebook hanya terbatas di kalangan kampus Harvard saja. Dalam waktu satu bulan para penggunanya sudah mencakup lebih dari setengah jumlah mahasiswa Harvard saat itu. Selanjutnya, sejumlah rekan Zuckerberg turut bergabung memperkuat tim the facebook.com. Mereka adalah Eduardo Saverin (analis usaha), Dustin Moskovitz (programmer), Andrew McCollum (desainer grafis), dan Chris Hughes.

Bulan maret 2004, the facebook.com mulai merambah ke beberapa kampus lain di kota Boston, AS dan juga ke sejumlah kampus ternama seperti Stanford, Columbia, Yale, dan Ivy League. Tak butuh waktu lama, situs ini telah tersebar penggunaannya di hampir semua kampus di AS dan Kanada. Bulan Juni 2004, Zuckerberg, McCollum dan Moskovitz memindahkan markas ke Palo Alto, California. Di sini mereka turut dibantu juga oleh Adam D'Angelo dan Sean Parker. Pertengahan 2004, the facebook.com mendapat investasi pertamanya dari salah seorang pendiri PayPal, Pieter Thiel.[[43]](#footnote-43)

b. Tahun 2005

Bulan Mei 2005, thefacebook.com mendapat suntikan dana segar hasil *join venture* dengan Accel Partners. Tanggal 23 Agustus 2005, thefacebook secara resmi membeli nama domain mereka dari Aboutface.com seharga USD 200.000 dan sejak saat itu penggalan frase *the* tidak dipakai lagi sehingga nama mereka resmi menjadi facebook.com.

Pada tahun 2005 ini juga, facebook telah memperluas jangkauan pengguna ke kalangan pelajar SMA. Masih di tahun yang sama, sejumlah universitas di Meksiko, Inggris Raya, Australia dan Selandia Baru juga sudah bisa menikmati jaringan Facebook.[[44]](#footnote-44)

c. Tahun 2006

Awal tahun 2006, Facebook diisukan akan diakuisisi oleh sebuah perusahaan dengan harga USD 750 juta, bahkan tawarannya melonjak hingga USD 2 miliar. Namun kabar ini tak terbukti. Pada bulan April 2006, Facebook mendapat suntikan dana segar USD 25 juta hasil investasi dari Peter Thiel, Greylock Partners, dan Meritech Capital Partners. Bulan Mei tahun yang sama Facebook mulai merambah benua Asia melalui India. Di pertengahan tahun, gilliran Israel dan Jerman.Akhirnya pada 11 September 2006, Facebook merubah status registrasinya menjadi *free to join* bagi semua pemilik alamat e-mail valid di seluruh dunia.[[45]](#footnote-45)

d. Tahun 2007

Bulan September 2007, Microsoft mengumumkan telah membeli 1,6% saham Facebook senilai USD 15 miliar. Dalam pengambilan saham ini juga tercakup kesepakatan bahwa Microsoft memiliki hak untuk memasang iklan mereka di Facebook.Melihat langkah ini sejumlah pemain raksasa lain seperti Google, Viacom, Friendster juga mengungkapkan minat mereka untuk berinvestasi di Facebook.Sebelumnya di tahun 2006, Yahoo! Telah menawarkan tawaran akuisisi senilai USD 1 miliar. November 2007, seorang miliuner Hongkong Li Ka-shing menanam investasi senilai USD 60 juta di Facebook.[[46]](#footnote-46)

e. Tahun 2008

Pada Agustus 2008, majalah Business Week melaporkan sejumlah pihak lain telah ikut menanamkan saham di Facebook sehingga diperkirakan nilai Facebook berkisar antara USD 3.75 miliar sampai USD 5 miliar.

f. Kondisi Terkini

Terlepas dari berbagai kontroversi di atas tak bisa dipungkiri bahwa demam Facebook sedang mewabah di seluruh dunia. Jadi kini tergantung anda sendiri memanfaatkan Facebook untuk tujuan apa dengan mempertimbangkan resiko-resiko yang menyertainya.

Apapun itu, saat ini menurut comScore Facebook adalah situs jejaring sosial terkemuka di dunia mengalahkan MySpace dan menurut Alexa untuk peringkat global berada di peringkat kelima, hanya kalah dari Google, Yahoo, Youtube dan Live.Sedangkan penghargaan yang pernah diterima adalah “Top 100 Classic Websites” tahun 2007 dari PC Magazine dan “People's Voice Award” tahun 2008 dari Webby Awards.[[47]](#footnote-47)

Dari data statisik pada tabel 14 dapat dilihat pengguna jejaring sosial Facebook dari tahun 2009 sampai pada tahun 2013 terus meningkat tiap tahunnya.[[48]](#footnote-48)

**Tabel 4**

**Perkembangan Pengguna Jejaring Sosial Facebook**

|  |  |
| --- | --- |
| **Tahun** | **Jumlah Pengguna (Juta)** |
| 2009 | 11,75 |
| 2010 | 19,01 |
| 2011 | 40,82 |
| 2012 | 44,6 |
| 2013 | 47.16 |

Dari Tabel 14 diatas perkembangan pengguna facebook dari tahun 2009-2013 mengalami peningkatan setiap tahunnya. Dilihat dari tahun 2009 jumlah pengguna mencapai 11,75 juta, pada tahun 2010 jumlah pengguna mencapai 19,01 juta, pada tahun 2011 para pengguna mencapai 40,82 juta, pada tahun 2012 jumlah pengguna mencapai 44,6 juta dan yang terakhir tahun 2013 jumlah pengguna mencapai 47,16 juta.

**Tabel 5**

**Lima Negara Pengguna *Facebook* Tertinggi di Dunia**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nama Negara** | **Jumlah Pengguna Facebook** |
| Amerika Serikat | 163.071.460 |
| Brazil | 66.552.420 |
| India | 61.499.220 |
| Indonesia | 47.165.080 |
| Meksiko | 39.945.620 |

Sumber: *Socialbakers.com* (2013)

Dari statistik negara pengguna *Facebook* terbesar di dunia yang dilakukan oleh situs *Socialbakers* pada tahun 2013, Indonesia menduduki peringkat keempat tertinggi dibawah Amerika, Brazil, dan India (*Socialbakers.com*: Selasa,5 Maret 2013, 19.00 WIB).

**2. Kelebihan Facebook**

Ada beberapa kelebihan Facebook antara lain yaitu :

a. Desain situs yang simple, clean, dan *uncustomizeable*. tidak seperti social network lain yang mengizinkan usernya meng-customize css yang malah membuat tampilan profile dengan warna yang menusuk mata, facebook tidak – atau belum – mengizinkan usernya merubah tampilan profile. isi *website* pun jadi lebih seimbang.

b. *Facebook Application*. Menggandeng developer pihak ketiga untuk membuat applikasi merupakan ide brilian dan edan. mendatangkan ide cemerlang secara cuma – cuma. Membuat perkembangan pesat dalam waktu singkat. simbiosis yang gila. lihat bagaimana beragamnya applikasi facebook.

c. Kecenderungan *user facebook* yang mengisi profile mereka dengan informasi yang tepat adanya. Tidak seperti *friendster* yang berisikan profile – profile mencolok mata yang centil dengan display ID samaran dengan Hu12Uf b315Ar K3c1L seperti ini.

d. *Privacy Setting*. Anda bisa mengeset siapa yang diperbolehkan mengakses informasi di profile anda, siapa yang tidak. Mungkin hal ini yang menyebabkan banyak public figure nyaman memiliki *account facebook* dengan namanya sendiri.

e. *Facebook Chat*. salah satu aplikasi yang sangat berguna menurut saya. chatting dengan kawan lama atau baru yang sedang online tanpa harus memberikan memiliki account IM messangernya. Hasil dari aplikasi ini, bisa chat dengan Eno Netral kemarin. hoho, lumayan lah, bisa nanya2 mengenai racerkids.

f. Sistem anti SPAM-nya. captcha nya dengan efektif membuat spammer tidak berkutik disana. baangkan dengan tetangga sebelah dengan link – link dan message spam nya.

g. Dan banyak lagi. groupnya, fitur video nya, *photo taggingnya*, *people who may you know*nya yang sangat membantu menemukan teman lama, banyak lagi. sangat banyak.

h. Namun dasar buatan manusia, selalu saja ada hal yang kurang berkenan. Manusiawi memang. Namun sedikit mereview saja. poin – poin kelebihan *facebook*.

i. Tampilan profile yang *uncustomizeable*. dua mata pisau memang. di satu sisi, menguntungkan, karena membuat tampilan menjadi clean.Untuk beberapa orang yang menyukai engekspresian diri via tampilan, hal ini sangat menyebalkan.

j. *Facebook aplication* yang sangat banyak. Saking banyaknya, jadi kurang berminat meluangkan waktu untuk mempelajari kegunaan aplikasinya satu persatu.

Tampilan situs yang berat, karena banyaknya aplikasi. bagi *user facebook* aktif yang doyan

menambah aplikasinya, tampilan profilenya pasti akan menjadi berat dan sangat meriah.[[49]](#footnote-49)

**E. Kerjasama Pemerintah Kota Bandung dengan Facebook**

**1. Latar Belakang Kerjasama Pemerintah Kota Bandung dengan Facebook**

Di awali dari kunjungan kerja Walikota Bandung Pak Ridwal Kamil ke negara Amerika pada tahun 2015. Di sana Pak Riwal Kamil berkunjung ke beberapa perusahaan salah satu yaitu Facebook. Di mana pak Ridwal Kamil ketemu dengan kepala pengembangan ekonomi asia pasifik Facebook Clair Devy disana mereka berbicara tentang produk-produk bandung. Bandung dipilih lantaran memiliki industri kecil berkualitas serta mempunyai keinginan besar untuk bersaing di pasar Asia.

Akhirnya setelah Pak Ridwal Kamil kembali ke Indonesia. Pihak Facebook datang ke bandung untuk menindaklanjuti apa yang dibicarakan di Amerika pada saat itu, di perusahaan Facebook itu sendiri. Walikota Pak Ridwal Kamil meminta ada satu aplikasi yang bisa dari produk-produk UMKM Bandung itu bisa masuk ke aplikasi tersebut. Dari Facebook sendiri itu mempromosikanlah produk-produk mereka tapi khususnya buat kota Bandung saja. Dimana buat Facebook sendiri sudah internasional jadi banyak yang datang ke situ. Harapan Wali Kota Bandung itu tidak Cuma sekedar jual beli di Bandung saja tetapi di dalam negeri maupun di luar negeri. Facebook sendiri sudah mempunyai program nama Boost Your Business. Boost Your Business itu adalah program dimana tidak hanya dikota Bandung saja tetapi dikota-kota di Indonesia lainnya. Program Boost Your Business itu adalah technical system bentuknya itu seperti olshop buat pengusaha-pengusaha UMKM, diajarkan untuk bisa menggunakan Facebook dengan baik, jadi penjualan bisa lebih baik lagi. Disini Facebook sendiri sudah jadi plattfrom untuk bisa jualan produk, jasa dll. Di bandung sendiri juga sudah melakukan sebuah seminar ke kota-kota untuk bagaimana caranya menggunakan Facebook dengan baik untuk bisa menjadi alat marketingnya. Dimana seminar pertama dilakukan di Pandopo kota Bandung, Jl. Dalem Kaum, Minggu (14/02/2016) dan seminar yang kedua dilakukan di daerah Cigondewah, Kota Bandung disitu diundang beberapa UMKM kurang lebih 200 usaha UMKM dan dihadiri Walikota Pak Ridwal Kamil dan Kepala Pengembangan Ekonomi Asia Pasifik Facebook Clair Devy.[[50]](#footnote-50)

**2. Facebook Pilih Kota Bandung Jadi Mitra Kerjasama UMKM**

Kota Bandung dipilih oleh facebook sebagai mitra kerjasamanya, tentunya Facebook tidak asal dalam memilih Bandung sebagai mitra kerjasama. Hal ini diungkapkan oleh pihak Facebook mengapa memilih kota Bandung, mereka mengklaim ada alasan yang menguntungkan dan logis secara startegi bisnis bagi facebook sendiri. Bukti keseriusannya itu ditunjukan oleh pihak facebook dengan menyediakan portal khusus yaitu “Little Bandung” yang bisa digunakan untuk mempromosikan produk usaha mikro,kecil dan menengah (UMKM) agar bisa menembus pasar Asia.

Kata Kepala Pengembangan Ekonomi Asia Pasifik Facebook, Clair Deevy “Dia kagum dengan kreatifitas warga Bandung dan banyaknya UMKM di kota Bandung serta komitmen kuat dari walikota. Jadi dia datang ke sini untuk membantu bagaimana cara tebaik menggunakan facebook untuk bisnis dan membantu para pelaku UMKM untuk membuat tampilan produknya di facebook lebih atraktif,”

Ridwan Kamil, portal Little Bandung akan disetup oleh google. Begitu juga di halaman bisnis, para pelaku UMKM Bandung akan diberi petunjuk cara mengunduh dan mampu menampilkan foto-foto berkualitas dari produknya. Bandung jadi kota pertama di Asean yang diajak kerjasama oleh facebook supaya mampu menembus pasar Asean.[[51]](#footnote-51)

Sebagai kota yang terus berkembang, Bandung menyimpan potensi pertumbuhan ekonomi masyarakat yang salah satunya dari Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Para pelaku ekonomi berbasis kemasyarakatan ini terdiri dari berbagai bidang. Untuk itu perlu danya pembinaan juga pengembangan dari berbagai pihak.salah satunya pemberdayaan yang dilakukan adalah dengan jaringan global.

Potensi UMKM Bandung memang sudah dikenal hingga mancanegara. Salah satunya dari perkembangan ekonomi kreatif. UMKM Bandung telah menjadi kiblat dalam urusan produk-produk berbasis ekonomi kerakyatan. Hal ini contoh produk fashion (kaos, topi, jaket, sepatu), produk kuliner dan produk lainnya. Bertempat di pendopo kota Bandung pada Minggu, 14 Februari 2016, ada 300 pelaku usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) hadir untuk mengikuti pelatihan pengembangan usaha.[[52]](#footnote-52)

Untuk mengakselerasi pertumbuhan dan meningkatkan kinerja Usaha Mikro dan Kecil Menengah (UMKM), Pemerintah Kota Bandung menggandeng media sosial Facebook untuk menyediakan platform bisnis berupa halaman khusus produk-produk produksi warga Bandung. Kerjasama ini ditandai dengan penandatanganan MoU Wali Kota Bandung Ridwan Kamil bersama Head Of Economic Growth Initiatives APAC Facebook Clair Deevy pada pelatihan “Boss Your Business with Facebook and City of Bandung tahap II". Kegiatan berlangsung di UPT Sentra Industri dan Perdagangan TPT Cigondewah, Kota Bandung, Rabu 31 Agustus 2016.[[53]](#footnote-53)

Bisnis di Kota Bandung merupakan kelompok yang sedang transisi menuju digital ekonomi. Dirinya yakin dengan kerja sama ini, kesejahteraan ekonomi Kota Bandung khususnya UMKM dapat lebih maju. Sehingga produk-produk asal Bandung dapat dikenal tidak hanya di Indonesia, tetapi hingga macanegara.“Kita sebagai warga yang kreatif harus harus jago ekonominya. Sebab kedepannya proses transaksi itu tidak harus datang ke toko untuk membeli, tetapi bertarnsaksi melalui ekonomi digital,” (Ridwal Kamil).

(Clair Deevy), Bandung menjadi salah satu kota yang dipilih untuk kerja sama. Karena merupakan salah satu kota dengan pengguna Facebook terbesar di Indonesia, dari jumlah total mencapai sekitar 88 juta pengguna.  
“Jadi dengan launchingnya bisnis dalam Facebook ini luar biasa. Dengan jumlah pengguna yang banyak, jika kita berdagang di iklan Facebook, dagangan produk kota Bandung pasti laku dan terus dipasarkan.” Bentuk Kerjasamanya yaitu dibantu mengakses dan megatur halaman bisnis di media Facebook, “Satu halaman bisnis Little Bandung. Kedua halaman bisnis dari pelaku UMKM. Agar jangan asal upload, harus yang berkualitas. Marketingnya harus bagus dengan cara marketing modern, sehingga tidak terkesan asal-asalan,“ [[54]](#footnote-54)

Adapun tujuan dari kerjasama antara Pemerintah Kota Bandung dan Fecebook ini adalah untuk meningkatkan kemampuan pelaku bisnis lokal untuk bersaing dengan produk dari luar negeri yang mulai masuk ke dalam negeri seiring pelaksanaan Masyarakat Ekonomi Asean (MEA).

**3.** **Alasan Pemerintah Kota Bandung Melakukan Kerjasama dengan Facebook dalam Menyikapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) 2015**

Kota Bandung merupakan kota metropolitan terbesar di Provinsi Jawa Barat, sekaligus menjadi ibu kota provinsi tersebut. Kota ini terletak 140 km sebelah tenggara Jakarta, dan merupakan kota terbesar ketiga di Indonesia setelah Jakarta dan Surabaya menurut jumlah penduduk. Selain itu, Kota Bandung juga merupaka kota terbesar di wilayah Pulau Jawa bagian selatan. Sedangkan wilayah Bandung Raya (Wilayah Metropolitan Bandung) merupakan metropolitan terbesar ketiga di Indonesia setelah Jabodetabek dan Gerbangkertosusila.[[55]](#footnote-55)

Banyak hal yang bisa didapat bagi penduduk maupun wisatawan di Kota Bandung. Ciri khas kota Bandung dapat mudah ditemuka diberbagai sudut kota tersebut. Kota ini juga berkembang menjadi kota kreatif, salah satu upayanya yaitu dengan membentuk forum yaitu Bandung Creative City Forum (BCCF) yang bekerjasama dengan Kementrian Koordinator Bidang Perkonomian Indonesia.

Upaya lain yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Bandung dalam memajukan kotanya yaitu ikut berpartisipasi dalam Masyarakat Ekonomi ASEAN (2015). Pemerintah Kota Bandung melakukan evaluasi berbagai peraturan daerah yang bertumpang tindih dengan peraturan pusat. Pemerintah tersebut juga mengevaluasi peraturan daerah yang menghambat investasi dan perizinan.

Menurut Ridwan Kamil, Kota Bandung telah menerjemahkan Otonomi Daerah ke dalam program PIPPK. Program ini memberikan kewenangan kepada kelurahan untuk mengelola wilayahnya agar pembangunan dapat dilakukan lebih cepat dan berdasarkan aspirasi masyarakat.[[56]](#footnote-56) Kota Bandung juga telah siap dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEA (MEA), hal ini juga disampaikan oleh Ridwan Kamil selaku Walikota Bandung.

Beberapa program yang telah dijalankan oleh Kota Bandung dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEA (MEA) sudah terlaksana, salah satu yang menarik perhatian berbagai kalangan yaitu kerjasama Kota Bandung dengan Jejaring Sosial Facebook dalam menyiapkan pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Bandung dalam berpartisipasi diranah ASEAN.

Potensi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memang sudah dikenal hingga mancanegara. Salah satunya dari perkembangan ekonomi kreatif. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Bandung telah menjadi kiblat dalam urusan produk-produk berbasis ekonomi kerakyatan. Hal itu contohnya produk fashion (kaos, topi, jaket, sepatu), produk kuliner, dan produk lainnya.[[57]](#footnote-57)

Sedangkan bagi *Facebook* sendiri bukan tanpa alasan meneriman kerjasama ini. Media sosial terpopuler didunia itu sedang gencar menjalankan program “Boost Your Business” yang sudah diluncurkan tahun 2015 di Jakarta. Kampanye yang telah melibatkan lebih dari 350 UKM se-Indonesia ini hendak menyuplai ilmu, keahlian, dan teknologi untuk mengembangkan bisnis yang mereka jalani.[[58]](#footnote-58)

Melalui sebuah platform bisnis yang diberi nama “Bandung Juara Store”, 300 produk Bandung hasil dari pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah akan dipromosikan melalui sebuah laman khusus. Dalam sebuah wawancara, Dinas UKM Koperasi Perindustrian dan Perdagangan (Diskoperindag) Kota Bandung menyebut sudah ada 200 produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang telah terdata untuk dipromosikan dalam platform bisnis *Facebook*. Produk Bandung yang ditampilkan dalam platform Bandung Juara Store merupakan produk yang telah lolos seleksi. Adapun seleksi yang dilakukan, berdasarkan kriteria penilaian yang telah ditetapkan seperti orisinalitas produk, kesiapan kesiapan daya saing produk dan sistem pembayaran. Selain itu, salah satu aspek yang juga dinilai yakni dari nilai pendapatan usaha. Untuk skala usaha kecil dan menengah itu kisaran pendapatannya sekitar Rp. 300 juta.[[59]](#footnote-59)

Kota Bandung merupakan satu-satunya kota yang berada di Asia Tenggara yang mendapat kesempatan untuk memasarkan produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) menembus pasar Asia. Kota ini terpilih karena memiliki industri kecil berkualitas serta mempunyai harapan yang besar untuk bersaing di pasar Asia.

Facebook membuat program pelatihan dengan judul “Boost Your Business” sebagai bentuk nyata kerjasama dengan Kota Bandung. Hal ini mendapat respon yang baik bagi pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang ikut berpartisipasi. Dari sekitar 3000 Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang terdaftar di Bandung, khusus program ini, Kota Bandung mendaftarkan 10 % dari jumlah tersebut atau sekitar 300 Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Dalam pelatihan ini, para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) diikutsertakan selama setahun untuk mendapat ilmu pengembangan usaha. Facebook membantu para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Bandung untuk mempromosikan dan memasarkan produk-produknya hingga ke pasar global.

Sementara itu, Kepala Dinas Koperasi, Usaha Kecil Menengah, Perindustrian dan Perdagangan Kota Bandung Erick M Attaurik mengatakan ada sekitar 100 pelaku UKM dan mentor yang telah dilatih oleh Facebook. Meski jual beli online bukan hal baru, namun masih banyak pelaku UKM yang kesulitan untuk memasarkan produknya sesuai dengan standar internasional.[[60]](#footnote-60)

Dalam masalah modal, Pemerintah Kota Bandung bekerja sama dengan Bank Perkreditan Rakyat (BPR) untuk membantu para pelaku UMKM dengan program kredit Melati (Melawan Rentenir).

Dalam masalah advokasi, Pemerintah Kota Bandung mengusahakan agar produk para pelaku UMKM hak ciptanya dilindungi untuk menjaga *brand* mereka. Pemerintah Kota Bandung juga bekerjasama dengan Majelis Ulama Indonesia (MUI) untuk mefasilitasi sertifikat halal.

Salah satu UKM asli Kota Kembang yang dijadikan panutan adalah Brodo. Perusahaan sepatu yang digawangi dua lulusan ITB itu merasakan penjualan hingga 5 kali lipat saat mempromosikan produknya di Facebook. Kini mereka pun secara aktif memanfaatkan Facebook Page untuk mendorong penjualan.kompetisi dari luar negeri.[[61]](#footnote-61)

Meskipun demikian, untuk menilai kerjasama antara Pemerintah Kota Bandung dengan Facebook dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) 2015 sudah efektif, belum dapat dipastikan. Karena kerjasama ini butuh penilaian sekitar 3-5 tahun pasca hal tersebut dilakukan, sedangkan untuk saat ini masih berjalan kurang dari setahun.

1. <https://repository.telkomuniversity.ac.id/pustaka/files/102158/bab1/kajian-karakteristik-kewirausahaan-dan-keunggulan-bersaing-studi-kasus-pada-sentra-industri-rajut-binong-jati.pdf>. diakses pada tanggal 26 Oktober 2016, Pukul 21.15 WIB [↑](#footnote-ref-1)
2. Chairil, dkk., Peluang dan Tantangan Indonesia Pada ASEAN Economic Community 2015, <http://www.setneg.go.id/index.php?option=com_content&task=view&id=7911>, diakses 26 Oktober 2016, pukul 23.00 WIB [↑](#footnote-ref-2)
3. Ibid [↑](#footnote-ref-3)
4. BAPPEDA KABUPATEN MALANG, Kabupaten Malang Menuju MEA 2015 (Jawa Timur: Bappeda Kabupaten Malang, 2015), hlm 1-2 [↑](#footnote-ref-4)
5. <http://littlebandung.co.id/littlebandungmj/about-us/latar-belakang/> , diakses pada 22 November 2016 pukul 00.20 WIB [↑](#footnote-ref-5)
6. Putu N. & Retno S. dalam“PENERAPAN E-COMMERCE BAGI UMKM KOTA BANDUNG DAN SEKITARNYA DALAM MENGHADAPI THE ASEAN ECONOMIC COMMUNITY 2015” Institut Manajemen Telkom. 2015. [↑](#footnote-ref-6)
7. Lihat Suriasumantri, Filsafat Ilmu: Sebuah Pengantar Populer, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta 1994:332 [↑](#footnote-ref-7)
8. Theodore Colombis dan James H Wolfe dialihkan bahasakan oleh Mercedes Marbun, Pengantar Hubungan Internasional, A. Bardin, Bandung, 1999, hlm. 30 [↑](#footnote-ref-8)
9. Garvin McCain dan Erwin Segal, he Game of Science, (Brooks/Cole,1973). hlm.99 [↑](#footnote-ref-9)
10. DR. A.A. Banyu P. & DR. Yanyan M. Y., *Pengantar Ilmu Hubungan Internasional.* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011) hlm4-5 [↑](#footnote-ref-10)
11. Suardi Wiriatmadja, *Pengantar Ilmu Hubungan Internasional*, Grasindo, Bandung, 1970, hlm.39 [↑](#footnote-ref-11)
12. Koesnadi Kartasasmita, Organisasi dan Administrasi Internasional (Bandung: Roda karya, 1987), hlm. 30 [↑](#footnote-ref-12)
13. James E. Dougherty dan Robert L. Pfaltzgraff. Jr, Contending theories of international relation: A Comprehensive Survey (New York: Addison Wesley Educational Publisher, Inc,1997) hlm. 419 [↑](#footnote-ref-13)
14. Koesnadi Kartasasmita, *Organisasi Internasional*, Bumi Aksara, Jakarta, 1983, hlm. 19 [↑](#footnote-ref-14)
15. Teuku May Rudy, Administrasi dan Organisasi Internasional (1993:3) [↑](#footnote-ref-15)
16. Drs. R. Soeprapto, Hubungan Internasional : System Interaksi dan Perilaku, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 1997, hlm. 181-186 [↑](#footnote-ref-16)
17. Jack L. Plano dan Roy olton, “Kamus Hubungan Internasional”, (terjemahan Wawan juanda) Jakara: Putra A. Bardin, 1999, hlm 271 [↑](#footnote-ref-17)
18. William D. Coplin. “Pengantar politik Internasional” Suatu Telaah Teoritis”. (Bandung : Sinar baru, 1992), hlm. 194 [↑](#footnote-ref-18)
19. Anak Agung Banyu Perwita dan Yanyan Mochamad Yani, Op.Cit., hlm. 92 [↑](#footnote-ref-19)
20. https://id.wikipedia.org/wiki/Facebook diakses pada tanggal 23 November 2016 pukul 14.50 WIB [↑](#footnote-ref-20)
21. Universitas Sumatera Utara, Dasar Teori, http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/38868/4/Chapter%20ll.pdf, diakses pada tanggal 28 Oktober 2016 pukul 14.30 WIB [↑](#footnote-ref-21)
22. *Ibid.,* hlm. 3 [↑](#footnote-ref-22)
23. *Ibid.,*hlm. 3-4 [↑](#footnote-ref-23)
24. *Ibid., hlm. 4* [↑](#footnote-ref-24)
25. *Ibid.* [↑](#footnote-ref-25)
26. *Ibid.,*hlm. 5 [↑](#footnote-ref-26)
27. *Ibid.,*hlm. 5-6 [↑](#footnote-ref-27)
28. http://www.landasanteori.com/2015/10/pengertian-efektivitas-kerja-adalah.html diakses pada tanggal 28 November 2016 pukul 22.20 WIB [↑](#footnote-ref-28)
29. <http://repository.ipb.ac.id/jspui/bitstream/123456789/52255/11/BAB%20IV%20Keadaan%20Umum%20Wilayah%20Penelitian.pdf>. Diakses pada tanggal 11 Maret 2017, pukul 20.40 WIB [↑](#footnote-ref-29)
30. <http://repository.ipb.ac.id/jspui/bitstream/123456789/52255/11/BAB%20IV%20Keadaan%20Umum%20Wilayah%20Penelitian.pdf>. Diakses pada tanggal 11 Maret 2017, pukul 20.48 WIB [↑](#footnote-ref-30)
31. <http://labpm2.ipdn.ac.id/wp-content/uploads/2013/04/B.GAMBARAN-UMUM-DAN-POTENSI-DAERAH.docx>, diakses pada tanggal 11 Maret 2017, pukul 20.50 WIB [↑](#footnote-ref-31)
32. Ibid., hlm.2 [↑](#footnote-ref-32)
33. Ibid., hlm. 2 [↑](#footnote-ref-33)
34. <https://ppid.bandung.go.id/informasi/visi-dan-misi-kota-bandung/>, Diakses pada tanggal 11 Maret, pukul 21.30 WIB [↑](#footnote-ref-34)
35. Op.Cit [↑](#footnote-ref-35)
36. Wawancara dengan Indah K. 2017. Seksi Ekspor-Impor dan Hubungan Kerjasama Luar Negeri Bandung, 06 Maret. [↑](#footnote-ref-36)
37. Loc.Cit [↑](#footnote-ref-37)
38. <https://ppid.bandung.go.id/informasi/data-basis-pembangunan-manusia-kota-bandung-tahun-2014/>, diakses pada tanggal 11 Maret 2017, pukul 21.03 WIB [↑](#footnote-ref-38)
39. Ibid., hlm. 50-51 [↑](#footnote-ref-39)
40. Ibid., hlm. 51-52 [↑](#footnote-ref-40)
41. Isti Larasati. W, Produk Domestik Regional Bruto Kota Bandung Tahun 2005-2012, <https://ppid.bandung.go.id/?media_dl=8280>, diakses pada tanggal 11 Meret 2017, pukul 21. 46 WIB [↑](#footnote-ref-41)
42. Op.Cit [↑](#footnote-ref-42)
43. ### [jbptunikompp-gdl-rrsriintan-22711-5-unikom\_r-n.pdf](http://elib.unikom.ac.id/files/disk1/455/jbptunikompp-gdl-rrsriintan-22711-5-unikom_r-n.pdf), diakses pada tanggal 18 maret 2017, pukul 12.30 WIB

    [↑](#footnote-ref-43)
44. Ibid., hlm. 90 [↑](#footnote-ref-44)
45. Ibid., hlm. 91 [↑](#footnote-ref-45)
46. Ibid., hlm. 91-92 [↑](#footnote-ref-46)
47. ### Ibid., hlm.92-93

    [↑](#footnote-ref-47)
48. <http://repository.unand.ac.id/21474/3/bab%201.pdf>. Diakses pada tanggal 18 Maret 2017, pukul 13.04 WIB [↑](#footnote-ref-48)
49. <http://digilib.unila.ac.id/10043/3/BAB%20II.pdf>. diaksespada tanggal 18 Maret 2017, pukul 12.41WIB [↑](#footnote-ref-49)
50. Wawancara dengan Krisni. 2017. Pengelola Urusan Pengumpul dan Pengelola data Kerjasama Luar Negeri. Bandung. 20 Maret [↑](#footnote-ref-50)
51. <http://www.jawapos.com/read/2016/08/31/48205/facebook-pilih-kota-bandung-sebagai-mitra-pengembangan-umkm-> , diakses pada tanggal 12 Maret 2017, pukul 19.53 [↑](#footnote-ref-51)
52. <http://www.wisatabdg.com/2016/02/kerja-sama-pemkot-bandung-dan-facebook.html>, diakses pada tanggal 12 Maret 2017, pukul 20.20 WIB [↑](#footnote-ref-52)
53. <http://www.pikiran-rakyat.com/foto/2016/08/31/bandung-jalin-kerja-sama-dengan-facebook-378844> Diakses pada tanggal 12 Maret 2017, pukul 20.25 WIB [↑](#footnote-ref-53)
54. <http://bandung.merdeka.com/halo-bandung/gandeng-facebook-emil-berharap-produk-bandung-dikenal-mancanegara-160901c.html> diakses pada tanggal 12 Maret 2017, pukul 20.30 WIB [↑](#footnote-ref-54)
55. https://id.wikipedia.org/wiki/Kota\_Bandung, diakses pada 18 Desember pukul 21.01 WIB [↑](#footnote-ref-55)
56. https://ppid.bandung.go.id/2016/04/25/kota-bandung-siap-hadapi-mea/ diakses pada 18 Desember pukul 21.39 WIB [↑](#footnote-ref-56)
57. http://www.wisatabdg.com/2016/02/kerja-sama-pemkot-bandung-dan-facebook.html, diakses pada 18 Desember pukul 21.54 WIB [↑](#footnote-ref-57)
58. Loc.Cit [↑](#footnote-ref-58)
59. http://bandung.merdeka.com/halo-bandung/kerjasama-dengan-facebook-pemkot-bandung-promosikan-300-produk-lokal-160111s.html , diakses pada 20 Desember 2016 pukul 03.38 WIB [↑](#footnote-ref-59)
60. Loc.Cit. [↑](#footnote-ref-60)
61. Op.Cit. [↑](#footnote-ref-61)