

**PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP PEMBERIAN MODAL USAHA
OLEH BUMDES BANDEM JAGATHITA DALAM UPAYA
MENGENTASKAN KEMISKINAN DI DESA BEBANDEM**

Oleh

NI KADEK DESI WARDIANI, NIM.1617011023

Program Studi Pendidikan Ekonomi

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menguji (1) persepsi masyarakat ditinjau dari dimensi pelaku persepsi, (2) persepsi masyarakat ditinjau dari dimensi objek yang dipersepsikan, dan (3) persepsi masyarakat ditinjau dari dimensi konteks dari situasi persepsi terhadap pemberian modal usaha oleh BUMDes Bandem Jagathita dalam upaya mengentaskan kemiskinan di Desa Bebandem. Penelitian ini dirancang menggunakan studi deskriptif melalui pendekatan kuantitatif. Populasi pada studi ini yakni masyarakat desa Bebandem yang mendapatkan modal usaha. Sampel pada penelitian ini ditetapkan melalui teknik *sampling* jenuh atau sensus sebanyak 68 informan. Metode pengumpulan datanya menggunakan kuesioner. Teknik analisis data dilaksanakan melalui analisis deskriptif. Hasil studi ini pun membuktikan bahwasanya: (1) persepsi masyarakat ditinjau dari dimensi pelaku persepsi mendapat skor sebanyak 2.821 berada pada rentangan skor 2.570 – 3.060 masuk pada kriteria sangat setuju. (2) persepsi masyarakat ditinjau dari dimensi objek yang dipersepsikan menghasilkan skor sebanyak 600 berada pada rentangan skor 571 - 680 masuk pada kriteria sangat setuju, dan (3) persepsi masyarakat ditinjau dari dimensi konteks situasi mendapat skor sebanyak 1.203 berada pada rentangan skor 1.142 – 1.360 masuk pada kriteria sangat setuju.

Kata kunci: Persepsi Masyarakat, Modal Usaha, Desa Bebandem.

ABSTRACT

This study aims to examine (1) public perception in terms of the perceptual actor's dimension, (2) public perception in terms of the perceived object dimension, and (3) community perception in terms of the context dimension of the perception of the situation regarding the provision of business capital by BUMDes Bandem Jagathita in an effort to alleviate poverty in Bebandem Village. This research was designed using a descriptive study through a quantitative approach. The population in this study is the village community in Bebandem who get business capital. The sample in this study was determined through a saturated sampling technique or census of 68 informants. The data collection method uses a questionnaire. Data analysis techniques carried out through descriptive analysis. The results of this study also prove that: (1) public perception in terms of the dimensions of the perpetrators of perception, a score of 2,821 is in the range of scores 2,570 – 3,060 which is included in the criteria of strongly agree. (2) public perception in terms of the perceived object dimension produces a score of 600 in the range of scores 571 - 680 included in the criteria of strongly agree, and (3) public perception in terms of the dimension of the context of the situation gets a score of 1. 203 is in the range of scores 1.142 - 1.360 included in the criteria of strongly agree.

Keywords: *Community Perception, Business Capital, Bebandem Village*

