

Vol. 19 No.1, Maret 2021 – September 2021

ISSN 1412-9000

PERSPEKTIF

JURNAL STUDI INTERDISIPLINER

**FISIP JOURNAL
OF
INTERDISCIPLINARY
STUDIES**

HUBUNGAN ANTARA NILAI BUDAYA LOKAL DAN PRODUK YANG KOMPETITIF
Siti HAJAR

FEMINISME DALAM HUBUNGAN INTERNASIONAL
Subarno WIJATMADJA

VAKSINASI UNTUK PERLINDUNGAN DAN KESELAMATAN MASYARAKAT
Deradjat Mahadi SASOKO

KENDALA DEMOKRATISASI DI NEGARA-NEGARA ARAB
Saiful SYAM

RUBRIK FILSAFAT: FILSAFAT LOCKE
Subarno WIJATMADJA



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JAYABAYA
JAKARTA**

ISSN 1412-9000

PERSPEKTIF

JURNAL STUDI INTERDISIPLINER
Vol. 19 No. 01, Maret 2021 – September 2021

Susunan Redaksi

Penanggung Jawab :

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jayabaya

Mitra Bestari :

H. Saiful Syam, Drs., MA., PhD.
Poppy Setiawati Nurisnaeny, Dra., M.S., Dr.
Asrudin Azwar, S. Sos, M. Si.
Hj. Siti Hajar, Dra., M.S., PhD.

Pemimpin Umum / Pemimpin Redaksi :

Subarno Wijatmadja, Drs., M.Hum

Dewan Redaksi :

Ambarwati, Dra., M.Si., Dr.
Moh. Maiwan, Drs., M.Si., PhD.
Reni Arlyan, S.Sos., M. Hub. Int.
Laila Indriyanti Fitria, S.Sos., M.Si
Nina Widyaswasti Aisha, S.Sos.

Sekretariat :

Supriyati, AMd.

Distribusi dan Sirkulasi :

Kusyoto

Alamat Redaksi :

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jayabaya
Jl. Pulomas Selatan, Kav. 23. Jakarta 13210
Telp. (021) 4700903.

Redaksi Mengundang anda untuk mengirimkan Karya Ilmiah dan Hasil Penelitian yang sesuai dengan visi Jurnal ini. Naskah yang dikirim hendaknya asli, belum pernah dipublikasikan, diketik dengan jenis huruf Times New Roman, ukuran 12, sebanyak 12 – 14 halaman kuarto, spasi tunggal. Naskah dapat ditulis dalam Bahasa Indonesia atau Inggris, meliputi: *Judul, Nama Penulis, Abstrak, Pendahuluan, Metodologi, Hasil Penelitian dan Pembahasan, Kesimpulan, dan Daftar Pustaka untuk hasil penelitian dan untuk hasil pemikiran ilmiah/kajian teoritik meliputi : Judul, Nama Penulis, Abstrak, Pendahuluan, Pembahasan, Kesimpulan dan Daftar Pustaka. Penulisan kutipan dapat menggunakan model MLA, APA, tradisional dan lain-lain, yang bila memungkinkan akan diubah menjadi model tradisional end notes. Penulis wajib menyertakan Bio Data singkat dan isi tulisan menjadi tanggung jawab penulis serta tidak mencerminkan opini redaksi.*

PERSPEKTIF

JURNAL STUDI INTERDISIPLINER

Vol. 19 No. 01, Maret 2021 – September 2021

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI.....	iii
PENGANTAR REDAKSI.....	v
HUBUNGAN ANTARA NILAI BUDAYA LOKAL DAN PRODUK YANG KOMPETITIF	1
Dra. Hj. Siti HAJAR, MS., Ph.D	
FEMINISME DALAM HUBUNGAN INTERNASIONAL	9
Subarno WIJATMADJA	
VAKSINASI UNTUK PERLINDUNGAN DAN KESELAMATAN MASYARAKAT	15
Deradjat Mahadi SASOKO, Drs., MM.	
KENDALA DEMOKRATISASI DI NEGARA - NEGARA ARAB.....	21
Drs. H. Saifull SYAM, MA., Ph.D	
RUBRIK FILSAFAT: FILSAFAT LOCKE.....	27
Subarno WIJATMADJA	

Tentang Penulis

PERSPEKTIF

JURNAL STUDI INTERDISIPLINER

Vol. 19 No. 01, Maret 2021 – September 2021

Pengantar Redaksi

Konon katanya, bahagia itu sederhana. Bisa mensyukuri hal-hal kecil saja sudah membuat kita tersenyum dan berterima kasih. Begitu juga dengan penerbitan Perspektif edisi kali ini. Sekalipun dalam tampilan yang sederhana, namun bisa menerbitkannya membuat kami senang. Pada edisi kali ini, kami tampilkan lima tulisan ilmiah yang aktual tentang berbagai topik yang lagi ramai dibicarakan.

Tulisan pertama tentang hubungan antara nilai budaya lokal dan produk yang kompetitif. Sebagaimana diketahui, budaya berperan penting dalam kehidupan masyarakat, termasuk dalam menghasilkan produk-produk yang kompetitif. Artikel ini ditulis oleh Dra. Siti Hajar, MS. Ph.D yang kemudian disambung dengan artikel kedua yang disajikan oleh Subarno Wijatmadja yang mengetengahkan masalah feminisme dalam hubungan internasional. Sedangkan artikel ketiga membahas tentang vaksinasi dalam kaitannya dengan wabah corona virus. Drs. Deradjat Mahadi Sasoko mengemukakan tentang pentingnya vaksinasi bagi perlindungan dan keselamatan masyarakat. Drs. Saiful Syam, MA., Ph.D sebagai penulis keempat mengetengahkan makalah yang berjudul Kendala Demokratisasi di Negara-Negara Arab. Musim semi Arab telah memporakporandakan tatanan di negara-negara Arab sehingga pemaksaan demokratisasi akan mengalami hambatan apabila budaya masyarakat belum mendukungnya. Akhirnya artikel ditutup dengan rubrik filsafat yang menampilkan filsafat John Locke.

Kami berharap mudah-mudahan naskah yang ditampilkan dalam edisi ini bisa menambah wawasan para pembaca sekalian. Tidak lupa kami mohon maaf atas segala kekurangan, semoga bisa menjadi lebih baik lagi di masa depan.

Redaksi

HUBUNGAN ANTARA NILAI BUDAYA LOKAL DAN PRODUK YANG KOMPETITIF

Dra. Siti HAJAR, MS., PhD

The purpose of this article is to explain how the importance of elaborating values and influence of local genuine to produce competitive products. These products can be culinary, batik, tenun, and lurik as well as traditional dances.

Keywords: values, local genuine, competitive products.

1. Pendahuluan

Globalisasi yang dimulai pada awal abad 20, telah mengubah cara pandang terhadap hubungan sosial dunia sebagai suatu kesatuan. Globalisasi dipandang sebagai suatu proses ke arah tahapan sejarah baru dunia, yang menghilangkan sekat-sekat hubungan antar negara. Dalam kaitannya dengan kegunaan adanya globalisasi, Colin Parkins (1996) menyebut empat cara yang berbeda, yaitu: (1) globalisasi merujuk pada kesadaran baru tentang saling ketergantungan global, terutama dalam kaitannya dengan isu-isu keamanan, lingkungan hidup yang melampaui batas negara; (2) globalisasi sebagai sebuah proyek dalam arti strategi bisnis global dan usaha-usaha pada pemerintahan global; (3) globalisasi sebagai sebuah perubahan dalam hubungan ekonomi dan kebudayaan yang mengintensifkan keterkaitan pada tatanan global; dan (4) globalisasi sebagai kerangka penjelasan, suatu cara untuk memahami hubungan sosial dengan pertimbangan bahwa dunia ini adalah sebuah sistem sosial yang tunggal sebagai kesatuan.

Globalisasi yang telah berproses menuju ke arah sejarah baru sejak awal abad 20, mencakup hal-hal sebagai berikut: perkembangan teknologi, perkembangan ekonomi global, globalisasi politik, dan globalisasi pemikiran; yang oleh Paolini diklasifikasikan menjadi bidang ekonomi, politik dan pemerintahan, masyarakat sipil, pengetahuan dan teknologi, budaya atau kultural dan ide atau gagasan. Tulisan ini akan lebih fokus membahas pentingnya globalisasi dalam kaitannya dengan bidang ekonomi, khususnya membahas pentingnya menggali nilai-nilai dan budaya lokal untuk menghasilkan produk yang kompetitif di era industri yang serba cepat.

Di era industri yang serba cepat, perlu dihasilkan produk-produk yang kompetitif guna memenangkan persaingan global yang semakin ketat. Indonesia dengan jumlah penduduk yang besar, yang merupakan masyarakat yang multietnis, memiliki potensi yang cukup besar untuk menciptakan produk-produk yang kompetitif, yang berbasis pada nilai dan budaya lokal dari setiap entitas etnis di berbagai wilayah di Indonesia.

Di Negara Kepulauan Republik Indonesia (NKRI) terdapat beberapa macam nilai-nilai lokal pada setiap budaya etnik. Dari keseluruhan sistem budaya etnik, ditemukan kesamaan bahwa masing-masing sistem budaya etnik memiliki wilayah atau tempat asal dari sistem budaya tersebut.

Jumlah pemilik dari masing-masing sistem budaya etnik adalah orang-orang yang telah menyerap sebagian besar bagian-bagian budaya tersebut, dan membentuk kepribadian mereka, yang bervariasi perwujudannya. Beberapa sistem budaya etnik di wilayah pinggiran seperti sebagian Papua, Kepulauan Mentawai, jumlah pemilik budaya etnisnya sangat terbatas. Sedang pemilik terbesar sistem budaya etnik di Indonesia adalah sistem budaya etnik Jawa, yang dimiliki hampir seluruh penduduk Jawa Tengah dan Jawa Timur, yang merupakan mayoritas penduduk Indonesia. Lebih lanjut tentang pentingnya menggali nilai dan budaya lokal untuk menghasilkan produk yang kompetitif di era industri akan dibahas di dalam tulisan ini.

2. Nilai dan Budaya Lokal

Nilai dan budaya lokal merupakan faktor yang penting untuk menghasilkan produk yang kompetitif di era industri dan serba cepat. Nilai lokal merupakan kekuatan sekaligus potensi yang cukup tinggi untuk menghasilkan produk yang original dan kompetitif. Dan Indonesia merupakan negara yang cukup kaya akan potensi dan nilai lokal tersebut, untuk menghasilkan produk etnik original khas Indonesia.

Seperti telah disebut di muka, sistem nilai dari suatu budaya berfungsi sebagai pedoman atau patokan yang mengatur pemiliknya untuk bertindak dan bertingkah laku. Sistem nilai merupakan seperangkat model yang dijadikan pedoman untuk bertindak dan bertingkah laku pemiliknya di dalam masyarakat.

Sistem nilai dan gagasan utama dapat terwujud dalam tiga sistem budaya, yaitu: (1) sistem ideologi, (2) sistem sosial, dan (3) sistem teknologi.

(1) Sistem ideologi, meliputi etika, norma, adat-istiadat, peraturan dan hukum yang berfungsi sebagai pengarah sistem sosial yang berupa interpretasi, operasional dari sistem nilai dan gagasan utama yang berlaku dalam suatu masyarakat;

(2) Sistem sosial, meliputi hubungan dan kegiatan sosial di dalam masyarakat, baik yang terjalin dalam lingkungan kerabat, maupun yang terjadi dalam masyarakat yang lebih luas berikut pemimpinya.

Pengendalian masyarakat dan pemimpin berkembang sesuai dengan nilai budaya dan gagasan utama yang berlaku;

(3) Sistem teknologi, meliputi segala peralatan serta cara penggunaannya, sesuai dengan nilai budaya yang berlaku. Dalam kebudayaan pada masyarakat Indonesia, idealnya sistem teknologi yang dikembangkan disesuaikan dengan keperluan masyarakat pemilikinya.

3. Nilai Lokal dan Produk yang Kompetitif

Pada setiap budaya etnik, terkandung nilai lokal yang merupakan kekayaan yang luar biasa yang kita miliki. Dari nilai lokal budaya etnik Jawa misalnya, dapat diciptakan sejumlah makanan tradisional khas Jawa, seperti gudeg, nasi liwet, sosis Solo, rujak cingur, soto, rawon, dan sebagainya. Di bidang fashion penggalan potensi nilai-nilai lokal etnik Jawa, dapat menghasilkan produk khas yang unik, seperti batik, tenun dan lurik, dan sebagainya. Di bidang seni, nilai lokal melahirkan seni tari-tarian Jawa klasik, seperti tari bedoyo kraton, tari gambyong di Jawa, tari pendet di Bali, tari Saman di Aceh, tari piring di Sumatra Barat, dan sejumlah tari yang hidup dan dimiliki oleh masing-masing budaya etnik.

Dari produk yang berbasis pada nilai dan budaya etnik dewasa ini sudah mulai ada yang mampu menembus pasar dunia internasional, seperti rendang, nasi goreng, dan sate di bidang produk kuliner; batik dengan berbagai variannya, tenun dan lurik di bidang *fashion*, dan tari-tarian Jawa klasik seperti tari gambyong, tari pendet Bali, tari Saman Aceh.

Untuk mewujudkan produk-produk yang berkualitas dan kompetitif yang berbasis pada nilai etnik, diperlukan sikap dan jiwa dan semangat kewirausahaan masyarakat pemilikinya. Untuk itu pada setiap individu perlu dimiliki pola pikir kreatif dan bertindak inovatif.

Pada sebagian kalangan masyarakat masih menganggap bahwa pola pikir kreatif dan bertindak inovatif itu dimiliki oleh seseorang karena keturunan dan bakat. Mereka menganggap bahwa kewirausahaan itu identik dengan apa yang telah dimiliki, bukan sesuatu yang diusahakan. Padahal sebenarnya pola pikir kreatif dan bertindak inovatif di dalam berwirausaha merupakan sesuatu yang bisa dipelajari oleh siapapun.

Kewirausahaan secara umum dapat didefinisikan sebagai suatu kemampuan kreatif dan inovatif yang dapat dijadikan dasar, kiat, dan sumber untuk mencari peluang berusaha. Inti dari kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan suatu produk yang baru, yang unik dan khas, yang mampu menembus pasar lokal dan pasar global.

Pada umumnya, pola pikir kreatif dan tindakan inovatif pada diri seorang wirausahawan diawali dengan ditemukannya ide-ide dan pemikiran serta penemuan baru yang unik dan khas yang berbeda dengan yang sudah

ada. Di Indonesia dengan kekayaan nilai budaya etnik yang melimpah, dapat diciptakan sejumlah produk etnik yang khas, di bidang kuliner, bidang fashion, tari-tarian, dan sebagainya oleh para wirausahawan; baik secara individu maupun berserikat dalam suatu organisasi usaha, organisasi skala kecil, menengah maupun organisasi usaha skala besar.

Pembaharuan harus terus dilakukan, melalui penelitian dan eksperimen suatu produk. Pada produk batik misalnya, dewasa ini dilakukan inovasi di bidang motif dan model. Para pelaku usaha batik mulai menggandeng para model, untuk memasarkan produk mereka. Berubahnya cara pandang masyarakat yang mengagap batik adalah pakaian untuk orang tua pada masa lalu, sekarang sudah bergeser. Generasi muda sekarang sudah mulai memakai batik untuk berbagai acara, baik acara formal maupun acara santai; setelah disosialisasikan oleh para model muda yang modis yang berpakaian batik untuk acara resmi dan bahkan acara santai.

Pada produk tenun dan lurik juga sudah dilakukan pembaharuan dan modifikasi. Tenun dan lurik dahulu juga diidentikkan dengan pakaian para orang tua. Motif lurik dan tenun sekarang sudah banyak dimodifikasi disesuaikan dengan selera pasar, demikian juga model pakaiannya. Bahkan, menurut pengamatan penulis pada beberapa even acara festival dan pameran batik dan pakaian etnik di Solo, dewasa ini lurik telah mengalami banyak pembaharuan seperti lukisan pada kain, model pakaian yang makin modern sehingga bisa digunakan oleh kalangan yang semakin muda, dan untuk berbagai acara. Sosialisasi dan pendidikan masyarakat tentang cara pandang tentang tenun dan lurik adalah pakaian kuno yang hanya cocok untuk orang tua menjadi tenun pakaian modis yang etnik yang cocok untuk generasi milenial.

Di bidang kuliner, rendang yang merupakan makanan khas dan etnik masyarakat Sumatra Barat, juga sudah dilakukan pembaharuan salah satunya di bidang packaging dan pemasaran, sehingga rendang bisa menembus pasar internasional. Rendang makanan etnik khas Padang tersebut sekarang sudah masuk ke negara-negara Timur Tengah, Malaysia, Singapore, dan beberapa negara di Eropa. Hal ini tentu ada kaitannya dengan upaya yang dilakukan pemerintah untuk mengenalkan dan memasarkan makanan-makanan yang khas Indonesia yang berbasis budaya etnik ke dunia internasional, baik melalui pameran, melalui juru bicara kedutaan di negara-negara sahabat, dan melalui iklan.

Di bidang tari-tarian, tari klasik Jawa seperti tari gambyong; tari Pendet Bali, tari Salman Aceh, dewasa ini sudah bisa menembus pasar dunia, dikenal di forum-forum internasional; dan bahkan disukai oleh penduduk beberapa negara seperti di Eropa dan di Amerika Serikat, serta Jepang. Bahkan, banyak penduduk warga negara-negara maju tersebut yang

kemudian secara sengaja datang ke Indonesia untuk mempelajari dan mendalami seni tari tersebut, termasuk alat musik gamelan.

Pertunjukan sendratari Ramayana di pelataran Candi Prambanan, baik secara *on air* maupun *off air* mampu mencetak devisa meningkatkan pendapatan daerah, dari sektor pariwisata. Candi Prambanan, Candi Boko, dan Candi Borobudur yang letaknya berdekatan, memiliki daya tarik yang dapat meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung, baik wisatawan domestik maupun wisatawan asing. Destinasi-destinasi wisata tersebut pada dekade terakhir terus dibenahi dan ditingkatkan pelayanannya. Infrastruktur akses menuju destinasi wisata, ketersediaan akomodasi penginapan yang aman dan nyaman, serta tersedianya kuliner khas daerah turut mendorong jumlah pelancong yang berkunjung. Pemasaran secara terus-menerus turut mempengaruhi jumlah wisatawan yang datang, berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan masyarakat dan devisa negara; serta sekaligus dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Pandemi covid-19 yang dimulai pada akhir 2019 di Wuhan, dan masuk Indonesia pada awal Maret 2020 telah berpengaruh terhadap sektor pariwisata. Pemberlakuan “lock down” pada pertengahan Maret 2020 telah mengakibatkan sejumlah besar kegiatan usaha di berbagai bidang termasuk bidang pariwisata. Kebijakan pembatasan social “social distancing” telah memukul sejumlah usaha terutama usaha kecil dan menengah yang banyak menyerap tenaga kerja.

Perubahan pandangan masyarakat yang menganggap melancong atau berwisata dapat membahagiakan dan meningkatkan kualitas hidupnya, turut berpengaruh terhadap pertumbuhan wisata di berbagai destinasi. Menurut pengamatan penulis terhadap pariwisata dan masyarakat Solo Raya pada beberapa tahun terakhir, bahwa telah terjadi perubahan pandangan akan pentingnya berwisata, terlebih pada masyarakat yang lebih muda, yang ditandai dengan makin tumbuhnya destinasi-destinasi wisata baru, seperti Resto Bali Ndeso, Rumah Artsiri, Kebun Durian di daerah Kemuning; serta banyaknya festival-festival budaya digelar yang dimulai sejak tahun 2016; seperti festival batik, pameran batik, Solo menari, terbukti menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk berkunjung. Peningkatan jumlah wisatawan domestik maupun manca negara mampu meningkatkan pendapatan daerah dan masyarakat, sekaligus mensejahterakan. Tren peningkatan jumlah wisatawan yang berkunjung di daerah Solo, menjadikan sektor usaha terkait bergeliat, seperti restoran, akomodasi penginapan seperti hotel, alat transportasi ke destinasi wisata berkembang. Dengan kata lain, pariwisata telah membuka peluang kerja bagi penduduk setempat untuk bekerja di bidang pariwisata, membuka usaha di destinasi wisata, serta menjadi pemandu wisata, terutama sebelum pandemic covid-19.

Penyelenggaraan batik festival dan pameran batik di Solo, juga berpengaruh terhadap pendapatan masyarakat pengrajin dan pedagang batik, sekaligus membuka peluang kerja untuk pencari kerja. Wisata belanja memang terbukti mampu meningkatkan pendapatan di berbagai daerah termasuk di Solo. Batik, tenun dan lurik merupakan produk budaya etnik yang khas dan unggul. Bahkan batik, tenun dan lurik daerah Solo telah mampu menembus pasar dunia, seperti di negara maju seperti Amerika, Jepang, dan negara-negara Eropa, di samping pasar dalam negeri yang cukup gemuk lebih 265 juta jiwa. Hal ini membuktikan, bahwa batik, tenun dan lurik merupakan produk etnik hasil penggalian nilai-nilai lokal yang tinggi, merupakan produk yang kompetitif di pasar domestik dan internasional.

Tarian klasik Jawa, tari pendet Bali, tari Jaipong, tari Salman juga diterima oleh pasar dunia di berbagai negara maju, dan pasar lokal. Musik klasik gamelan, keroncong juga dapat menembus pasar dunia. Tari-tarian klasik dan musik tradisional yang diciptakan berdasar nilai-nilai lokal yang original terbukti merupakan produk yang kompetitif, yang laku di pasaran, diterima dan dihargai di negara-negara maju; menyumbang devisa bagi negara, sekaligus memberikan pendapatan dan mensejahterakan para pelaku seni dan masyarakat.

Meningkatnya pendapatan penduduk daerah, seperti meningkatnya pendapatan pegawai swasta dan pegawai negeri, juga turut berpengaruh terhadap pertumbuhan pariwisata di Indonesia. Penemuan internet juga turut mempengaruhi pertumbuhan sektor pariwisata, meliputi bidang restoran dan katering, transportasi, serta akomodasi penginapan. Industri turunan bidang makanan, wisata kuliner menunjukkan pertumbuhan yang tinggi pada era globalisasi dan digitalisasi, terlebih makanan tradisional khas daerah Solo, seperti nasi liwet, selat Solo, sosis Solo, tahu ketupat, soto, dan sebagainya. Inilah bukti pentingnya nilai-nilai lokal budaya etnik mampu menghasilkan produk yang kompetitif yang bisa meningkatkan pendapatan masyarakat; sekaligus mensejahterakan. Pandemi memang berpengaruh terhadap kegiatan usaha di berbagai wilayah, termasuk di Indonesia. Namun, potensi nilai-nilai budaya lokal harus terus kita gali dan kita kembangkan, dalam berbagai bidang, untuk mensejahterakan masyarakat Indonesia.

4. Kesimpulan

Berdasar uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa Indonesia merupakan masyarakat majemuk, masyarakat multi etnis yang memiliki kekayaan nilai-nilai dan budaya lokal yang luar biasa. Dari nilai lokal pada setiap budaya etnik, berpotensi melahirkan berbagai produk budaya, dan usaha yang khas dan kompetitif.

Di bidang makanan, bahkan ada produk yang telah mampu menembus pasar dunia seperti rendang, nasi goreng, nasi liwet, dan sate. Di bidang

fashion ada batik dengan berbagai variannya, tenun dan lurik yang berpotensi untuk meningkatkan devisa dan pendapatan masyarakat; serta tari-tarian tradisional Jawa seperti tari bedoyo kraton, tari gambyong, tari pendet Bali, tari Saman Aceh, dan sebagainya merupakan kekayaan yang luar biasa besar yang dimiliki Indonesia.

Masuknya internet dan dunia digital ikut mempercepat pertumbuhan produk kompetitif yang berbasis nilai etnik, seperti makanan rendang yang sudah masuk dan diterima beberapa negara. Demikian juga untuk produk batik, tenun dan lurik; serta produk seni tari dan seni musik. Digitalisasi produk yang berbasis nilai etnik telah membantu menjangkau memasarkan produk etnik yang berbasis nilai-nilai lokal dari daerah-daerah terpencil yang dahulu susah dijangkau. Internet telah mempertemukan antara penjual dengan pembeli yang memudahkan proses transaksi.

DAFTAR PUSTAKA

Al Jufri, Asri. *Rahasia Sukses Pengusaha Tahan Banting, Model Alternatif Inklusi Keuangan*. Jakarta: Penerbit PNM (Persero). 2015

Ambarwati. "Dosa-dosa Globalisasi pada Negara Kecil" dalam *Perspektif: Jurnal Studi Interdisipliner*, Vol.01 No.01, 2002.

Dimbleby, Jonathan. *From here to Sustainability. The Real World Coalition*. 2001

Hajar, Siti. "Motivasi Sebagai Faktor Penting Menuju Sukses Bagi Seorang Wirausahawan" dalam *Perspektif: Jurnal Studi Interdisipliner*, Vol.8 No.2, April 2010.

Hardjana, Andre. *Komunikasi Organisasi, Strategi dan Kompetensi*. Jakarta: Penerbit Kompas, 2016

Kartono, Kartini. *Pemimpin dan Kepemimpinan, Apakah Kepemimpinan Abnormal Itu?* Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2016

Molan, Benyamin. *Multikulturalisme, Cerdas Membangun Hidup Bersama yang Stabil dan Dinamis*. Jakarta: PT Indeks, 2015

Mulyadi, Arief. ed. *Rahasia Sukses Pengusaha Tahan Banting, Model Alternatif Inklusi Keuangan*. Jakarta: PT PNM, 2015

Parkins, Colin. "North - South Relations and Globalization after the Cold War" dalam Charlotte Bretherton and Geoffrey Ponton, *Global Politics: An Introduction*, Oxford: Blackwell, 1996

Suryana. *Kewirausahaan, Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat. 2013

Thoha, Miftah. *Perilaku Organisasi, Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2012

Wibowo. *Budaya Organisasi, Sebuah Kebutuhan untuk Meningkatkan Kinerja Jangka Panjang*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2011

PERSPEKTIF

JURNAL STUDI INTERDISIPLINER

Vol. 19 No. 01, Maret 2021 – September 2021

Tentang Penulis

Saiful SYAM, Lektor Kepala dalam Ilmu Hubungan Internasional. Menamatkan pendidikan Sarjana S-1 Jurusan Ilmu Hubungan Internasional di Universitas Padjadjaran, Bandung dan Program Pascasarjana S-2 pada jurusan Kajian Wilayah Amerika di Universitas Indonesia, Jakarta. Program Doktorat S-3 di Jurusan Ilmu Politik, Universitas Kebangsaan Malaysia, Kuala Lumpur.

Siti HAJAR, Dosen LLDIKTI Wilayah III dpk Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jayabaya, Jakarta sejak 1992. Menamatkan pendidikan Sarjana S-1 Jurusan Bahasa Indonesia, Universitas Negeri Surakarta, Surakarta dan Program Pascasarjana S-2 pada jurusan Sosiologi, Institut Pertanian Bogor, Bogor. Program Doktorat S-3 di Jurusan Manajemen Universitas Utara Malaysia,

Deradjat Mahadi SASOKO, Menamatkan pendidikan Sarjana S-1 Jurusan Ilmu Administrasi di Universitas Brawijaya, Malang dan Program Pascasarjana S-2 pada jurusan Manajemen di Universitas Jayabaya, Jakarta.

Subarno WIJATMADJA, Lektor Kepala dalam Ilmu Hubungan Internasional dan Editor-in-Chief *Perspektif: Jurnal Studi Interdisipliner*, ISSN 1412-9000.