

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemerintah Indonesia menjalankan berbagai kebijakan untuk meningkatkan aktivitas ekonomi, serta mendorong pembangunan dan pertumbuhan ekonomi nasional. Salah satu industri yang berkontribusi mendukung dan memainkan peran strategis dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia adalah bisnis UKM. Usaha Mikro Kecil dan Menengah memiliki peran yang strategis, terhitung sebagai mayoritas usaha masyarakat. Di Indonesia UKM merupakan salah satu sektor strategis dalam perekonomian, terlihat dari besarnya penyerapan tenaga kerja untuk mengurangi angka pengangguran (Abidin, 2015). Keberadaan UKM dapat bermanfaat dalam pemerataan pendapatan masyarakat dan menampilkan kreativitas yang sejalan dengan usaha untuk mengembangkan tradisi dan budaya setempat.

Menurut Menkeu, UKM merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia dengan kontribusi 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Nasional, selain berperan sebagai penggerak perekonomian nasional, UKM juga menyerap banyak angkatan kerja (Sugiri, 2020). Hingga saat ini, jumlah Usaha Mikro Kecil dan Menengah mencapai 64,19 juta, terhitung lebih dari 99% jumlah usaha di Indonesia dengan kapasitas tenaga kerja sebanyak 119 juta tenaga kerja atau 97% dari daya serap tenaga kerja dalam dunia usaha. Tingkat penyerapan tenaga kerja yang tinggi dan pangsa PDB yang besar, UKM menjadi kunci pemulihan ekonomi nasional. Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi UKM terhadap PDB Indonesia tahun 2019 cukup besar sekitar 60% dari PDB (Kementrian Koperasi dan UKM, 2020). Berikut ini merupakan tabel kontribusi UMKM dalam PDB Tahun 2016-2019 di Indonesia:

Tabel 1.1
Kontribusi UMKM Indonesia dalam PDB Tahun 2016-2019 (Milyar Rupiah)

Tahun	Nilai PDB Nasional	Kontribusi UMKM dalam PDB Nasional	Persentase Kontribusi	Pertumbuhan Nilai Kontribusi
2016	12.401.728,50	7.421.194,33	59,84%	19,15%
2017	13.589.925.70	8.276.302,85	60,9%	9,87%
2018	14.838.756,00	9,062.028,29	61,07%	11,13%
2019	15.832.535,40	9.580.267,17	60,51%	5,73%

Sumber: Data Kementerian Koperasi dan UKM, diolah 2020

Besarnya kontribusi dan krusialnya terhadap perekonomian di Indonesia diharapkan keberadaan UKM dapat berperan dalam pembangunan dan kemajuan perekonomian untuk menjamin kesejahteraan masyarakat. Meskipun UKM berjumlah besar dan memiliki banyak kontribusi, namun terdapat sejumlah tantangan dan permasalahan yang dihadapi oleh UKM baik secara internal maupun eksternal. Keberadaan UKM di pandang sebagai solusi, namun UKM merupakan usaha yang fleksibel yang dengan mudah keluar masuk industri, dan di sisi lain mengungkapkan kelebihan dan kekurangannya.

Setiap tahunnya, UKM di Jawa Tengah tumbuh hingga 2% per tahun dengan mencatatkan sebanyak 15.816 badan usaha pada akhir April 2019. Saat ini jumlah sektor usaha di Jawa Tengah tercatat sebanyak 4,2 juta unit, meliputi usaha mikro 3.776.843 (90,48%), usaha kecil 354.884 (8,50%), usaha menengah 39.125 (0,94%) dan usaha besar 3.358 (0,08%) (Widodo, 2021). Statistik ini menunjukkan usaha mikro merupakan usaha dominan atau usaha dengan kekayaan bersih tidak lebih dari Rp.50.000.000 dan omset tahunan maksimumnya adalah Rp. 300.000.000 sesuai Undang-Undang tentang UKM Nomor 20 Tahun 2008. Jumlah UKM di Jawa Tengah sebagian besar adalah usaha mikro dengan persentase 90,48% yang tersebar

di Kota/Kabupaten di Jawa Tengah. Kota Semarang termasuk Kota dengan jumlah usaha mikro dan kecil yang relatif besar, yang dijelaskan pada data berikut ini:

Tabel 1.2
Data UKM Perkabupaten/Kota Di Jawa Tengah Tahun 2021

No	Kabupaten/Kota	Jumlah UKM	Presentase
1	Kota Surakarta	17.965	28,3%
2	Kabupaten Demak	13.023	20,5%
3	Kabupaten Kebumen	11.989	19%
4	Kota Semarang	11.910	18,7%
5	Kabupaten Banyumas	8.545	13,4%
Jumlah		63.432	100%

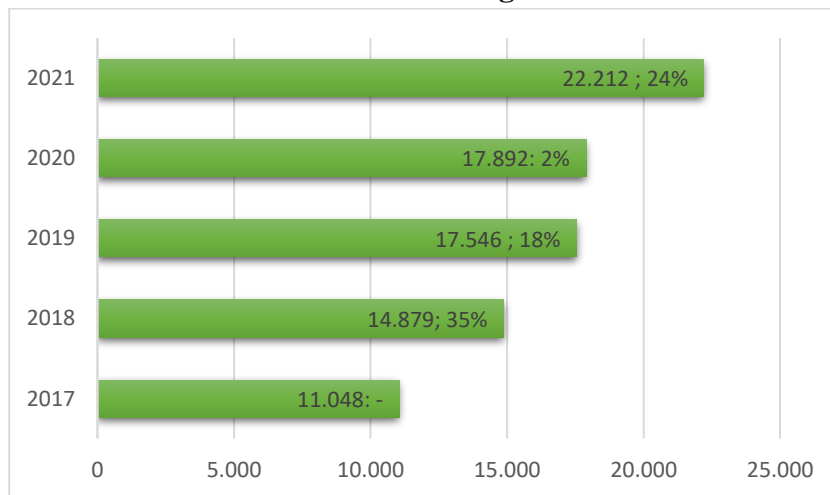
Sumber: Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Provinsi Jawa Tengah, 2022

Kota Semarang merupakan Ibukota Provinsi Jawa Tengah dan pusat kegiatan perekonomian dan pemerintahan yang berperan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi baik tingkat Kota maupun Provinsi. Banyaknya jumlah usaha mikro dan kecil tidak lepas dari pengaruh banyaknya jumlah penduduk di Kota Semarang, berdasarkan hasil perhitungan proyeksi penduduk Kota Semarang berjumlah 1,65 juta jiwa (Badan Pusat Statistik, 2022), jumlah penduduk yang besar tentu membutuhkan penyediaan lapangan kerja yang cukup banyak. Usaha mikro dan kecil adalah salah satu bentuk perkembangan sektor ekonomi yang dapat digunakan untuk menyerap angkatan kerja yang terus meningkat. Di sisi lain, berkembangnya sektor usaha mikro dan kecil tidak terlepas dari karakteristik umum bahwa sebagian besar bahan baku produk usaha mikro dan kecil berasal dan dihasilkan untuk memenuhi kebutuhan domestik terutama dalam satu kota (Badan Pusat Statistik, 2022).

Peran UKM sebagai penggerak utama bagi perekonomian Kota Semarang dapat dilihat dari kontribusi terhadap perekonomian. Secara umum kontribusi UKM di Kota Semarang tahun 2020 sebesar 28,62% (Widodo, 2021). Kontribusi ini merupakan kontribusi tertinggi pada pertumbuhan ekonomi Kota Semarang

dibandingkan dengan kategori lainnya (Badan Pusat Statistik, 2022). Selain kontribusi melalui nilai tambah bruto, sektor UKM juga mampu menyediakan lapangan pekerjaan. UKM berperan cukup besar dalam pembangunan ekonomi di Kota Semarang. Banyak pihak meyakini bahwa usaha mikro dan kecil mampu bertahan dalam menghadapi krisis ekonomi selama ini, di tengah banyaknya usaha menengah dan besar yang gulung tikar (Sugiri, 2020). Usaha mikro dan kecil mampu bertahan bagi keberlangsungan hidup keluarga pelaku usaha mikro dan kecil yang sebagian besar bergantung dari usaha yang dijalankan tersebut. Berikut ini data UKM Kota Semarang berdasarkan Dinas Koperasi dan UKM Kota Semarang sebagai berikut :

Gambar 1.1
Jumlah Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah Tahun 2017-2021 di Kota Semarang



Sumber: <https://data.semarangkota.go.id/> diakses pada tanggal 25 Februari 2023

Berdasarkan grafik tersebut, UKM di Kota Semarang berkembang sangat pesat setiap tahunnya, mulai dari kerajinan tangan, pakaian. Tahun 2017-2018 jumlah UKM di Kota Semarang mengalami kenaikan sebesar 35% yang merupakan kenaikan tertinggi dalam kurun waktu 5 tahun terakhir, sedangkan pada tahun 2019-2020 hanya mengalami kenaikan sebesar 2% dan pada tahun 2020-2021 mengalami

kenaikan sebesar 24%. Oleh karena itu, usaha kecil dan menengah harus diciptakan merancang model pemasaran bisnis (*Marketing Entrepreneurial*) untuk meningkatkan efisiensi penjualan. UKM memiliki keunggulan kompetitif dengan banyak karakteristik (Astuti, 2022), seperti sumber daya manusia yang berkualitas, optimalisasi teknologi untuk meningkatkan produktivitas dan kualitas produk *online*, cakupan pasar yang luas, sistem manajemen dasar, struktur, modal yang cukup dan jaringan bisnis yang luas.

Berdasarkan data terlihat bahwa jumlah usaha meningkat dari tahun 2019-2021, bertambah sebanyak 4.666 usaha selama kurun waktu 3 tahun yang berarti persaingan antar UKM di Kota Semarang sangat tinggi. Keberadaan UKM memiliki peran strategis bagi pertumbuhan dan pembangunan ekonomi, melalui Dinas Koperasi dan UKM, Pemerintah Kota Semarang berkomitmen untuk memberikan pembinaan dan pemberdayaan kepada pelaku usaha di Kota Semarang. Secara internal, UKM masih memiliki banyak keterbatasan dalam hal permodalan, teknik produksi, pangsa pasar, manajemen dan teknologi, kelemahan dalam pengambilan keputusan dan pengendalian keuangan serta daya saing yang rendah. Sementara itu, terdapat kendala masalah seperti perizinan, bahan baku, lokasi pemasaran, kesulitan mendapatkan pinjaman bank, iklim usaha yang kurang kondusif, kepedulian masyarakat dan kurangnya pembinaan (Tarigana et al., 2022). Hambatan ini terdapat pada sebagian UKM di Indonesia termasuk UKM yang ada di Kota Semarang. Namun, salah satu permasalahan utama yang dihadapi UKM Kota Semarang saat ini adalah kesulitan dalam melakukan pemasaran dan promosi produk secara luas, ketika jumlah usaha kecil di Kota Semarang semakin meningkat setiap tahunnya.

Kondisi di lapangan menunjukkan bahwa UKM masih menghadapi beberapa kendala seperti kesulitan mengakses permodalan, kualitas SDM yang rendah, rendahnya partisipasi usaha mikro dan kecil untuk menjalin kemitraan, kendala pemasaran, serta pemanfaatan teknologi yang belum optimal (BPS, 2021). Kendala ini disebabkan rendahnya pembinaan dan pemberdayaan dalam

mengembangkan usaha mikro dan kecil sehingga pengetahuan dan keterampilan masyarakat menjadi terbatas. Di Kota Semarang saat ini masih sedikit usaha mikro dan kecil yang sudah menerima bimbingan, pembinaan, penyuluhan, beberapa diantaranya sudah pernah menerima dan tidak pernah menerima (BPS, 2021). Terdapat beberapa jenis penerimaan bimbingan, penyuluhan/pembinaan diantara mengenai manajerial, keterampilan atau teknik produksi dan pemasaran, akan tetapi masih sangat sedikit usaha mikro dan kecil yang menerima bimbingan atau pembinaan. Berikut ini merupakan data mengenai banyaknya usaha menurut penerimaan bimbingan, pelatihan dan penyuluhan:

Tabel 1.3
Banyaknya Usaha Menurut Penerimaan
Bimbingan/Pelatihan/Penyuluhan (BPP), Jenis dan Penyelenggara di Kota
Semarang Tahun 2020

Uraian	Tahun 2020
Penerimaan Bimbingan/Pelatihan/Penyuluhan	
Tidak Pernah Menerima	10.555
Pernah Menerima	1.474
Jumlah	12.029
Jenis Bimbingan/Pelatihan/Penyuluhan	
Manajerial	187
Keterampilan/Teknik Produksi	1.463
Pemasaran	176
AMDAL	-
Jumlah	1.826
Penyelenggara Bimbingan/Pelatihan/Penyuluhan	
Sendiri	-
Pemerintah	1.198
Swasta	394
Yayasan/LSM	197
Jumlah	1.798

Sumber: BPS Kota Semarang, 2022

Berdasarkan data Dinas Koperasi dan UKM Kota Semarang kurang berkontribusi terhadap pembinaan dan pengembangan terhadap UKM terlihat dari banyaknya usaha menurut penerimaan bimbingan/pelatihan/penyuluhan. Masih banyak UKM yang belum mendapatkan pembinaan, relatif sedikit UKM yang

mendapatkan pembinaan dan pelatihan dari Koperasi dan UKM Kota Semarang. Pembinaan yang optimal dari Dinas Koperasi dan UKM Kota Semarang akan memberikan pengetahuan secara luas dan melatih pelaku usaha mikro dan kecil agar lebih kompeten dan berinovasi dalam berwirausaha. Oleh karena sebagian penduduknya masih berpendidikan rendah dan hidup dalam kegiatan UKM baik di sektor tradisional maupun internasional, kegiatan konsultasi dan pelatihan memegang peranan penting dalam upaya meningkatkan usaha mikro dan kecil (Khakim, 2022).

Dinas Koperasi dan UKM Kota Semarang berperan untuk memberdayakan UKM dalam hal memberikan pembinaan, pelatihan kewirausahaan, pelatihan, pemasaran produk, serta pelatihan manajemen keuangan. Hal ini merupakan salah satu upaya agar kualitas SDM pelaku UKM meningkat dalam mengelola usahanya. Pemberdayaan akan memberikan keterampilan dan pengetahuan kepada UKM untuk menambah wawasan dan keterampilan sumber daya manusia dalam mengembangkan usaha. Pembinaan adalah pemberian fasilitas, bimbingan dan pendampingan dalam proses pengembangan yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UKM. Pelaksanaan pembinaan memiliki ruang lingkup pembinaan meliputi bidang produksi dan pengelolaan, pemasaran, SDM dan teknologi tujuan pembinaan adalah untuk meningkatkan kinerja usaha UKM serta menghadapi persaingan usaha (Mudjiarto, & Sugiharto, 2014).

Ketatnya persaingan dan keterbukaan di dalam negeri telah menginisiasi pemerintah untuk memajukan dan memandirikan UKM. Untuk mengatasi dan menghadapi masalah yang ada pada sektor UKM, pemberdayaan dan perlindungan hukum harus diselenggarakan untuk pelaku usaha mikro dan kecil mengingat sudah memasuki era globalisasi dan pasar global yang semakin terbuka. Keberadaan usaha mikro dan kecil yang penting bagi proses pemerataan dan pembangunan ekonomi masyarakat, tidak menjadikan usaha mikro dan kecil berjalan lancar, masih terdapat beberapa UKM yang terkendala atau kesulitan dalam menjalankan usaha, hal ini

berlaku untuk UKM di Kota Semarang bahkan lebih dari separuh atau 73,61% UKM mengaku mengalami kesulitan dalam menjalankan usahanya (Badan Pusat Statistik, 2022) seperti yang terlihat dari data di bawah ini.

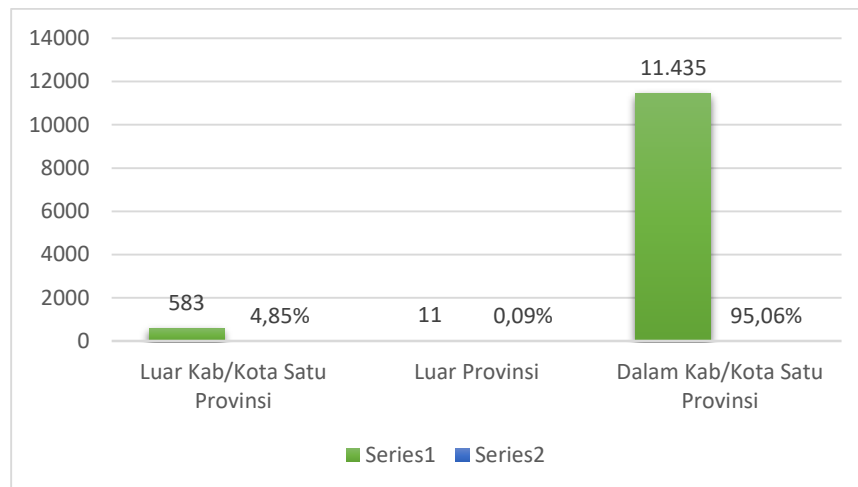
Tabel 1.4
Kesulitan Usaha yang Dialami UKM di Kota Semarang Tahun 2020

Uraian	Tahun 2020	Persentase
Jenis Kesulitan Usaha		
Bahan Baku	2.788	15,63%
Permodalan	5.732	32,13%
Pemasaran	6.098	34,18%
Bersaing	2.521	14,1%
BBM	63	0,3%
Infrastruktur	-	0%
Tenaga Kerja	88	0,49%
Cuaca	552	3,09%
Lainnya	-	
Jumlah	17.842	100%

Sumber: BPS Kota Semarang, 2022

Berdasarkan data tabel 1.4 tersebut, masalah terbesar yang dihadapi usaha mikro dan kecil di Kota Semarang adalah pemasaran, yaitu secara keseluruhan 34,18% usaha mikro dan kecil menghadapi kesulitan dalam kegiatan usahanya. Komponen pemasaran bagi UKM sangat penting karena melalui pemasaran yang baik dapat dengan mudah dikenal oleh konsumen sehingga mampu meningkatkan nilai ekonomi. Selain pemasaran, kendala yang banyak dialami usaha mikro dan kecil adalah permodalan, secara keseluruhan dialami oleh 32,13% dari total UKM yang ada di Kota Semarang. Kendala permodalan dapat menjadikan usaha sulit untuk berkembang, dapat dikatakan banyak UKM yang berusaha untuk memperluas pasar namun terhambat oleh keterbatasan modal. Selain itu pemasaran Usaha Mikro dan Kecil di Kota Semarang masih dalam lingkup Kota/Kabupaten dan beberapa sudah di luar Kabupaten/Kota, sementara pemasaran di luar Provinsi masih sangat rendah seperti gambar di bawah ini.

Gambar 1.2
Jumlah Usaha Mikro dan Kecil Menurut Alokasi Pemasaran Utama di Kota Semarang Tahun 2020



Sumber: BPS Kota Semarang, 2022

Pemasaran merupakan ujung tombak bisnis tidak hanya sekedar memasarkan produk, tetapi juga merupakan proses penyebaran informasi mengenai suatu produk, baik berupa barang maupun jasa. Pemasaran utama hasil produk UKM di Kota Semarang masih didominasi oleh pemasaran dalam satu Kabupaten/Kota yang mencapai 95,06%. Sementara untuk jumlah usaha yang memasarkan produknya di luar Kabupaten/Kota masih dalam satu Provinsi sebesar 4,85%. Sedangkan untuk usaha Mikro dan Kecil yang pemasaran utama produknya ke luar Provinsi adalah sebesar 0,09%. Namun pada tahun 2020, produk UKM di Kota Semarang belum mampu menjangkau pasar luas negeri.

Beberapa permasalahan yang dihadapi UKM, pemerintah berupaya mencari solusi salah satunya dengan menjalin kemitraan dengan Perusahaan besar, misi utama pemerintah dalam mengambil kebijakan kemitraan adalah untuk membantu permasalahan UKM, mengatasi ketimpangan dalam kesempatan usaha dan pendapatan. Salah satu upaya untuk mengembangkan UKM adalah adanya dukungan yang optimal dari usaha/perusahaan yang lebih melalui strategi kemitraan

(Badan Pusat Statistik, 2022). Konsep kemitraan antara perusahaan dengan pemerintah merupakan upaya pelayanan terhadap masyarakat dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dilakukan secara bersama antara pemerintah dengan perusahaan melalui sinergi program yang beririsan. Sebagaimana pandangan Hill bahwa *Stakeholders* dalam pelayanan sosial meliputi negara, sektor privat, Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), dan masyarakat, dalam kasus program CSR keseluruhan entitas tersebut terlibat secara bersama-sama. Akan tetapi relatif sedikit UKM yang melakukan kemitraan dalam mengembangkan usaha seperti terlihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 1.5
Banyaknya Usaha Menurut Jalinan, Jenis dan Badan/Lembaga Kemitraan, 2022

Uraian	Tahun 2022	Persentase
Jalinan Kemitraan		
Tidak Menjalin Kemitraan	12.029	99,4%
Menjalin Kemitraan	63	0,52%
Jumlah	12.092	100%

Sumber: BPS Kota Semarang, 2022

Berdasarkan data, sebanyak 99,4% usaha mikro dan kecil di Kota Semarang tidak melakukan kemitraan dan hanya 0,52% usaha mikro dan kecil yang melakukan kemitraan, ini menunjukkan bahwa UKM di Kota Semarang masih kurang berkembang. Melalui kemitraan akan membantu UKM untuk berinovasi dan berkembang sehingga produknya mampu bersaing dengan produk dalam dan luar negeri. Pada hakikatnya pembentukan kemitraan dapat memperkuat dan mengembangkan usaha sejalan dengan tujuan kemitraan untuk mendapatkan keuntungan (Hafsah, 2000). Sebagai implementasi dari hubungan kemitraan tersebut dilaksanakan melalui pola-pola kemitraan yang sesuai sifat atau kondisi dan tujuan usaha yang dimitrakan dengan menciptakan iklim usaha yang kondusif, baik di dalam pembinaan maupun pelaksanaan operasionalnya.

Pola kemitraan akan mendorong adanya peningkatan terhadap daya saing UKM. Kemitraan tersebut akan membangun adanya kepastian terhadap pasokan produk, karena semuanya sudah diatur dalam kesepakatan dalam bentuk kontrak (N. Alfian & Rahayu, 2019). Selain kemitraan yang didasarkan pada inter-relasi atau keterkaitan usaha, di beberapa negara juga dikembangkan berbagai program kemitraan yang didorong karena kepedulian perusahaan besar untuk membina perusahaan kecil, khususnya usaha kecil. Pola kepedulian perusahaan besar dalam bentuk sosial seperti ini yang sering disebut *Corporate Social Responsibility (CSR)* telah banyak dikembangkan. CSR merupakan salah satu solusi kemitraan yang dapat memperkuat daya saing UKM. Pola pengembangan CSR sebagai program kemitraan dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti *community development*, peningkatan kapasitas, promosi produk, penguatan modal (Soegiastuti, 2012).

Peningkatan daya saing UKM melalui program CSR dapat dilakukan melalui dua aspek yaitu faktor intenal yang meliputi institusi riset & pengembangan, kapabilitas SDM, pengembangan SDM, dan teknologi, sedangkan faktor eksternal mencakup dukungan kemitraan dalam modal, dukungan pemerintah terhadap riset, HAKI, interaksi dengan pihak luar (Sulistyo & Adiatma, 2011). Kemitraan dilakukan dalam penanaman modal untuk dua tujuan, yaitu kemitraan dan penanaman modal yang diberikan dalam perlindungan bagi UKM sebagaimana ketentuan Perpres RI Nomor 44 Tahun 2016 tentang Daftar Bidang Usaha yang Tertutup dan Bidang Usaha yang Terbuka dengan Persyaratan di Bidang Penanaman Modal. Kedua, kemitraan dan investasi dalam rangka pemberdayaan UKM terutama dengan kemitraan dimana UKM diharapkan dapat berkembang. Hal ini akan mendukung perubahan struktur sosial ekonomi di masyarakat di era globalisasi dan informasi. Jika sebelumnya kebijakan ekonomi difokuskan pada bidang prioritas yaitu usaha skala besar, saat ini usaha skala mikro dan kecil menjadi bagian prioritas.

Corporate Social Responsibility merupakan salah satu solusi kemitraan yang dapat memperkuat daya saing UKM. Kegiatan CSR sejalan dengan Peraturan

Daerah Kota Semarang Nomor 7 Tahun 2015 tentang Program Kemitraan dan Bina Lingkungan Sebagai Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Kota Semarang. Pola pengembangan CSR sebagai program kemitraan dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti *community development*, peningkatan kapasitas, promosi produk dan penguatan modal (Soegiastuti, 2012). Peningkatan daya saing UKM melalui program CSR dapat dilakukan melalui dua aspek, yaitu faktor internal yang meliputi institusi riset dan pengembangan, kapabilitas SDM, pengembangan SDM dan teknologi. Sedangkan faktor eksternal mencakup dukungan kemitraan dalam modal, dukungan pemerintah terhadap riset, HAKI, iterkasi dengan pihak luar (Sulistyo & Adiatma, 2011).

Globalisasi menjadi salah satu faktor yang menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility (CSR)* menjadi penting, melalui program CSR secara aspek ekonomi, pertumbuhan ekonomi masyarakat meningkat secara signifikan yang terlihat dari tersedianya lapangan kerja baru (Suib & Faizah, 2019). Hubungan antara pemerintah dan pihak perusahaan menjadi salah satu cara yang dibutuhkan untuk mendukung pelaksanaan kebijakan-kebijakan sosial dalam masyarakat. Perusahaan dalam melaksanakan usahanya tentu menimbulkan dampak positif dan negatif. Oleh karena itu, perusahaan harus memiliki tanggung jawab sosial terhadap lingkungan masyarakat sekitar. Wujud tanggung jawab tersebut diperoleh melalui program CSR dari perusahaan.

Pelaksanaan kemitraan melalui program CSR dilaksanakan berdasarkan Peraturan Daerah Kota Semarang Nomor 7 Tahun 2015 tentang Program Kemitraan dan Bina Lingkungan sebagai Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Kota Semarang. Salah satu perusahaan yang telah melaksanakan tanggung jawab sosial di Kota Semarang adalah PT. PLN Indonesia Power Semarang PGU merupakan salah satu anak perusahaan PT. PLN (Persero). Perusahaan ini bergerak di bidang penyedia tenaga listrik melalui pembangkitan tenaga listrik dan sebagai jasa operasi dan pemeliharaan pembangkit listrik yang mengoperasikan pembangkit listrik yang tersebar di Indonesia.

PT. PLN Indonesia Power Semarang PGU memiliki tanggung jawab sosial lingkungan di sekitar perusahaan dengan tiga standarisasi, yaitu ISO 26000, INPOWER Care, *Intergrated Management System*, PT. PLN Indonesia Power Semarang PGU merangkum kebijakan tersebut menjadi INPOWER Care meliputi pelayanan masyarakat (*community assistance*), pembinaan hubungan masyarakat (*community relation*) dan pemberdayaan masyarakat (*community empowerment*). Komitmen tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan tersebut terapkan secara utuh oleh PT. PLN Indonesia Power Semarang PGU dalam bentuk pemberdayaan masyarakat yang berkelanjutan, terarah, bermanfaat bagi lingkungan hidup, serta masyarakat di sekitar wilayah perusahaan. Program CSR yang telah dilaksanakan perusahaan ini antara lain: program di bidang kesehatan, ekonomi produktif, sosial, lingkungan, pendidikan, serta sarana dan prasarana seperti data di bawah ini:

Tabel 1.7
Kegiatan CSR PT. PLN Indonesia Power Semarang PGU Tahun 2022

Jenis	Program/Usulan	Deskripsi
Kesehatan	Pelayanan masyarakat	Bantuan bapak asuh balita stunting di kecamatan Semarang Utara
Ekonomi Produktif	Pemberdayaan masyarakat	Bantuan pemasaran produk poklhasr putri laut pada central java market
Sosial	Program pelayanan masyarakat terhadap tanggap bencana banjir rob	PT. PLN Indonesia Power melakukan kegiatan penyiagaan bagi awarga setempat, tanggap darurat bencana rob
Lingkungan	Program pemberdayaan masyarakat melalui penanaman bibit mangrove di mangkang wetan Kota Semarang	Mendukung kegiatan penanaman mangrove di pesisir pantai untuk menjaga kelestarian lingkungan hidup di pesisir pantai
Pendidikan	Program pelayanan masyarakat bantuan beasiswa jenjang sekolah menengah pertama se kota Semarang	Program beasiswa untuk jenjang sekolah menengah pertama bertujuan untuk meringankan beban biaya Pendidikan yang berasal dari warga tidak mampu

Sarana dan Prasarana Keagamaan	Program pelayanan masyarakat melalui bantuan sarana dan prasarana untuk Yayasan imam syafi'i	PT. PLN Indonesia Power Semarang PGU membantu memperbaiki kondisi yayasan
--------------------------------	--	---

Sumber: <https://csr.semarangkota.go.id/>, diakses tanggal 23 Februari 2023

Berdasarkan data tersebut, PT. PLN Indonesia Power Semarang PGU berkomitmen untuk membantu UKM untuk terus menggali potensi dalam menciptakan karya yang memiliki dampak positif bagi perekonomian. Kepedulian PT. PLN Indonesia Power Semarang PGU memperkuat kesejahteraan masyarakat, penyelenggaraan kegiatan pemberdayaan dari PT. PLN Indonesia Power memiliki berbagai tujuan, utamanya untuk menjaga kestabilan perekonomian masyarakat setempat dan kelangsungan ekosistem. PT. PLN Indonesia Power menyediakan program permodalan dan pendampingan bagi UMKM di wilayah kerjaya, terutama yang berbasis lingkungan, dengan harapan program ini usaha masyarakat dapat berkembang dan tumbuh semakin besar dan di saat yang sama lingkungan atau sumber daya alam yang mereka andalkan dapat berkelanjutan.

Sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan, PT. PLN Indonesia Power Semarang PGU memiliki program khusus yang dinamakan Indonesia Power Care (*Community Assitance Relation Empowerment*) berupa *Community Empowerment* (Pemberdayaan masyarakat) yang merupakan program CSR yang dikerjakan secara berkelanjutan, program ini tidak menghasilkan bukti melainkan bertahap. Program ini diadakan untuk membantu masyarakat meningkatkan kualitas hidup serta mengembangkan kemampuan usaha yang dimiliki. Program pemberdayaan masyarakat lebih berfokus kepada pelatihan dan pendampingan wirausaha yang dilakukan oleh penerima manfaat agar berkembang serta memiliki pasar yang lebih luas.

Seluruh program yang diberikan kepada penerima manfaat merupakan program yang dirancang sesuai dengan kebutuhan penerima manfaat, untuk menyesuaikannya PT. PLN Indonesia Power melakukan *social mapping* sebelum

program CSR belangsung. *Social mapping* merupakan salah satu cara untuk mendapatkan gambaran awal sebagai dasar penyusunan rencana program CSR untuk masyarakat Ring 1 dan Ring 2 yang terletak di sekitar lokasi perusahaan berdiri yang berbasis pada potensi sosial dan ekonomi masyarakat, permasalahan dan kebutuhan umum maupun kelompok rentan. Sejauh ini sebanyak 236 kegiatan CSR yang telah dilaksanakan oleh PT. PLN Indonesia Power Semarang PGU dibidang kesehatan, pendidikan, lingkungan, sarana dan prasarana kegamaan, ekonomi produktif dan sosial.

PT. PLN Indonesia Power Semarang PGU berkomitmen untuk melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan, salah satunya dengan kegiatan pengembangan masyarakat melalui pembentukan UKM kepada kelompok binaan di lokasi unit kerja. Pengembangan ini dilakukan mulai dari *capacity building* atau pemberian keterampilan hingga pemasaran produk. Produk yang dihasilkan adalah produk berupa makanan, minuman serta produk kerajinan yang semuanya merupakan khas dari Kota Semarang. Selain itu, untuk mencapai kemandirian mitra binaan, PT. PLN Indonesia Power Semarang PGU mendorong mitra binaan untuk memanfaatkan teknologi *e-commerce* sebagai sarana pemasaran untuk memperluas jaringan konsumen.

Kemitraan melalui program CSR sudah diterapkan oleh beberapa perusahaan, tetapi beberapa perusahaan belum melaksanakan program CSR secara efektif dalam membantu membangun citra dan legitimasi, hanya dua program yang efektif untuk pemberdayaan UKM, enam program CSR belum efektif dalam membantu membangun citra dan legitimasi salah satunya pemasaran (Hadi & Udin, 2021). Di sisi lain, banyak perusahaan di bidang lingkungan yang tidak melaksanakan kewajibannya, serta kurang efektif dalam pelaksanaannya, serta implementasi CSR dalam penegakan hukum lingkungan masih belum maksimal (Irwansyah et al., 2016). Lebih lanjut, pelaksanaan program CSR bagi perusahaan dalam pemberdayaan UKM belum banyak dilakukan dan masih terbatas pada

pemberdayaan masyarakat serta pelaksanaan CSR masih mempertimbangkan untung ruginya bagi perusahaan dan pemangku kepentingan (Andriany et al., 2017).

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa keterlibatan perusahaan masih relatif sedikit terhadap program CSR sehingga program CSR belum efektif dalam membantu UKM. Pemahaman CSR bidang ekonomi masih terbatas sehingga belum memperhatikan kondisi dan kebutuhan riil UKM untuk mencapai efektivitas dalam penyelesaian masalah yang dihadapi UKM. Ukuran keberhasilan CSR adalah membantu UKM menjadi mandiri dan tidak bergantung pada bantuan orang lain. Sehingga diperlukan model kemitraan dengan kebijakan perlunya fasilitas bantuan permodalan dengan biaya rendah dan diberikan langsung oleh perusahaan tanpa perantara pemerintah ataupun LSM. Selanjutnya, Dharmacahya (2022) mengkaji implementasi program CSR terhadap pemulihan bisnis UKM binaan, faktanya implementasi program CSR yang dilaksanakan oleh PT. Pertamina yang dilakukan dalam empat tahapan ini tidak mengalami perubahan hanya penyesuaian kegiatan salah satunya mendorong digitalisasi UKM mitra binaan.

UKM berperan strategis dalam perekonomian di Kota Semarang sebesar 28,62% pada tahun 2020, persaingan usaha di Kota Semarang sangat kompetitif dalam kurun waktu 3 tahun terdapat penambahan jumlah UKM sebesar 4.666. Peran krusial UKM juga membantu dalam menyerap angkatan tenaga kerja yang terus meningkat, akan tetapi beberapa kesulitan dihadapi oleh UKM salah satunya pemasaran menjadi masalah terbesar, pemasaran produk UKM masih dalam lingkup Kabupaten/Kota. UKM Kota Semarang masih tertinggal dalam hal kemitraan untuk mengembangkan usaha. Berdasarkan fenomena tersebut maka pertanyaan penelitian adalah mengapa pola kemitraan program *Corporate Social Responsibility (CSR)* belum mengatasi persoalan UKM?

Dinas Koperasi dan UKM Kota Semarang berperan penting untuk membantu pelaku usaha mikro dalam memperoleh keterampilan dan penyesuaian

terhadap lingkungan tempat bekerja, agar terciptanya wirausaha yang berkualitas dan mempunyai kreativitas untuk mengembangkan sektor perekonomian di daerah. Salah satu upaya Dinas Koperasi dan UKM Kota Semarang untuk mengembangkan UKM adalah dengan menjalin kemitraan melalui pemanfaatan program CSR. Salah satu Perusahaan yang menjalin kemitraan adalah PT. PLN Indonesia Power Semarang PGU sebagai bentuk tanggung jawab sosial Perusahaan dalam mempertanggung jawabkan dampak operasinya. Bentuk kepedulian Perusahaan dilaksanakan melalui program CSR di bidang ekonomi produktif berupa *community empowerment* melalui pemberian pembinaan, peningkatan kapasitas, promosi produk serta permodalan. Secara spesifik pelaksanaan program CSR dilaksanakan agar membantu permasalahan yang dihadapi oleh UKM dan mengembangkan UKM untuk mendorong peningkatan daya saing UKM.

1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian ini, maka terdapat beberapa masalah yang dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Pemasaran merupakan permasalahan utama yang dialami pelaku UKM di Kota Semarang dengan persentase tertinggi sebesar 34,18%
2. Relatif sedikit UKM di Kota Semarang yang mendapatkan bimbingan, pembinaan, pelatihan, pembinaan yang terintegrasi.
3. UKM Kota Semarang masih tertinggal dalam hal kemitraan untuk mengembangkan usaha.
4. Pemasaran produk UKM masih dalam lingkup Kabupaten/Kota.

1.2.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pola kemitraan program *Corporate Social Responsibility (CSR)* PT. PLN Indonesia Power Semarang PGU?
2. Apa faktor pendukung dan penghambat pola kemitraan program *Corporate Social Responsibility (CSR)* PT. PLN Indonesia Power Semarang PGU

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka penulis mengidentifikasi tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Menganalisis pola kemitraan program *Corporate Social Responsibility (CSR)* PT. PLN Indonesia Power Semarang PGU.
2. Menganalisis faktor pendukung dan penghambat pola kemitraan program *Corporate Social Responsibility (CSR)* PT. PLN Indonesia Power Semarang PGU.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari tujuan penelitian yang ingin dicapai, diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi masyarakat secara langsung maupun tidak langsung, Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan di bidang ilmu sosial dan politik, serta sebagai tambahan informasi dan bahan bacaan bagi yang membutuhkan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Memperluas dan memperdalam bidang kerja sama pemerintah dan swasta khususnya dan kemitraan pada umumnya, serta alat berpikir dan praktik untuk memecahkan masalah dan menemukan solusinya.

b. Bagi Dinas Koperasi dan UMKM

Instansi dapat mengawasi efektivitas pelaksanaan program pengembangan dalam meningkatkan UMKM.

c. Lembaga Pendidikan

Untuk referensi atau penelitian yang akan datang khususnya Fakultas Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.

d. Pihak Lain

Peneliti berharap hasil penelitian ini akan bermanfaat bagi pihak yang perlu mengembangkan pengetahuan lebih lanjut dan dapat digunakan untuk membuat perbandingan untuk situasi serupa yang melibatkan pengembangan model kemitraan.

1.5 Landasan Teori

1.5.1 Penelitian Terdahulu

Sebelum membahas landasan teori, peneliti memaparkan persamaan dan perbedaan dalam penelitian yang telah diulas oleh peneliti sebelumnya. Tujuannya adalah untuk menghindari plagiarisme dan duplikasi penelitian, untuk mengetahui aspek yang membedakan antara penelitian yang sebelumnya dan saat ini. Pandemi Covid-19 yang melanda beberapa tahun terakhir memberikan dampak buruk bagi UKM yang berdampak terhadap penjualan dan keuntungan. Kebangkitan UKM dari keterpurukan akibat Pandemi Covid-19 membutuhkan dukungan berbagai pihak baik pemerintah, swasta dan perguruan tinggi. Besarnya kontribusi dan krusialnya terhadap perekonomian di Indonesia diharapkan keberadaan UKM dapat berperan dalam pembangunan dan kemajuan perekonomian untuk menjamin kesejahteraan masyarakat. Kondisi UKM di Kota Semarang mengalami peningkatan jumlah setiap tahunnya, akan tetapi UKM masih tertinggal dalam hal kemitraan untuk mengembangkan usaha. Beberapa penelitian kemitraan CSR telah dilakukan, penulis mengelompokkan beberapa penelitian terdahulu berdasarkan topik yang dibahas dan relevan dengan penelitian yang akan dilakukan sebagai berikut:

Penelitian bertopik pengembangan UKM melalui program CSR diteliti oleh (Rinawati & Sadewo, 2019) dan (Haryono, 2016) yang menggunakan metode kualitatif. Rinawati & Sadewo (2019) melalui penelitiannya yang mengkaji

pengembangan model kemitraan UKM, menunjukkan bahwa penerapan model kemitraan antara pengusaha UKM dengan usaha sedang dan besar selama ini telah membaik dengan dengan integrasi usaha melalui program CSR. Lebih lanjut, Haryono (2016) melalui penelitiannya yang mengkaji pengembangan model kemitraan UKM melalui CSR memasuki pasar bebas. Hasil kajian menunjukkan, bahwa pengembangan UKM melalui program CSR kurang optimal pada masa transformasi ekonomi di Tanggulangin Kabupaten Sidoarjo, hal ini dibuktikan dengan *clustering* yang tidak berjalan karena kebijakan tersebut tidak diimplementasikan secara maksimal. Kedua penelitian ini memiliki beberapa kendala yang ditemui adalah koordinasi antar aktor yang masih belum optimal, kebijakan tidak diimplementasikan secara maksimal. Secara keseluruhan, jaringan pelaku UMKM di Tanggulangin juga lemah. Namun. Implikasi pengembangan kelembagaan UKM melalui program CSR membantu perekonomian masyarakat dalam meningkatkan usaha meskipun belum berjalan secara maksimal.

Selanjutnya, penelitian yang bertopik Implementasi Program CSR, yang diteliti (N. Alfian & Rahayu, 2019), (Bara & Utara, 2022), (Dewantari & Dharasta, 2022) dan (Dharmacahya et al., 2022). Alfian (2019) melalui penelitiannya mengkaji implementasi program CSR dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat melalui pengembangan UKM menunjukkan bahwa peran dari CSR PT. Bank Jatim membantu mewujudkan program pemerintah untuk melakukan pemberdayaan dan berperan dalam meningkatkan kemandirian dan kesejahteraan masyarakat melalui pengembangan UKM di Pamekasan. Bara & Utara (2022) mengkaji implementasi program CSR melalui pemberdayaan masyarakat, riset ini menemukan fakta pelaksanaan program CSR PT. KPC melalui program bantuan seperti stimulan usaha meliputi pembangunan workshop, galeri batik dan IPAL. Sejauh ini implementasi program CSR sudah membantu meningkatkan kesejahteraan dan kemandirian masyarakat, serta meningkatkan kompetensi secara teknis.

Dwantari & Dharasta (2022) mengkaji implementasi program CSR dalam mendukung Pemulihan Ekonomi Nasional, dengan 4 pilar untuk menunjang pembangunan berkelanjutan, yakni Pendidikan, Kesehatan, penanggulangan kemiskinan, sarana dan prasarana, program kemitraan, pelestarian alam dan keagamaan. Selanjutnya, Dharmacahya (2022) mengkaji implementasi program CSR terhadap pemulihan bisnis UKM binaan, faktanya implementasi program CSR yang dilaksanakan oleh PT. Pertamina yang dilakukan dalam empat tahapan ini tidak mengalami perubahan hanya penyesuaian kegiatan salah satunya mendorong digitalisasi UKM mitra binaan. Kedua penelitian tersebut didasari oleh kondisi UKM yang kehilangan pendapatan akibat Covid-19. Beberapa implementasi program ini berfokus untuk kesejahteraan dan kemandirian masyarakat masyarakat, membantu pemulihan perekonomian masyarakat atas efek negatif Pandemi, upaya pemulihan ekonomi dilaksanakan melalui program kemitraan dan program pengentasan kemiskinan tujuannya untuk memudahkan masyarakat memperoleh bantuan permodalan untuk pengembangan usaha.

Topik penerapan program CSR yang diteliti (Rachman et al., 2021) dan (Widjaja & Natakoesoemah, 2021). Rachman (2021) mengkaji pelaksanaan program CSR pada usaha kecil menunjukkan program CSR PT. Antam Pomala sudah dilaksanakan dengan baik, perusahaan keterlibatan langsung dalam setiap kegiatan yang dilakukan perusahaan, serta sudah berkolaborasi dengan beberapa pihak akademisi. Widjaja & Natakoesoemah (2021) mengkaji penerapan konsep CSR dalam mengembangkan UKM melalui Brincubator, hasil kajian yang diperoleh pengembangan UKM melalui BRIncubator dalam penerapan CSR masih sulit bagi UKM, sehingga UKM melakukan CSR dengan cara memproduksi produk dari bahan yang ramah lingkungan. Hasil kajian kedua penelitian ini menunjukkan perusahaan sudah menerapkan prinsip-prinsip CSR dengan baik, perusahaan melalui program kemitraan berupaya untuk memajukan dan mendorong pelaku usaha dengan berbagai bantuan, pelatihan dan pembinaan untuk menciptakan kemandirian

usaha. Pengembangan UKM sudah terlaksana dengan baik dengan memberikan bantuan permodalan dan pembinaan dengan program kemitraan pengembangan masih mengalami hambatan belum melek teknologi sehingga memperlambat pengembangan UKM, serta kurangnya komunikasi dan pemberitahuan terkait pelatihan.

Topik penelitian *The Role CSR to Business Capacity of SMEs* diteliti oleh (Murwadji, 2019), (Ansong, 2017) dan (Ghonyah, 2019). Murwadji (2019) mengkaji *The Role of Academics in CSR to Increase Business Capacity of SMEs*, faktanya penerapan CSR belum optimal dalam mengembangkan UKM, peran akademisi dalam program CSR hanya berfokus menemukan teori dan konsep yang tepat untuk implemementasi CSR yang baik dan efektif, serta menutupi berbagai kelemahan dalam masing-masing pihak dalam menjalankan program. Selanjutnya, Ansong (2017) mengkaji *CSR and Firm Performance of Ghanaian SMEs: The Role of Stakeholder Engagement*, temuan penelitian terdapat hubungan yang tidak konsisten antar CSR dan kinerja keuangan perusahaan dapat berasal dari peran mediasi keterlibatan pemangku kepentingan. Ghonyah (2019) mengkaji *The Role of CSR Patterned Partnership In Promoting The Role of SMEs*, hasil penelitian menunjukkan kemitraan CSR berpengaruh positif dan signifikan. Ketiga penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan yang melibatkan pemangku kepentingan cenderung berkinerja lebih baik secara finansial, keterlibatan pemangku kepentingan sepenuhnya memediasi hubungan antara CSR, akademisi berperan penting menjadi inisator utama dalam penyelesaian masalah. Agar CSR terintegrasi terhadap kinerja UKM, program CSR membentuk pelatihan yang akan mempengaruhi kinerja pemasaran, produksi dan kinerja SDM.

Effectivity of CSR diteliti oleh (Hadi & Udin, 2021), (Irwansyah et al., 2016), (Soesilowati et al., 2020) dan (Andriany et al., 2017). Hadi & Udin (2021) mengkaji *Testing The Effectiveness of CSR Dimensions For Small Business Entrepreneurs*. Penelitian ini menunjukkan bahwa enam program CSR belum efektif dalam

membantu membangun citra dan legitimasi, hanya dua program yang efektif untuk pemberdayaan UKM. Irwansyah (2016) mengenai *Effectiveness of Implementation of CSR*, faktanya masih banyak perusahaan di bidang lingkungan yang tidak melaksanakan kewajibannya, serta kurang efektif dalam pelaksanaannya, serta implementasi CSR dalam penegakan hukum lingkungan masih belum maksimal. Lebih lanjut, Andriany (2017) mengkaji *Effectiveness of (CSR) to The Development of SMEs*, Pelaksanaan program CSR bagi perusahaan dalam pemberdayaan UKM belum banyak dilakukan dan masih terbatas pada pemberdayaan masyarakat serta pelaksanaan CSR masih mempertimbangkan untung ruginya bagi perusahaan dan pemangku kepentingan. Ketiga penelitian ini menunjukkan bahwa keterlibatan perusahaan masih relatif sedikit terhadap program CSR sehingga program CSR belum efektif dalam membantu UKM. Pemahaman CSR bidang ekonomi masih terbatas sehingga belum memperhatikan kondisi dan kebutuhan riil UKM untuk mencapai efektivitas dalam penyelesaian masalah yang dihadapi UKM. Ukuran keberhasilan CSR adalah membantu UKM menjadi mandiri dan tidak bergantung pada bantuan orang lain, sehingga diperlukan model kemitraan dengan kebijakan perlunya fasilitas bantuan permodalan dengan biaya rendah dan diberikan langsung oleh perusahaan tanpa perantara pemerintah ataupun LSM.

Penelitian ini berfokus untuk melihat model kemitraan yang dilakukan Dinas Koperasi dan UKM Kota Semarang dengan PT. PLN Indonesia Power Semarang PGU melalui program *Corporate Social Responsibility* di lingkup ekonomi produktif untuk mengatasi permasalahan UKM, dengan menganalisis faktor pendukung dan penghambat dalam proses kemitraan Dinas Koperasi dan UKM Kota Semarang dengan PT. PLN Indonesia Power Semarang PGU melalui program CSR. Untuk melihat model kemitraan penelitian ini menggunakan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dengan pola kemitraan yang dijalankan Dinas Koperasi dan UKM Kota Semarang dengan PT. PLN Indonesia Power Semarang PGU yang dijadikan dasar dalam kemitraan di Kota Semarang

menggunakan pola inti plasma dengan memperhatikan tiga aspek, yaitu permodalan, pembinaan dan pemasaran.

1.5.2 Administrasi Publik

Secara etimologi, administrasi berasal dari bahasa latin (Yunani) yang terdiri dari atas dua kata, yaitu “*ad*” yang artinya intensif dan “*ministrare*” yang artinya melayani atau membantu (*to serve*). Dengan kata lain administrasi merupakan terjemahan dari bahasa Inggris, yaitu *administration* yang bentuk infinitifnya adalah *to administer* yang diartikan sebagai mengelola (*to manage*) atau menggerakkan (*to direct*). Selanjutnya, menurut Dimock & Dimock kata administrasi berasal dari kata “*ad*” dan “*minister*” yang berarti “*to serve*” yang diartikan sebagai suatu proses pelayanan atau pengaturan (Malawat, 2022).

Administrasi menurut (Siagian, 2012) adalah keseluruhan proses kerjasama antara dua orang manusia atau lebih yang di dasarkan atas rasionalitas tertentu untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya. The Liang Gie administrasi dalam arti luas adalah proses penyelenggaraan dalam setiap usaha kerjasama sekelompok manusia untuk mencapai tujuan tertentu (Kencana, 2006). Bagian-bagian yang mutlak dari administrasi menurut (Syafri, 2012), yaitu:

- Kelompok orang (manusia), yaitu berkumpulnya dua orang atau lebih dalam suatu organisasi berupa organisasi sipil, negeri, militer, swasta, serta organisasi besar dan kecil.
- Kegiatan, yakni berupa aktivitas yang harus dikerjakan baik secara individu meskipun berkaitan dengan orang lain.
- Kerja sama, yaitu antar individu dalam kelompok menyelesaikan pekerjaan karena tidak mampu diselesaikan secara individu.
- Tujuan, yaitu sesuatu yang hendak dicapai oleh sekelompok orang untuk mencapai tujuan organisasi.
- Efisiensi, yaitu perbandingan terbaik antara input dan output

Beberapa definisi tersebut dapat dirumuskan bahwa definisi administrasi adalah pekerjaan yang terencana yang dilakukan oleh sekelompok orang dalam bekerjasama untuk mencapai tujuan atas dasar efektif, efisien dan rasional. Oleh karena itu, tujuan yang hendak dicapai melalui kegiatan administrasi adalah menerapkan kemampuan dan keterampilan kerja sehingga tercapai tujuan secara efektif dan efisien melalui tindakan rasional. Tujuan secara efektif dan efisien melalui tindakan rasional dapat terwujud bila ada perencanaan yang realistis dan benar-benar tepat, logis dan dapat dikerjakan. Jadi perencanaan berfungsi sebagai landasan kebijakan administrasi dan merupakan wujud konkrit dari tujuan. Untuk membuat perencanaan yang tepat maka diperlukan sumber daya manusia yang berkualitas dan sumber daya non-manusia yang cukup memadai. Kualitas sumber daya manusia yang dimaksud adalah yang memiliki kompetensi pengetahuan, keterampilan dan moral yang tinggi, dengan kompetensi tersebut dapat disusun pengorganisasian (*organizing*) secara benar dan objektif yang sesuai prinsip "*the ringht man of the right place*" atau orang yang tepat pada tempatnya dan menduduki jabatan yang sesuai kemampuannya.

Publik pada dasarnya berasal dari Bahasa Inggris "*public*" yang berarti umum, orang banyak, rakyat dan rakyat umum. Publik menurut Syafi'e adalah sejumlah manusia yang memiliki kesamaan berpikir, perasaan, harapan, sikap dan tindakan yang baik dan benar berdasarkan atas nilai-nilai norma yang mereka miliki (Pasolong, 2010). Selanjutnya Frederickson menjelaskan konsep dasar publik dalam lima perspektif, yaitu (1) publik sebagai kelompok kepentingan, dalam hal ini public dilihat sebagai manifestasi dari interaksi kelompok yang melahirkan kepentingan masyarakat, (2) publik sebagai pemilih rasional, yaitu masyarakat yang terdiri dari beberapa individu yang berusaha memenuhi kebutuhan, (3) publik sebagai perwakilan kepentingan masyarakat, yaitu kepentingan publik yang diwakili melalui "suara" (4) publik sebagai konsumen, yaitu konsumen sebenarnya tidak terdiri dari individu yang tidak berhubungan satu sama lain, namun dalam jumlah

besar menimbulkan tuntutan terhadap pelayanan birokrasi dan (5) publik sebagai warga negara, yaitu warga negara dianggap sebagai publik karena partisipasi masyarakat dalam proses penyelenggaraan pemerintahan sehingga dianggap penting (Suhartoyo, 2019).

Dwight Waldo mendefinisikan administrasi publik adalah manajemen dan organisasi dari manusia-manusia dan peralatannya untuk mencapai tujuan pemerintah (Syafri, 2012). Selanjutnya Chandler & Plano menyatakan bahwa administrasi publik adalah proses dimana sumber daya dan personel publik diorganisir dan dikoordinasikan untuk memformulasikan, mengimplementasikan dan mengelola keputusan-keputusan dalam kebijakan publik (Keban, 2008). Sedangkan (Pasolong, 2010) mendefinisikan administrasi publik merupakan kerja sama yang dilakukan oleh sekelompok orang atau lembaga dalam melaksanakan tugas-tugas pemerintahan dalam memenuhi kebutuhan publik secara efektif dan efisien.

Kaitan teori administrasi publik dengan penelitian ini pemerintah dalam hal ini Dinas Koperasi dan UKM Kota Semarang menjalin kolaborasi dengan PT. PLN Indonesia Power Semarang PGU melalui *Corporate Social Responsibility* menggunakan pola kemitraan. Kolaborasi ini merupakan kemitraan antara sektor publik dan privat untuk mencapai hasil yang diinginkan dengan saling memberikan manfaat antar pihak atau saling menguntungkan satu sama lain. Tujuan tersebut sejalan dengan definisi dari administrasi publik yakni kerja sama yang dilakukan antara dua orang atau lebih untuk mencapai tujuan, tujuan kemitraan yang dilakukan adalah untuk peningkatan UKM di Kota Semarang. Kemitraan menjadi penting karena adanya kesadaran bahwa persoalan-persoalan pelayanan publik tidak dapat lagi dilihat hanya dari pemerintah semata. Kemitraan perlu dibangun untuk menyelesaikan persoalan publik Adanya pola kemitraan dalam usaha maka usaha akan berjalan dengan baik, serta memperoleh informasi dan sumber daya yang berkualitas dalam meningkatkan UKM di daerah. Kolaborasi dilakukan karena

adanya sifat saling membutuhkan antar organisasi dalam menyelesaikan permasalahan yang dialami UKM.

Administrasi publik sebagai ilmu sosial yang dinamis, setiap saat senantiasa mengalami perubahan sejalan dengan perubahan zaman, peradaban dan teknologi. Perjalanan penyelenggaraan peran administrasi publik yang demikian telah mengalami berbagai macam perkembangan dari masa sebelum lahirnya konsep Negara Bangsa, hingga lahirnya ilmu modern dari administrasi public yang sampai saat ini telah mengalami beberapa kali pergeseran paradigma mulai dari *Old Public Administration* (OPA), *New Public Management* (NPM), *New Public Service* (NPS) dan *Governance*. Perkembangan paradigma ini memberikan implikasi terhadap penyelenggaraan administrasi publik khususnya terkait dengan pendekatan yang digunakan dalam pembuatan strategi, pengelolaan organisasi secara internal, serta interaksi antara publik dengan politisi, masyarakat dan aktor lainnya.

1.5.3 Paradigma Administrasi Publik

a. *Old Public Administration* (OPA)

Perkembangan paradigma administrasi publik klasik dimulai ketika awal kelahiran kelahiran dari administrasi publik itu sendiri. Pada masa perkembangan awal, administrasi publik dikenal dengan konsep yang sangat legalistik, ter-institusionalisasi dengan berbagai macam aturan yang menigkat, struktur organisasi yang hirarkis yang kurang memungkinkan adanya koordinasi dari berbagai fungsi sehingga sangat sentralistik dan besarnya dominasi pemerintah dalam berbagai hal termasuk pemberian pelayanan publik. Besarnya intervensi pemerintah pada semua segmen kehidupan masyarakat menjadikan pemerintah sebagai penguasa tunggal, dimana peraturan atau kebijakan yang dibuat dimungkinkan untuk diambil alih secara penuh oleh pemerintah tanpa melibatkan berbagai aktor lainnya seperti perwakilan dari sektor bisnis dan khususnya masyarakat. Hal ini menimbulkan dampak dengan besarnya anggaran yang harus dikeluarkan pemerintah untuk

membiayai organisasi pemerintahan yang formasi birokrasinya cenderung “gemuk” dengan bermacam fungsi yang terlalu boros dan tidak memiliki tupoksi yang jelas.

Secara ringkas Denhardt menguraikan karakteristik *Old Public Administration* (Mulyadi, 2018) sebagai berikut:

1. Fokus utama adalah penyediaan pelayanan publik melalui organisasi atau badan resmi pemerintah.
2. Kebijakan publik dan administrasi negara dipahami sebagai penataan dan implementasi kebijakan yang berfokus pada satu cara terbaik, kebijakan publik dan administrasi negara sebagai tujuan yang bersifat politik.
3. Administrator publik memainkan peran yang terbatas dalam perumusan kebijakan publik dan pemerintahan hanya bertanggung-jawab mengimplementasikan kebijakan publik.
4. Pelayanan publik harus diselenggarakan oleh administrator yang bertanggung-jawab kepada pejabat publik (*elected officials*) dan dengan diskresi terbatas.
5. Administrator bertanggung-jawab kepada pimpinan pejabat politik (*elected political leaders*) yang telah terpilih secara demokratis.
6. Program-program publik dilaksanakan melalui organisasi yang hierarkis dengan kontrol yang ketat oleh pimpinan organisasi.
7. Nilai pokok yang dikejar oleh organisasi publik adalah efisiensi dan rasionalitas.
8. Organisasi publik melaksanakan system tertutup sehingga keterlibatan warga negara dibatasi.
9. Peranan administrator publik adalah melaksanakan prinsip-prinsip *Planning, Organizing, Staffing, Directing, Coordinating, Reporting* dan *Budgeting*.

Beberapa poin dalam administrasi publik klasik jika dilihat memiliki persamaan dengan kondisi pelayanan publik di Indonesia masih cenderung dulit untuk dijangkau oleh masyarakat karena proses birokrasi yang lama dan kaku, masih

hirarkis *top down*. Pemerintah masih memegang kontrol yang besar terhadap pemerintah daerah meskipun tidak lagi sebesar ketika Indonesia menganut sistem pemerintahan sentralistik. Dalam administrasi publik klasik organisasi publik lebih memfokuskan pada efisiensi dan rasionalitas sehingga melupakan sisi humanis dan internal organisasi.

b. *New Public Management* (NPM)

Paradigma *New Public Management* muncul pada tahun 1980-an dan masih berkembang sampai sekarang, paradigma ini mencoba memperbaiki kinerja pemerintah yang lamban dalam memberikan pelayanan publik dengan memasukkan prinsip atau semangat kewirausahaan seperti yang ada dalam organisasi sektor privat ke organisasi publik dengan memberikan sentuhan kompetisi untuk menghasilkan efektivitas, efisiensi dan produktivitas yang tinggi dalam organisasi publik. Inti ajaran dari NPM (Mulyadi, 2018) dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Pemerintah diajak untuk meninggalkan paradigma administrasi tradisional dan menggantikannya dengan perhatian terhadap kinerja atau hasil kinerja.
2. Pemerintah sebaiknya melepaskan diri dari birokrasi klasik dan membuat situasi dan kondisi organisasi, pegawai dan para pekerja lebih fleksibel.
3. Menetapkan tujuan dan target organisasi dan personal lebih jelas sehingga memungkinkan pengukuran hasil melalui indikator yang jelas.
4. Staff senior lebih berkomitmen secara politis dengan pemerintah sehari-hari daripada netral.
5. Fungsi pemerintah adalah memperhatikan pasar, kontrak kerja keluar yang berarti pemberian pelayanan tidak selamanya melalui birokrasi, melainkan bisa diberikan oleh sektor swasta.
6. Fungsi pemerintah dikurangi melalui privatisasi.

Indonesia menerapkan konsep *New Public Management* pada zaman pemerintahan Presiden Megawati secara radikal dengan melakukan privatisasi

secara besar-besaran. Privatisasi dilakukan pada sector strategis contohnya Indosat dan tanpa pemahaman yang tepat tentang bagaimana prediksi kedepannya, sehingga mengakibatkan privatisasi menjadi tidak berjalan sebagaimana mestinya. Selain itu prinsip NPM yang menganggap masyarakat sebagai *customer* tidak bisa dibenarkan karena dalam Undang-Undang telah dikatakan bahwa semua masyarakat berhak mendapatkan perlakuan yang sama dari negara tanpa adanya pemisahan karena kapasitas uang semata (Mulyadi, 2018).

c. *New Public Service (NPS)*

New Public Service dianggap sebagai usaha kritikan terhadap paradigma *Old Public Administration* dan *New Public Management* yang dirasa belum memberikan dampak kesejahteraan dan menyebarkan ketidakadilan dalam pemberian pelayanan kepada masyarakat. Masyarakat seharusnya dianggap sebagai warga negara dan bukannya *client* atau pemilih seperti paradigma *Old Public Administration* atau *customer* yang diusung oleh paradigma *New Public Management* (Mulyadi, 2018). Prinsip-prinsip atau asumsi dasar dari pelayanan publik baru (*New Public Management*) (Mulyadi, 2018) adalah sebagai berikut:

1. Melayani warga negara bukan pelanggan (*Serves Citizen, Not Customers*) melalui pajak yang mereka bayarkan maka warga negara adalah pemilik sah (*legitimate*) negara bukan pelanggan.
2. Mengutamakan kepentingan publik (*Seeks The Public Interest*); kepentingan publik seringkali berbeda dan kompleks, tetapi negara berkewajiban untuk memenuhinya. Negara tidak boleh melempar tanggung-jawabnya kepada pihak lain dalam memenuhi kepentingan publik.
3. Kewarganegaraan lebih berharga atau bernilai daripada kewirausahaan (*Value Citizenship Over Enterpreurship*); kewirausahaan itu penting, tetapi warga negara berada di atas segala-galanya.

4. Berpikir strategis dan bertindak demokratis (*Think Strategically, Act Democratically*); pemerintah harus mampu bertindak cepat dan menggunakan pendekatan dialog dalam menyelesaikan persoalan pihak.
5. Menyadari bahwa akuntabilitas tidaklah mudah (*Recognize That Accountability Isn't Simple*); pertanggungjawaban merupakan proses yang sulit dan terukur sehingga harus dilakukan dengan metode yang tepat.
6. Melayani daripada mengarahkan (*Serve Rather Than Steer*); fungsi utama pemerintah adalah melayani warga negara bukan mengarahkan.
7. Menghargai manusia tidak hanya sekedar produktivitas (*Value People, Not Just Productivity*); kepentingan masyarakat harus menjadi prioritas meskipun bertentangan dengan nilai-nilai produktivitas.

d. Governance

Meskipun secara garis besar hanya ada tiga paradigma besar dalam pelayanan publik, namun ada beberapa akademisi yang menyatakan bahwa *governance* merupakan salah satu paradigma dalam pelayanan publik. Dapat dikatakan bahwa “*governance*” atau “*good governance*” menyempurnakan konsep-konsep sebelumnya. Jika pada masa-masa sebelumnya kekuasaan dan penyelenggaraan pemerintah lebih didominasi oleh Negara, maka pada konsep *good governance*, partisipasi dari aktor bisnis dan masyarakat sangat ditekankan dengan tujuan agar tercapainya kebijakan pemerintahan yang dapat menyentuh semua aspek kebutuhan masyarakat, baik sektor privat maupun untuk masyarakat pada umumnya (Mulyadi, 2018).

Interaksi ketiga yang kondusif ini akan memudahkan kerja pemerintah sehingga pemerintah tidak harus menjadi corong utama dari semua kegiatan. Pemerintah dapat berfokus pada isu politik dan membenahi masalah hukum, sektor privat akan menciptakan lapangan pekerjaan dan pendapatan, masyarakat dapat menjadi fasilitator untuk interaksi sosial dan politik yang akan menimbulkan partisipasi masyarakat dalam aktivitas sosial, ekonomi dan politik. Intinya

governance mengharapkan penyelenggaraan pemerintah tidak hanya di dominasi oleh Negara namun sektor privat dan masyarakat juga berhak untuk berpartisipasi. Dengan demikian tentunya dengan pergeseran paradigma Administrasi Publik bahwa dalam proses kebijakan publik semestinya harus sesuai dengan masing-masing paradigma yang dianut oleh Organisasi Publik/Badan Politik tersebut.

1.5.4 Governance

Istilah “*governance*” sudah dikenal dalam literatur administrasi dan ilmu politik sejak Woodrow Wilson memperkenalkan bidang studi tersebut, istilah “kepemerintahan” atau “*governance*”, yaitu “*the act, fact, manner of governing*”, berarti “Tindakan, fakta, pola, dan kegiatan atau penyelenggaraan pemerintah”. Dengan demikian “*governance*” adalah suatu kegiatan (proses), sebagaimana yang di kemukakan (Kooiman, 2009) bahwa *governance* merupakan “...serangkaian proses interaksi social, politik antara pemerintahan dengan masyarakat dalam berbagai bidang yang berkaitan dengan kepentingan masyarakat dan intervensi pemerintah atas kepentingan-kepentingan tersebut”.

Istilah *governance* secara harfiah dapat diartikan sebagai suatu kegiatan pengarahan atau pembinaan. Menurut Frederickson *governance* adalah proses di mana suatu sistem sosial, ekonomi atau sistem organisasi kompleks lainnya dikendalikan dan diatur. Dalam perspektif fungsional, *governance* dapat dilihat dari apakah pemerintah telah berfungsi secara efisien dan efektif dalam rangka pencapaian tujuan yang telah digariskan (Mulyadi, 2018).

Beberapa pengertian mengenai *governance* mengisyaratkan keterlibatan tiga pilar utama, yaitu pemerintah, korporasi dan masyarakat sipil yang saling menjaga, support dan berpartisipasi aktif dalam perumusan, implementasi dan evaluasi kebijakan publik dalam rangka penyelenggaraan pemerintahan di suatu negara. Tanpa *governance* akan sulit bagi masing-masing pihak untuk saling berkontribusi dan saling mengawasi, *governance* tidak akan bisa tercapai apabila integritas

pemerintah dalam menjalankan pemerintahan tidak terjamin. Hukum hanya akan menjadi boomerang yang bisa balik menyerang negara dan pemerintah menjadi lebih buruk apabila tidak dipakai sebagaimana mestinya. Konsistensi pemerintah, korporasi dan masyarakat juga harus terjamin sebagai wujud peran masing-masing dalam penyelenggaraan pemerintahan, setiap pihak harus bergerak dan menjalankan tugasnya sesuai dengan kewenangan masing-masing.

Kemitraan menjadi tren dalam administrasi publik dan praktik tata kelola manajemen publik selama beberapa dekade terakhir. Kemitraan menjadi penting karena adanya kesadaran bahwa persoalan-persoalan pelayanan publik tidak dapat lagi dilihat hanya dari pemerintah semata. Kemitraan perlu dibangun untuk menyelesaikan persoalan publik (Glasbergen et al., 2007) mengingat keluasan dan kompleksitas pelayanan publik terus berkembang selaras dengan peningkatan kebutuhan masyarakat. *Governance* menjadi landasan dalam pengelolaan kemitraan untuk memenuhi kebutuhan publik dan pemerintah memiliki tanggung jawab untuk memastikan tata kelola yang baik dalam pelaksanaan kemitraan dengan pihak swasta (Glasbergen et al., 2007).

1.5.4.1 Unsur-Unsur *Governance*

Keterkaitan unsur pemerintahan yang baik dengan penyelenggaraan negara digambarkan dengan tiga dimensi menurut *United Nations Development Programme* sebagai berikut :

- a. *Economic governance* meliputi proses pembuatan kebijakan yang mempengaruhi aktivitas negara atau berhubungan dengan ekonomi, yaitu legislatif sebagai pengambil keputusan politik, pemerintah di samping pelaksana (BUMN/BUMD) juga sebagai fasilitator terhadap pihak swasta/masyarakat sebagai pelaku ekonomi. *Economic governance* mempunyai implikasi terhadap *equity, poverty, and equity of life*.

- b. *Political governance* merujuk kepada proses pembuatan keputusan untuk formulasi kebijakan. Aktivitas ini merupakan fungsi legislatif kebijakan tertentu (peraturan perundang-undangan) yang dihasilkan badan legislatif (penguji peraturan perundang-undangan).
- c. *Administrative governance* adalah sistem implementasi kebijakan yang meliputi tiga domain: *state* (negara atau pemerintahan), *private sector* (sektor swasta/dunia usaha) dan *society* (masyarakat) yang saling berinteraksi dan menjalankan fungsinya masing-masing (Mulyadi, 2018).

Ketiga elemen ini melaksanakan sistem pemerintahan yang mencakup proses dan struktur masyarakat yang mengarahkan hubungan-hubungan sosial, ekonomi dan politik untuk menciptakan suatu lingkungan yang sehat untuk mengarah pada kehidupan yang lebih baik. Salah satu ukuran tata pemerintahan yang baik adalah tercapainya suatu pengaturan yang dapat diterima sektor publik, swasta dan masyarakat adalah :

- a. Pengaturan di sektor publik menyangkut keseimbangan kekuasaan antara Badan Eksekutif yaitu Presiden beserta pelaksana pemerintahan, Legislatif yaitu DPR dan MPR, serta Yudikatif sebagai Lembaga peradilan atau pengadilan.
- b. Sektor swasta mengelola berdasarkan kesepakatan bersama, termasuk mengatur perusahaan dalam negeri besar maupun kecil, perusahaan multi nasional koperasi dan sebagainya.
- c. Masyarakat mencapai kesepakatan bersama untuk mengatur kelompok-kelompok yang berbeda seperti kelompok agama, olahraga, kesenian dan sebagainya.

Institusi dari governance meliputi tiga domain, yaitu *state*, *private sector*, dan *society* (Mulyadi, 2018):

- a. *State* (Negara/Pemerintahan) konsepsi pemerintahan pada dasarnya adalah kegiatan kenegaraan, tetapi lebih jauh dari itu yang melibatkan sektor swasta dan kelembagaan masyarakat.
- b. *Private Sector* (Sektor Swasta) pelaku sektor swasta mencakup perusahaan swasta yang aktif dalam sistem pasar seperti industri pengolahan perdagangan, perbankan dan koperasi termasuk kegiatan sektor informal.
- c. *Society* (Masyarakat) kelompok masyarakat dalam konteks bernegara pada dasarnya berada diantara atau di tengah-tengah antara pemerintah dan perseorangan yang mencakup perseorangan maupun kelompok masyarakat yang berinteraksi secara sosial, politik dan ekonomi.

1.5.4.2 Prinsip-Prinsip *Good Corporate Governance*

Komite Cadbury dalam (Wahyudi & Azheri, 2008) menyebutkan bahwa *Good Corporate Governance* (GCG) adalah sistem yang mengarahkan dan mengendalikan perusahaan dengan tujuan agar mencapai keseimbangan antara kekuatan kewenangan yang diperlukan oleh perusahaan, untuk menjamin kelangsungan eksistensinya dan pertanggungjawaban kepada stakeholder. Hal ini berkaitan dengan peraturan kewenangan pemilik, direktur, manajer, pemegang saham, dan sebagainya.

Beberapa prinsip *Good Corporate Governance* menurut (Kaihatu, 2006) ialah:

- a. *Fairness* (kesetaraan dan kewajaran): perusahaan harus senantiasa memberikan perlakuan yang sama atau adanya kesetaraan maupun kewajaran terhadap para pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya.
- b. *Transparency* (Transparansi): Merupakan suatu keterbukaan informasi, yaitu mengenai keterbukaan dalam melaksanakan proses pengambilan keputusan dan keterbukaan dalam mengemukakan informasi materiil dan relevan mengenai perusahaan.

- c. *Accountability* (Akuntabilitas): Perusahaan harus dapat mempertanggungjawabkan kinerjanya secara transparan dan wajar. Yaitu kejelasan fungsi, struktur, sistem, dan pe-rtanggungjawaban organ perusahaan sehingga pengelolaan perusahaan terlaksana secara efektif.
- d. *Responsibility* (pertanggungjawaban): Kesesuaian dan kepatuhan perusahaan terhadap peraturan perundang-undangan dan prinsip korporasi yang sehat serta melaksanakan tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan.
- e. *Independency* (Kemandirian): Dalam melancarkan pelaksanaan azas *Good Corporate Governance* (GCG), perusahaan harus dikelola secara independen sehingga masing-masing organ perusahaan tidak saling mendominasi dan tidak dapat diintervensi oleh pihak lain.

1.5.4.3 Dimensi Governance

Governance memiliki perhatian terhadap tiga isu penting, yang membedakannya dengan tradisi adminisitrasi publik yang konvensional (Dwiyanto, 2018), isu tersebut antara lain:

- a. Dimensi Kelembagaan

Sebagai sebuah sistem administrasi yang melibatkan banyak pelaku, baik dari pemerintah maupun di luar pemerintah (Dwiyanto, 2003). Isu kelembagaan memetakan atau mengidentifikasi para pemangku kepentingan yang terlibat. Menurut (Billgren & Holmén, 2008) konsep maupun pengertian pemangku kepentingan akan sangat tergantung pada kepentingan akademis atau persepsi ilmuwan yang mengkajinya.

- b. Dimensi Nilai

Sebagai dasar dalam penggunaan kekuasaan, mengenai nilai apa yang sebaiknya digunakan agar berbeda antara ruang dan waktu tergantung pada sejarah dan pengalaman masing-masing negara. Dimensi nilai dipandang sebagai seperangkat keyakinan atau prinsip perilaku yang telah mempribadi

dalam diri seseorang atau kelompok masyarakat tertentu ketika berpikir atau bertindak.

c. Dimensi Proses

Dimensi ini menjelaskan bagaimana berbagai unsur dan lembaga memberi respons terhadap berbagai masalah publik yang muncul di lingkungannya (Dwiyanto, 2018). Proses menggambarkan urutan pelaksanaan atau kejadian yang saling terkait yang bersama-sama mengubah masukan menjadi keluaran. Pengertian lainnya menyebutkan bahwa proses adalah serangkaian sistematis atau tahapan yang jelas dan dapat ditempuh berulang kali untuk mencapai hasil yang diinginkan. Pola kemitraan Dinas Koperasi dan UKM dengan PT. PLN Indonesia Power Semarang PGU melalui program CSR merupakan salah satu kebijakan yang membutuhkan kajian kemitraan.

1.5.4.4 Jenis-Jenis Kolaborasi

Kemitraan memerlukan adanya adanya sinergi dari beberapa *stakeholder* untuk memenuhi tujuan bersama dalam prinsip kerja sama dan keadilan.

a. Kolaborasi *Triple Helix*

Konsep *triple helix* yang dapat ditelusuri jejaknya sejak perang dunia kedua dan melahirkan konsep hubungan yang kompresif antara ilmu pengetahuan (akademisi), sektor industri atau perdagangan (dunia usaha) dan sektor publik (pemerintah). Hubungan trilogi ini sangat jelas dan saling bergantung. Sektor publik yakni pemerintah menggunakan basis pajak untuk mendanai lembaga pengetahuan untuk meneliti teknologi dan produk inovatif. Sektor bisnis memproduksi hasil penelitian dan inovasi tersebut dan akhirnya sektor publik yakni pemerintah mendapatkan hasil melalui penarikan pajak (Astuti et al., 2020).

Triple helix bahwa potensi inovasi dan pengembangan ekonomi terletak pada peran yang lebih menonjol dari sektor Universitas atau ilmu pengetahuan. Industri dan pemerintah menghasilkan sebuah format kelembagaan dan sosial baru dalam produksi, transfer dan penerapan pengetahuan. Intinya adalah bahwa ilmu

pengetahuan mensyaratkan sektor publik untuk mendukung eksperimen dan penelitian karena sektor bisnis tidak akan pernah mengambil risiko jika tidak mampu meyakinkan. Demikian juga dibutuhkan sektor publik untuk mengembangkan kondisi atau tuntutan inovasi, terutama dalam hal komunikasi transportasi dan sumber daya.

Triple helix cukup generik namun jika menyangkut orang, maka pengguna harus masuk dalam daftar pemangku kepentingan. *Triple helix* mengasumsikan pemangku kepentingan tahu yang terbaik untuk pasar, akhir 70-an membawa gelombang ‘kolektif individu’ yang sulit dilakukan bagi sektor perdagangan dan politik. Terbukti orang (konsumen) adalah materi, sejak itu diperkenalkan pemangku kepentingan tambahan yakni pengguna sehingga menciptakan konsep *quadruple helix*. *Quadruple helix* menjadi empat kelompok pemangku kepentingan, masing-masing memiliki kontribusi yang sangat berharga, membawa para aktor lebih dekat dan membawa pembicaraan ke level terendah pemangku kepentingan. Namun, dimensi keempat yakni pengguna, tampaknya diperlakukan sebagai konsumen daripada mitra sejati untuk penciptaan inovasi bersama (Astuti et al., 2020).

b. Kolaborasi *Penta Helix*

Latar belakang konsep *penta helix* dibangun atas dua model sebelumnya *triple helix* dan teori *quadra helix*. Teori *helix* yakni pemangku kepentingan antara pemerintah (*government*), pengusaha (*business*) dan akademisi (*academician*). Sedangkan *quadra helix* ditambah dengan dimasukkannya satu pemangku kepentingan lainnya yakni masyarakat madani (*civil society*). Pemangku kepentingan *penta helix* disempurnakan menjadi lima yakni media massa (*mass media*).

Tabel 1.7
Pemangku Kepentingan Triple Helix, Quadra Helix dan Penta Helix

Triple Helix	Quadra Helix	Penta Helix
Pemerintah	Pemerintah	Pemerintah (<i>Government</i>)
Bisnis	Bisnis	Dunia Usaha (<i>Business</i>)
Akademisi	Akademisi	Akademisi (<i>Academician</i>)
	Organisasi Non Pemerintah (<i>Civil Society</i>)	Organisasi Non Pemerintah (<i>Non-Government Organization/Civil Society</i>)
		Media Massa (<i>Mass Media</i>)

Sumber: (Astuti et al., 2020)

Kolaborasi *penta helix* saat ini sangat dibutuhkan untuk mengembangkan UKM dengan melibatkan partisipasi dari berbagai pihak demi terwujudnya kemajuan UKM (Ishak & Sholehah, 2021). Pengembangan UKM memerlukan kerja sama antar *stakeholder*, unsur pemerintah *political power* untuk merumuskan sebuah kebijakan melalui keputusan, sementara masyarakat atau komunitas disebut sebagai *social power*. Konsep sinergitas *penta helix* ini menjadi urgen dilakukan untuk menghindari adanya tumpang tindih kebijakan. Model *penta helix* dapat diterapkan untuk membangkitkan UKM, karena UKM tidak akan mengalami kemajuan jika *stakeholder* dan pemegang kepentingan tidak saling berkoordinasi dan berkolaborasi, dalam konteks ini pemerintah yang menjadi *leading sector* dalam menggerakkan kelima *stakeholder* ini karena pemerintah memiliki kekuatan penuh dalam pengambilan kebijakan.

Langkah terakhir *penta helix* adalah perbedaannya pada modal dan bisnis, keduanya mewakili pemangku kepentingan yang sangat berbeda. Pemangku kepentingan bisnis seringkali agresif, kompetitif, mengambil risiko dan siap untuk gagal. *Penta helix* jauh melampaui, teknologi dan sains memasuki dimensi ruang yang melibatkan model bisnis inovatif jaringan sosial dan sebagainya. Konsep *penta helix* adalah alat yang ideal untuk berkerja dengan model kompleksitas dan ekonomi

daripada model inovasi bisnis berbasis konsumen/pasar. Model *penta helix* sangat berguna untuk menyelesaikan masalah multi pihak dimana pemangku kepentingan mewakili berbagai kepentingan pada satu lokasi (Sturesson et al., 2009).

Kolaborasi dari lima pemangku kepentingan ini diharapkan dapat mewujudkan sebuah kebijakan yang di dukung oleh bergamnya sumber daya yang saling berinteraksi secara sinergis sebagai berikut:

1. Pemerintah (*Government*)

Kelompok ini mencakup organisasi budaya yang di danai publik, parlemen, kepolisian, militer, rumah sakit dan layanan publik lainnya. Pada tingkat nasional ada pemerintah nasional dan badan-badan nasional yang relevan.

2. Dunia Usaha (*Business*)

Kelompok bisnis dan perwakilan sektor bisnis seperti koperasi, pengacara, akuntan dan professional lainnya. Kelompok bisnis secara lokal, nasional atau internasional, kepentingan komunitas ini tergantung pada bagaimana proyek akan mempengaruhi mereka, apakah akan membawa pelanggan baru atau pesaing baru? Akankan memberi kesempatan untuk tumbuh atau hambatan bagi perkembangan masa depan mereka?

3. Universitas (*University*)

Praktisi administrasi memiliki pengetahuan dan pengalaman yang relevan untuk pengembangan proyek/kebijakan. Keahlian dalam pengetahuan (arsitek, insinyur, ilmuwan, dokter dan praktisi kesehatan, ahli geografi, pendidik maupun administrasi publik), Universitas atau organisasi riset yang tertarik pada pengembanagn proyek. Selain praktisi bebas lokal, ada juga aktor nasional dan internasional yang dapat menyumbangkan pengetahuan dan pengalaman, seperti organisasi penelitian, kelompok pelobi dan advokasi atau konsultan. Anggota kelompok ini sering mengungkapkan pendapat-pendapat yang kuat dan relevan dengan masalah

4. Organisasi non pemerintah atau masyarakat madani (*non-government organization or civil society*)

Organisasi yang didirikan oleh perorangan ataupun sekelompok orang yang secara sukarela memberikan pelayanan kepada masyarakat umum tanpa bertujuan untuk memperoleh keuntungan dari kegiatannya. Organisasi atau masyarakat yang ikut berpartisipasi dalam menjaga perilaku beradab, kesopanan, budaya dan ramah dalam menghadapi lingkungannya, masyarakat yang menjaga hubungan yang harmoni, sikap saling menghargai kepentingan masing-masing individu dalam kelompok. Adanya sikap menyadari bahwa walaupun masing-masing mempunyai hak, tetapi hak tersebut dibatasi oleh hak yang dimiliki orang lain dalam kapasitas yang sama.

5. Media Massa (*Mass Media*)

Pelaku dalam kelompok ini adalah semua media, digital maupun bukan. Kepentingan mereka akan didorong oleh apa yang penting diketahui oleh masyarakat luas melalui media sosial.

1.5.5 Kemitraan (*Partnership*)

Kemitraan dalam perspektif etimologi diambil dari kata *partnership* dan berasal dari akar kata *partner* yang berarti pasangan, komponen, sekutu atau jodoh. Sedangkan *partnership* diartikan menjadi bagian, persekutuan atau perkongsian. Kemitraan dapat di maknai sebagai bentuk persekutuan atau kerja sama antara dua pihak atau lebih yang membentuk suatu kesepakatan dan rasa saling membutuhkan dalam rangka meningkatkan kapasitas di suatu bidang usaha tertentu sehingga memperoleh hasil yang lebih baik (Sulistiyani, 2004).

Kemitraan merupakan kesepakatan yang telah dicapai oleh dua atau lebih pihak dalam sebuah lembaga maupun perorangan guna menjalankan usaha atau segala aktivitas untuk mencapai tujuan serta memperoleh manfaat bersama (Sujana, St, 2012). Definisi kemitraan yang lain tertuang dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 1997 tentang Kemitraan pada Bab 1 Pasal 1, Kemitraan adalah kerja sama antara usaha kecil dengan usaha

menengah atau besar disertai pembinaan dan pengembangan oleh usaha menengah atau besar dengan memperhatikan prinsip saling memperkuat dan saling menguntungkan.

Kerja sama antara pemerintah dan swasta merupakan terobosan yang dilakukan dalam menunjang pembangunan, keterlibatan swasta dan masyarakat sejalan dengan prinsip tata pemerintahan yang baik atau *good governance*. Tata pemerintahan yang baik menekankan bahwa penyelenggaraan pemerintahan negara diperlukan adanya interaksi dan keterlibatan antara pemerintah, dunia usaha (swasta) dan masyarakat (*civil society*) (Mulyadi, 2018). Bentuk keterlibatan sektor swasta dalam konsep kemitraan antara pemerintah dan swasta diterapkan dalam program-program pemerintah. Terkait hal ini, keterlibatan sektor swasta dalam bentuk Kemitraan Pemerintah Swasta (KPS) atau *Public Private Partnership*.

Secara umum *Public Private Partnership* merupakan keterkaitan sinergi yang berkelanjutan (dalam kontrak kerja sama yang panjang) untuk membangun suatu proyek atau fasilitas publik dalam meningkatkan pelayanan publik antara pemerintah selaku regulator, perbankan/konsorsium selaku penyandang dana dan pihak swasta BUMN/BUMD yang berperan sebagai *Special Purpose Company* (SPC) yang bertanggungjawab dalam melaksanakan suatu proses desain, konstruksi, pemeliharaan dan operasional. Selain itu, dengan adanya keterbatasan dan kemampuan yang dimiliki pemerintah, baik berupa sumber daya manusia (SDM) dan sumber daya lainnya seperti anggaran atau keuangan maka keterlibatan sektor swasta (*private*) menjadi penting dalam urusan publik untuk memenuhi ketersediaan sarana prasarana dasar perkotaan dan peningkatan pelayanan kebutuhan dasar masyarakat (Rukmana & Susanti, 2015).

Kemitraan antara pemerintah dan swasta atau *Public Private Partnership* dimaknai sebagai unit kerja penyedia layanan pemerintah maupun unit bisnis

pemerintah (BUMN/BUMD) yang bekerjasama dengan sektor swasta dan sektor ketiga (Azhar et al., 2017). William J Parente mendeskripsikan *Public Private Partnership* sebagai sebuah kesepakatan antara sektor publik dan sektor privat dimana sektor privat menjalankan fungsi pemerintah untuk beberapa periode tertentu, sektor privat menerima kompensasi atas penyelenggaraan fungsi baik secara langsung maupun tidak langsung, sektor privat bertanggung jawab atas resiko yang timbul dari penyelenggaraan tersebut (Tukoboya et al., 2018). Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Semarang Nomor 7 Tahun 2015 tentang Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) sebagai Tanggung Jawab Sosial perusahaan, kemitraan didefinisikan sebagai sebuah konsep kepedulian perusahaan untuk berkontribusi terhadap masyarakat agar kehidupan sosial dan ekonominya meningkat dengan menjaga kondisi lingkungan dalam konteks pembangunan berkelanjutan.

Melalui kerja sama pemerintah swasta, keahlian dan asset dari pemerintah dan swasta yang berkerja sama dalam menyediakan pelayanan kepada masyarakat serta melakukan kerjasama dimana resiko dan manfaat potensial dalam menyediakan pelayanan ataupun fasilitas dibagi kepada pemerintah dan kepada swasta, bentuk kerja sama ini PPP ini pemerintah masih memiliki wewenang di dalam perusahaan atau organisasi swasta yang diajak bekerjasama (Nugroho & Toyib, 2018). Alasan perlunya keterlibatan sektor swasta dalam menangani urusan publik untuk pembangunan dan dalam hal penyediaan infrastruktur atau fasilitas publik dikarenakan keterbatasan anggaran dan sumber daya yang dimiliki oleh pemerintah serta dinilai bahwa swasta lebih cepat dan efisien jika disbanding dengan pemerintah. Efisiensi cara kerja sektor swasta, kualitas SDM yang dimiliki, kecepatan adopsi terhadap perkembangan teknologi sering menjadi alasan perlu melibatkan sektor swasta. Menurut (Nugroho & Toyib, 2018) bahwa sektor swasta dianggap memiliki insentif dan kemampuan yang lebih besar dalam memberikan dan mengelola biaya yang lebih efisien.

Menurut perspektif *governance*, berbagai masalah publik dapat diselesaikan melalui keterlibatan beberapa pemangku kepentingan (*stakeholder*). Biset mendefinisikan *stakeholders* adalah orang dengan suatu kepentingan atau perhatian pada masalah tertentu (Azheri, 2012). Bila dikaitkan dengan penelitian ini tentang model kemitraan CSR di Kota Semarang, maka dapat dikatakan bahwa pemangku kepentingan yang akan diteliti adalah individu atau kelompok/lembaga yang terlibat dalam kemitraan CSR, individu atau kelompok/lembaga tersebut yang terdampak langsung maupun tidak langsung terhadap kemitraan CSR.

1.5.5.1 Karakteristik *Public Private Partnership*

Setiap pelaku yang terlibat dalam kerjasama harus memberikan modal berupa material maupun non-material kepada pihak yang berhubungan sehingga bisa memberi tanggung jawab terhadap keluaran atau setiap aktivitas yang dilakukan oleh kedua pihak. Berikut karakteristik *Public Private Partnership* yang dijelaskan oleh Peters (Fitriyah, 2016) sebagai berikut:

- a. Kerja sama yang meliputi antara dua pihak atau bisa lebih termasuk juga pemerintah dan swasta yang ada didalamnya.
- b. Kerja sama yang dilakukan oleh pemerintah memerlukan *partnership* untuk melakukan kerja sama yang mampu ikut andil sesuai dengan kemampuan atau sesuai dengan kapasitasnya.
- c. Terjalannya hubungannya yang saling mempercayai satu sama lain, atau memberikan kepercayaan secara terus-menerus, hal ini bisa dilihat dari bentuk kerja sama sebagai dasar negosiasi antara kedua belah pihak.
- d. Kedua belah pihak harus menginvestasikan atau memberikan modal berupa dana, fasilitas lahan, atau bisanya disebut dengan material ataupun non material.

1.5.5.2 Tujuan Kemitraan

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah pasal 11 tertancum bahwa tujuan program kemitraan sebagai berikut:

- a. Mewujudkan kemitraan antara usaha mikro, kecil dan menengah.
- b. Mewujudkan kemitraan antar usaha mikro, kecil dan menengah dan usaha besar
- c. Mendorong terjadinya hubungan yang saling menguntungkan dalam pelaksanaan transaksi usaha antar usaha mikro, kecil dan menengah.
- d. Mendorong terjadinya hubungan yang saling menguntungkan dalam pelaksanaan transaksi usaha antar usaha mikro, kecil, menengah dan usaha besar.
- e. Mendorong terbentuknya struktur pasar yang menjamin tumbuhnya persaingan usaha yang sehat dan melindungi konsumen.
- f. Mencegah terjadinya penguasaan pasar dan pemusatan pasar oleh orang perorangan atau kelompok tertentu yang merugikan usaha mikro, kecil dan menengah.

1.5.5.3 Pola Kemitraan

Definisi pola menurut kamus besar Bahasa Indonesia (1994) adalah suatu model, system, cara kerja (pemerintahan) atau bentuk (structure) yang tetap. Model kemitraan oleh Sulistyani (2004) diilhami dari fenomena biologis kehidupan organisme dan mencoba mengangkat ke dalam pemahaman yang kemudian dibedakan menjadi:

- a. *Pseudo partnership*, atau kemitraan semu merupakan kerjasama antara dua pihak atau lebih namun tidak sesungguhnya melakukan kerjasama yang seimbang antara yang satu dengan lainnya. Bahkan pada suatu pihak belum tentu memahami secara benar akan makna sebuah Persekutuan yang dilakukan dan untuk tujuan apa itu semuadilakukan dan disepakati. Ada

suatu yang unik dalam kemitraan ini, bahwa kedua belah pihak atau lebih sama-sama merasa penting untuk melakukan Kerjasama, akan tetapi pihak-pihak yang bermitra belum memahami substansi yang diperjuangkan dan manfaatnya apa.

- b. *Mutualism partnership*, atau kemitraan mutualistik merupakan kerjasama dua pihak atau lebih yang sama-sama menyadari aspek pentingnya melakukan kemitraan yaitu untuk saling memberikan manfaat lebih sehingga tercapai tujuan secara optimal. Berangkat dari pemahaman akan nilai pentingnya melakukan kemitraan, dua agen/organisasi atau lebih yang memiliki status sama atau berbeda melakukan Kerjasama. Manfaat saling silang antara pihak-pihak yang bekerjasama dapat diperoleh sehingga memudahkan masing-masing dalam mewujudkan visi dan misinya dan sekaligus saling menunjang satu sama lain.
- c. *Conjuntion partnership*, atau kemitraan melalui peleburan dan pengembangan merupakan kemitraan yang dianalogikan dari kehidupan “paramecium”. Dalam proses kehidupannya, “paramecium” melakukan konjugasi untuk mendapatkan energi dan kemudian terpisah untuk selanjutnya dapat melakukan pembelahan diri. Bertolak dari analogi tersebut maka organisasi, agen-agen kelompok-kelompok atau pergorangan yang memiliki kelemahan di dalam melakukan usaha atau mencapai tujuan organisasi dapat melakukan kemitraan dengan model ini. Dua pihak atau lebih dapat melakukan konjugasi dalam rangka meningkatkan kemampuan masing-masing.

Adapun model kemitraan yang lain yang dikembangkan berdasar atas azas kehidupan organisasi pada umumnya yaitu:

- a. *Subordinate union of partnership*, kemitraan semacam ini terjadi antara dua pihak atau lebih yang memiliki status, kemampuan, atau kekuatan yang

tidak seimbang satu sama lain. Hubungan terjadi adalah atas-bawah atau kuat lemah.

- b. *Linear Union of partnership*, kerjasama ini dilakukan oleh organisasi atau para pihak yang memiliki persamaan secara relatif, baik tujuan, misi, besaran/volume usaha atau organisasi, status, dan legalitas.
- c. *Linear Collaborative of partnership*, kemitraan ini tidak membedakan besaran atau volume, status/legalitas, atau kekuatan para pihak yang bermitra. Yang menjadi tekanan utama adalah visi-misi yang saing mengisi satu dengan yang lainnya. Hubungan yang terjadi pada garis lurus dan tidak saling ter subordinasi.

1.5.5.4 Prinsip-Prinsip Kemitraan

Pelaksanaan kemitraan memiliki beberapa prinsip yang harus dipahami oleh anggota kemitraan. Prinsip-prinsip kemitraan perlu dipahami karena melandasi terjalannya suatu pola kemitraan. Terdapat prinsip-prinsip yang perlu dipahami dalam menjalin kemitraan menurut (Wibisono, 2007) :

- a. Kesetaraan atau keseimbangan (*equity*)

Untuk mencapai kesetaraan pedekatannya bukan *top down* atau *bottom up*, maupun kekuasaan, namun hubungan yang saling menghormati, saling menghargai dan percaya. Hal ini dilakukan untuk menghindari antagonisme sehingga timbul rasa saling percaya. Kesetaraan yang dilakukan meliputi penghargaan, kewajiban dan ikatan

- b. Transparansi

Transparansi diperlukan untuk menghindari rasa saling curiga antar mitra kerja yang meliputi transparansi pengelolaan informasi dan transparansi pengelolaan keuangan. Melalui prinsip ini, setiap anggota akan saling mempercayai satu sama lain, setiap perijinan akan dilakukan dengan terbuka, jujur dan tidak saling merahasiakan.

c. Saling Menguntungkan

Setiap mitra dalam terjalinnya kemitraan yang saling menguntungkan dan membawa manfaat bagi semua pihak yang terlibat.

1.5.5.5 Tahapan Skema *Public Private Partnership*

Berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 38 tahun 2015 yang telah diatur Selain itu, dalam Peraturan Menteri Perencanaan Pembangunan Nasional Nomor 4 Tahun 2015 atau Direktur Biro Perencanaan Pembangunan Nasional, tata cara pelaksanaan kerja sama antara pemerintah dan badan usaha tahap-tahapan skema *Public Private Partnership* terdiri dari:

- a. Tahap Perencanaan, merupakan tahapan pemerintah mengidentifikasi, mengkalkulasi anggaran dan mengklasifikasikan infrastruktur yang dapat direalisasikan melalui rencana *Public Private Partnership* (PPP).
- b. Tahap Penyiapan, merupakan tahapan pemerintah evaluasi persiapan dan kelayakan proyek yang direncanakan. Kajian tersebut juga dilengkapi dengan program dukungan pemerintah, prosedur pengembalian investasi ke sektor swasta, dan akuisisi tanah di mana proyek tersebut berada.
- c. Tahapan Transaksi, merupakan tahapan proses lelang, hingga penandatanganan kontrak kerja sama antara pemerintah dan swasta, hingga kegiatan konstruksi.

1.5.6 *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Secara umum CSR suatu bentuk tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan masyarakat yang dapat dilakukan dengan cara melaksanakan kegiatan yang bermanfaat bagi masyarakat yang berada di sekitar lingkungan perusahaan. Menurut (Lanis & Richardson, 2012) CSR merupakan faktor kunci dalam keberhasilan dan keberlangsungan hidup perusahaan. Terdapat beberapa definisi *Corporate Social Responsibility* menurut para ahli, yaitu:

Menurut (Suharto, 2007), CSR merupakan operasi bisnis yang berkomitmen tidak hanya untuk meningkatkan keuntungan perusahaan secara

finansial, melainkan untuk pembangunan sosial ekonomi kawasan secara holistik, melembaga dan berkelanjutan. Sedangkan, *The World Council for Sustainable* mendefinisikan CSR sebagai suatu komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, komunitas setempat (lokal) dan masyarakat sebagai keseluruhan dalam rangka meningkatkan kualitas hidup *Development* (Rahman, 2009). Menurut (Hendrik, 2008) *Corporate Social Responsibility* adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial dan lingkungan.

Berdasarkan definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan merupakan komitmen dari perusahaan dalam mempertanggung jawabkan dampak operasinya dalam dimensi sosial, ekonomi dan lingkungan, serta menjaga agar dampak tersebut memberikan manfaat kepada masyarakat dan lingkungan. Di Indonesia regulasi CSR tercantum dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas Pasal 74 ayat (1) “Undang-Undang ini menyatakan perseorang yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungannya. Ayat (2) pasal ini mewajibkan tersebut diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatuhan kewajaran. Ayat (3) menyebutkan perseorang yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana yang dimaksud ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang terkait. Kemudian Ayat (4) menyatakan ketentuan lebih lanjut mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan dengan Peraturan Pemerintah. Adanya Undang-Undang tersebut maka CSR merupakan tindakan wajib bagi setiap perusahaan.

1.5.6.1 Komponen *Corporate Social Responsibility*

Caroll menjelaskan komponen-komponen tanggung jawab sosial perusahaan ke dalam empat kategori (I. Solihin, 2009), diantaranya:

1. *Economic Responsibilities*, merupakan tanggung jawab sosial utama perusahaan, karena lembaga bisnis terdiri atas aktivitas ekonomi yang memiliki tanggung jawab untuk memproduksi barang dan jasa yang sesuai keinginan masyarakat dan dijual secara menguntungkan.
2. *Legal Responsibilities*, masyarakat berharap pelaksanaan bisnis dilakukan dengan menaati hukum dan peraturan yang berlaku.
3. *Ethical Responsibilities*, masyarakat berharap perusahaan menjalankan bisnis secara etis, tindakan etis akan mampu menghasilkan utilitas paling besar untuk jumlah orang terbesar.
4. *Discretionary Responsibilities*, masyarakat mengharapkan keberadaan perusahaan dapat memberikan manfaat.

1.5.6.2 Tujuan *Corporate Social Responsibility*

Menurut Chuck William menyebutkan bahwa tujuan perusahaan menerapkan CSR agar dapat memberi manfaat yang terbaik bagi *stakeholders* dengan memenuhi tanggung jawab ekonomi, hukum, etika dan kebijakan (Resturiyani, 2012) diantaranya :

1. Tanggung Jawab Ekonomi

Motif utama perusahaan adalah menghasilkan laba yang merupakan pondasi perusahaan. Perusahaan harus memiliki nilai tambah ekonomi sebagai prasyarat agar perusahaan dapat terus hidup (*survive*) dan berkembang.

2. Tanggung Jawab Legal

Perusahaan harus taat hukum dalam proses mencari laba, tidak boleh melanggar kebijakan dan hukum yang telah ditetapkan pemerintah.

3. Tanggung Jawab Etis

Perusahaan memiliki kewajiban untuk menjalankan praktek bisnis yang baik, benar, adil dan fair. Norma-norma masyarakat perlu menjadi rujukan bagi perilaku organisasi perusahaan.

4. Tanggung Jawab Filantropis

Perusahaan dituntut agar memberikan kontribusi yang dirasakan secara langsung oleh masyarakat, tujuannya untuk meningkatkan kualitas kehidupan. Para pemilik dan pegawai yang bekerja di perusahaan memiliki tanggung jawab ganda, yakni kepada perusahaan dan kepada publik.

Keempat poin ini sebagai satu kesatuan yang dapat diterapkan dalam perusahaan, meskipun laba yang harus diutamakan namun keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan laba tidak dapat dilakukan tanpa adanya kepedulian perusahaan terhadap masyarakat dan taat terhadap hukum yang berlaku. Sebaliknya, kegiatan untuk menghasilkan laba jika dikaitkan dengan pengembangan masyarakat sekitar dan pembangunan berkelanjutan, karena masyarakat memegang peran penting dalam keberlangsungan bisnis perusahaan. CSR bukan hanya untuk memberdayakan masyarakat dengan memberikan sejumlah dana, namun sudah menjadi kewajiban setiap perusahaan untuk melaksanakan CSR yang telah diatur dalam Undang-Undang.

1.5.6.3 Prinsip-Prinsip *Corporate Social Responsibility*

Beberapa ahli (Aras et al., 2008) mengungkapkan beberapa prinsip sebagai acuan tanggung jawab sosial perusahaan/CSR menjadi tiga yaitu:

1. *Sustainability*

Prinsip ini menekankan pada efek atau dampak masa depan akibat tindakan perusahaan atau korporasi pada saat ini. Contohnya penggunaan sumber daya alam oleh suatu korporasi yang harus diimbangi oleh perhatian serius melalui pemikiran yang sungguh-sungguh mengenai dampak di masa yang akan datang. Dengan demikian pengukuran *sustainability* mencakup kuantitas dari

sumber daya alam yang dikonsumsi oleh korporasi dan hubungannya dengan jumlah atau kuantitas yang mampu dipulihkan kembali untuk kehidupan di masa depan.

2. *Accountability*

Prinsip ini menggarisbawahi pada dasarnya setiap organisasi adalah bagian dari masyarakat luas, sehingga tanggung jawab suatu organisasi tidak hanya sebatas pada pemilik semata, melainkan juga pada seluruh *stakeholder* baik internal maupun eksternal. Setiap pengambilan keputusan harus mempertimbangkan manfaat dan dampaknya terhadap eksternal dan internal.

3. *Transparency*

Prinsip ini bahwa apapun tindakan organisasi yang berdampak dan berpengaruh terhadap lingkungan eksternal harus dikomunikasikan secara detail latar belakang tindakan organisasi dan tujuannya dengan masyarakat sekitar. Informasi ini penting sebagai bentuk pertanggung jawaban pada eksternal *stakeholder* secara transparan.

Dapat disimpulkan bahwa CSR merupakan subyek yang luas dan bervariasi serta memiliki opini yang berbeda satu sama lain, serta sejumlah cara yang dapat ditempuh dengan cara yang berbeda. Dari beberapa prinsip tersebut dapat dikatakan bahwa ada keterkaitan antara bisnis dan tanggung jawab sosial, ekonomi dan politik.

1.5.6.4 Teori Triple Bottom Line

Teori *Triple Bottom Line* adalah teori yang memberi pandangan bahwa, sebuah perusahaan jika ingin mempertahankan keberlangsungan hidupnya maka harus memperhatikan “3P”. Selain mengejar yaitu keuntungan (*profit*), perusahaan juga harus memperhatikan kesejahteraan masyarakat (*people*) dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga melestarikan lingkungan (*planet*) (Wibisono, 2007).

Elkington menjelaskan konsep program *Corporate Social Responsibility* pada sebuah perusahaan. Tiga kepentingan yang menjadi satu ini merupakan garis besar dan tujuan utama tanggung jawab sosial perusahaan (A. H. Alfian & Rohman, 2013) diantaranya:

1. Keuntungan (*Profit*)

Profit merupakan unsur terpenting dan menjadi tujuan utama dari setiap usaha, profit hakikatnya adalah tambahan pendapatan yang dapat digunakan untuk menjamin keberlangsungan hidup perusahaan. Sedangkan aktivitas yang dapat ditempuh untuk mendongkrak profit antara lain dengan meningkatkan produktivitas dan melakukan efisiensi biaya, sehingga perusahaan mempunyai keunggulan kompetitif yang dapat memberikan nilai tambah semaksimal mungkin.

2. Masyarakat Pemangku Kepentingan (*People*)

Masyarakat merupakan *stakeholder* penting bagi perusahaan, karena dukungan masyarakat sangat diperlukan bagi keberadaan, keberlangsungan hidup dan perkembangan perusahaan, maka perusahaan perlu berkomitmen untuk memberikan manfaat sebesar-besarnya. Operasi perusahaan berpotensi memberikan dampak kepada masyarakat, oleh karena itu perusahaan perlu melakukan berbagai kegiatan yang menyentuh kebutuhan masyarakat.

3. Lingkungan (*Planet*)

Lingkungan adalah sesuatu yang terkait dengan seluruh bidang kehidupan, namun Sebagian masyarakat kurang peduli dengan lingkungan sekitar, hal ini disebabkan karena tidak ada keuntungan langsung didalamnya. Maka, banyak pelaku industri yang hanya mementingkan bagaimana menghasilkan uang sebanyak-banyaknya tanpa melakukan upaya melestarikan lingkungan. Kenyataannya, dengan melestarikan lingkungan akan memperoleh keuntungan lebih terutama dari sisi kesehatan, kenyamanan, disamping ketersediaan sumber daya yang lebih terjamin kelangsungannya.

Penerapan konsep *triple bottom line* yaitu *profit, people* dan *planet* sangat diperlukan perusahaan dalam menjalankan operasinya. Sebuah perusahaan tidak hanya mengutamakan keuntungan, melainkan juga memperdulikan masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan. Perusahaan berkewajiban untuk peduli terhadap lingkungan hidup dan keberlanjutan keragaman hayati.

1.5.6.5 Indikator *Corporate Social Responsibility*

Terdapat enam indikator yang ada pada *Corporate Social Responsibility*, pengukuran *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* (CSRDI) atau indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan menurut (Sembiring, 2005) diantaranya :

1. Ekonomi

Elemen ekonomi dari CSR adalah sarana perusahaan berurusan dengan masalah yang mungkin timbul dalam interaksinya dengan pelanggan, pemasok dan pemegang saham di pasar. Menyangkut dampak yang dihasilkan perusahaan pada kondisi ekonomi dari *stakeholder* dan pada sistem ekonomi di tingkat lokal, nasional dan global. Perilaku bisnis di pasar dianggap sebagai indikator seberapa telah terintegrasi masalah tanggung jawab ekonomi dalam struktur organisasi dan pengambilan keputusannya. Tujuan dari integrasi tersebut dipandang sebagai memaksimalkan keuntungan jangka pendek untuk mencakup kinerja ekonomi jangka panjang dan kontribusi untuk kesejahteraan semua masyarakat.

2. Lingkungan

Indikator lingkungan adalah kewajiban perusahaan terhadap dampak lingkungan yang dihasilkan dari operasi dan produk perusahaan, menghilangkan emisi dan limbah, mencapai efisiensi maksimum dan produktivitas tergantung pada sumber daya yang tersedia, penurunan praktik yang dapat berdampak negatif terhadap negara dan ketersediaan sumber daya generasi berikutnya. Suratno menyatakan bahwa kinerja lingkungan adalah

mekanisme bagi perusahaan untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan kedalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholder* (Haholongan, 2016). Segala aktivitas yang menyangkut operasional perusahaan akan menimbulkan dampak negatif terhadap lingkungan, maka perusahaan diwajibkan untuk memperhatikan tanggung jawab sosial terhadap lingkungan. Perusahaan dapat mengambil tindakan untuk melakukan bina lingkungan, mengatasi polusi dan memfilter limbah agar tidak berbahaya data dibuang ke lingkungan sekitar.

3. Tenaga Kerja

Tenaga kerja merupakan sumber daya manusia yang terdapat di dalam perusahaan yang akan melakukan segala aktivitas perusahaan sehingga menghasilkan barang dan jasa. Selain mementingkan tanggung jawab sosial terhadap pihak eksternal, pihak internal juga perlu diperhatikan termasuk tenaga kerja misalnya dengan memberikan tunjangan dan asuransi, memberikan kenaikan gaji, dan diberikan pelatihan sesuai bidang.

4. Hak Asasi Manusia (HAM)

Hak Asasi Manusia (HAM) adalah hak-hak dasar pekerja dan menjamin kesamaan kesempatan serta perlakuan tanpa diskriminasi atas apapun untuk mewujudkan kesejahteraan pekerja dan keluarganya dengan tetap memperhatikan perkembangan kemajuan dunia usaha dan kepentingan perusahaan (Latupono, 2011).

5. Sosial Masyarakat

Sosial masyarakat adalah pengembangan manusia yang bertujuan untuk mengembangkan potensi dan kemampuan manusia untuk mengontrol lingkungannya. Perusahaan yang didirikan di lingkungan masyarakat menimbulkan dampak negatif dan positif, dengan adanya CSR perusahaan diwajibkan untuk memperhatikan lingkungan sekitar salah satunya dalam

mengembangkan masyarakat agar kemampuan masyarakat berguna untuk kehidupan sehari-hari.

6. Tanggung Jawab Produk

Tanggung jawab produk adalah kewajiban perusahaan terhadap produk yang dihasilkan karena produk merupakan cerminan dan *output* dari perusahaan, perhatian terhadap produk dapat dilakukan perusahaan dengan menjaga keamanan serta kualitas produk itu sendiri.

1.5.7 Pola Kemitraan Program CSR

Pola kemitraan merupakan suatu bentuk pelaksanaan kerja sama yang dilakukan untuk mencapai hasil yang diinginkan dengan saling memberikan manfaat antar pihak, ataupun saling menguntungkan satu sama lain. Pola kemitraan merupakan suatu hal yang sangat penting hubungannya dengan Dinas Koperasi dan UKM, dengan adanya pola kemitraan dalam suatu usaha maka usaha yang dibuat pun akan berjalan dengan baik, serta memperoleh informasi dan sumber daya yang berkualitas dalam meningkatkan UKM di suatu daerah.

Kemitraan merupakan bentuk kerja sama antara dua pihak atau lebih yang membentuk kesepakatan dan rasa saling membutuhkan dalam rangka meningkatkan kapasitas suatu bidang usaha tertentu sehingga memperoleh hasil yang lebih baik. Kemitraan Dinas Koperasi dan UKM Kota Semarang dengan PT. PLN Indonesia Power Semarang PGU dilakukan mengatasi permasalahan yang dihadapi UKM dengan pemberian bantuan permodalan, pemasaran dan pelatihan.

Dalam penelitian ini, kemitraan didefinisikan sebagai sebuah konsep kepedulian perusahaan untuk berkontribusi terhadap masyarakat agar kehidupan sosial dan ekonominya meningkat dengan menjaga kondisi lingkungan dalam konteks pembangunan berkelanjutan. Mengambil dari Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan

Menengah, pelaksanaan kemitraan dengan pola inti-plasma yaitu, usaha besar sebagai inti membina dan mengembangkan usaha mikro, kecil dan menengah, yang menjadi plasmanya dalam:

a. Permodalan

Modal usaha sering disebut investasi merupakan pengeluaran untuk membeli peralatan produksi, barang modal yang bertujuan untuk menambah modal dalam kegiatan perekonomian yang digunakan untuk memproduksi barang dan jasa. Dalam menjalankan suatu usaha, modal merupakan sarana utama yang harus dipastikan ada, tanpa adanya modal maka kegiatan usaha tidak akan berjalan lancar. Pada UKM modal yang dimaksud bukan berupa uang yang banyak, mesin yang canggih atau tempat yang layak, tetapi biasanya dengan modal uang yang tidak terlalu besar, mesin/peralatan yang cukup sederhana dan tempat masih bercampur dengan rumah tangganya mampu berjalan dengan baik. Salah satu bentuk bantuan permodalan yang diberikan terhadap mitra binaan adalah bantuan peralata

Bantuan peralatan usaha merupakan barang penunjang usaha UKM di Kota Semarang. Peralatan adalah suatu alat yang bisa berbentuk tempat yang berguna untuk mendukung berjalannya pekerjaan. Peralatan pada umumnya lebih tahan lama jika dibandingkan dengan perlengkapan. Pemberian bantuan peralatan kepada UKM sebagai stimulus ekonomi dilakukan agar pelaku UKM semakin berdaya dalam merebut pangsa pasar dalam maupun luar daerah, bantuan peralatan akan meningkatkan UKM dan mendorong UKM lebih maju dan mandiri.

b. Pembinaan

Pembinaan sebagai suatu tindakan yang diarahkan untuk kemajuan, perbaikan atas sesuatu, di lingkungan usaha pembinaan mitra binaan penting dilakukan untuk meningkatkan kecakapan, keterampilan dan keahlian dalam

menunjang kelancara usaha. Adanya pembinaan bertujuan untuk meningkatkan kemampuan mitra binaan dalam meningkatkan kinerja usahanya sehingga mampu bersaing dalam menghadapi perdagangan bebas. Pelaksanaan pembinaan adanya ruang lingkup pembinaan yang meliputi bidang produksi dan pengelolaan, pemasaran, sumber daya manusia dan teknologi sebagai berikut:

1. Bidang Produksi dan Pengelolaan

Pembinaan dalam produksi dan pengolahan yang dimaksud adalah pelatihan dalam bentuk keterampilan yang diberikan kepada pelaku usaha. Pembinaan UKM di bidang produksi dan pengolahan dapat dilaksanakan dengan meningkatkan kemampuan manajemen serta Teknik produksi dan pengolahan. Selain itu juga memberikan kemudahan dalam sarana dan prasarana, bahan baku, bahan penolong dan kemasan. Produksi dan pengolahan dalam kegiatan usaha sangat menentukan keunggulan kompetitif atau tingkat daya saing usaha.

2. Sumber Daya Manusia

Pembinaan SDM diberikan berupa pelatihan ini bertujuan untuk membantu UKM mitra binaan dalam meningkatkan keterampilan, pengetahuan dan kemampuan mereka dalam menjalankan usaha. Dengan demikian, UKM mitra binaan dapat bekerja lebih efektif dan efisien yang akhirnya akan meningkatkan produktivitas kerja secara keseluruhan. Kemajuan UKM harus disertai dengan adanya pembinaan SDM terutama dalam bidang kompetensi SDM seperti *knowledge*, *skill* dan *ability* dalam berwirausaha. Pelatihan yang telah diberikan bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan dalam kegiatan produksi dan manajemen, membantu mengembangkan pasar, akses ke Lembaga keuangan maupun memberikan solusi terhadap masalah yang dihadapi UKM.

3. Teknologi

Pembinaan teknologi sebagai upaya membantu pelaku UKM agar berkembang lebih baik mengikuti perkembangan zaman terutama di era teknologi 4.0. Hal ini dilakukan agar UKM tetap eksis dan memiliki daya saing yang tinggi dalam perdagangan local maupun internasional yang pada akhirnya akan meningkatkan taraf hidup masyarakat.

c. Pemasaran

Menurut (Manap, 2016) pemasaran adalah suatu proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, penentuan proses produk, promosi dan tempat atau distribusi, sekaligus merupakan proses sosial dan manajerial untuk mencapai tujuan. Pemasaran sebagai ujung tombak bisnis tidak semata hanya sebagai aktivitas memasarkan produk tetapi juga merupakan proses menyebarkan informasi mengenai produk, baik berupa barang maupun jasa. Upaya meningkatkan pemasaran dilakukan melalui promosi dan fasilitasi sertifikasi sebagai berikut:

1. Promosi/Pemasaran

Pameran merupakan upaya untuk mempromosikan produk-produk unggulan UKM yang diadakan dengan tujuan untuk memberikan kesempatan kepada para pelaku UKM setempat untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan produk. Pameran penting dalam membangun branding sebuah produk agar bisa dikenal masyarakat luas, dari pelaksanaan pameran juga mitra binaan dapat meningkatkan kualitas produk usaha dan meningkatkan inovasi usaha.

2. Fasilitasi Sertifikasi

Sertifikasi halal merupakan salah satu syarat bagi pengusaha untuk memasarkan dan mengedarkan produk yang dimiliki yang bermanfaat bagi pelaku UKM khususnya sertifikasi halal, karena dengan sertifikasi halal ini

akan memberikan kepercayaan konsumen terhadap kehalalan suatu produk yang di pasarkan sehingga akan meningkatkan penjualan produk UKM. Peningkatan kualitas produk UKM mutlak diperlukan agar mampu bersaing di pasar. Produk olahan dan minuman merupakan produk yang sangat cepat dalam perputaran maupun di minati oleh konsumen agar tidak ragu menggunakan produk UKM,

1.5.8 Faktor Pendukung dan Penghambat Pola Kemitraan Program CSR PT. PLN Indonesia Power Semarang PGU

Berikut ini merupakan faktor-faktor pendukung dan penghambat kemitraan Dinas Koperasi dan UKM Kota Semarang dengan PT. PLN Indonesia Power Semarang PGU melalui program CSR yang diambil dari jurnal (Ardiansyah, 2018):

a) Internal

1. Komitmen

Komitmen menjadikan perusahaan untuk terus berkembang dan dapat memberikan manfaat bagi Pembangunan bangsa, sebagai perusahaan yang memiliki komitmen terhadap tanggung jawab sosial lingkungan, PT. PLN Indonesia Power Semarang PGU untuk berupaya memberikan manfaat kesejahteraan masyarakat sekitar wilayah Perusahaan agar masyarakat masyarakat sekitar ikut tumbuh secara beriringan.

2. Sumber Daya

Potensi sumber daya yang dimiliki mengharuskan PT. PLN Indonesia Power untuk ikut serta dalam melaksanakan Pembangunan dengan pendekatan *human development* melalui program *Corporate Social Responsibility* yang sesuai dalam amanat kementerian BUMN.

3. Monitoring

Aktivitas pengawasan yang dilaksanakan dalam melihat keberhasilan sebuah program, monitoring menjadi hal penting yang harus dilakukan

PT. PLN Indonesia Power Semarang PGU sehingga dapat mengetahui kekurangan maupun kelebihan dalam pelaksanaan program CSR.

b) Eksternal

1. Respons Masyarakat

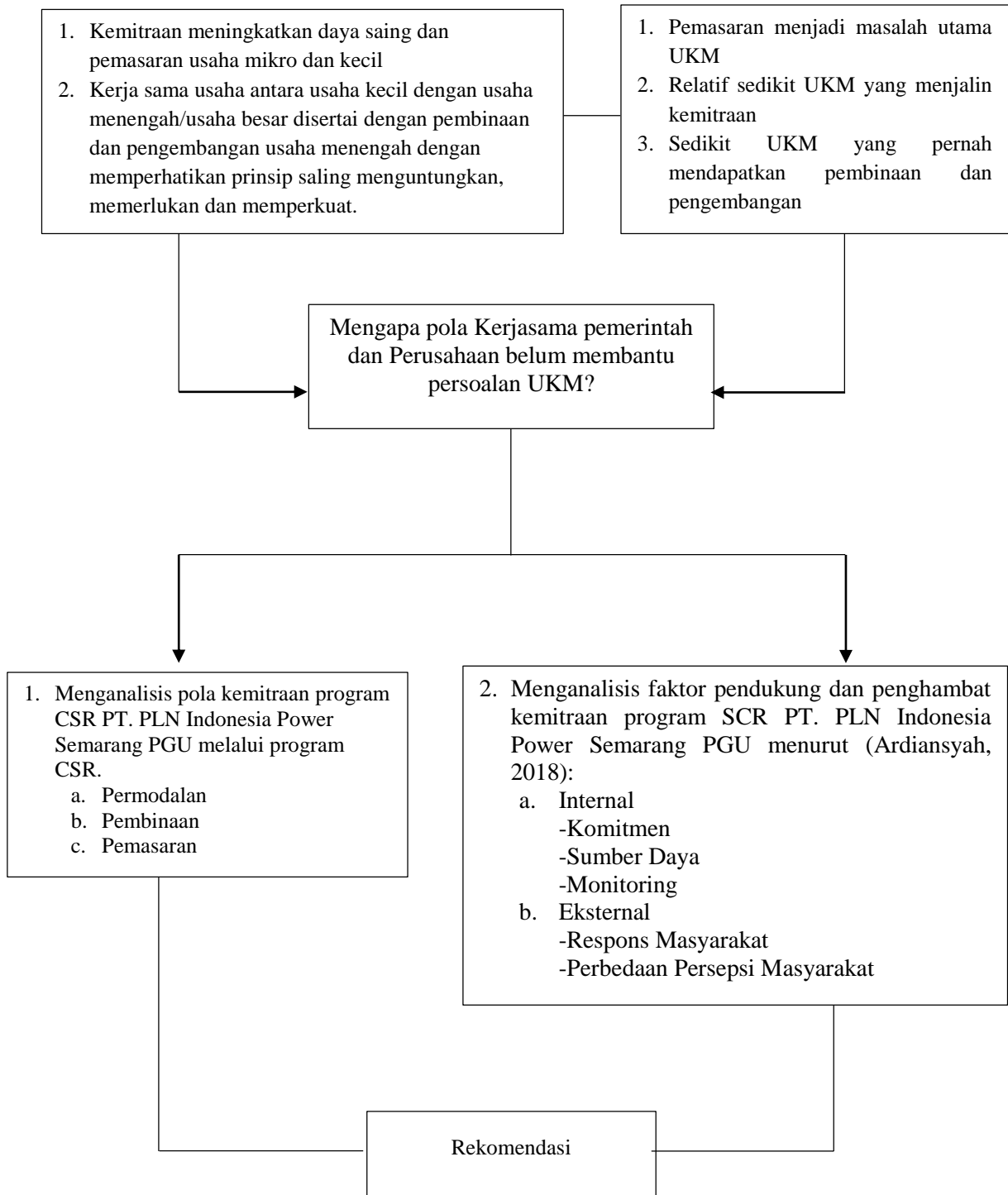
PT. PLN Indonesia Power Semarang PGU mengarah pada kemitraan produktif, maka Perusahaan mempunyai kepedulian sosial dan lingkungan yang tinggi, sedangkan pemerintah memberikan iklim kondusif bagi berjalannya kemitraan

2. Perbedaan Persepsi Masyarakat

Pelaksanaan kemitraan melalui program CSR datang dari masyarakat tertentu yang masih memiliki persepsi dan pandangan yang berbeda mengenai program CSR.

1.6 Kerangka Penelitian

Adapun bagan alur kerangka berpikir pada penelitian ini adalah sebagai berikut



1.7 Definisi Konseptual dan Operasional

Untuk mempermudah penulis dalam menganalisis dan membahas hasil penelitian serta mempermudah penulis menentukan perihal wawancara, maka diperlukan definisi konseptual dan definisi operasional. Adapun definisi konseptual dan definisi operasional pada penelitian ini adalah:

1.7.1 Definisi Konseptual

Definisi konseptual adalah unsur penelitian yang menjelaskan karakteristik suatu masalah yang hendak diteliti. Berdasarkan landasan teori yang telah dipaparkan, dapat dikemukakan definisi konsep sebagai berikut:

a) Pola Kemitraan

Pola kemitraan adalah bentuk kerja sama yang saling menguntungkan antara dua belah pihak atau lebih untuk mencapai tujuan bersama. Kemitraan dalam rangka keterkaitan usaha dilaksanakan dengan pola yang sesuai dengan sifat dan tujuan usaha yang dimitkrakan, dengan diberikan peluang kemitraan seluas-luasnya kepada UKM oleh pemerintah dan dunia usaha.

b) Faktor Pendukung dan Penghambat Kerjasama

Pada dasarnya kemitraan diarahkan untuk upaya meningkatkan UKM dan mengatasi permasalahan yang ada di UKM. Pelaksanaan kemitraan antara sektor publik dan sektor privat memiliki beberapa faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaannya. Hal ini didasari pada kenyataan bahwa sektor publik dan sektor privat memiliki berbagai keterbatasan baik secara internal maupun eksternal.

1.7.2 Definisi Operasional

a) Pola Kemitraan

Kemitraan didefinisikan sebagai sebuah konsep kepedulian perusahaan untuk berkontribusi terhadap masyarakat agar kehidupan sosial dan ekonomi mereka meningkat dengan menjaga kondisi lingkungan dalam konteks pembangunan berkelanjutan. Menurut UU No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan

Menengah pelaksanaan kemitraan dengan pola inti-plasma yaitu, usaha besar sebagai inti membina dan mengembangkan usaha mikro, kecil dan menengah, yang menjadi plasmanya dalam:

- a. Permodalan
 - 1. Bantuan Peralatan Usaha
 - 2. Bantuan Modal Usaha
- b. Pembinaan
 - 1. Bidang Produksi dan Pengelolaan
 - 2. Sumber Daya Manusia
 - 3. Teknologi
- c. Pemasaran
 - 1. Promosi/Pemasaran
 - 2. Fasilitasi Sertifikasi

b) Faktor Pendukung dan Penghambat Pola Kemitran

Kemitraan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kesepakatan yang telah dicapai oleh dua atau lebih pihak dalam sebuah lembaga maupun perorangan guna menjalankan usaha atau segala aktivitas untuk mencapai tujuan serta memperoleh manfaat bersama. Pelaksanaan kemitraan antara sektor publik dan sektor privat memiliki faktor pendukung yang berasal dari internal dan eksternal organisasi, faktor penghambat yang berasal dari internal dan eksternal. Adapun beberapa faktor pendukung dan penghambat pola kemitraan menurut (Ardiansyah, 2018) adalah :

- a. Internal
 - 1. Komitmen
 - 2. Sumber Daya
 - 3. Monitoring
- b. Eksternal
 - 1. Respons Masyarakat

2. Perbedaan Persepsi Masyarakat

Tabel 1.8
Definisi Konseptual

No	Konsep	Definisi Konseptual	Definisi Operasional
1	Pola Kemitraan	Pola kemitraan adalah bentuk kerjasama yang saling menguntungkan antara dua belah pihak atau lebih untuk mencapai tujuan bersama.	a. Permodalan b. Pembinaan c. Pemasaran
2	Faktor Pendukung dan Penghambat Pola Kemitraan	Pelaksanaan kemitraan antara sektor publik dan sektor privat memiliki beberapa faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaannya. Hal ini didasari pada kenyataan bahwa sektor publik dan sektor privat memiliki berbagai keterbatasan baik secara internal maupun eksternal.	a. Internal -Komitmen -Sumber Daya -Monitoring b. Eksternal -Respons Masyarakat -Perbedaan Persepsi Masyarakat

Sumber: Diolah Peneliti, 2023

1.8 Metode Penelitian

1.8.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini berada di Dinas Koperasi dan UKM Kota Semarang dan PT. PLN Indonesia Power PGU Semarang yang dilaksanakan pada bulan Agustus 2023. Pemilihan lokasi ini karena masih banyaknya UKM di Kota Semarang yang mengalami permasalahan dalam pemasaran sehingga membutuhkan pengembangan dengan pola kemitraan,

1.8.2 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif menurut (Sugiyono, 2011) metode deskriptif kualitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat post positivisme digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci teknik pengumpulan data dilakukan secara trigulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi. Penelitian ini memfokuskan pada pola kemitraan Dinas Koperasi dan UKM Kota Semarang dengan PT. PLN Indonesia Power PGU Semarang melalui program *Corporate Social Responsibility* (CSR), dengan melihat faktor pendukung maupun penghambat dalam proses kemitraan tersebut.

1.8.3 Fenomena Penelitian

Kemitraan merupakan bentuk persekutuan atau kerja sama antara dua pihak atau lebih yang membentuk suatu kesepakatan dan rasa saling membutuhkan dalam rangka meningkatkan kapasitas di suatu bidang usaha tertentu sehingga memperoleh hasil yang lebih baik (Sulistiyani, 2004). Berdasarkan permasalahan yang dipaparkan di latar belakang dapat diuraikan beberapa fenomena mengenai model kemitraan CSR Dinas Koperasi dan UKM Kota Semarang dengan PT. PLN Indonesia Power Semarang PGU di antaranya:

Tabel 1.8
Fenomena Penelitian

No	Fenomena	Sub Fenomena	Gejala
1.	Pola Kemitraan berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah	a. Permodalan	<ul style="list-style-type: none"> • Bantuan Peralatan Usaha • Bantuan Modal Usaha
		a. Pembinaan	<ul style="list-style-type: none"> • Bidang Produksi dan Pengelolaan • Sumber Daya Manusia • Teknologi
		c. Pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> • Promosi/Pemasaran • Fasilitasi Sertifikasi
2.	Faktor pendukung dan penghambat kemitraan CSR	a. Faktor Pendukung	a) Pendukung Internal <ol style="list-style-type: none"> 1. Komitmen 2. Sumber Daya b) Pendukung Eksternal Respons Positif Masyarakat
		a. Faktor Penghambat	a) Penghambat Internal Minimnya monitoring b) Penghambat Eksternal Kesalah pahaman masyarakat

Sumber: Diolah Peneliti, 2023

1.8.4 Sumber Data

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Menurut (Sugiyono, 2011) metode deskriptif adalah penelitian yang melukiskan, menggambarkan atau memaparkan keadaan objek yang diteliti sebagai apa adanya sesuai dengan situasi dan kondisi ketika penelitian tersebut dilakukan. Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci.

Untuk memperoleh data dan informasi yang baik, keterangan-keterangan dan data yang diperlukan, maka data yang digunakan dalam penelitian adalah :

a. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan melalui pihak pertama, biasanya dapat melalui wawancara, jejak dan lain-lain (Arikunto, 2013). Data yang ingin diperoleh mengenai pola kemitraan yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Semarang dengan PT. PLN Indonesia Power Semarang PGU melalui program CSR untuk meningkatkan UKM di Kota Semarang.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang diperoleh dengan cara membaca, mempelajari dan memahami melalui media lain yang bersumber dari literatur, buku-buku serta dokumen (Sugiyono, 2011). Penelitian ini memanfaatkan data sekunder yang berasal dari berbagai literatur seperti buku-buku, artikel, serta homepage untuk mengakses data dan informasi terkini berkaitan dengan kebijakan dalam mengembangkan usaha mikro dan kecil untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Penggunaan metode kualitatif deskriptif bertujuan untuk memberikan deskripsi serta mendapatkan gambaran yang jelas yang berguna untuk menjawab permasalahan mengenai bagaimana upaya pemerintah dalam mengembangkan UKM melalui kemitraan dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) untuk meningkatkan UKM di Kota Semarang.

1.8.5 Pemilihan Informan

Informan dalam penelitian kualitatif yaitu informan penelitian yang memahami informasi tentang objek penelitian (Sugiyono, 2011) Informasi yang dipilih harus memiliki kriteria agar informasi yang didapatkan bermanfaat untuk penelitian yang dilakukan. Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan Teknik *purposive sampling* dan *Snowball sampling* dengan jumlah informan enam orang sebagai berikut:

1. Sekretaris Dinas Koperasi dan UKM

Pemilihan Sekretaris Dinas Koperasi dan UKM sebagai informan karena memiliki tugas merencanakan, mengkoordinasikan dan mensinkronisasika, membina dan mengawasi serta mengevaluasi pelaksanaan tugas Kesekretariatan, Bidang Perizinan dan Kelembagaan Koperasi, Bidang Pengawasan dan Pemeriksaan Koperasi, Bidang Pemberdayaan Koperasi dan Bidang Pemberdayaan Usaha Mikro.

2. Sub Koordinator Peningkatan Kualitas Kewirausahaan

Pemilihan Sub Koordinator Peningkatan Kualitas Kewirausahaan sebagai informan karena mempunyai tugas pokok menyiapkan bahasan perumusan kebijakan teknis pembinaan dan melaksanakan pemberdayaan UKM melalui peningkatan kualitas kewirausahaan.

3. Manajer Administrasi PT. PLN Indonesia Power Semarang PGU

Pemilihan Manajer Administrasi sebagai infroman karena bertugas untuk mengawasi berjalannya program CSR terhadap UKM binaan.

4. Humas PT. PLN Indonesia Power Semarang PGU

Pemilihan Humas sebagai informan karena memberikan informasi kepada masyarakat dan mitra binaan mengenai pelaksanaan program CSR.

5. Mitra Binaan PT. PLN Indonesia Power Semarang PGU

Pemilihan mitra binaan menjadi informan karena sebagai UKM yang menerima manfaat secara langsung dari program CSR yang telah dilaksanakan. Mitra

binaan yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah Ny Hartono pemilik usaha Putri Laut dan Ny Siti Rochanah usaha Iwak Nyuzz.

1.8.6 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian kualitatif menurut (Sugiyono, 2011) merupakan peneliti itu sendiri, dalam hal ini peneliti menjadi alat untuk merekam informasi selama berlangsungnya penelitian. Peneliti terjun langsung ke lapangan untuk mendapatkan informasi dan mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian. Pengumpulan data dan informasi memerlukan beberapa alat diantaranya:

1. Peneliti

Peneliti akan menjadi instrument, karena dalam penelitian kualitatif peneliti merupakan *key informan* (Sugiyono, 2011).

2. Pedoman Wawancara

Pedoman wawancara digunakan untuk mengumpulkan informasi melalui kegiatan tanya jawab antara peneliti dan informan.

3. Pedoman Observasi

Menurut (Sedarmayanti, 2011) pedoman observasi adalah proses pemeriksaan dokumen yang memberikan informasi secara tepat dan akurat, sehingga diperlukan pedoman untuk mengarahkan peneliti terhadap aspek yang dilakukan secara sistematis.

4. Tape Recorder

Recorder digunakan untuk merekam informasi yang telah diberikan oleh informan dan merekam pembicaraan saat wawancara.

5. Kamera

Kamera digunakan untuk mendokumentasikan peristiwa-peristiwa yang mendukung dalam proses pengumpulan data agar data.

1.8.7 Teknik Pengumpulan Data

Agar penelitian dapat terlaksana, maka peneliti harus mencari data, keterangan dan informasi berdasarkan fakta-fakta yang diperoleh di lapangan atau tempat penelitian. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

a. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan topik penelitian, sekaligus ingin mempelajari lebih dalam dari responden dan jumlah respondennya sedikit/kecil (Sugiyono, 2011).

b. Observasi

Menurut Marshall (Sugiyono, 2011) menyatakan bahwa melalui observasi, peneliti mempelajari perilaku, dan makna dari perilaku tersebut.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah catatan peristiwa yang sudah berlalu, dapat berupa tulisan, gambar dan karya manusia yang monumental (Sugiyono, 2011).

1.8.8 Teknik Analisis Data

Miles dan Huberman (Sugiyono, 2011) mengemukakan bahwa ada tiga langkah dalam analisis data yaitu :

1. Reduksi Data

Menurut (Sugiyono, 2011) mereduksi berarti merangkum atau meringkas, memilah-milah hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, mencaricari tema dan polan. Tahap ini merupakan salah satu teknik analisis data kualitatif yang sederhana, terkalsifikasi, sehingga data tersebut memberikan informasi yang bermakna dan memudahkan dalam penarikan kesimpulan.

2. Display Data/Penyajian Data

Miles dan Huberman (Sugiyono, 2011) menyatakan bahwa yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan

teks naratif. Pada tahap ini merupakan kegiatan menyusun sekumpulan data sehingga dapat ditarik kesimpulan secara sistematis dan mudah dipahami. Penyajian data kualitatif seringkali dalam bentuk teks naratif (sebagai catatan lapangan), matriks, grafik, jaringan ataupun tabel. Dengan penyajian data, maka data akan tertata dan tersusun dalam pola hubungan sehingga mudah untuk dipahami.

3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi Data

Penarikan kesimpulan dan verifikasi data merupakan tahap akhir dari teknik analisis data kualitatif berdasarkan hasil reduksi data, namun berkaitan dengan tujuan analisis yang ingin dicapai. Tujuan tahap ini untuk menemukan makna dari data yang dikumpulkan dengan mencari hubungan, persamaan atau perbedaan untuk menarik kesimpulan yang menjawab masalah saat ini. Kesimpulan mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena masalah dan rumusan masalah bersifat sementara dan akan berkembang setelah peneliti memasuki lapangan. Verifikasi bertujuan agar evaluasi data sesuai dengan tujuan agar menjadi lebih akurat dan objektif dalam konsep analisis fundamental.

1.8.9 Keabsahan Data

Menurut (Sugiyono, 2011) triangulasi data merupakan teknik pengumpulan data yang sifatnya menggabungkan berbagai data dan sumber yang telah ada. Triangulasi data merupakan teknik pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Maka terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data dan triangulasi waktu.

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas suatu data dilakukan dengan cara melakukan pengecekan pada data yang telah diperoleh dari berbagai sumber data seperti hasil wawancara, arsip, maupun dokumen lainnya.

2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas suatu data dilakukan dengan cara melakukan pengecekan pada data yang telah diperoleh dari sumber yang sama menggunakan teknik yang berbeda. Misalnya data yang diperoleh dari hasil observasi, kemudian dicek dengan wawancara.

3. Triangulasi Waktu

Waktu dapat mempengaruhi kredibilitas suatu data. Data yang diperoleh dengan teknik wawancara dipagi hari pada saat narasumber masih segar biasanya akan menghasilkan data yang lebih valid. Untuk itu pengujian kredibilitas suatu data harus dilakukan pengecekan dengan observasi, wawancara dan dokumentasi pada waktu atau situasi yang berbeda sampai mendapatkan data yang kredibel.