



BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang Masalah

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah sebuah usaha ekonomi produktif yang memiliki jumlah kekayaan dan penjualan tahunan tertentu dan hal tersebut diatur dalam Undang-Undang untuk menentukan kategori usaha tersebut. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) telah menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia. Sejarah membuktikan, ketika terjadi krisis moneter di tahun 1997 banyak usaha besar yang tumbang karena dihantam krisis tersebut, namun UMKM tetap eksis dan menopang kelanjutan perekonomian Indonesia. Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) di bawah ini menunjukkan bahwa UMKM menjadi salah satu upaya pemerintah yang bertahan dalam pengelolaan tenaga kerja saat krisis menimpa Indonesia.

Tabel Penyerapan Tenaga Kerja I.1

Keterangan	1997	
	Jumlah	Prosentase
Perusahaan kecil	57,40 Juta	Perusahaan kecil
Perusahaan Sedang	7,7 Juta	Perusahaan Sedang
Perusahaan Besar	0,393 Juta	Perusahaan Besar

Sumber: Ekonomi.kompasiana.com

Menurut tabel di atas ditunjukkan bahwa adanya penyerapan tenaga kerja yang banyak pada UMKM tahun 1997 dari perusahaan kecil yang jumlah tenaganya sebanyak 54,70 juta jiwa dengan prosentase 87,62%, perusahaan sedang



sebanyak 7,7 juta jiwa dengan prosentase 11,75%, dan pada perusahaan besar sebanyak 0,393 juta jiwa dengan prosentase 0,61%.

Tercatat banyak UMKM di Indonesia tetap bertahan dari guncangan krisis. Ketika krisis datang dan mengakibatkan perlambatan pertumbuhan ekonomi, UMKM lagi-lagi menjadi juru selamat ekonomi Indonesia. Seiring berjalannya waktu, jumlah UMKM justru mengalami peningkatan dan bertahan hingga saat ini. Upaya pemerintah dalam menangani krisis menjadi efektif dengan tercapainya pertumbuhan jumlah UMKM yang semakin banyak tiap tahunnya. Tabel dibawah ini menunjukkan pertumbuhan jumlah UMKM:

Tabel I.2 Perkembangan UMKM

No.	Indikator	Satuan	1997	1998	2010	2011	2012
1.	Jumlah UMKM	Unit	39 765 110	36 813 578	53 823 732	55 206 444	56 534 592
2.	Jumlah tenaga kerja UMKM	Unit	65 601 591	64 313 573	99 401 775	101 722 458	107 657 509
3.	Nilai Ekspor UMKM	Unit	39 277.070	69 315. 400	175 894.89	187 441.82	208 067. 0000

Keterangan :

1. *Data UMKM pada periode pemerintahan Orde Lama tidak tersedia. Data UMKM pada periode Orde Baru mulai tersedia pada tahun 1997.*
2. *Sumbangan PDB UMKM pada tahun 1997-2000 masih didasarkan atas harga berlaku. Sumbangan PDB UMKM pada tahun 2001-2012 didasarkan atas harga konstan tahun 2000.*
3. *Sumbangan PDB mencakup migas dan non migas.*
4. *Perhitungan sumbangan PDB UMKM pada tahun 2012 masih sangat sementara dan saat ini masih dihitung ulang.*
5. *Nilai Ekspor UMKM hanya didasarkan pada data di sektor pertanian (pertanian, perikanan, kelautan, peternakan, kehutanan, perkebunan), industri pengolahan, dan pertambangan/penggalian*

Sumber: BPS.go.id (diakses 1 Juli 2014)



Menurut tabel perkembangan UMKM di atas menunjukkan bahwa adanya kemajuan UMKM dari tahun 1997 sampai dengan 2012. Dapat diketahui bahwa tenaga kerja di Indonesia sangat antusias untuk menjadi bagian dari salah satu program pemerintah ini. Pada tahun 1998 jumlah UMKM dari 36.813.578 unit terus mengalami kenaikan hingga mencapai jumlah 41.944.494 pada tahun 2012. Tidak hanya jumlah unitnya saja yang mengalami kenaikan namun dari indikator jumlah tenaga kerja dari 64.313.573 orang pada tahun 1998 mengalami peningkatan mencapai 99.401.775 orang pada tahun 2012.

Data tersebut membuktikan bahwa tujuan utama pemerintah meningkatkan perekonomian negara yang juga sebagai solusi masalah krisis ekonomi negara telah berjalan baik dan mendapat respon tinggi dari masyarakat. Dari indikator nilai ekspor UMKM juga mengalami kenaikan pada tahun 1997 yang berawal dari Rp. 39.277.070 naik drastis menjadi Rp. 69.315.400 di tahun 1998. Lalu pada tahun 1999 mengalami penurunan dengan jumlah Rp. 52.594.120. Tapi setelah itu nilai ekspor UMKM dari tahun 2000 dengan jumlah Rp. 75.448.610 mengalami kenaikan hingga tahun 2012 dengan jumlah Rp. 208.067.000. Sehingga krisis pada tahun 1997 dapat diatasi dan tahun-tahun berikutnya Indonesia mempunyai bekal program UMKM sebagai pilar utama perekonomian negara.

Bukan hanya itu secara fungsional Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah juga berperan dalam memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional.



Kinerja UMKM di Indonesia memang cukup membanggakan, apabila dilihat dari jumlah UMKM dan penyerapan UMKM terhadap tenaga kerja berdasarkan data BPS populasi usaha kecil dan menengah (UKM) jumlahnya mencapai 42,5 juta unit atau 99,9 persen dari keseluruhan pelaku bisnis di tanah air. UKM memberikan kontribusi yang signifikan terhadap penyerapan tenaga kerja, yaitu sebesar 99,6 persen. Sementara itu, kontribusi UKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 56,7 persen. Angka tersebut terus meningkat seiring dengan pertumbuhan UMKM dari tahun ke tahun.¹

Dalam hal pemasaran, UMKM pada umumnya tidak punya sumber-sumber daya untuk mencari, mengembangkan atau memperluas pasar-pasar mereka sendiri. Sebaliknya, mereka sangat tergantung pada mitra dagang mereka (misalnya pedagang keliling, pengumpul atau trading house untuk memasarkan produk-produk mereka, atau tergantung pada konsumen yang datang langsung ke tempat-tempat produksi.

Permasalahan-permasalahan utama berbeda antar negara, termasuk tingkat pembangunan UMKM, tingkat dan bentuk pembanguna ekonomi, sifat dan derajat dari distorsi pasar, kebijakan pemerintah dan tentu bentuk serta intensitas dari intervensi pemerintah terhadap UMKM. Namun demikian ada satu permasalahan yang dihadapi UMKM disemua negara, yakni keterbatasan modal yang terutama karena kecilnya atau tidak ada akses ke bank atau lembaga keuangan lainnya.²

¹ Data Badan Pusat Statistik 2003 dalam www.bps.go.id

² Panji Anoraga dan Djoko Sudantoko, *Koperasi, kewirausahaan dan usaha kecil*, Jakarta, Rineka Cipta, 2002.



Meskipun Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah telah menunjukkan peranannya dalam perekonomian nasional, namun masih menghadapi berbagai hambatan dan kendala, baik yang bersifat internal maupun eksternal. Sebagai usaha yang ruang lingkup usahanya dan anggotanya adalah (umumnya) rakyat kecil dengan modal terbatas dan kemampuan manajerial yang juga terbatas, UMKM sangat rentan terhadap masalah-masalah perekonomian.

Menurut Kuncoro selain persoalan pendanaan kendala yang dialami oleh UMKM dalam menjalankan usahanya juga termasuk tingkat kemampuan, ketrampilan, keahlian, manajemen sumber daya manusia, kewirausahaan, pemasaran dan keuangan pelaku UMKM tersebut. Lemahnya kemampuan manajerial dan sumberdaya manusia ini mengakibatkan pengusaha kecil tidak mampu menjalankan usahanya dengan baik.³ Secara lebih spesifik, masalah dasar yang dihadapi pengusaha kecil adalah: Pertama, kelemahan dalam memperoleh peluang pasar dan memperbesar pangsa pasar. Kedua, kelemahan dalam struktur permodalan dan keterbatasan untuk memperoleh jalur terhadap sumber-sumber permodalan. Ketiga, kelemahan di bidang organisasi dan manajemen sumber daya manusia. Keempat, keterbatasan jaringan usaha kerjasama antar pengusaha kecil (sistem informasi pemasaran). Kelima, iklim usaha yang kurang kondusif, karena persaingan yang saling mematikan. Keenam, pembinaan yang telah dilakukan masih kurang terpadu dan kurangnya kepercayaan serta kepedulian masyarakat terhadap usaha kecil.

³ Mudrajat Kuncoro dan PT Asana Wirasta Setia, *Pengembangan Pola Pembinaan Usaha Kecil dan Masyarakat di Sekitar Obyek dan Kawasan Pariwisata*, Yogyakarta, PT Asana Wirasta Setia dan Deparpostel, 1997.



Demikian juga dengan Ginandjar mengidentifikasi permasalahan umum yang dihadapi oleh UMKM adalah (1) Kurang permodalan, (2) Kesulitan dalam pemasaran, (3) Persaingan usaha ketat, (4) Kesulitan bahan baku, (5) Kurang teknis produksi dan keahlian, (6) Keterampilan manajerial kurang, (7) Kurang pengetahuan manajemen keuangan, dan (8) Iklim usaha yang kurang kondusif (perijinan, aturan/perundangan)⁴

Lebih detail hasil penelitian kerjasama Kementerian Negara KUKM dengan BPS (2003) di dalam Hafshah Muhammad Jakfar menginformasikan bahwa UKM yang mengalami kesulitan usaha 72,47 %, sisanya 27,53 % tidak ada masalah. Dari 72,47 % yang mengalami kesulitan usaha tersebut, diidentifikasi kesulitan yang muncul adalah (1) Permodalan 51,09 %, (2) Pemasaran 34,72 %, (3) Bahan baku 8,59 %, (4) Ketenagakerjaan 1,09 %, (5) Distribusi transportasi 0,22% dan (6) Lainnya 3,93 %.⁵

Persentase kesulitan yang dominan dihadapi UMKM terutama meliputi kesulitan permodalan (51.09%). Lebih lanjut disebutkan bahwa dalam mengatasi kesulitan permodalannya diketahui sebanyak 17,50 % UKM menambah modalnya dengan meminjam ke bank, sisanya 82,50 % tidak melakukan pinjaman ke bank tetapi ke lembaga Non bank seperti Koperasi Simpan Pinjam (KSP), perorangan, keluarga, modal ventura, lainnya.

⁴ Ginandjar Kartasasmita, *Pemberdayaan Ekonomi Rakyat melalui Kemitraan Guna Mewujudkan Ekonomi Nasional yang Tangguh dan Mandiri*, Jakarta, 7 Nopember 1996, <http://www.ginandjar.com/public/10PemberdayaanEkonomiRakyatMelaluiKemitraan.pdf> diakses pada 2 Juli 2014

⁵ Kartasasmita, Ginandjar, *Kemitraan dalam Pembangunan Nasional. Seminar Nasional Urban and Regional Development Institute (URDI), Jakarta 23 September 1996*, <http://www.ginandjar.com/public/02KemitraanDalamPembangunanNasional.pdf>, diakses pada tanggal 2 juli 2014



Sedangkan permasalahan yang dihadapi UMKM dalam mendapatkan kredit modal usaha antara lain adalah (1) Prosedur pengajuan yang sulit 30,30 %, (2) Tidak berminat 25,34 %, (3) Pelaku UMKM Tidak punya agunan 19,28 %, (4) UMKM yang tidak tahu prosedur 14,33 %, (5) Suku bunga tinggi 8,82 %, (6) Proposal ditolak (1,93 %).⁶

Jumlah penduduk yang kian padat memicu kurangnya lahan pekerjaan seiring dengan banyaknya pengangguran. Sehingga mempengaruhi cara pandang para pekerja dalam hal produktivitas dan kemajuan teknologi untuk berprestasi serta berusaha menikmati berbagai tantangan ataupun risiko guna memperoleh pendapatan untuk memenuhi kebutuhan hidup

Pengamat Ekonomi Syafrudin dalam sebuah wawancara mengatakan "UMKM memberikan kontribusi penyerapan tenaga kerja sekitar 97% sedangkan rasio terhadap GDP itu 56%, ini adalah merupakan suatu gambaran kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia bahwa dua sektor ini yang menjadi pilar ekonomi Indonesia".⁷

Apapun persoalan yang dihadapi oleh pelaku UMKM pemerintah yakin UMKM yakin sebagai salah satu bentuk alternatif dalam upaya meningkatkan perekonomian nasional. Sehingga pemerintah menurunkan seperangkat regulasi untuk melakukan pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

⁶ Mohammad Jafar Hafsah, *Kemitraan Usaha: Konsepsi dan Strategi*, Jakarta, Pustaka Sinar Harapan, 1999.

⁷ Syafrudin dalam www.liputan6.com diakses pada 15 juli 2014



Adapun regulasi yang telah diturunkan pemerintah dalam menunjang produktifitas UMKM adalah UU No. 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil, PP No. 44 Tahun 1997 tentang Kemitraan, PP No. 32 Tahun 1998 tentang Pembinaan dan Pengembangan Usaha Kecil, Inpres No. 10 Tahun 1999 tentang Pemberdayaan Usaha Menengah, Keppres No. 127 Tahun 2001 tentang Bidang/Jenis Usaha Yang Dicadangkan Untuk Usaha Kecil dan Bidang/Jenis Usaha Yang Terbuka Untuk Usaha Menengah atau Besar Dengan Syarat Kemitraan, Keppres No. 56 Tahun 2002 tentang Restrukturisasi Kredit Usaha Kecil dan Menengah, Permeneg BUMN Per-05/MBU/2007 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan, Permeneg BUMN Per-05/MBU/2007 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara, Undang-undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah⁸

Seperti yang diatur dalam Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah ini misalnya menerangkan bahwa adanya pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah mempunyai peran penting untuk meningkatkan perekonomian nasional. Lalu pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah juga harus diukung oleh peran Pemerintah Daerah (Gubernur, Bupati, atau Walikota, dan perangkat daerah), Dunia Usaha serta Masyarakat secara sinergis supaya mampu tumbuh dan

⁸Darwis, dkk. *Revitalisasi Kelembagaan Kemitraan Usaha Dalam Pembangunan Agribisnis Holtikultura di Propinsi Sumatra Utara*. Forum Penelitian Agro Ekonomi Volume 24 No. 2 Desember 2006: 123-134



berkembang menjadi usaha yang tangguh dan mandiri.⁹ Dengan demikian pelaku usaha Mikro akan lebih percaya diri dan lebih produktif.

Demikian juga dalam UU No 20 tahun 2008 pemerintah juga mengeluarkan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 09/M/2005 tanggal 31 Januari 2005 yang mengatur lebih terang bahwa Kementerian Koperasi dan UKM adalah unsur pelaksana pemerintah dengan tugas membantu Presiden untuk mengkoordinasikan perumusan kebijakan dan koordinasi pelaksanaan kebijakan pemberdayaan Koperasi dan UMKM di Indonesia. Lantaran pemberdayaan UMKM merupakan salah satu alternatif yang dipilih pemerintah dalam upaya mengurangi pengangguran, mengentas kemiskinan dan pemerataan pendapatan. Apalagi perkembangan UMKM yang baik akan membawa kemajuan bagi perekonomian negara.

Dalam perkataan lain, dukungan-dukungan pemerintah yang sifatnya langsung terhadap UMKM sesuai kebutuhannya yang bersamaan dengan kebijakan - kebijakan publik yang tepat atau pengeluaran pemerintah untuk memperluas atau memperbaiki fasilitas – fasilitas umum dan infrastruktur akan memberi dampak positif yang lebih besar daripada hanya dukungan – dukungan langsung saja terhadap pembangunan UMKM¹⁰

Meskipun pemerintah memiliki beberapa keterbatasan baik dalam bidang fasilitas, permodalan, serta kurangnya Sumber Daya Manusia. Permasalahan ini dapat diminimalisir dengan cara melakukan kemitraan antara pihak pemerintah,

⁹ Undang-undang No. 20 Tahun 2008, tentang Usaha Mikro, Kecil Menengah

¹⁰Lincoln Arsyad, *Ekonomi Pembangunan*, Yogyakarta, FE UGM, 2004



sektor privat (swasta), dan masyarakat. Kemitraan ini bertujuan untuk meningkatkan kinerja pemerintah dalam program pengembangan serta memaksimalkan kerja sama dengan sektor privat (swasta), serta partisipasi masyarakat secara langsung.

Menurut Sedarmayanti pada dasarnya unsur-unsur dalam pemerintahan (*governance stakeholders*) dapat dikelompokkan menjadi 3 kategori yaitu:

- a. Negara/Pemerintahan: Konsepsi pemerintahan pada dasarnya adalah kegiatan yang mencakup kenegaraan, tetapi lebih jauh dari itu melibatkan pula sektor swasta dan kelembagaan masyarakat madani. Contohnya Dinas Koperasi dan UKM.
- b. Sektor Swasta: Pelaku sektor swasta mencakup perusahaan swasta yang aktif dalam interaksi dalam sistem pasar, seperti: industri pengolahan perdagangan, perbankan, dan koperasi, termasuk kegiatan sektor informal. Contohnya PNPM (Program Nasional Pengembangan Masyarakat).
- c. Masyarakat Madani: Kelompok masyarakat dalam konteks kenegaraan pada dasarnya berada diantara atau ditengah-tengah antara pemerintah dan perseorangan, yang mencakup baik perseorangan maupun kelompok masyarakat yang berinteraksi secara sosial, politik, dan ekonomi. Seperti: Lembaga swadaya masyarakat.¹¹

Adanya kemitraan membantu pemerintah dalam mencapai *good governance* (pemerintahan yang baik) dimana pemerintah dituntut untuk dapat

¹¹Sedarmayanti, *Good Governance "Upaya Membangun Organisasi Efektif dan Efisien Melalui Restrukturisasi dan Pemberdayaan"*. Bandung: CV Mandar Maju, 2003



membentuk kemitraan antara pemerintah dengan swasta dan masyarakat madani secara nyata terlibat dalam berbagai upaya kolaborasi dalam segala bidang, termasuk interaksi perekonomian negara

Dalam pengembangan UMKM, pemerintah melakukan kemitraan di seluruh provinsi Indonesia pada tiap UMKM yang dimiliki setiap daerahnya. Salah satunya di provinsi Jawa Timur. Dimana provinsi Jatim merupakan salah satu provinsi yang memiliki jumlah UMKM mencapai 4,2 juta UMKM. Dapat dilihat lebih jelas pada tabel di bawah ini¹² :

Tabel I.3 UMKM

No	Keterangan	Prosentase
1	Usaha Mikro	85,09%
2	Usaha Kecil	14,19%
3	Usaha Menengah	0,57%
4	Usaha Skala Besar	0,15%

Sumber: BPS.go.id (diakses 1 Juli 2014)

Tabel ini menunjukkan bahwa perkembangan UMKM di Jawa Timur telah mengalami peningkatan dapat dilihat dari Usaha Mikro sebesar 85,09%, usaha kecil 14,19%, usaha menengah 0,57% dan usaha skala besar 0,15%. Peningkatan UMKM ini sangat membantu perkembangan sektor ekonomi di daerah Jawa Timur. Sebagian besar penduduknya berpenghasilan dari UMKM meskipun itu merupakan pekerjaan sampingan dari pekerjaan pokok mereka. UMKM Jawa Timur banyak mendapatkan prestasi baik tingkat nasional maupun internasional.

¹² fenaro.narotama.ac.id diakses pada 15 juli 2014



Pengembangan UMKM juga dilakukan oleh pemerintah Kota Surabaya, dimana kota ini merupakan pusat perdagangan dan bisnis di Jawa Timur.

“Surabaya-Pelaku usaha kecil menengah berprestasi di Surabaya, mendapat penghargaan dari Pemkot Surabaya. Penganugerahan penghargaan Karya Cipta Adinugraha di Gramedia Expo, Selasa (22/5/2012) itu diberikan kepada UKM binaan Dinas Perdagangan dan Perindustrian Surabaya.”

“Pemberian penghargaan ini seiring dengan identitas Surabaya sebagai Kota Jasa dan Perdagangan serta UKM yang ada telah berhasil menggali potensi dan peluang usaha. Selain itu penghargaan ini juga untuk membuktikan kalau UKM Surabaya itu mampu bersaing di pasar lokal, nasional bahkan internasional.¹³”

Surabaya banyak membuahkan prestasi pada bidang pengembangan UMKM baik tingkat nasional maupun internasional. Namun dibalik keberhasilan itu semua perlu adanya sinergi dan hubungan mitra yang baik dari pihak-pihak stakeholder. Sesuai dengan prinsip kemitraan menurut Ripke bahwa perlunya diciptakan iklim yang kondusif untuk terwujudnya kemitraan dunia usaha dengan pemerintah, serta keserasian dan keseimbangan kemitraan antara dunia usaha skala besar, menengah dan kecil dalam produksi dan pemasaran barang dan jasa, juga dalam berbagai kegiatan berkaitan dengan ekonomi serta pembangunan lainnya.¹⁴

Pemkot Surabaya serius memajukan dan mensejahterakan UKM. Hal itu diwujudkan melalui pemberian fasilitas akses kemitraan dengan pengusaha menengah dan besar. Hal itu diharapkan mampu mendorong adanya

¹³ centroone.com diakses pada 18 Juli 2014

¹⁴ Jochen Roepke, *Kewirausahaan dan Perkembangan Ekonomi Indonesia, dalam Bunga Rampai Masalah-Masalah Pembangunan*, Penyunting: Koentjaraningrat, Jakarta: PT. Pustaka LP3S, 1982



kemitraan dan kerjasama dengan mensinergikan program kerja pemkot di bidang penanaman modal.¹⁵

Cara yang cukup elegan dalam memfasilitasi pemecahan masalah permodalan untuk usaha mikro, kecil, dan menengah adalah dengan menjamin kredit mereka di lembaga keuangan yang ada, dan atau memberi subsidi bunga atas pinjaman mereka di lembaga keuangan. Inti dari pemberdayaan usaha yaitu kemandirian usaha itu sendiri. Maka pemkot Surabaya memberikan dukungan pada setiap UKM yang melakukan kemandirian usaha, dukungan tersebut berupa penyelenggaraan berbagai upaya kemitraan usaha.

Adapun salah satu contoh yang dilakukan pemkot surabaya yaitu dengan memfasilitasi UKM dengan memberikan akses kemitraan dengan pengusaha menengah dan besar. Sejak tahun 2011, Badan Koordinasi Pelayanan dan Penanaman Modal (BKPPM) Kota Surabaya melaksanakan kegiatan temu usaha UKM dan para pengusaha. Kegiatan ini bertujuan agar para investor dapat mengetahui secara detail UKM yang ada di Surabaya¹⁶.

Dalam rangka meningkatkan produktivitas, efisiensi, jaminan kualitas, kuantitas, dan daya saing tingkat nasional hingga internasional, dibutuhkannya kemitraan dengan Usaha Besar (selanjutnya disebut dengan UB). Kegagalan kemitraan pada umumnya disebabkan oleh fondasi dari kemitraan yang kurang kuat dan hanya didasari oleh belas kasihan semata atau atas dasar paksaan pihak

¹⁵Ahmad Amru Muiz, *UKM Surabaya digenjot bermitra dengan pengusaha*, <http://surabaya.tribunnews.com/2014/04/30/ukm-surabaya-digenjot-bermitra-dengan-pengusaha>, diakses pada 18 Juli 2014

¹⁶_____, *BKPPM Surabaya Fasilitasi UKM Jalin Mitra*, http://beritasurabaya.net/index_sub.php?category=4&id=11525, diakses pada 18 juli 2014



lain, bukan atas kebutuhan untuk maju dan berkembang bersama dari pihak-pihak yang bermitra.

“Informasi dari sejumlah sumber diperoleh di Bandarlampung, Rabu, menyatakan persoalan kemitraan yang belum atau tidak sejalan antara sebagian petambak dengan PT CPB itu merembet pula dengan terjadi perbedaan sikap di antara petambak sendiri, sehingga terbentuk dua kelompok petambak yang berbeda, yaitu Forum Silaturahmi (Forsil) dan P2K (Petambak Pro-Kemitraan).”

“Forsil dalam gerakannya selama ini sering memaksakan kehendak, melakukan intimidasi, dan pemboikotan panen, termasuk penutupan jalan, sehingga beberapa pihak menghendaki pembubarannya.¹⁷”

Permasalahan kemitraan selama ini disebabkan karena perbedaan sikap atau etika bisnis serta tidak adanya kesetaraan budaya organisasi antara stakeholder. Demi menunjang suatu kemitraan yang menghasilkan keuntungan yang rata antar stakeholder dilakukannya CSR baik dari pihak pemerintah maupun swasta.

Dalam konteks global, istilah CSR mulai digunakan sejak tahun 1970an dan semakin populer terutama setelah kehadiran buku *Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line in 21st Century Business* (1998), karya John Elkington. Mengembangkan tiga komponen penting *sustainable development*, yakni *economic growth, environmental protection, dan social equity*, yang digagas the *World Commission on Environment and Development (WCED)* dalam *Brundtland Report* (1987), Elkington mengemas CSR ke dalam tiga fokus: 3P, singkatan dari profit, *planet* dan *people*. Perusahaan yang baik tidak hanya memburu keuntungan

¹⁷ Budisusanto Budiman, *Konflik Antar Petambak Bratasena Akibat Kemitraan Tidak Sejalan*, <http://www.antaralampung.com/berita/266738/konflik-antarpetambak-bratasena-akibat-kemitraan-tak-sejalan>, diakses pada 21 Juli 2014



ekonomi belaka (*profit*). Melainkan pula memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan (*planet*) dan kesejahteraan masyarakat (*people*).¹⁸

Di Indonesia, istilah CSR semakin populer digunakan sejak tahun 1990-an. Beberapa perusahaan sebenarnya telah lama melakukan CSA (*Corporate Social Activity*) atau “aktivitas sosial perusahaan”. Walaupun tidak menamainya sebagai CSR, secara faktual aksinya mendekati konsep CSR yang merepresentasikan bentuk “peran serta” dan “kepedulian” perusahaan terhadap aspek sosial dan lingkungan. Melalui konsep investasi sosial perusahaan “*seat belt*”, sejak tahun 2003 Departemen Sosial tercatat sebagai lembaga pemerintah yang aktif dalam mengembangkan konsep CSR dan melakukan advokasi kepada berbagai perusahaan nasional. Kepedulian sosial perusahaan terutama didasari alasan bahwasanya kegiatan perusahaan membawa dampak – *for better or worse*, bagi kondisi lingkungan dan sosial-ekonomi masyarakat khususnya di sekitar perusahaan beroperasi dan pihak-pihak yang berkepentingan.

Stakeholders dapat mencakup karyawan dan keluarganya, pelanggan, pemasok, masyarakat sekitar perusahaan, lembaga-lembaga swadaya masyarakat, media massa dan pemerintah selaku regulator. Jenis dan prioritas *stakeholders* relatif berbeda antara satu perusahaan dengan lainnya, tergantung pada core bisnis perusahaan yang bersangkutan (CSR bisa dilaksanakan secara langsung oleh perusahaan di bawah divisi *human resource development* atau *public relations*. CSR bisa pula dilakukan oleh yayasan yang dibentuk terpisah dari organisasi

¹⁸Bachrawi Sanusi, *Pengantar perencanaan pembangunan*, Jakarta: LPFEUI, 2002



induk perusahaan namun tetap harus bertanggung jawab ke CEO atau ke dewan direksi.

Sebagian besar perusahaan di Indonesia menjalankan CSR melalui kerjasama dengan mitra lain, seperti LSM, perguruan tinggi atau lembaga konsultan. Beberapa perusahaan ada pula yang bergabung dalam sebuah konsorsium untuk secara bersama-sama menjalankan CSR. Beberapa perusahaan bahkan ada yang menjalankan kegiatan serupa CSR, meskipun tim dan programnya tidak secara jelas berbendera CSR¹⁹

Pada awal perkembangannya, bentuk CSR yang paling umum adalah pemberian bantuan terhadap organisasi-organisasi lokal dan masyarakat miskin di negara-negara berkembang. Pendekatan CSR yang berdasarkan motivasi karitatif dan kemanusiaan ini pada umumnya dilakukan secara *ad-hoc*, partial, dan tidak melembaga. CSR pada tataran ini hanya sekedar *do good* dan *to look good*, berbuat baik agar terlihat baik tidak hanya sekedar mementingkan tebar pesona.

Dewasa ini semakin banyak perusahaan yang kurang menyukai pendekatan karitatif semacam itu, karena tidak mampu meningkatkan keberdayaan atau kapasitas masyarakat lokal. Pendekatan *community development* (*comdev*) kemudian semakin banyak diterapkan karena lebih mendekati konsep *empowerment* dan *sustainable development*. Prinsip-prinsip *good corporate governance*, seperti *fairness*, *transparency*, *accountability*, dan *responsibility*

¹⁹ M Anshori, *Usulan Model Keputusan Multikriteria Terintegrasi untuk Pemilihan UKM Penerima Pinjaman Lunak di Wilayah Surabaya*, Tesis Teknik Industri-ITS, Surabaya. (2005),



kemudian menjadi pijakan untuk mengukur keberhasilan program CSR.²⁰ Sebagai contoh, Shell Foundation di Flower Valley, Afrika Selatan, membangun Early Learning Centre untuk membantu mendidik anak-anak dan mengembangkan keterampilan-keterampilan baru bagi orang dewasa di komunitas itu. Di Indonesia, perusahaan-perusahaan seperti Freeport, Rio Tinto, Inco, Riau Pulp, Kaltim Prima Coal, Pertamina serta perusahaan BUMN lainnya telah cukup lama terlibat dalam menjalankan CSR.

Kegiatan CSR yang dilakukan saat ini juga sudah mulai beragam, disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat setempat berdasarkan needs assessment. Mulai dari pembangunan fasilitas pendidikan dan kesehatan, pemberian pinjaman modal bagi UKM, social forestry, penakaran kupu-kupu, pemberian beasiswa, penyuluhan HIV/AIDS, penguatan kearifan lokal, pengembangan skema perlindungan sosial berbasis masyarakat dan seterusnya. CSR pada tataran ini tidak sekadar *do good dan to look good*, melainkan pula *to make good*, menciptakan kebaikan atau meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Di Indonesia, geliat CSR semakin menguat terutama setelah dinyatakan dengan tegas dalam UU PT No.40 Tahun 2007 yang belum lama ini disahkan DPR. Disebutkan bahwa PT yang menjalankan usaha di bidang dan/atau bersangkutan dengan sumber daya alam wajib menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan (Pasal 74 ayat 1).

²⁰ Dumairy, *Perekonomian Indonesia*, Yogyakarta, Erlangga, 1996.



UU PT tidak menyebutkan secara rinci berapa besaran biaya yang harus dikeluarkan perusahaan untuk CSR serta sanksi bagi yang melanggar. Pada ayat 2, 3 dan 4 hanya disebutkan bahwa CSR "dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran". PT yang tidak melakukan CSR dikenakan sanksi sesuai dengan peraturan dan perundang-undangan. Ketentuan lebih lanjut mengenai CSR ini baru akan diatur oleh Peraturan Pemerintah, yang hingga kini – sepengetahuan penulis, belum dikeluarkan.

Peraturan lain yang menyentuh CSR adalah UU No.25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal. Pasal 15 (b) menyatakan bahwa "Setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan." Meskipun UU ini telah mengatur sanksi-sanksi secara terperinci terhadap badan usaha atau usaha perseorangan yang mengabaikan CSR (Pasal 34), UU ini baru mampu menjangkau investor asing dan belum mengatur secara tegas perihal CSR bagi perusahaan nasional.

Jika dicermati, peraturan tentang CSR yang relatif lebih terperinci adalah UU No.19 Tahun 2003 tentang BUMN. UU ini kemudian dijabarkan lebih jauh oleh Peraturan Menteri Negara BUMN No.4 Tahun 2007 yang mengatur mulai dari besaran dana hingga tatacara pelaksanaan CSR. Seperti kita ketahui, CSR milik BUMN adalah Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL).

UU BUMN dinyatakan bahwa selain mencari keuntungan, peran BUMN adalah juga memberikan bimbingan bantuan secara aktif kepada pengusaha



golongan lemah, koperasi dan masyarakat. Selanjutnya, Permen Negara BUMN menjelaskan bahwa sumber dana PKBL berasal dari penyisihan laba bersih perusahaan sebesar 2 persen yang dapat digunakan untuk Program Kemitraan ataupun Bina Lingkungan.

Di Indonesia pun sudah banyak perusahaan yang menggunakan CSR pada kemitraan usahanya, tidak hanya dalam bentuk permodalan namun kegiatan lainnya yang bermanfaat untuk masyarakat seperti kegiatan sosial. Karena kegiatan sosial tersebut juga membantu pihak perusahaan mengembangkan usahanya kedepan dan CSR ini merupakan program berjangka panjang.

“Dari tahun ke tahun anggaran untuk CSR terus meningkat. Di tahun 2010 misalnya PT XL Axiata, Tbk (XL Axiata) telah mengalokasikan dana sebesar Rp15 miliar untuk tanggung jawab sosial perusahaan. Kegiatan yang dilakukan dalam program CSR XL, jelasnya, masih terkait dengan pemberdayaan masyarakat, seperti pendidikan dan pelatihan, perbaikan lingkungan hidup, kegiatan amal dan penanggulangan bencana alam.²¹”

Dalam hal ini pemerintah Kota Surabaya juga menerapkan CSR pada upaya pengembangan UMKM agar bertujuan adanya kemandirian UMKM sesuai bidangnya. Selain meningkatkan keuntungan, diharapkan CSR dapat meningkatkan peran kemitraan antara pemerintah, swasta, dan masyarakat dalam rangka memajukan UMKM Kota Surabaya.

“Berkat kegigihan dalam menggarap bisnis yang berbalut aroma CSR, Telkom Wilayah Jatim Suramadu dianugerahi penghargaan dari Walikota Surabaya. Pihak Pemerintah Kota Surabaya sendiri sangat mengapresiasi program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Telkom yang telah

²¹ _____, “CSR Bantu Perusahaan Kembangkan Usaha Kecil Menengah”, <http://www.xl.co.id/id/yang-baru/artikel/program-csr-membantu-perkembangan-usaha-kecil-menengah>, diakses pada 21 Juli 2014



banyak dialokasikan untuk menunjang pembangunan Surabaya, selanjutnya masih dalam rangkaian Apel, Telkom menyampaikan bantuan 5 unit laptop kepada pelaku usaha binaan Dinas Koperasi dan UMKM yang diserahkan langsung oleh Walikota Surabaya.²²

Namun disamping keberhasilan kemitraan UMKM Kota Surabaya tersebut masih terdapat beberapa keterbatasan peran pemerintah. Maka pada kenyataannya dalam pengembangan UMKM pemerintah sangat membutuhkan kemitraan dari *stakeholder* lain seperti swasta dan masyarakat madani berkaitan dengan CSR dapat berupa permodalan, investasi, sarana prasarana, serta kepentingan lain yang dibelum terpenuhi pada UMKM. Dilihat dari perkembangan ekonomi setelah adanya UMKM pun pada sisi kewilayahan di Jawa Timur menunjukkan adanya wilayah yang sangat maju dan wilayah yang masih tertinggal. Dengan kata lain menunjukkan terjadinya ketimpangan. Pertumbuhan ekonomi yang tinggi terpusat di perkotaan seperti Kota Surabaya dan sekitarnya (Sidoarjo dan Kabupaten Gresik). Selain Surabaya, di Kabupaten Gresik juga mengalami peningkatan perekonomian melalui kemajuan perkembangan UMKM. Kabupaten Gresik mempunyai potensi UMKM cukup tinggi hingga di kalangan nusantara.

Sebagian wilayah Kabupaten Gresik merupakan daerah pesisir pantai, serta biasa disebut sebagai “kota santri” karena terdapat makam sunan giri dan sunan maulana malik ibrahim. Sehingga banyak didatangi pengunjung yang kebanyakan dari luar kota. Hasil Kerajinan yang bernuansa Islam juga dihasilkan oleh masyarakat Kabupaten Gresik, misalnya kopyah, sarung, mukenah, sorban

²² ukmtelkom.com diakses pada 21 Juli 2014



dan lain-lain. Kabupaten Gresik merupakan salah satu daerah di Jawa Timur yang padat akan penduduk.

Dari hasil registrasi penduduk menunjukkan bahwa jumlah penduduk Kabupaten Gresik pada tahun 2010 sebesar 1.237.675 jiwa, yang terdiri dari 623.141 jiwa penduduk laki-laki dan 614.534 jiwa penduduk tersebut berada pada 323.683 keluarga. Dapat diketahui bahwa umlah ini mengalami kenaikan sebesar 0,83 persen dibanding tahun sebelumnya, maka pada tahun ini Kabupaten Gresik mempunyai kepadatan penduduk sebesar 1,019 jiwa/km². Rasio jenis kelamin pada tahun 2010 adalah 101 persen, yang berarti dari 100 jiwa penduduk perempuan terdapat 101 jiwa penduduk laki-laki.²³

Kepadatan penduduk tersebut diimbangi dengan banyaknya tenaga kerja pada UMKM. Minat penduduk Kabupaten Gresik akan bidang usaha perdagangan sangatlah besar. Terdapat beberapa industri ukm di Sidoarjo telah mendapatkan prestasi sampai tingkat nasional.

“Sofie Mustikawati pengrajin tangan berbahan pasir dan kerang mendapat penghargaan sebagai Usaha Kecil Menengah (UKM) terbaik versi Semen Gresik UKM Awards 2010. Atas prestasi itu, Sofie memperoleh hadiah tropi dan uang pembinaan senilai Rp 25 juta.”²⁴

Prestasi tersebut menjadi bukti bahwa penduduk Kabupaten Gresik telah menekuni dan mengembangkan UMKM, tidak sekedar berpartisipasi namun UMKM ini juga menjadi salah satu penopang utama perekonomian Kabupaten

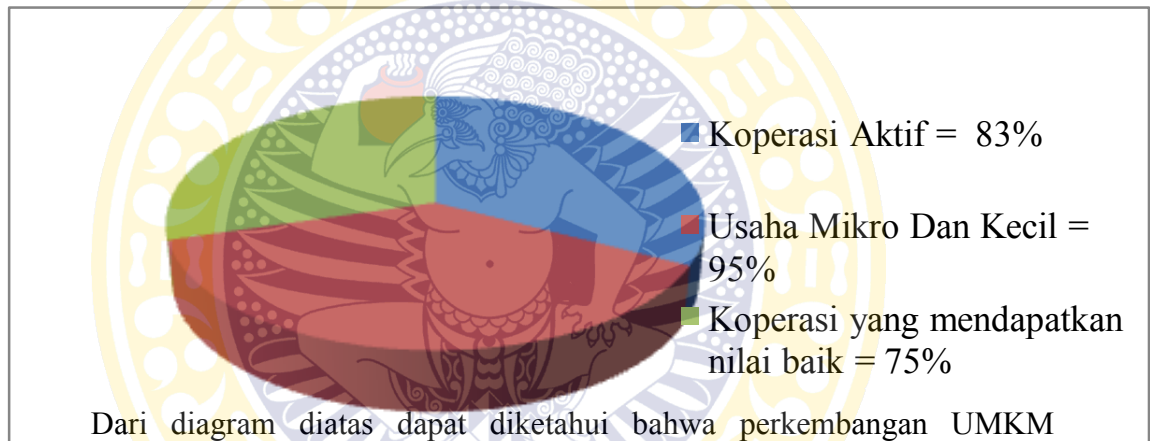
²³PNPM Kabupaten Gresik, Wilayah Kabupaten Gresik, <http://pnpngresik.weebly.com/profil.html>, pada tanggal 22 april 2015

²⁴Redaksi Surabayakita, *Sofie Raih Semen Gresik UKM Award*, http://www.surabayakita.com/index.php?option=com_content&view=article&id=1863:sofie-raih-semen-gresik-ukm-award&catid=67&Itemid=209, pada tanggal 22 april 2015



Gresik dimana bertujuan mengurangi angka kemiskinan, pengangguran serta menonjolkan karya industri yang dimiliki penduduk tersebut. Penghargaan yang diraih tersebut menunjukkan bahwa peran Pemerintah Daerah Kabupaten Gresik terhadap pembangunan masyarakat, bangsa dan negara, bukan hanya melalui bidang politik, tetapi juga di bidang pembangunan sosial, dan ekonomi masyarakat namun juga melalui bidang industri yaitu UMKM.

Grafik I.1
Perkembangan UMKM Kabupaten Gresik



Kabupaten Gresik terbagi dalam 3 bentuk, yaitu Koperasi Aktif sebanyak 83%, Usaha Mikro Dan Kecil sebanyak 95% dan Koperasi yang mendapatkan nilai baik sebanyak 75%. Artinya, Kabupaten Gresik tidak hanya mempunyai potensi dalam pembentukan UMKM, tetapi justru telah melakukan tahap pengembangan hingga jangka panjang.

"Sejumlah pelaku Usaha Kecil Menengah (UKM) asal Kabupaten Gresik, Jatim mulai menjajaki pasar China. Pemerintah China juga sangat



mendorong dengan memberikan berbagai kemudahan untuk perdagangan Indonesia yang masuk ke China.”²⁵

Dengan merambahnya UMKM Kabupaten Gresik seperti yang disampaikan pada berita di atas, dapat dibuktikan bahwa Kabupaten Gresik mampu bersaing pada tingkat internasional. Prestasi tersebut menjadi bukti bahwa Kabupaten Gresik telah menekuni dan mengembangkan UMKM, tidak sekedar berpartisipasi namun UMKM ini juga menjadi salah satu penopang perekonomian Kabupaten Gresik dimana mempunyai tujuan mengurangi kemiskinan, jumlah pengangguran serta menonjolkan karya industri yang dimiliki penduduk tersebut. Prestasi yang telah diraih tersebut menunjukkan bahwa peran Pemerintah Kabupaten Gresik terhadap pembangunan masyarakat, bangsa dan negara, bukan hanya melalui bidang politik tetapi juga di bidang pembangunan sosial, dan ekonomi masyarakat melalui bidang industri yaitu UMKM.

Tetapi sayang dalam perjalanannya, masih sering dijumpai permasalahan yang menghambat laju perkembangan UMKM di Indonesia, khususnya di Kabupaten Gresik ini. Antara lain masih sulitnya akses bantuan pinjaman modal, bahan baku, teknologi informasi, minimnya ketrampilan para tenaga kerja dan kurang peran pemerintah dalam mempublikasikan komoditi dari UMKM tersebut ke pasar lokal maupun manca negara. Padahal apabila ini bisa teratasi maka akan lebih meningkatkan hasil penjualan atau produksi para pelaku UMKM, terutama di Kabupaten Gresik mengingat Kabupaten Gresik merupakan wilayah dengan dominasi industri-industri besar dan menengah. Pemerintah Kabupaten Gresik

²⁵Abdul Malik Ibrahim, *Ukm gresik jajali pasar china*, <http://www.antarajatim.com/lihat3/berita/126601/ukm-gresik-jajaki-pasar-china>. diakses pada tanggal 22 April 2015



juga membuka peluang bisnis terbuka untuk para pelaku ukm salah satunya dengan pengadaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang telah berjalan beberapa tahun ini.

Adanya *Corporate Social Responsibility* (CSR) sangat membantu pemerintah dalam mengembangkan ukm Kabupaten Gresik untuk lebih kompetitif dalam bersaing di ranah nasional maupun internasional. Dengan adanya CSR banyak pihak baik dari non pemerintah dapat ikut serta berperan dan bekerja sama dalam proses pengembangan ukm, seperti perusahaan – perusahaan besar baik swasta maupun yang termasuk BUMN.

“Ada banyak program CSR yang dilakukan Biro Bina Lingkungan PT Semen Gresik. CSR itu diberikan kepada UKM dan kelompok sosial di daerah produksi, seperti Kabupaten Gresik . Cukup banyak UKM di bawah pembinaan Semen Gresik yang berhasil dan kini menjadi pengusaha mandiri. Alokasi dana CSR yang besar itu diharapkan berpengaruh positif kepada korporasi dan sasarannya tercapai secara efektif.”²⁶

Meningkatnya jumlah unit ukm yang telah beroperasi di Kabupaten Gresik menjadikan banyak perusahaan besar berpotensi menjalin kemitraan melalui program CSR sesuai dengan peraturan yang mengatur. Hal ini menjadi motivasi para pelaku ukm Kabupaten Gresik untuk selalu meningkatkan kualitas produk dan berpeluang besar untuk bersaing secara kompetitif baik di tingkat nasional maupun internasional mengingat jumlah pelaku ukm yang cukup tinggi. Selain mendapatkan keuntungan dari segi permodalan, dengan adanya program CSR pelaku usaha mendapatkan wawasan, pengetahuan, serta bentuk kerja sama sesuai

²⁶ _____, “Semen Gresik Kucurkan CSR Rp 120 Miliar”, <http://www.bumn.go.id/semenindonesia/berita/462/Tahun.2011,.Semen.Gresik.Kucurkan.CSR.Rp.120.Miliar>, pada tanggal 22 April 2015



tujuan program dari masing-masing perusahaan tersebut. Dalam pengembangan dan peningkatan sarana, para pelaku ukm secara teknis membutuhkan tenaga listrik untuk sumber sarana dan prasarana perindustrian dan juga berguna dalam segi pemasaran bahkan komunikasi. Maka pemerintah Kabupaten Gresik sepakat untuk mengembangkan sarana, prasarana serta teknologi dalam hal pemasaran pada ukm dengan adanya kemitraan oleh PT PJB (Pembangkit Jawa Bali) Unit Gresik guna memanfaatkan sumber listrik negara dalam pengembangan UMKM di Kabupaten Gresik melalui berbagai bentuk program CSR.

Adapun fakta empiris yang menarik dalam penelitian ini dari sekian banyak program CSR PJB di Gresik bahwa PT PJB ini merupakan anak induk perusahaan dari PT PLN dimana PT PLN merupakan sebuah perusahaan yang menggunakan program CSR juga namun masih sebagai pelaku tunggal sedangkan pada kemitraan PT PJB Unit Gresik tidak terdapat pelaku tunggal yang dimaksudkan adalah semua *stakeholder* berperan penting dalam proses kemitraan. Keunggulan dari kemitraan PT PJB terdapat di bidang UMKM khususnya Kabupaten Gresik. Kabupaten Gresik merupakan wilayah yang strategis didukung oleh beberapa perusahaan besar khususnya di kecamatan Sidorukun dimana kecamatan ini termasuk pada ring PT PJB Unit Gresik, PT Wilmar, dan PT Semen Gresik. PT PJB Unit Gresik merupakan salah satu perusahaan besar yang lebih menonjol pada program CSR untuk kabupaten Gresik pada bidang UMKM. Lalu PT PJB Unit Gresik sangat berkontribusi besar pada program pemerintah dalam pengembangan UMKM setempat, sehingga menjadi suatu pembahasan pada



penelitian mencakup kemitraan PT PJB Unit Gresik dalam pengembangan UMKM Kabupaten Gresik.

Oleh sebab itu layak untuk dibahas lebih mendalam tentang keberlangsungan kemitraan diantaranya dengan PT. PJB Unit Gresik yang merupakan salah satu perusahaan listrik yang terdapat di Kabupaten Gresik dalam rangka pengembangan UMKM di Kabupaten Gresik. Sebelumnya terdapat studi terdahulu yang juga menjadi sumber informasi bagi penelitian ini, yaitu:

Pertama, Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Imran dengan judul “Analisis Pelaksanaan Program Kemitraan Dalam Rangka Pemberdayaan UKM Di Kota Padang (Studi Kasus Program Kemitraan PT. Semen Padang)”²⁷ Program Pascasarjana, Magister Perencanaan Pembangunan, Universitas Andalas, 2011. Dalam penelitian tersebut mengkaji bagaimana pelaksanaan program kemitraan dalam memberdayakan UKM di Kota Padang. Pada penelitian ini dapat dilihat bahwa adanya dampak positif serta keuntungan yang didapat dari CSR PT. Semen Padang pada UKM yang menjadi mitra binaannya. CSR PT. Semen Padang telah melaksanakan tanggung jawab sosialnya dengan memberikan modal pinjaman pada pengusaha UMKM, namun tetap berdasarkan pasal 12 (dua belas) ayat 2 (dua) Peraturan Menteri Negara BUMN No. PER – 05 / MBU / 2007 yang berbunyi: Besarnya jasa administrasi pinjaman dana Program Kemitraan per tahun sebesar 6% (enam persen) dari limit pinjaman atau ditetapkan lain oleh Menteri. Selain permodalan, CSR PT. Semen Padang juga memberikan pelatihan dan pembinaan

²⁷ Muhammad Imran “Analisis Pelaksanaan Program Kemitraan Dalam Rangka Pemberdayaan UKM Di Kota Padang (Studi Kasus Program Kemitraan PT. Semen Padang)” Program Pascasarjana, Magister Perencanaan Pembangunan, Universitas Andalas, 2011



motivasi dengan berkerja sama dengan instansi pemerintah dan perguruan tinggi. Lalu melakukan promosi hasil dari mitra binaannya pada website resmi PT. Semen Padang sebagai penunjang program pengembangan UMKM.

Penelitian yang kedua oleh Firdausi Nuzula, yaitu Pemberdayaan Industri Kecil dan menengah berbasis Kemitraan,²⁸ (Studi-Kemitraan antara PT Djarum Super dengan UD Medali Emas di Bandar Kidul Kediri) tahun 2012 Dalam penelitian terdahulu tersebut terdapat persamaan yaitu membahas tentang kemitraan yang dilakukan dalam rangka pengembangan UMKM dengan menggunakan kemitraan. Akan tetapi yang membedakan dengan penelitian terdahulu adalah objek pengembangan UMKM nya dimana penelitian terdahulu dalam pengembangan UMKM di Kota Padang dan Kediri namun tidak secara detail menjelaskan tentang bagaimana pola dan bentuk kemitraan yang berkesinambungan dilakukan sehingga pada dua penelitian sedangkan pada dua penelitian diatas Mitra atau objek yang diperbantukan oleh PT yang bersangkutan cenderung tidak tereduksi secara mandiri.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan kemitraan diantara ketiganya dalam pengembangan UMKM sebagai salah satu pilar ekonomi di Kabupaten Gresik. Dalam penelitian ini terdapat upaya-upaya yang dilakukan oleh PT PJB Unit Gresik untuk terus mengedukasi mitranya sehingga dapat berdikari baik secara ekonomi maupun sumber daya pelaku UMKM khususnya di Kabupaten Gresik.

²⁸ Firdausi Nuzula, Pemberdayaan Industri Kecil dan menengah berbasis Kemitraan, (Studi-Kemitraan antara PT Djarum Super dengan UD Medali Emas di Bandar Kidul Kediri) Universitas Brawijaya Malang tahun 2012



I.2. Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas dapat dirumuskan permasalahannya.

Bagaimanakah kemitraan antara PT PJB (Pembangkit Jawa Bali) Unit Gresik dengan UMKM di Kabupaten Gresik?

I.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian dalam latar belakang diatas tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendiskripsikan kemitraan yang terjadi pada PT PJB Unit Gresik dengan mitranya di Kabupaten Gresik. Bagaimana model kemitraan yang dilakukan serta faktor pendukung dan penghambat program tersebut sehingga dapat menjadi referensi perusahaan lain atau UMKM lain dalam mengembangkan kemitraan tersebut.

I.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat baik secara teoritis maupun praktis. Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat akademis : menambah bahan kajian dalam Ilmu Administrasi Negara terutama berkaitan dengan kemitraan pada pengembangan UMKM dimana diharapkan adanya peran pemerintah, swasta, dan masyarakat madani sesuai kebutuhan. Selain itu diharapkan juga dapat memberikan kontribusi kepada pihak yang membutuhkan.
2. Manfaat Praktis :



- 1) Bahwa hasil dari penelitian ini dapat memberikan deskripsi dan sumbangan informasi kepada pembaca mengenai kemitraan antara pemerintah, swasta, dan masyarakat madani dalam rangka pengembangan UMKM yang dapat mensejahterakan masyarakat.
- 2) Dapat dijadikan landasan lebih lanjut baik oleh pihak pemerintah maupun pihak swasta untuk saling menyelenggarakan kemitraan dalam pengembangan UMKM.

I.5. Kerangka Teori

I.5.1. Teori kemitraan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia arti kata dari kemitraan adalah teman, kawan kerja, pasangan kerja, rekan. Kemitraan merupakan suatu hubungan kerja sama antara dua pihak atau lebih dalam jangka waktu tertentu untuk mendapatkan keuntungan bersama serta berdasarkan prinsip saling membutuhkan dan membantu . Arti kata dari kemitraan adalah perihal hubungan atau jalinan kerja sama sebagai mitra.

Menurut Supriadi kemitraan usaha adalah kerja sama antara dua pihak dengan hak dan kewajiban yang setara dan saling menguntungkan. Dalam Peraturan Pemerintah No 44 Tahun 1997 tentang Kemitraan juga telah dijelaskan bahwa arti dari kemitraan adalah kerja sama usaha antara usaha kecil dengan usaha menengah atau dengan usaha besar disertai dengan pembinaan dan



pengembangan oleh usaha menengah atau usaha besar dengan memperhatikan prinsip saling memerlukan, saling memperkuat dan saling menguntungkan.²⁹

“Sedangkan menurut Johanes kemitraan merupakan salah satu bentuk kegiatan bisnis yang dapat didirikan dengan adanya modal, keahlian dan kemampuan mengoperasikan. Kemitraan merupakan sesuatu bentuk kegiatan bisnis yang berbeda sekali dengan bentuk kegiatan bisnis perseroan terbatas, yang sangat rigid dan formal.”

Dari pendapat Johanes dapat dipahami bahwa kemitraan berawal dari adanya pihak-pihak yang saling membutuhkan baik dalam bidang modal maupun intelektual pada segala bentuk kegiatan bisnis.

Dalam suasana persaingan yang semakin kompetitif, keberadaan usaha kecil menengah dan koperasi dituntut untuk tetap dapat bersaing dengan pelaku usaha lainnya, karena lembaga ini dianggap cukup representatif dalam memberdayakan ekonomi masyarakat. Dalam konteks ini, langkah kerjasama dalam bentuk kemitraan usaha merupakan suatu strategi untuk dapat mengembangkan usaha kecil menengah dan Koperasi dan secara moril kerjasama ini sangat diperlukan adanya dukungan yang maksimal dari pihak pengusaha besar melalui paket pembinaan. Namun harus diakui bahwa usaha kecil menengah dan koperasi ini tidak terlepas dari tantangan dan hambatan baik dari segi permodalan, sumber daya manusia, manajemen, minimnya penguasaan teknologi informasi, iklim berusaha, serta dari segi distribusi pemasaran produk yang dihasilkan. Pilihan alternatif pemberdayaan pada usaha kecil menengah dan

²⁹ Supriyadi, A. 1997. *Pola Kemitraan Usaha Kecil, Menengah dan Besar Dimasa yang Akan Datang, Makalah dalam Temu Nasional Modal Ventura*: Jakarta.



koperasi adalah melalui konsep mekanisme kerjasama atau keterkaitan dengan perusahaan besar dalam bentuk kemitraan usaha. Konsep ini mulai ditawarkan di Indonesia sejak tahun 1980 dan dicanangkan melalui Gerakan Kemitraan Usaha Nasional (GKUN) pada tahun 1996, hal ini dilakukan sebagai upaya untuk mempersempit kesenjangan yang terjadi antara usaha kecil menengah yang sebagian besar memayungi masyarakat miskin dengan BUMN dan swasta³⁰.

Demikian juga oleh Marbun mengemukakan bahwa konsep kemitraan merupakan terjemahan kebersamaan (*partnership*) atau bagian dari tanggungjawab sosial perusahaan terhadap lingkungannya sesuai dengan konsep manajemen berdasarkan sasaran atau partisipatif. Karena sesuai dengan konsep manajemen partisipatif, perusahaan besar harus juga bertanggungjawab mengembangkan usaha kecil dan masyarakat pelanggannya, karena pada akhirnya hanya konsep kemitraan (*partnership*) yang dapat menjamin eksistensi perusahaan besar, terutama untuk jangka panjang. Lebih lanjut Sulistyarini mengemukakan bahwa perusahaan disebut bertanggungjawab secara sosial, ketika manajemennya memiliki visi atas kinerja operasional yang tidak hanya sekedar merealisasikan profit, tapi juga suatu keharusan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Jadi setiap pihak yang bermitra usaha baik sebagai pionir maupun sebagai mitra, tidak hanya dilakukan hanya sekedar belas kasihan oleh yang kuat terhadap yang lemah, tetapi kemitraan seyogyanya terjalin kinerja karena kehendak bisnis yang dibarengi dengan rasa tanggungjawab sosial yang kuat.

³⁰ Sulistiyani. 2004. *Kemitraan dan Model-Model Pemberdayaan*. Yogyakarta: Gaya Media



Pleffer dan Salancik mengemukakan bahwa konsep kemitraan didasarkan pada model teori yang bersifat komplementer yang dapat menjelaskan jaringan usaha: Pertama, menurut perspektif pertukaran (*exchange perspective*). Kedua, model ketergantungan sumber daya (*resources dependence*) yang banyak mengilhami studi-studi organisasi dan bisnis.³¹ Kemudian masih Pleffer dan Salancik dalam Hastu mengatakan bahwa melalui daya atau potensi yang penting dan dikuasai oleh pihak-pihak yang telah melakukan kerjasama (bermitra usaha), hal ini juga merupakan suatu upaya untuk terbentuknya jaringan usaha serta pemenuhan kebutuhan akan sumber daya dapat lebih terjamin. Dengan demikian kerjasama dalam bentuk bermitra usaha antara usaha kecil menengah dan koperasi harus didasarkan atas prinsip sinergi, yaitu saling membutuhkan dan saling membantu. Prinsip saling membutuhkan dimaksudkan, pihak usaha besar akan selalu mengajak usaha kecil menengah dan koperasi sebagai partner in progress . Adanya prinsip saling membutuhkan maka secara langsung pihak yang bekerjasama (bermitra usaha) memunculkan prinsip saling membantu.

Adanya tekad yang kuat sangat diperlukan dari semua pihak, pengusaha besar memiliki visi yang jelas dalam bermitra, dan pengusaha kecil memiliki prospek bisnis yang baik, Suharto³² mengemukakan bahwa : Pola kemitraan melalui sub kontraktor merupakan upaya yang paling efektif untuk membangun industri kecil yang mandiri. Dalam pola ini mereka bisa memperoleh kepastian pasar, kepastian pasokan bahan baku dan bagaimana melakukan sistem

³¹ Pleffer dan Salancik dalam Hastu, *Pustaka, Jogja 1996*

³² Suharto, Prawirokusumo. 2001. *Ekonomi Rakyat (konsep, kebijakan, strategi)*, Yogyakarta: BPFE Ed Pertama



manajemen yang baik. Hal tersebut seiring dengan Harianto (1996) dalam Kuncoro (2000: 326) yang mengemukakan bahwa kemitraan dalam bentuk sub-kontrak dapat menguntungkan kedua pihak yang bermitra karena adanya technical linkages dan berbagi resiko dan dalam hal ini tidak ada superioritas dan inferioritas; yang ada hanya mutual relationship, saling membantu karena adanya proses produksi yang saling menguntungkan. Frida Rustiani dan Maspiyati (1996 : 13) mengemukakan bahwa pola kemitraan (Bapak-anak angkat) atau keterkaitan menurut versi pemerintah itu dapat digolongkan menjadi dua, yaitu Pertama direct economic linkages dimana sub-kontrak masuk kedalam golongan ini. Kedua Indirect Economic Linkages, dalam hubungan ini industri besar membantu industri kecil yang produknya berada diluar line of business industri besar tersebut. Termasuk kedalam kelompok ini adalah pola hubungan dagang, dimana perusahaan besar bertindak sebagai pemasar produk industri kecil dan kerajinan; pola pengadaan hubungan kebutuhan operasional (vendor) dimana produk industri kecil digunakan sebagai pelengkap operasional bapak angkat, tetapi bukan merupakan bagian dari produk yang dihasilkan; dan pola pembinaan adalah pola khusus yang berintikan hubungan pembinaan intensif oleh bapak angkat tanpa ada kaitan produksi (*line of production*).

Adanya keterkaitan antara usaha kecil menengah dan koperasi dengan usaha besar sangat beragam baik ditinjau dari aspek permodalan, pembinaan, manajemen serta memberikan manfaat terhadap akses-akses bagi pihak bermitra. Seperti yang dikemukakan Kusumastuti³³ bahwa kemitraan mengandung beberapa

³³ Kusumastuti, Yatri Indah, *Komunikasi Bisnis*, IPB Press, Bogor. 2009



unsur antara lain pemberian kesempatan pelatihan sumber daya manusia, ada redistribusi asset produktif dari yang kuat kepada yang lemah, ada akses terhadap sumber-sumber pendanaan, ada akses informasi dan teknologi, dan ada akses terhadap pasar. Kerjasama yang dikembangkan melalui kemitraan akan memberikan manfaat baik bagi usaha kecil menengah dan koperasi maupun bagi usaha besar dalam membentuk jaringan usaha dan jaringan distribusi pemasaran produk. Lebih lanjut ia mengatakan bahwa kemitraan dapat diartikan sebagai hubungan dagang, maka kalau dikatakan kemitraan antara usaha besar dan usaha kecil, bentuk konkretnya adalah usaha kecil yang memasok barang kepada usaha besar sebagai masukan untuk produksi selanjutnya keterkaitan dalam bentuk kerjasama dan kemitraan yang terjalin diantara pihak yang bermitra, tidaklah terjadi dalam posisi satu arah, tetapi sebaliknya berinteraksi positif.

Prisgunarto³⁴ mengatakan bahwa untuk meningkatkan kemajuan usaha kecil, terutama mengecilkan kesenjangan antara usaha kecil menengah dengan usaha besar, semua pihak harus berpartisipasi, harus ada partisipasi pengusaha besar, juga pengusaha kecil. Lebih lanjut Prisgunarto menjelaskan menjelaskan program bapak angkat dianjurkan juga untuk dilakukan oleh swasta dalam bentuk keterkaitan langsung dengan rantai usaha. Pola hubungan yang mungkin diciptakan adalah pembelian produk usaha kecil sebagai input usaha besar (mitra) atau untuk dipasarkan oleh usaha besar yang dilengkapi dengan pemberian

³⁴ Prisgunanto, Ilham, *Komunikasi Pemasaran: Strategi dan Taktik*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 2006



berbagai macam bimbingan dan atau penyediaan modal. Harapan yang diinginkan dari adanya sistem keterkaitan ini adalah terciptanya struktur usaha yang mantap dan dinamis yang memiliki peluang dan prospek yang berkelanjutan, khususnya usaha kecil menengah dan koperasi dengan tetap mendapatkan kesempatan pemasaran produk yang dihasilkan yang diberikan oleh pengusaha besar. Adanya paket kemitraan untuk pemberdayaan usaha kecil menengah dan koperasi telah memunculkan suatu dinamika baru terhadap akses bisnis usaha kecil menengah dan koperasi. Untuk itu, diperlukan adanya suatu pola hubungan kerjasama dengan usaha besar. Namun untuk menjamin kelanjutan (kontinuitas) mekanisme tersebut sangat diperlukan beberapa hal yang menjadi landasan dalam bentuk perikatan usaha.

Seperti dikemukakan Tengku Syarif bahwa agar kemitraan antara usaha besar dengan usaha kecil dan dapat berlangsung secara alamiah dan langgeng, maka dalam menjalin hubungan bisnis didasarkan pada kaidah-kaidah bisnis sebagai berikut: (1). Saling menguntungkan, dan saling membutuhkan, (2). Berorientasi pada peningkatan daya saing, (3). Memenuhi aspek: a. Harga yang bersaing dibandingkan dengan harga yang ditawarkan pihak lain, b. Kualitas atau mutu yang baik sesuai dengan yang diperjanjikan, c. Kuantitas, yaitu dapat memenuhi jumlah yang ditentukan, d. Delivery, yaitu pemenuhan penyerahan barang/jasa tepat waktu sesuai yang disepakati. (4). Ada kesediaan dari pihak usaha besar untuk melakukan pembinaan terhadap usaha kecil sebagai mitra usahanya. Kemitraan antara BUMN, Perusahaan swasta serta lembaga ekonomi lainnya dengan usaha kecil menengah dan koperasi dapat diharapkan tidak hanya



merupakan keinginan yang semu, tetapi penekanannya lebih mengarah kepada tercapainya pemenuhan kebutuhan masing-masing pihak yang bermitra.

Kerjasama atau kemitraan usaha dimaksudkan agar terdapat hubungan yang sinergi, tidak satu pihak pun yang dikorbankan karena kepentingan pihak lain. Keterkaitan berupa hubungan kemitraan usaha (kerjasama usaha) antara pengusaha besar seperti BUMN, perusahaan swasta dan lembaga ekonomi lainnya dengan pengusaha kecil menengah dan koperasi, sebagaimana dijelaskan dalam UU Nomor 5 Tahun 1984 tentang Industri kecil Pasal 11, harus berdasarkan: 1). Saling membutuhkannya, ukurannya adalah : motivasi hubungan kemitraan, jenis produk terkait, sistem pengelolaan hubungan kemitraan, 2). Asas saling memperkuat, ukurannya adalah : jenis dan syarat bantuan, dampak bantuan, 3). Asas saling menguntungkan, ukurannya adalah: pengembangan aspek ekonomi dan kesejahteraan, pengembangan aspek kultural. Konsep kemitraan selanjutnya lebih jelas seperti yang dituangkan dalam UU No. 9 tahun 1995 pada pasal 26 sebagai berikut :

- 1) Usaha kecil dan usaha besar melaksanakan hubungan kemitraan dengan usaha kecil,
- 2) Pelaksanaan hubungan kemitraan sebagaimana dimaksud dalam ayat 1 diupayakan ke arah terwujudnya keterkaitan usaha.
- 3) Kemitraan dilaksanakan dengan disertai pembinaan dan pengembangan dalam salah satu atau lebih bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, permodalan, sumber daya manusia, teknologi.



- 4) Dalam melaksanakan hubungan kedua belah pihak mempunyai kedudukan hukum yang setara.

Dibalik kekuatan dan dukungan untuk usaha kecil menengah dan koperasi, menurut Arifin (1998),³⁵ bahwa sebenarnya usaha kecil menengah dan koperasi sendiri menghadapi berbagai masalah dan kendala yakni antara lain:

- 1) Lemahnya kemampuan manajemen usaha,
- 2) Tidak memiliki catatan atau administrasi usaha,
- 3) Pengelolaan harta perusahaan tidak terpisah dari kehidupan ekonomi rumah tangga, kebutuhan usaha dan kebutuhan rumah tangga masih menjadi satu dan beban pengeluaran usaha,
- 4) Tidak memenuhi segala persyaratan perizinan usaha,
- 5) Skala permodalan usaha dan kebutuhan kreditnya terlalu kecil, sehingga tidak efisien dilayani oleh Bank, dan
- 6) Kurang mampu memenuhi persyaratan formal untuk memperoleh kredit dari bank.

I.5.2. UMKM

UMKM memiliki karakteristik khusus yang membedakannya dengan jenis usaha besar, termasuk karakteristik yang membedakan usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah sendiri. Berdasarkan data BPS (2006) yang dikutip oleh Tambunan³⁶ dalam buku UMKM di Indonesia, diketahui bahwa dari segi tenaga

³⁵ Irawan, Andi. 2007. "Mengapa Membangun (Kewirausahaan) UKM Itu Penting?". Kewirausahaan UKM Pemikiran dan Pengalaman. Karya Bersama FE Ubaya dan Forda Jawa Timur. Yogyakarta: Graha Ilmu.

³⁶ Tambunan, Tulus. 2000. "Analisis terhadap Peranan Industri Kecil/Rumah Tangga di dalam Perekonomian Regional". Suatu Studi Perbandingan antar Kabupaten di Propinsi Jawa Barat.



kerja, lebih dari sepertiga (sekitar 34,5 persen) UMKM dikelola oleh tenaga kerja berusia di atas 45 tahun, dan hanya sekitar 5,2 persen pengusaha UMKM yang berumur di bawah 25 tahun.

Tambunan (2000) seperti dikutip oleh Sulistyastuti (2004) mengungkapkan bahwa tenaga kerja yang diperlukan oleh industri kecil tidak menuntut pendidikan formal yang tinggi. Sebagian besar tenaga kerja yang diperlukan oleh industri ini didasarkan atas pengalaman (*learning by doing*) yang terkait dengan faktor historis (*path dependence*). Tulisan lanjutan Tambunan (2009) mengenai UMKM mengungkapkan bahwa struktur pengusaha menurut tingkat pendidikan formal memberi kesan adanya hubungan positif antara tingkat pendidikan rata-rata pengusaha dengan skala usaha. Artinya, semakin besar skala usaha, yang umumnya berasosiasi positif dengan tingkat kompleksitas usaha yang memerlukan keterampilan tinggi dan wawasan bisnis yang lebih luas, semakin banyak pengusaha dengan pendidikan formal tersier.

Mengacu pada data BPS (2006) yang dikutip Tambunan³⁷ (2010) diketahui bahwa sebagian besar pengusaha UMKM mengungkapkan alasan kegiatan usaha yang mereka lakukan adalah latar belakang ekonomi. Artinya usaha ini dilakukan sebagai upaya untuk memperoleh perbaikan penghasilan dan atau merupakan strategi untuk bertahan hidup. Hal ini didukung dengan kondisi tingkat pendidikan pengusaha yang mayoritas tergolong rendah. Usaha ini dilakukan dengan alasan tidak ada lagi jenis pekerjaan lain yang dapat dilakukan

³⁷ Tambunan, Tulus.. "Analisis terhadap Peranan Industri Kecil/Rumah Tangga di dalam Perekonomian Regional". Suatu Studi Perbandingan antar Kabupaten di Propinsi Jawa Barat, 2000



dengan tingkat pendidikan formal yang tergolong rendah. Beberapa pengusaha juga menjalankan usaha dengan mempertimbangkan prospek usaha ke depan, seperti adanya peluang dan pangsa pasar yang aman dan besar. Namun, sebagian lainnya mengungkapkan latar belakang keturunan, artinya meneruskan usaha warisan keluarga.

Data BPS (2006) yang dikutip oleh Tambunan (2010) juga menunjukkan bahwa Indonesia memiliki banyak UMKM, namun tidak seluruh UMKM ini berbadan hukum. Justru sebagian besar UMKM yang ada, yakni sekitar 95,1 persen dari jumlah unit usaha tidak berbadan hukum. Hal ini dapat diterima dengan alasan kebanyakan UMKM memiliki modal yang sangat minim dan terbentur berbagai birokrasi dan persyaratan yang rumit dan kompleks untuk mendapatkan pelayanan dalam pengembangan usahanya.

Menurut Sulistyastuti (2004), yang juga menjadi karakteristik UMKM adalah pemakaian bahan baku lokal. Keberadaan UMKM seringkali terkait dengan tingginya intensitas pemakaian bahan baku lokal, misalnya UMKM kerajinan meubel ukiran khas Jepara, batik asal Pekalongan dan berbagai komoditas lokal unggulan lain yang dijadikan bahan baku dalam usaha.

I.5.3. Peranan dan Kontribusi UMKM

Dewasa ini, UMKM diberi perhatian yang cukup besar dalam perkembangannya di berbagai belahan dunia. Ini merupakan hal yang wajar, mengingat pentingnya peranan UMKM baik dalam bidang sosial, ekonomi, hingga bidang politik.



I.5.3.1. Peranan UMKM Bidang Sosial

Menurut Clapham (1991), tujuan sosial dari UMKM sekurang-kurangnya untuk mencapai tingkat kesejahteraan minimum, yaitu menjamin kebutuhan dasar rakyat.³⁸ ia juga menegaskan bahwa peranan usaha kecil tidak hanya menyediakan barang-barang dan jasa bagi konsumen yang berdaya beli rendah, tetapi juga bagi konsumen perkotaan lain yang berdaya beli lebih tinggi. Selain itu, usaha kecil juga menyediakan bahan baku atau jasa bagi usaha menengah dan besar, termasuk pemerintah lokal.

Peranan UMKM untuk kepentingan konsumen berpendapatan rendah penting untuk menjamin persediaan barang bermutu sederhana pada harga yang terjangkau. Dapat dikatakan bahwa perusahaan kecil memberikan sumbangan yang sangat penting dalam bentuk turut menurunkan biaya hidup bagi kelompok-kelompok masyarakat berpendapatan rendah. Oleh karena itu, Clapham (1991) menyebutkan bahwa UMKM mampu memberikan sumbangan yang besar dari segi kedaulatan konsumen.

Selain berperan dalam kedaulatan konsumen, UMKM memiliki peranan yang sangat berarti dalam hal penciptaan lapangan kerja. Clapham (1991) menyebutkan bahwa lebih dari 75 persen lapangan kerja di luar sektor pertanian di negara sedang berkembang diciptakan oleh perusahaan kecil dan menengah di industri pengolahan, perdagangan dan selebihnya disektor jasa. Mendukung pernyataan tersebut Lin dikutip oleh Darwis³⁹ juga menyatakan bahwa hampir 90

³⁸ Tugiman Hiro.. Industri dalam Perspektif Pembinaan dan Pengembangan. Surabaya: Unair Pers, 1995

³⁹ Darwis, dkk.. Revitalisasi Kelembagaan Kemitraan Usaha Dalam Pembangunan Agribisnis Holtikultura di Propinsi Sumatra Utara. Forum Penelitian Agro Ekonomi Volume 24,2006



persen dari total usaha yang ada di dunia merupakan kontribusi dari UKM. Kontribusi UKM terhadap penyerapan tenaga kerja, baik di negara maju maupun negara berkembang, termasuk Indonesia, mempunyai peranan yang signifikan dalam penanggulangan masalah pengangguran.

Melihat peranan UKM yang sangat signifikan dalam penciptaan kesempatan kerja dan nilai tambah, Sulistyastuti (2004) berpendapat bahwa UKM mampu memberikan manfaat sosial yaitu mereduksi ketimpangan pendapatan, terutama di negara-negara berkembang. Oleh karena itu, tak heran jika Clapham (1991) juga berpendapat bahwa sektor perusahaan kecil dan menengah dipandang lembaga yang cocok untuk menghilangkan dualisme ekonomi dan sosial.

I.5.3.2. Peranan UMKM Bidang Ekonomi

UMKM dituntut untuk dapat memanfaatkan sumber daya nasional menurut prinsip-prinsip ekonomi, termasuk pemanfaatan tenaga kerja untuk mencapai pertumbuhan ekonomi yang maksimum dan sesuai dengan kepentingan rakyat (Clapham, 1991). Indoconsult dikutip Sadoko (1995) juga mengungkapkan bahwa usaha kecil memberikan kontribusi yang tinggi (sekitar 55 persen) terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia di sektor-sektor perdagangan, transportasi, dan industri. Sektor ini juga mempunyai peranan cukup penting dalam penghasilan devisa negara melalui usaha pakaian jadi (garments), barang-barang kerajinan termasuk meubel dan pelayanan bagi turis.



Rahmana (2009)⁴⁰ menegaskan kembali bahwa UKM di Indonesia telah menunjukkan perannya dalam penciptaan atau pertumbuhan kesempatan kerja dan sebagai salah satu sumber penting bagi pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB). Kementrian Negara Koperasi dan UKM (2007) menyatakan bahwa pada tahun 2006 kontribusi UKM dalam penciptaan nilai tambah nasional sebesar Rp 1.778,75 triliun atau sebesar 53,3 persen dari PDB nasional dengan laju pertumbuhan PDB tahun 2005-2006 adalah sebesar 5,40 persen.

UMKM juga turut memberikan kontribusi terhadap peningkatan ekspor non migas. Selama periode 1990-1995, UKM menyumbangkan rata-rata 40 persen dari total ekspor dalam hal perolehan devisa, industri kecil menyumbang sekitar 15 persen dari seluruh nilai ekspor industri yang ada.

I.5.3.3. Kondisi UMKM dan Perkembangan

Banyak kontribusi yang mampu diberikan UMKM dalam berbagai bidang, mulai dari bidang sosial, ekonomi, hingga politik dalam skala yang kecil dan spesifik, dalam artian politik pengambilan keputusan bagi tiap-tiap UMKM. Namun, dalam prakteknya, UMKM juga mengalami berbagai hambatan dalam berbagai kegiatan operasionalnya.

I.5.4. *Corporate Social Responsibility (CSR)*

⁴⁰ Rahmana, Memberdayakan dan membangun kemandirian UKM Indonesia, Gema Pers, 2009



Friedman dalam Wibisono,⁴¹ menjelaskan perbedaan tiga teori, yakni *stakeholder theory*, *stakeholder theory*, dan *the contract social theory*. Ketiga teori ini dilihat sebagai sebuah perkembangan dalam pemikiran tentang CSR. Pertama, *stockholder theory* merupakan pemikiran dari kubu Milton Friedman, yakni menekankan kepentingan *stockholder* (pemilik atau investor) atas terciptanya profit dari kegiatan bisnis korporasi dalam satu pernyataannya Friedman juga menekankan bahwa:

“there is one and only one social responsibility of business to use its resources and engage activities designed to increase its profits so long as it stays within the rules of the game, which is to say, engage in open and free competition, without deception or fraud”.

Pernyataan ini jelas menegaskan bahwa tanggungjawab sosial korporasi hanya menciptakan profit bagi para pemilik melalui sistem kompetisi bebas yang terlembaga, sejalan dengan filosofi utilitarian. Namun kemudian teori *stakeholder* mendapat kecaman sangat tajam dan keras, disebut sebagai *“corporate neanderthalism”* bahkan disebut *“not only foolish in theory, but cruel dangerous in practice”*. Sekarang ini walaupun pemikiran Friedman masih banyak dipegang teguh oleh para pebisnis neo-liberal, namun sebagai sebuah pemikiran tentang CSR sudah gugur dengan sendirinya. Konsep CSR justru dikembangkan untuk membendung sifat *“greedy”* investor dalam perilaku mereka dalam pasar bebas.

Guna membantah pemikiran Friedman, kemudian dikembangkan teori *stakeholder* oleh R. Edward Freeman karena melihat teori tersebut gagal menjawab kenyataan relasi bisnis korporasi dengan *stakeholdernya*, bahkan

⁴¹ Wibisono, Dermawan.. *Manajemen Kinerja: Konsep, Desain dan Teknik Meningkatkan Daya Saing Perusahaan*. Jakarta: Erlangga. 2006



korporasi akan menghadapi tekanan sosial dan politik atas apa dan bagaimana tanggungjawab sosial sebuah korporasi. Teori ini sangat empirik sehingga kerap dipersepsikan hanya sekedar sebuah pendekatan manajemen atau cara menghadapi tantangan dalam persaingan bisnis. Intinya teori ini menekankan pentingnya “keseimbangan kepentingan” antara *stakeholder* dengan korporasi. Pemikiran pokok teori ini ialah korporasi harus mempertimbangkan secara seimbang keseluruhan kepentingan stakeholder atas tindakan dan akibat yang ditimbulkan dari proses produksi. Teori ini menolak penekanan hanya pada kepentingan pemilik, melainkan mencari keseimbangan terhadap seluruh stakeholder termasuk juga jika berkenaan dengan hasil keuntungan yang diperoleh korporasi.⁴²

Pada perkembangan selanjutnya muncul pemikiran tentang *theory social contract*, merupakan pemikiran yang masih tergolong baru dan belum banyak digunakan oleh kalangan manajemen. Teori ini berawal dari konsep sosial contract, yakni kesepakatan antara masyarakat dengan *artificial entity* (antara lain bisa korporasi) dengan salah satu syarat yang disebut “*entity*” atau “keterikatan”, yakni keterikatan sebuah kegiatan bisnis harus juga memenuhi kepentingan masyarakat. Pokok pikiran yang dikembangkan teori ini sangat bernuansa *social justice and equality*, yakni kesetaraan (sejahtera) secara berkeadilan (sosial) bahwa korporasi (sebagai sebuah institusi bisnis) adalah setara dengan masyarakat (sebagai institusi sosial). Sehingga ia harus bertindak adil atas hasil kegiatan

⁴² Friedman, John. 1992. *Empowerment: The Politics of Alternative Development*. Cambridge: Blacwell.



ekonomi mereka. Secara sosiologis konsep *social contract* lebih relevan digunakan sebagai landasan CSR.

Kontrak sosial muncul adanya interelasi dalam kehidupan sosial masyarakat, agar terjadi keselarasan, keserasian, dan keseimbangan, termasuk terhadap lingkungan. Perusahaan, yang merupakan kelompok orang yang memiliki kesamaan tujuan dan berusaha mencapai tujuan secara bersama, adalah bagian dari masyarakat dalam lingkungan yang lebih besar. Keberadaanya, sangat ditentukan oleh masyarakat, di mana antara keduanya saling pengaruh - mempengaruhi. Untuk itu, agar terjadi keseimbangan (*equilty*), maka perlu kontrak sosial baik secara eksplisit maupun implisit sehingga terjadi kesepakatan - kesepakatan yang saling melindungi kepentingannya.

Kontrak Sosial dibangun dan dikembangkan, salah satunya untuk menjelaskan hubungan antara perusahaan terhadap masyarakat (*society*). Disini, perusahaan (ataupun organisasi bentuk lainnya) memiliki kewajiban kepada masyarakat untuk memberi manfaat bagi masyarakat setempat. Dalam konteks perusahaan dengan *stakeholder*, kontrak sosial mengisyaratkan bahwa perusahaan seharusnya berusaha untuk memastikan bahwa operasinya harus sesuai dengan ekspektasi masyarakat sehingga dapat dikatakan *legitimate*.

Secara konseptual, banyak pengertian tentang tanggungjawab social perusahaan. Menurut ISO 26000 “CSR adalah tanggungjawab sebuah organisasi terhadap dampak - dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatan - kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku



transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat; mempertimbangkan harapan para pemangku kepentingan, sejalan dengan hukum yang ditetapkan dan norma - norma perilaku internasional, serta terintegrasi dengan organisasi secara menyeluruh.⁴³

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah sebagai komitmen perusahaan untuk melaksanakan kewajibannya didasarkan atas keputusan untuk mengambil kebijakan dan tindakan dengan memperhatikan para stakeholder dan lingkungan dimana perusahaan melakukan aktivitasnya yang berlandaskan pada ketentuan hukum yang berlaku (Wahyudi dan Azheri, 2008:36).

Dari definisi CSR di atas, peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa tanggungjawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan komitmen moral perusahaan untuk menciptakan kesejahteraan di wilayah kerja perusahaan tersebut dengan mengakomodir kepentingan ekonomi, sosial dan lingkungan.

I.5.5. Batasan Konsep

Untuk kepentingan data dalam penelitian ini diperlukan batasan-batasan konsep yang digunakan untuk menyesuaikan dengan tujuan penelitian. Adapun batasan konsep dalam penelitian “Kemitraan dalam Rangka Pengembangan UMKM” ini sebagai berikut:

a) Kemitraan

⁴³ Mohammad Jafar Hafsa, *Kemitraan Usaha: Konsepsi dan Strategi*, Jakarta, Pustaka Sinar Harapan, 1999.



Dalam hal ini akan digali tentang metode kemitraan yang dipakai oleh PT PJB Unit Gresik terhadap Mitranya dalam mengembangkan UMKM.

b) CSR

Pada ranah ini akan mendeskripsikan implementasi dana CSR yang dikeluarkan kepada Mitra yang bersangkutan apakah sesuai dengan undang-undang yang berlaku atau tidak

c) Pengembangan UMKM

Maksud dalam pengembangan UMKM ini adalah sejauh mana UMKM tersebut dapat memaksimalkan pembinaan yang dilakukan oleh PT PJB Unit Gresik yang menyalurkan CSR kepada UD UMKM di Kabupaten Gresik.

I.6. Metodologi Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dimana fokus penelitian ini merupakan suatu fenomena sosial. Metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati⁴⁴ Alasan penelitian ini menggunakan metode kualitatif karena ingin memahami makna suatu fenomena sosial berupa kata-kata tertulis atau lisan serta perilaku orang-orang sebagai subjek penelitian.

I.6.1 Tipe Penelitian

⁴⁴ Lexy J. Moeleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung PT Remaja Rosdakarya, 1989, hlm. 3



Sesuai dengan tujuan penelitian, maka tipe penelitian yang digunakan adalah deskriptif. Metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati⁴⁵. Penelitian ini juga digunakan untuk memahami makna sosial yang berada di lingkup masyarakat. Tipe penelitian deskriptif ini dapat diartikan sebagai suatu metode pemecahan masalah keadaan subjek/objek penelitian berdasarkan fakta - fakta yang tampak nyata atau sebagaimana adanya.

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif karena ingin memperoleh informasi selengkap mungkin tentang Kemitraan yang terjadi antara PT. PJB Unit Gresik dalam pengembangan UMKM, penggalan informasi penelitian ini menggunakan wawancara mendalam atau *indept interview*.

I.6.2 Lokasi penelitian

Sesuai dengan permasalahan penelitian yang telah dijabarkan di atas maka lokasi penelitian yang dipilih adalah Kantor Pusat PT. PJB (Pembangkit Jawa Bali) Unit Gresik yang berlokasi Jl. Harun Thohir, Kabupaten Gresik. Perusahaan tersebut bergerak dalam bidang penyediaan tenaga listrik yang tersebar di wilayah Kabupaten Gresik. Berkembangnya perusahaan yang tumbuh secara signifikan dari beberapa tahun terakhir ini tidak serta merta kekuatan modal usaha pemilik perusahaan, namun juga kerjasama dengan pihak swasta dalam mendapatkan peminjaman dan juga pelatihan dari perusahaan PJB (Pembangkit Jawa Bali) Unit

⁴⁵ Lexy J. Moeleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung PT Remaja Rosdakarya, 1989, hlm. 3



Gresik sebagai mitra dalam mengembangkan perusahaan tersebut melalui program *Corporate Social Responsibility*.

I.6.3 Teknik Penentuan Informan

Informan merupakan hal yang sangat penting dari setiap penelitian yang dilakukan. Karena melalui informan sebuah penelitian dapat memperoleh informasi - informasi yang dibutuhkan baik itu informasi yang bersifat primer ataupun informasi yang bersifat sekunder. Baik informasi yang terkait dengan penelitian ataupun tidak ada kaitannya dengan penelitian. Maka dari itu dalam penelitian ini peneliti juga akan melakukan mekanisme yang sama yaitu dengan melakukan pemilihan informan mana informan yang dianggap merepresentasikan penelitian atau tidak merepresentasikan penelitian ini.

Pemilihan informan dalam penelitian ini yaitu pada pihak PT. PJB Unit Gresik yaitu bagian Humas CSR PT PJB Unit Gresik dengan Bapak Moch Saleh, lalu salah satu dinas Pemerintah daerah Kabupaten Gresik yaitu Bu Nurul Hidayah, serta para pengusaha / pelaku usaha UMKM yaitu Bu Sri Ernawati, Bu Utinah, dan Bapak Afraudin, yang berkaitan dengan program CSR tersebut.

I.6.4 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam sebuah penelitian kualitatif mempunyai dua teknik yang populer (Iskandar, 2008:214) yaitu Observasi partisipatif dan wawancara mendalam. Dalam penelitian tentang kemitraan ini teknik



pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam atau *indept interview* untuk mendapatkan informasi yang lebih terperinci tentang kegiatan, perilaku subyek penelitian.

Dalam pengumpulan data penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data yaitu:

1. Data primer adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber asli⁴⁶. Data yang diperoleh langsung dari sumber informasi dari objek penelitian dimaksud melalui wawancara dengan berdasarkan panduan wawancara yang tidak keluar dari inti permasalahan.
2. Data sekunder yang diperoleh dari literatur-literatur yang terkait dengan penelitian seperti internet, surat kabar, artikel, dan dokumen dari instansi yang terkait.

I.6.5 Teknik Analisis Data

Data dalam penelitian ini dianalisis secara deskriptif, langkah analisis yang digunakan atau yang ditempuh adalah memaparkan, menggambarkan bagaimana implemetansi CSR dikategorikan sebagai modal kerjasama perusahaan pemberi dan penerima modal dalam hal ini objek tempat penelitian dimaksud.

Dalam penelitian ini juga menggunakan beberapa pertanyaan kepada pihak-pihak yang terkait baik pemilik perusahaan maupun jajarannya. Hal itu dimaksud untuk mendapatkan kevalidan data, seperti: mengenai implementasi

⁴⁶ Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2008, Hlm. 103



CSR, program - program CSR, sejak kapan Modal tersebut didapatkan dan dipergunakan, dan kendala - kendala dalam penerapan CSR.

Penelitian ini menggunakan teknik reduksi data, display data dan kesimpulan / verifikasi. Dalam teknik reduksi data, laporan-laporan yang diperoleh masih bentuk mentah lalu akan diolah, disusun lebih sistematis sehingga menghasilkan data yang lebih mudah dipahami untuk penelitian tersebut. Kedua pada display data, dalam proses ini penelitian dapat mengolah laporan-laporan atau data yang dimiliki menjadi bentuk tabel, grafik, pie chart, pictogram, matriks, network, dan sejenisnya. Dengan demikian penelitian dapat lebih mudah dipahami secara mendetail. mengambil kesimpulan/verifikasi data merupakan proses terakhir dari data yang telah diperoleh.

Dari analisa kualitatif atas sejumlah data ini, diperoleh kejelasan mengenai kemitraan antara PT PJB Unit Gresik dengan stakeholder lainnya dalam pembangunan dan pengembangan UMKM di Kabupaten Gresik.