

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pembangunan merupakan suatu harapan perubahan dalam segala aspek kehidupan yang direncanakan dengan bertujuan untuk kesejahteraan masyarakat. Konsep dari pembangunan pada awalnya diciptakan guna mengatasi keterbelakangan dari sudut pandang negara maju yang kemudian secara bertahap berkembang menjadi semakin universal (Hettne dalam Amien 2005). Konsep pembangunan terus berkembang sejak akhir perang dunia II. Teori pembangunan pertama muncul yaitu teori modernisasi yang mencakup teori-teori mikro tentang pertumbuhan ekonomi dan perubahan sosial dan teori-teori mikro tentang nilai-nilai individu yang menunjang proses pembangunan (Baddaruddin, 2009). Teori modernisasi memandang pembangunan sebagai pertumbuhan ekonomi. Teori ini juga cenderung menggunakan pengukuran ekonomi dalam pembangunan seperti pendapatan nasional maupun pendapatan perkapita. Teori ini pun meyakini bahwa dengan tingginya angka pertumbuhan ekonomi di suatu negara, maka aspek lain seperti pendidikan, kesehatan, dan kualitas hidup juga tinggi.

Indonesia tidak terlepas dari pembangunan yang ada di beberapa perkotaan maupun pedesaan yang dapat meningkatkan proses pembangunan masyarakat guna mencapai kesejahteraan untuk masyarakatnya. Pada proses tersebut tercantum dalam Undang-undang Dasar 1945 pasal 33 ayat 4 yang menyatakan bahwa perekonomian nasional diselenggarakan berdasarkan atas demokrasi dengan prinsip kebersamaan, efisiensi, berkeadilan, berkelanjutan, kemandirian serta dengan menjaga keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional.¹ Aturan tersebut menjelaskan pertumbuhan dan pemerataan ekonomi menjadi tujuan utama kesejahteraan masyarakat di Indonesia sebagai prioritas terpenting terlebih bagi Negara berkembang. Pentingnya suatu pembangunan nasional dilakukan dapat mengelola sumber daya manusia dan sumber daya alam yang dimiliki dengan baik dan bermanfaat untuk suatu Negara.

¹ UUD 1945 Pasal 33 ayat 4 tentang Perekonomian dan Kesejahteraan Sosial

Pembangunan didalam suatu Negara dapat dikatakan berhasil jika Negara mampu meningkatkan kesejahteraan hidup masyarakatnya. Dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya dipantau dari pertumbuhan ekonominya, dengan berkurangnya jumlah masyarakat yang hidup dibawah garis kemiskinan dan pengangguran serta ketimpangan sosial. Maka dari itu perlunya mendorong semua kelompok masyarakat untuk berkontribusi dalam menciptakan peluang, manfaat dan partisipasi dalam pengambilan keputusan. Dalam upaya mendorong peningkatan ekonomi kerakyatan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat, pemerintah melalui Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 Bab VIII tentang Pengembangan Penanaman Modal Bagi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dan koperasi. Pada bab tersebut terdapat pasal 13 ayat 2 yang berbunyi bahwa pemerintah melakukan pembinaan dan pengembangan usaha mikro, kecil, menengah dan koperasi melalui program kemitraan, peningkatan daya saing, pemberian dorongan inovasi dan perluasan pasar, serta penyebaran informasi yang seluas-luasnya.² Kesimpulan dari regulasi tersebut memberikan perhatian terhadap bidang usaha informal yang dijalankan oleh Usaha Kecil dan Menengah.

Tabel I.1 Jumlah UMKM dan Pekerja di Indonesia Tahun 2004-2013

Tahun	Jumlah UMKM(%)	Pertumbuhan UMKM(%)	Jumlah Tenaga Kerja	Pertumbuhan Tenaga Kerja(%)
2004	44.777.387	3.03	80.446.600	-1.83
2005	47.017.062	5.00	83.586.616	3.90
2006	49.021.803	4.26	87.909.598	5.17
2007	50.145.800	2.29	90.491.930	2.94
2008	51.409.612	2.52	94.024.278	3.90
2009	52.764.603	2.64	96.211.332	2.33
2010	53.823.732	2.01	99.401.775	3.32
2011	54.101.022	2.09	99.887.001	4.5
2012	54.900.211	3.01	102.435.222	4.75
2013	55.101.345	3.29	118.999.101	5

² Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Pengembangan Penanaman Modal Bagi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dan Koperasi.

Sumber : Badan Pusat statistik (data diolah)

Data tabel I.1 menjelaskan bahwa pertumbuhan jumlah UMKM terus meningkat setiap tahunnya, dimulai dari tahun 2004 sampai 2013 dan memberikan dampak pada lapangan pekerjaan di masyarakat yang mengalami pertumbuhan seiring dengan pertumbuhan jumlah UMKM yang ada.

Tabel 1.2 Perkembangan Jumlah UMKM di Indonesia Tahun 2014-2017

Tahun	Jumlah UMKM	Pertumbuhan 2014-2017	Presentase
2014	55.206.444	1.263.812	2,52
2015	56.534.592	1.355.138	2,64
2016	57.895.721	1.350.071	2,56
2017	59.000.000	1.091.623	2,02

Sumber : Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia, 2017
(data diolah oleh penulis)

Berdasarkan tabel I.2 data dari Kementerian Koperasi dan UMKM menyebutkan bahwa jumlah UMKM di Indonesia semakin berkembang dan meningkat. Tahun 2014 jumlah UMKM di Indonesia sebesar 55.206.444 unit usaha dan jumlahnya semakin bertambah menjadi 59.000.000 unit usaha pada tahun 2017.

Perekonomian nasional di Indonesia menunjukkan bahwa kegiatan UMKM merupakan usaha yang konsisten dan mampu berkembang. Dengan terjadinya krisis ekonomi yang terjadi di Indonesia sejak tahun 1997. UMKM menjadi ujung tombak dan penyelamat perekonomian di Indonesia karena UMKM memiliki potensi dalam memberikan sumbangan signifikan dan terbesar pada Produk Domestik Bruto (PDB) dalam hal penyerapan tenaga kerja yang ada di masyarakat. Menurut Sumber Kementerian Koperasi dan UMKM tahun 2013-2015 bahwa UMKM masih menjadi pilihan terbesar dalam bidang usaha yakni dari 54.114.821 unit usaha tahun 2013 menjadi 56.534.592 unit usaha pada tahun

2015. Sedangkan sektor Usaha Besar hanya mencapai sekitar 3. 262. 23 tenaga kerja pada tahun 2015. Hal tersebut mengindikasikan UMKM memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian di Indonesia. UMKM menyatukan dan menggerakkan faktor produksi alam, modal dan tenaga kerja serta menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat. UMKM di Indonesia, memiliki kontribusi terbesar pada provinsi Jawa Timur dari total 34 provinsi di Indonesia.

Menurut Sinungan mengatakan bahwa peningkatan produktivitas sama dengan meningkatkan masukan tenaga kerja, dimana masukan tersebut diartikan sebagai pendapatan, karena pendapatan dapat menghasilkan rupiah untuk mencukupi kebutuhan hidup sehari-hari, maka produktivitas dikatakan memiliki pengaruh langsung terhadap peningkatan kesejahteraan keluarga melalui pendapatan.³ Pengukuran produktivitas dilihat dari bentuk pengorbanan dan hasil pekerja. Upah merupakan hasil pengorbanan pekerja dalam bentuk rupiah, sedangkan jam dan hari kerja merupakan bentuk pengorbanan yang telah dilakukan seorang pekerja. Publikasi Badan Pusat Statistik (BPS) menyatakan, idealnya seorang pekerja dapat bekerja yaitu minimal 35 jam selama seminggu. Peraturan ini juga telah ditetapkan Undang-undang Perburuhan dan disepakati bersama.

Kesejahteraan selalu dikaitkan dengan materi, dimana semakin tinggi produktivitas maka pendapatan yang dihasilkan pun akan semakin tinggi. Ukuran tingkat kesejahteraan lainnya juga dapat dilihat dari non materi seperti yang dikatakan oleh Pratama dan Mandala.⁴ melalui tingkat pendidikan, kesehatan dan gizi, kebebasan memilih pekerjaan dan jaminan masa depan yang lebih baik. Pandangan masyarakat umum, dalam keluarga yang sejahtera maka mampu menyekolahkan anggota keluarganya hingga setinggi mungkin. Sama halnya jika semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang maka akan membawa keluarganya semakin sejahtera karena mendapatkan timbal balik seperti pekerjaan yang mapan dan pendapatan yang mencukupi.

³ Sinungan, Muchdarsyah 2003. *Produktivitas*. Bumi Aksara. Jakarta

⁴ Pratama Rahardja dan Mandala Manurung, 2001, *Teori Ekonomi Makro*, Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta.

Menurut Rozana Himaz, tingkat pendidikan yang lebih tinggi memungkinkan mereka untuk mendapatkan keuntungan yang lebih tinggi pula, karena pendidikan dapat meningkatkan pendapatan melalui kualitas pekerja.⁵ Di Indonesia pendidikan formal dibagi kedalam tiga jenjang yaitu sekolah dasar (SD), sekolah menengah pertama dan sekolah menengah atas (SMP dan SMA) dan perguruan tinggi. Angka partisipasi sekolah di Jawa Tengah pada jenjang pendidikan dasar lebih banyak dibandingkan pada pendidikan menengah dan pendidikan tinggi. Seperti yang diketahui bahwa, pendidikan di Indonesia merupakan ukuran yang penting dalam menentukan pekerjaan.

Pertumbuhan perekonomian Surabaya belum mencapai target yang diinginkan oleh Pemerintah. Permasalahan berbagai bentuk membuat pertumbuhan ekonomi menjadi penghalang dibidang sektor UMKM. Terutama masalah yang harus dicermati lebih jauh adalah cara mewujudkan keadilan bagi masyarakat pelaku ekonomi dengan cara menghilangkan batasan-batasan antara pelaku usaha kecil dan pelaku usaha besar, pembagian pendapatan dan peluang atau kesempatan ekonomi yang akan mengalirkan manfaat dari pertumbuhan ekonomi yang harus dicapai selama ini. Salah satu aspek utama dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia (SDM).

Dalam hal ini, Undang-undang Dasar 1945 pasal 28 C ayat 1 berbunyi bahwa setiap orang berhak mengembangkan diri melalui pemenuhan kebutuhan dasarnya, berhak mendapat pendidikan dan memperoleh manfaat dari ilmu pengetahuan dan teknologi, seni, dan budaya, demi meningkatkan kualitas hidupnya dan demi kesejahteraan umat manusia⁶. Untuk itu pemerintah terus menerus melaksanakan program UMKM di berbagai sektor. Salah satu fokus untuk meningkatkan kesejahteraan warga Indonesia yaitu memberikan kontribusi yang besar dalam sektor UMKM. Hal ini UMKM memiliki perananan penting dalam meningkatkan perekonomian masyarakat sampai menyeluruh baik di pelosok desa maupun di kota salah satu tujuan dari program pemerintah ini yaitu

⁵ Himaz,Rozana. Education and Household Welfare in Sri Lanka from 1985 to 2006:2. Washington,DC. U.S.A: University of Oxford

⁶ Undang-Undang Dasar Tahun 1945 Pasal 28 C Ayat 1

menciptakan lapangan pekerjaan serta mengentaskan kemiskinan. Hal ini cukup menarik bagi peneliti untuk lebih mendalami proses pertumbuhan UMKM di Kota Surabaya. UMKM di Surabaya dari tahun ke tahun mengalami pertumbuhan yang pesat. Terbukti data yang dapat disajikan pada tabel 1.3.

Tabel 1.3 Pertumbuhan Jumlah UMKM di Kota Surabaya Tahun 2014-2017

Tahun	Jumlah UMKM
2014	27,926
2015	28,391
2016	28,759
2017	29,507

Sumber : Dinas Koperasi dan UMKM Kota Surabaya (Data diolah)

Dari data tabel 1.3 menurut Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah disebutkan UMKM di Kota Surabaya tahun 2017 yang ada mencapai 29.507 usaha. Jumlah tersebut tentu saja tidak terlepas dari peran pemerintah Kota dalam mengembangkan potensi UMKM yang ada. Pemerintah Kota menjadi jembatan untuk memasarkan produk dari para anggotanya agar mampu bersaing dengan produk pasar dikota lain. Tidak hanya itu Pemerintah Kota Surabaya memberikan fasilitas pembinaan dan pelatihan untuk warga Surabaya yang ingin melakukan usaha mirko kecil menengah (UMKM) dengan cara mengikuti pembinaan.

Dengan adanya program kolaborasi antar *stakeholder* pemerintah dengan masyarakat dapat saling membantu pertumbuhan UMKM yang ada di Kota Surabaya. Tidak hanya itu dengan berkolaborasi dapat memperluas pangsa pasar dalam pengelolaan yang lebih efisien untuk membantu masyarakat eks lokalisasi agar alih profesi kerja dengan melatih dirinya sebagai wirausaha. Dalam perkembangannya, Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memberikan kontribusi terhadap PDB sebesar 60% serta serapan tenaga kerja sebanyak 99,9%. Dengan begitu UMKM berfungsi sebagai roda perekonomian juga dapat memberikan nilai tambah sebagai penghasil devisa. Dengan semakin besarnya skala usaha UMKM akan berdampak pada penciptaan lapangan pekerjaan.

Dibalik pertumbuhan ekonomi yang mencapai angka menggembirakan terdapat masalah sosial yang bersifat multi dimensi seperti kemiskinan, pengangguran, dan pekerja seks komersial yang lagi marak di kota-kota besar

seperti lokalisasi Dolly di Kota Surabaya. Lokalisasi Dolly tepatnya bertempat di Kelurahan Putat Jaya Kecamatan Sawahan Surabaya merupakan salah satu kawasan yang ramai oleh para pendatang atau urbanisasi yang mencari pekerjaan. Tidak sedikit dari mereka yang merantau ke kota dan tidak mendapat pekerjaan, lalu nekat beralih ke lokalisasi demi memperoleh penghasilan meskipun dianggap tidak bermartabat. Selain itu, indikasi terjadinya eksploitasi dan kekerasan seksual, serta perdagangan terhadap perempuan merupakan sebuah embrio bagi munculnya pelacuran.

Dalam konteks sejarah mengenai pelacuran di Indonesia memiliki kisah yang panjang dan beranekaragam. Dimulai jaman kolonial, melalui masa-masa penjajahan Belanda yang bermaksud mengendalikan kegiatan pelacuran maupun masa pendudukan Jepang dan Orde Baru. Praktik prostitusi merupakan bentuk penyimpangan sosial yang dilakukan oleh masyarakat sejak dahulu. Secara umum pelacuran adalah tindakan hubungan seksual antara laki-laki dengan perempuan yang diluar nikahan/ikatan resmi yang bertujuan untuk memperoleh imbalan yang berupa materi atau uang. Pemerintah Kota Surabaya terus melakukan usaha agar masyarakat eks lokalisasi Dolly mempunyai keinginan untuk merubah mindset (pola pikir). Dengan cara mengikuti pelatihan yang diberikan oleh Pemerintah Kota Surabaya agar memiliki jiwa kewirausahaan.

Lokalisasi Dolly sudah dikenal sebagai tempat prostitusi atau lokalisasi terbesar se-Asia Tenggara. Masyarakat sekitar Dolly banyak yang merasa kurang nyaman dan terganggu dengan kegiatan prostitusi di lokalisasi Dolly. Beberapa kali masyarakat sekitar bekerja sama dengan ulama, pemerintah, dan pihak berpengaruh lainnya mencoba untuk menutup lokalisasi Dolly namun belum berhasil karena banyaknya protes dari banyak orang yang menggantungkan hidupnya di kegiatan prostitusi tersebut. Tri Rismaharini selaku Walikota Surabaya bersama pihak Pemerintah Kota Surabaya dan semua elemen masyarakat akhirnya menutup lokalisasi Dolly pada tanggal 14 Juni 2014. Tri Rismaharini yang lebih dikenal dengan Bu Risma ini berjanji tidak akan membiarkan warganya kelaparan pasca penutupan lokalisasi Dolly.

Penutupan lokalisasi Dolly ini didasarkan pada Surat Edaran Gubernur

Jawa Timur Nomor 460/16474/031/2010 tentang Pencegahan dan Penanggulangan Prostitusi serta Perdagangan Perempuan dijelaskan bahwa penutupan lokalisasi harus dilakukan secara bertahap. Pasca penutupan masih banyak panti pijat dan karaoke yang buka untuk melayani pengunjung tanpa lain-lain yang berkonotasi negatif.⁷ Hampir setiap malam beberapa mobil Satpol PP berdatangan untuk menjaga daerah yang dianggap rawan terjadi transaksi tersembunyi. Pemkot Surabaya yang ingin merubah wajah Dolly dan terus melakukan beberapa program agar kawasan sekitar bisa berkembang pasca penutupan. Masyarakat yang kehilangan pekerjaan akan diberi pesangon Rp 3 juta per kepala. Bahkan Pemerintah Provinsi Jawa Timur juga mendukung upaya penutupan dengan ikut memberi Rp 5 juta per kepala.

Kampung Dolly dikenal oleh masyarakat sebagai pusat prostitusi terbesar di Asia Tenggara mengalahkan Geylang dan Pattaya (Fathkullah, 2013).⁸ Hal ini terus berlanjut sampai akhirnya pada tahun 2014 prostitusi di area Dolly resmi ditutup oleh Wali Kota Surabaya. Pada tahun yang sama, pemerintah mulai menjalankan program pelatihan dan pembinaan untuk warga eks lokalisasi. Pada tahun 2016 daerah eks lokalisasi terbagi menjadi beberapa kampung binaan Pemerintah Kota. Kampung Samijali, Rumah Batik, dan salah satunya Kampung kreatif yang menjadi tempat objek peneliti berada di Jalan Putat Jaya

Seperti Pemerintah Provinsi, Kementerian Sosial, dan Kementerian Koperasi dan UMKM juga turut memberikan diklat tambahan dan hibah. Begitu juga dengan Dinas Pendidikan dan Dinas Perpustakaan dan Kearsipan sebagai leading sektor intervensi pendidikan. Dinas Perpustakaan dan Kearsipan memastikan keberadaan perpustakaan dan Taman Belajar Masyarakat yang nyaman. Dan adanya Dinas Kesehatan sebagai pendamping masyarakat untuk mengatasi persoalan penyakit “khas” yang dimiliki lokalisasi prostitusi. Misalnya, HIV/AIDS dan ketergantungan obat-obatan atau minuman keras. Pelatihan ekonomi kreatif ini juga didukung dengan upaya promosi berkelanjutan

⁷ Fahmi Hasan Fuad Editor. 2014. “Gerakan Kesadaran”Penutupan Lokalisasi Dolly Menjadi Tanggung Jawab Bersama. <https://www.kompasiana.com/komentar/fuadfahmihasan/54f7101ea33311322e8b4672/gerakancesadaran-penutupan-lokalisasi-dolly-yang-menjadi-tanggung-jawab-bersama>

⁸ Fatkhullah, Muhammad dkk. (2013). *Dampak Praktis Prostitusi terhadap kehidupan siosial ekonomi masyarakat daerah lokalisasi Jarak-Dolly Kelurahan Putat Jaya* : Universitas Airlangga.

yang dilaksanakan oleh Pemerintah Kota Surabaya. Artinya, pelatihan yang sudah dilaksanakan, terus dikawal dan dicarikan jalan pemasarannya. Buktinya, dalam banyak event dan pameran, UMKM dari Dolly kerap diajak ikut serta berpartisipasi. Selama ini, pihak Pemerintah Kota Surabaya memiliki hubungan baik dengan masyarakat Dolly yang terdampak penutupan lokalisasi prostitusi ini. Kedekatan yang dimaksud berjalan secara personal maupun institusional. Sebagai contoh, apa yang dialami Jarwo, salah satu warga yang sempat melakukan penolakan program penutupan lokalisasi prostitusi Dolly. Saat ini, Jarwo sudah sadar bahwa pekerjaan yang dilakukannya di masa silam tidak baik.⁹ Pascapenutupan, dia menggelar usaha pembuatan tempe. Oleh karena kerap diundang dalam event-event Pemerintah Kota Surabaya, dia memiliki sejumlah kenalan kepala dinas. Para kepala dinas itu kemudian menjadi langganannya. “Kepala Dinas Sosial Pak Supomo langganan seratus tempe per bulan, diantar ke kantornya. Sedangkan Kasatpol PP Pak Irvan Widyanto langganan lima ratus tempe per bulan, juga diantar ke kantornya,” ungkap Jarwo saat ditemui di rumahnya.

Dengan adanya kolaborasi antar *stakeholder* dapat membantu masyarakat di wilayah eks lokalisasi Dolly untuk mensejahterahkan masyarakat yang kehilangan pekerjaan sejak ditutupnya lokalisasi Dolly oleh Pemerintah Surabaya. Oleh karena itu Pemerintah Kota Surabaya memberikan fasilitas untuk memberdayakan masyarakat melalui keterampilan berwirausaha. Tidak hanya itu yang diberikan pemerintah tetapi juga menyulap kampung Dolly menjadi kawasan kampung kreatif yang nantinya berisi berbagai macam UMKM (Usaha Kecil Menengah) atau home industri. Beberapa macam UMKM yang terdapat di kawasan Kampung Kreatif mulai dari kerajinan tangan, produksi makanan hingga pembuatan batik.

UMKM (Usaha Kecil Menengah) tersebut meliputi pengolahan makanan ringan dan berat, batik tulis, penjahitan sprei, busana muslim, dan kelompok burung berkicau. Program kampung kreatif ini telah diresmikan sebagai sarana

⁹ TribunNews.Jatim.20September 2017

masyarakat eks lokalisasi Dolly agar tidak melakukan pekerjaan seks sebagai bentuk kegiatan atau pekerjaan yang dapat menjadi contoh orang sekitar dengan cara melakukan pelatihan yang sudah disediakan oleh pemerintah Kota Surabaya. Jadi program pemberdayaan warga itu jalan, wilayah itu pasti ramai dan perekonomian akan lebih maju. Rumah yang dibeli pemerintah di Jalan Putat Jaya Gang 2A no 9 digunakan warga memproduksi pangan berat dan ringan dan sudah disediakan oleh dinas pemerintah kota surabaya.

Berbagai jenis usaha dan industri kreatif disebut terus tumbuh di kampung kreatif mulai dari usaha kecil sampai usaha besar. Menurut kecamatan sawahan “untuk industri kreatif produk yang dibuat antara lain sandal hotel, sepatu, godie bag, sablon, minyak rambut dan lukisan. Untuk UMKM batik itu sendiri yaitu Jarak Arum, Alpujabar, Canting Surya, dan Warna Ayu. Selain industri kreatif warga kampung kreatif juga gemar memproduksi produk kuliner seperti olahan bandeng, jarwo tempe, kerupuk sami jail, pangsit hijau dan rujak. UMKM yang memproduksi produk kuliner antar lain Usaha Kecil Menengah (UMKM) Puja yang memproduksi telur asin dan botok telur asin, UMKM sequel yang memproduksi olahan keripik, UMKM Vigts yang memproduksi jamu herbal, UMKM gendis memproduksi bumbu pecel dan UMKM Henrik memproduksi olahan semanggi dan es puter. Setiap usaha biasanya dikembangkan oleh warga minimal melibatkan tiga sampai sepuluh orang.

Menurut Camat Sawahan Kota Surabaya “usaha industri kampung kreatif dapat menghasilkan puluhan juta perbulannya, contohnya industri sandal sepatu bisa mencapai sekitar 30 hingga 40 juta rupiah perbulan sedangkan usaha batik mencapai 17 hingga 28 Juta rupiah”.¹⁰ Pemerintah saat ini meningkatkan kinerja pada sektor UMKM dalam pembangunan kawasan kampung kreatif di dolly. Dengan adanya sektor UMKM tersebut diharapkan dapat meningkatkan keterampilan dan pendapatan masyarakat agar dapat memenuhi kebutuhan sehari-harinya. Dengan melakukan kegiatan tersebut masyarakat juga dapat

¹⁰ Wawancara turun lapangan pada 5 Januari 2020

merubah kebiasaan dari hal negatif menjadi positif untuk keberlangsungan hidupnya.

Dengan adanya Kampung Kreatif masyarakat sekitar dapat berpikir lebih maju untuk keluarganya yang akan datang, selain itu dapat meningkatkan perekonomian Kota Surabaya. Jumlah pelaku UMKM eks lokalisasi Dolly sudah mencapai 14 kelompok dengan berbagai jenis produk dan jasa, masing masing kelompok UMKM setidaknya ada sekitar 3-10 orang yang merupakan warga asli kawasan tersebut.¹¹ Pemberdayaan UMKM dinilai mampu mengubah wajah lokalisasi Dolly yang dulu lebih dikenal sebagai kawasan prostitusi. sejak kawasan Dolly ditutup, Pemerintah Kota Surabaya gencar meningkatkan kesejahteraan masyarakat menjadi pelaku UMKM. Beberapa jenis usaha yang dilakoni warga Dolly diantaranya seperti:

Tabel I.4 Jumlah pelaku Usaha di kawasan Dolly kota Surabaya

No	Nama UMKM	Jenis Usaha
1	Jarak Arum	Batik tulis
2	Canting Surya	Batik Tulis
3	Warna Ayu	Kain
4	Punten	Pecel
5	Puja Cemerlang	Sabun
6	Puja Dodol	Makanan
7	Puja Clean	Sabun Cuci
8	Berlian	Makanan
9	Kamboja Putih	Makanan
10	Dully Kikis	Kue Kering
11	Karpuja	Makanan
12	Puja Mandiri	Nugget
13	Mentari Jaya	Kue kering
14	Puja Kriuk	Makanan
15	TBM Kawan Kami	Brambang Goreng, Kue kering
16	Vigts	Jamu Herbal
17	Gendis	Bumbu Pecel

¹¹ Sumber m.bisnis.com 1 Maret 2018.

18	Henrik	Semanggi
----	--------	----------

Sumber: Kelurahan Putat Jaya Kota Surabaya

Dari tabel 1.4 menjelaskan terdapat 18 Jenis UMKM yang ada di revitalisasi kawasan Dolly pasca penutupan loaklisi Dolly. Pemberdayaan masyarakat melalui UMKM dilakukan untuk mengembangkan usaha yang sehat tangguh dan mampu bersaing. Oleh karena itu kolaborasi antar *stakeholder* menjadi sangat penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui sektor UMKM. Proses perubahan sebuah kawasan mencakup di berbagai aspek seperti aspek fisik, ekonomi, dan aspek sosial. Proses menghidupkan lingkungan dengan wajah baru sendiri bukan sesuatu yang hanya berorientasi pada penyelesaian keindahan fisik saja, tapi juga harus dilengkapi dengan peningkatan ekonomi masyarakatnya serta pengenalan budaya yang ada. Untuk melaksanakan perubahan yang baru perlu adanya keterlibatan masyarakat. Keterlibatan yang dimaksud bukan sekedar ikut serta untuk mendukung aspek formalitas yang memerlukan adanya partisipasi masyarakat, selain itu masyarakat yang terlibat tidak hanya masyarakat di lingkungan tersebut saja, tapi masyarakat luas.

Kampung Kreatif mempunyai desain yang cukup menarik untuk dijadikan tempat wisata baik lokal maupun Internasional, selain itu kampung kreatif memiliki potensi untuk dikembangkan secara fisik karena masih memerlukan fasilitas yang dapat mengintegrasikan UMKM yang ada di area tempat tinggal sehingga menunjukkan karakternya sebagai kampung kreatif. Perkembangan permukiman di area kampung lebih dipengaruhi oleh perilaku sosial yang terjadi dalam masyarakat. Kreativitas merupakan suatu proses dalam menghasilkan sesuatu yang baru, baik suatu gagasan ataupun objek dalam suatu bentuk yang baru menurut pendapat Hurlock.¹² Di dalam kreativitas terjadi proses kreatif di mana suatu aktivitas dapat muncul dari karakter individu, peristiwa, masyarakat, dan keadaan pola hidupnya menurut Rogers.¹³ Berdasarkan penjelasan diatas

¹² Hurlock, Elizabeth B. 1978. *Development psychology*. Jakarta: Erlangga.

¹³ Rogers, Carl Ransom. 1992. *Toward a Theory Of Creativity*. ETC: The International Society For general Semantics. Vol. 11 no

dibawah ini peneliti melampirkan tabel Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang ada di Kampung Kreatif.

Tabel 1.5 Daftar UMKM Kampung Kreatif Eks Lokalisasi Dolly Kota Surabaya

NO	Nama UMKM	Jenis Usaha
1.	Metna	Makanan & Minuman
2.	Widdy Food	Makanan & Minuman
3.	Aamiin	Makanan & Minuman
4.	Bebek Bersaudara	Makanan & Minuman
5.	Nanang Collection	Fashion
6.	Krida Arya	Batik
7.	Pujaa	Telur Asin
8.	Rizal Food	Makanan dan Minuman
9.	Nabillah food	Makanan & Minuman
10.	Dapur marina	Makanan & Minuman
11.	Bamegor	Makanan & Minuman
12.	Ecco Food	Makanan & Minuman
13.	Mak Rempong	Makanan & Minuman
14.	Machda Collection	Fashio

Sumber: Penelitian Lapangan di Kampung Kreatif Eks Lokalisasi Putat Jaya Kota Surabaya.

Dari data tabel 1.5 tersebut menjelaskan bahwa Dari tabel 1.4 menjelaskan terdapat 14 Jenis UMKM yang ada di revitalisasi kawasan Dolly Kampung kreatif lebih tepatnya di Jalan Putat Jaya Gang 2a Kota Surabaya. Pembinaan yang berkaitan dengan beberapa instansi yaitu Dinas Perdagangan dan Dinas Koperasi Kota Surabaya melalui pelatihan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dilakukan untuk mengembangkan usaha dan belajar mandiri agar tidak saling tidak bergantung. Dengan adanya kepelatihan UMKM masyarakat sangat antusias untuk mengikutinya. Dengan kolaborasi antar *stakeholder* Dinas terkait dapat mengetahui perkembangan masyarakatnya yang ingin berubah dan ini sangat penting dalam meningkatkan kesejahteraan hidupnya. Proses itu memang tidak gampang yang dilakukan beberapa orang masyarakat tetapi dinas dan para kelurahan sekitar, maupun kecamatan sawahan Kota Surabaya ikut andil dalam merubah wajah eks lokalisasi.

Masyarakat terus menunjukkan geliat perekonomiannya. Hingga saat ini Pemkerintahan Kota Surabaya masih terus menerus memberikan pelatihan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat eks lokalisasi dolly. Bahkan perhatian juga hadir dari beberapa mahasiswa di Surabaya, yang ingin membangun ekslokalisasi Dolly menjadi kampung yang dikenal sebagai kampung kreatif dan bermanfaat. Salah satunya, yakni melalui kegiatan yang dilakukan oleh mahasiswa Universitas Surabaya dan beberapa Universitas lainnya yang hendak datang ke Kampung Kreatif. Bertujuan untuk menumbuhkan semangat dan mental masyarakat eks lokalisasi Dolly, khususnya remaja dan anak-anak membuat mereka melalui “Workshop Film”. Workshop ini berkeinginan untuk memberikan pembinaan kepada anak-anak yang putus sekolah atau yang masih sekolah, sebagai salah satu langkah mendukung kegiatan positif di Kampung Kreatif.¹⁴ Berikut tabel pendapatan masyarakat Kampung Kreatif tahun 2017/2019.

Tabel 1.6 Jumlah Pendapatan Per-bulan UMKM Kampung Kreatif

No	Jenis Produk UMKM	Pendapatan Perbulan
1.	Makanan & Minuman	Rp.45.000.000
2.	Fasion	Rp.15.500.000
3.	BATIK	Rp.15.000.000
4.	Konveksi	Rp.10.000.000

Tabel 1.6 menjelaskan bahwa pendapatan Masyarakat kampung kreatif terus aktif dan selalu mengalami peningkatan. Hingga saat ini meskipun mereka pendapatannya sudah terlihat mereka tetap ingin melakukan pelatihan dan pembinaan dari Pemkerintahan Kota Surabaya dan hasil menunjukan bahwa masyarakat menunjukan mereka ingin berubah baik dari segi kehidupan maupun pekerjaan.

¹⁴ Wawancara di Lapangan 7 januari 2020

Dapat diartikan bahwa kampung kreatif merupakan suatu area tempat tinggal di mana penduduknya memiliki daya cipta dan inovasi-inovasi yang baru yang dapat memajukan dan memberikan nilai lebih pada area tempat tinggalnya. Kampung kreatif dapat terjadi karena adanya interaksi antara warga kampung setempat dan lingkungan sekitarnya. Kampung kreatif tentunya tidak terjadi secara spontan, namun melalui proses yang memerlukan waktu hingga akhirnya kampung tersebut dapat diberi label sebagai sebuah kampung kreatif. Penggunaan istilah kampung kreatif dalam proyek ini memiliki unsur kampung wisata juga, namun tidak langsung menggunakan istilah kampung wisata Dolly. Hal ini disebabkan karena kampung wisata tidak selalu merupakan kampung kreatif.

Di dalam program pembangunan kampung kreatif di eks lokalisasi dolly ini ada pihak-pihak yang ikut serta berperan penting dalam pengelolaan seperti, Wali Kota Surabaya Tri Rismaharini sebagai penggagas program kampung kreatif , Kecamatan Sawahan sebagai pelaksana atau ujung tombak semua kegiatan , Dinas Perdagangan sebagai leading sector program-program di masyarakat, Dinas ketahanan pangan dan Kelurahan Putat Jaya Kota Surabaya. Perubahan kondisi ekonomi pasti memberikan dampak psikologis bagi warga. Lalu ada DP5A yang sangat berperan penting selaku leading sektor intervensi pelatihan ekonomi kreatif bagi masyarakat.

Pemerintah tidak hanya mengandalkan pada kapasitas internal yang dimiliki dalam penerapan sebuah kebijakan dan pelaksanaan program. Keterbatasan kemampuan, sumberdaya maupun jaringan yang menjadi faktor pendukung terlaksananya suatu program atau kebijakan, mendorong pemerintah untuk melakukan kerjasama dengan berbagai pihak, baik dengan sesama pemerintah, pihak swasta maupun masyarakat dan komunitas masyarakat sipil sehingga dapat terjalin kerjasama kolaboratif dalam mencapai tujuan program atau kebijakan menurut Purwanti, 2016:174. Secara umum dijelaskan bahwa kolaborasi merupakan sebuah proses yang di dalamnya melibatkan berbagai *stakeholder* yang terkait untuk mengusung kepentingan masing-masing instansi dalam mencapai tujuan bersama menurut Cordery, 2004;Hartman et al.,2002.

Menurut Ansell dan Gash (2007:544) mendefinisikan kolaborasi adalah sebuah pengaturan yang mengatur satu atau lebih lembaga publik secara langsung terlibat dengan pemangku kepentingan non publik dalam proses pengambilan keputusan kolektif bersifat formal, berorientasi konsensus, dan musyawarah yang bertujuan untuk membuat atau mengimplementasikan kebijakan publik atau mengelola program atau aset publik. Definisi tersebut dapat dirumuskan beberapa kata kunci yang menekankan pada enam karakteristik, antara lain :

- 1) Forum tersebut diinisiasi atau dilaksanakan oleh lembaga publik maupun aktor-aktor dalam lembaga publik.
- 2) Peserta di dalam forum tersebut juga termasuk aktor non publik.
- 3) Peserta terlibat secara langsung dalam pembuatan dan pengambilan keputusan dan keputusan tidak harus merujuk pada aktor-aktor publik.
- 4) Forum terorganisir secara formal dan pertemuan diadakan secara bersamasama.
- 5) Forum bertujuan untuk membuat keputusan atas kesepakatan bersama, dengan kata lain forum ini berorientasi pada konsensus.
- 6) Kolaborasi berfokus pada kebijakan publik maupun manajemen publik.

Sinergi dengan pihak perguruan tinggi untuk memberikan penyuluhan tentang teori dan praktek pemasaran produk juga beberapa kali dilakukan. Untuk mendongkrak perekonomian warga eks lokaliasasi Dolly, Pemkot Surabaya menjalin kerja sama dengan sejumlah perguruan tinggi yakni melalui program "Campus Goes to Kampung" Untuk saat ini ada empat perguruan tinggi di Surabaya yang ikut terlibat dalam program 'Campus Goes to Kampung' ini yakni Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS), Universitas Airlangga (Unair), Universitas 17 Agustus (Untag) dan Universitas Kristen Petra. kampus-kampus tersebut fokus pada pemberdayaan masyarakat di kawasan eks lokaliasi sesuai keahlian masing-masing. Setelah melakukan survei, saat ini mereka fokus di kawasan eks lokaliasi Dolly karena di sana yang terbesar dari beberapa kawasan eks lokaliasi di Surabaya.

Pihak keamanan dan sekaligus mengayomi masyarakat seperti Polrestabes Surabaya dan Korem. Polisi dan TNI menjadi penjaga ketertiban dan

keamanan di kawasan Dolly juga memastikan kalau eks sentra “trafficking” itu tidak kembali beroperasi sebagai lokalisasi prostitusi. Beberapa Komunitas masyarakat yang melakukan kegiatan keagamaan, sosial, ekonomi, seni, budaya, pendidikan, dan kesehatan. Pemerintah Kota Surabaya selalu mendukung semua kegiatan positif. Ada banyak aktifitas di sana, misalnya, apa yang dilakukan oleh seniman mural untuk memercantik kawasan Dolly, Gerakan Melukis Harapan dan masyarakat sekitar eks lokalisasi dolly yang ikut serta dalam membangun kampung kreatif eks lokalisasi Dolly menjadi wajah baru yang bisa dikatan dengan salah satu kampung wisata Kota Surabaya.

Inovasi ini juga berupaya membangun citra positif kawasan Dolly yang dulu sudah terstigma masyarakat sebagai tempat prostitusi. Maka itu, diselenggarakan sejumlah event positif di sana. Dengan cara itu, warga setempat lebih percaya diri, promosi ekonomi kreatif pun bisa berjalan dengan lebih optimal.

Kegiatan-kegiatan tersebut sudah barang tentu membuat citra Dolly makin positif sebagai kawasan yang sehat dan kreatif. Apa yang dilakukan Bu Risma membuat masyarakat yakin bahwa saat ini Dolly sudah bertransformasi. Jiwa entrepreneurship ditumbuhkan, kegiatan kesenian digelorakan, program-program berbasis kebersamaan seperti pengembangan kelompok usaha dan Dolly Saiki Fest 2017, menunjukkan bahwa Dolly menjunjung tinggi kearifan lokal Surabaya yang berbudaya. Sudah diluncurkan pula website www.dollysaiki.com yang berisi kegiatan di sana. Termasuk, beragam promosi produk ekonomi kreatif dan sosialisasi event-event di Dolly. Selama ini, Pemerintah Kota Surabaya juga membangun taman bermain atau lapangan futsal bagi anak-anak. Hal ini menunjukkan bahwa Dolly ramah pada anak-anak. Berbeda dengan kesan negatif di masa lalu yang sempat melekat, bahwa Dolly adalah daerah yang tidak bagus untuk perkembangan anak-anak. Dinas Pendidikan bersama Dinas Perpustakaan dan Kearsipan menjamin bahwa anak-

anak mendapat asupan literasi yang memadai. Bahkan, salah satu lokasi di Dolly dijuluki sebagai Kampung Literasi.¹⁵

Pembelajaran yang bisa dipetik oleh warga Surabaya secara umum antara lain, bahwa ketelatenan bisa membuat hal yang awalnya terlihat mustahil menjadi terwujud. Selama ini, kesan negatif melekat pada kawasan Dolly dan para warga di daerah itu. Namun, pandangan itu berubah drastis setelah program-program inovasi yang dijalankan Pemerintah Kota Surabaya dan didukung masyarakat sukses mengantarkan Dolly menjadi pusat ekonomi kreatif. Segenap elemen masyarakat mesti bergandengan tangan untuk menyelesaikan problem kota. Sebab apa yang terjadi di satu kawasan atau kecamatan dalam sebuah kota, pasti memiliki imbas pada kawasan atau kecamatan lain. Maka itu, kepedulian dan empati mesti terus diasah.

Selama ini semua elemen masyarakat yang bergerak di bidang sosial, ekonomi, keagamaan, seni, budaya dan lain sebagainya, telah ikut berpartisipasi dalam upaya penutupan Dolly. Bahkan, mereka juga meluangkan waktu, tenaga, pikiran, dan biaya dalam banyak kegiatan positif di kawasan itu pasca penutupan. Adapun pembelajaran yang bisa dipetik oleh Pemerintah Kota Surabaya antara lain, bahwa kebersamaan dan sinergitas antar Organisasi Perangkat Daerah (OPD) adalah kunci kesuksesan program.

Adapun studi terdahulu yang dijadikan acuan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Jurnal penelitian yang ditulis oleh Mia fairuza pada tahun 2017 pada program studi Ilmu Administrasi Negara Universitas Airlangga yang berjudul “Kolaborasi Antar *Stakeholder* Dalam Pembangunan Inklusif Pada Sektor Pariwisata (Studi Kasus Wisata Pulau Merah di Kabupaten Banyuwangi). Tujuan dalam penelitian tersebut adalah menjelaskan kolaborasi antar *stakeholder* dalam sektor pariwisata di Pulau Merah, Kabupaten Banyuwangi. Dalam sebuah kolaborasi terkadang terdapat perbedaan pendapat maupun kepentingan antar *stakeholder* yang menimbulkan konflik antar *stakeholder* pada kolaborasi di Pulau Merah.

¹⁵ Surabaya.tribunnews.com 28 November 2017

Meksipun terdapat konflik dalam kolaborasi kunjungan wisatawan dan pendapatannya tetap bertingkat dan perkembangan yang signifikan. Pembangunan inklusif memungkinkan manfaatnya pembangunan merata, partisipasi masyarakat tinggi dan memepertahankan kelestarian alam. Oleh karena Mia Fairuza tertarik untuk mengkaji proses kolaborasi dalam program pembangunan inklusif pada Wisata Pulau Merah di kabupaten Banyuwangi.

Adapun saran yang disampaikan yang untuk pemerintah dalam penelitian tersebut adalah melakukan kunjungan rutin dalam jangka waktu tertentu untuk memantau perkembangan wisata Pulau Merah tanpa melalui perwakilan oleh kecamatan Pesanggaran. Memkasimalkan Peran sebagai fasilitator dan mempromosikan wisata pulau merah yakni dengan membangun sarana dan prasarana yang dibutuhkan untuk kelangsungan wisata Pulau Merah dan mempromosikan kembali wisata Pulau Merah melalui event-event tertentu.

Perbedaan antar peneliti terdahulu dan penelitian ini adalah terkait pada lokusnya dan fokusnya. Lokusnya yang terletak di Banyuwangi berbeda dengan peneliti yang berada di Kota Surabaya. Sedangkan untuk fokusnya penelitian ini terkait dengan pembangunan inklusif sedangkan focus peneliti terakit dengan pengembangan sektor UMKM.

2. Studi terdahulu yang kedua studi terdahulu adalah jurnal penelitian yang ditulis oleh Devi Arianti dan Lena Satlita Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Yogyakarta yang berjudul “*Collaborative Governance* dalam pengembangan konservasi mangrove Baros di Desa Tirtohargo Kecamatan Kretek Kabupaten Bantul”. Tujuan penelitian tersebut adalah mengetahui dan memahami proses *Collaborative Governance* dalam pengembangan Konservasi mangrove Baros beserta hambatanya. Sehingga dapat menjadi bahan rekomendasi bagi pemerintah, swasta, maupun masyarakat untuk mengoptimalkan kolaborasi. Adapun saran yang ditujukan dalam penelitian tersebut adalah pihak pemerintah seharusnya melakukan agenda forum komunikasi antar pihak swasta maupun masyarakat agar tidak ada salah paham antar *stakeholder*. Menambah sumber daya manusia untuk melakukan pengelolaan mangrove yang baik dan benar dan

harus melibatkan sektor swasta jika melakukan kegiatan apapun. Yang mengenai pengembangan mangrove.

Perbedaan antar peneliti terdahulu dan penelitian ini adalah terkait pada lokusnya dan fokusnya. Lokusnya yang terletak di Kletek Bantul berbeda dengan peneliti yang berada di Kota Surabaya. Sedangkan untuk fokusnya penelitian ini terkait dengan pengembangan konservasi mangrove sedangkan focus peneliti terakit dengan pengembangan sektor UMKM.

3. Studi terdahulu yang ketiga adalah jurnal penelitian yang ditulis oleh “ Dimas Luqito Chusuma Arrozaaq” Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga yang berjudul *Collaborative Governance* (Studi Tentang Kolaborasi Antar *Stakeholder* Dalam Pengembangan Kawasan Minapolitan di Kabupaten Sidoarjo). Tujuan dari penelitian tersebut adalah mendeskripsikan proses Collaborative Governance terkait pengembangan kawasan minapolitan di Kabupaten Sidoarjo serta hambatan-hambatan yang ada dalam pelaksanaan proses kolaborasi tersebut.

Perbedaan antar peneliti terdahulu dan penelitian ini adalah terkait pada lokusnya dan fokusnya. Lokusnya yang terletak di Sidoarjo berbeda dengan peneliti yang berada di Kota Surabaya. Sedangkan untuk fokusnya penelitian ini terkait dengan Pengembangan kawasan minapolitan sedangkan focus peneliti terakit dengan pengembangan sektor UMKM.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana proses kolaborasi antar *stakeholder* dalam upaya meningkatkan perekonomian masyarakat terhadap sektor UMKM di kampung kreatif eks lokalisasi Dolly Kota Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah yang telah dijelaskan diatas secara umum penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kolaborasi antar *stakeholder* pada sektor UMKM dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dikampung kreatif Eks Lokalisasi Kota Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini terdiri dari manfaat akademik dan manfaat praktis. Manfaat akademik dalam penelitian ini adalah dikaitkan dalam penelitian terdahulu. Berikut akan dijabarkan manfaat akademik dan manfaat praktis dalam penelitian ini.

1.4.1 Manfaat Akademis

Manfaat penelitian ini bertujuan menambah wawasan mengenai ilmu pengetahuan tentang kajian pada kolaborasi khususnya pada ilmu administrasi negara adapun penelitian ini untuk memberi wawasan pada masyarakat luas mengenai Kolaborasi Antar *Stakeholder* Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Pada Sektor UMKM.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan informasi sekaligus saran dan bahan rujukan bagi pembaca maupun Dinas yang terkait dalam penelitian ini khususnya kepada pihak-pihak yang terlibat dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat pada sektor UMKM. Untuk menambah wawasan masyarakat mengenai kampung kreatif di eks lokasi Dolly yang sekarang berubah menjadi sentra UMKM yang dapat dimanfaatkan, serta diharapkan dapat menjadi rekomendasi bagi masyarakat atau wisatawan yang berkunjung di Kota Surabaya.

1.5 Tinjauan Teoritik

Pada sebuah penelitian teori dibutuhkan untuk memberikan pemahaman akademis secara komprehensif dan kondisi terbaru berkaitan dengan permasalahan penelitian. Teori dalam penelitian ini disusun dalam rangkaian sub bab yang akan membentuk kerangka berpikir peneliti. Susunan tinjauan teoritik dalam penelitian ini terdiri dari Kolaborasi, *Stakeholder*, Kesejahteraan Masyarakat, dan Sektor UMKM.

1.5.1 Kolaborasi

1.5.1.1 Definisi dan Esensi Kolaborasi

Dalam kehidupan sehari-hari kita sering mendengar istilah kolaborasi, baik dalam dunia pemerintahan, bisnis, maupun politik. Kolaborasi secara singkat

dapat didefinisikan sebagai kerjasama antara dua pihak atau lebih untuk mencapai tujuan bersama. Kerjasama yang dilakukan pemerintah saat ini sering kali menggunakan istilah kolaborasi. Tren kolaborasi dalam pemerintahan menunjukkan adanya upaya pemerintah untuk mewujudkan pemberdayaan masyarakat. Karena pada umumnya, kolaborasi dalam pemerintahan tidak jarang melibatkan partisipasi masyarakat. Sub bab ini terdiri dari definisi dan esensi kolaborasi; dan komponen kolaborasi. Berikut penjabarannya

Kolaborasi merupakan kata serapan yang berasal dari bahasa Latin yakni *collaborare* yang artinya “bekerja bersama” (Merriam-Webster). Dalam kamus Heritage Amerika (2000), kolaborasi diartikan sebagai kegiatan berkerja sama khususnya dalam usaha penyatuan pemikiran. Hal itu senada dengan pendapat Wood & Gray (1991: 5) yang mengemukakan bahwa:

“Collaboration as a process through which parties who see different aspects of a problem can constructively explore their differences and search for solutions that go beyond their own limited vision of what is possible”

Kolaborasi merupakan suatu proses dimana pihak-pihak yang terlibat melihat suatu permasalahan dari persepektif atau aspek yang berbeda dapat secara konstruktif mempertemukan perbedaan dan mencari solusi lebih jauh dari pandangan mereka akan apa yang mungkin.

Pendapat lain dikemukakan oleh Chrislip dan Larson (1994) yang mendefinisikan kolaborasi sebagai berikut:

“Collaboration is a mutually beneficial relationship between two or more parties who work toward common goals by sharing responsibility, authority, and accountability for achieving results (dalam Wood & Gray, 1991)”

Setelah melihat hal ini, maka analisis berbagai macam kegiatan tersebut perlu dilakukan, untuk menghasilkan kolaborasi yang efektif. Berikut adalah komponen untuk mengobservasikannya.

1. Komunikasi

Komunikasi yang baik dan secara intensif sangat penting dalam sebuah kolaborasi. Komunikasi dapat dilakukan dengan secara langsung maupun tidak langsung (melalui perantara teknologi seperti hp dan lain-lain). Penggunaan strategi komunikasi perlu diperhatikan. Karena jika muncul konflik/ masalah antar aktor, komunikasi, maka tatap muka langsung akan lebih tepat.

Komunikasi di era modern seperti untuk saat ini perlu memanfaatkan teknologi. Pendapatnya: (1) apabila sesama aktor kolaborasi memiliki tingkat kesibukan yang tinggi, maka penggunaan bantuan email, fax, dan sarana teknologi lainnya lebih cepat, efektif, dan cost-effective. (2) apabila individu pada masing-masing aktor memiliki keahlian penggunaan teknologi yang berbeda, maka strategi penggunaan perantara teknologi harus spesifik. (3) apabila ada ketimpangan kekuatan, maka penggunaan teknologi yang mampu menyembunyikan identitas individu perlu dilakukan, karena untuk menetralkan pandangan, tetapi hal ini diperlukan kesepakatan terlebih dahulu. (4) adanya “*bounded rationality*” di dalam pembuatan keputusan bersama dapat diminimalkan dengan teknologi, seperti dengan adanya penyajian dan perbandingan data yang sangat akurat, sehingga masing-masing dapat saling melihat dan menilai kesalahan logis dalam membuat suatu keputusan.

2. Menambahkan Nilai

Disini nilai adalah nilai publik dimana yang dihasilkan dari munculnya efisiensi, baik dari demokrasi dalam institusi dan proses kolaborasi (Moore dalam Bryson et al 2015:5). Moore juga menjelaskan bahwa efisiensi ini dalam prakteknya akan menghasilkan kesetaraan, keadilan sosial, dan demokrasi dalam pemerintahan yang merupakan nilai-nilai publik. Tidak hanya pemerintah yang menjadi peran, akan tetapi aktor privat dan non privat juga penting.

Dalam menciptakan nilai public aka nada berbagai permasalahan, misalnya tingkay kepentingan, urgensi, ruang lingkup permasalahan yang meranah lintassektoral, sehingga, menyadarkan pemerintah tidak akan mampu meenciptakan bagian penting dari nilai public ini sendiri. Menurut Bryson et al

solusinya yaitu melakukan “*emphasizes democracy and citizenship, and collaborative governance*”.¹⁶

Dalam pembuatan nilai-nilai public tercermin dari kegiatan kolaborasi:

1. Mengidentifikasi permasalahan bersama, pertukaran dalam informasi, yang memungkinkan terbentuk solusi yang dibutuhkan.
2. Didalam prosesnya menemukan dan memahami teknologi
3. Proses adaptasi terhadap teknologi
4. Pembangunan *knowledge* dan bagaimana menjadikan berguna
5. Pembangunan kapasitas antar aktor, mengurangi ketimpangan kekuatan, menumbuhkan budaya saling melengkapi, juga meminimalisir praktek monopoli aktor serta
6. Membuat kebijakan bersama yang menghasilkan perbedaan kebijakan dari hasil kompleksitas kolaborasi, sehingga akan bersifat deliberatif dan terbuka (demokrasi) yang pada akhirnya secara tidak langsung membentuk nilai-nilai publik sesuai harapan.

3. Deliberasi

Deliberasi adalah kelebihan dari tindakan kolaborasi, yang akan membuat pembelajaran saling menguntungkan, pembangunan komunitas, dan pemanfaatan proses interaktif. Tentunya dalam menjalankan deliberasi tetap berpegang prinsip atau norma-norma dan peraturan kolaborasi yang sudah disepakati bersama. Sehingga kesimpulan dari proses kolaborasi yang dikemukakan oleh Agranoff & McGuire adalah mengenai aktivitas (horizontal dan vertikal) yang telah dianalisis dari komponen komunikasi, menambahkan nilai, dan deliberasi. Dalam proses kolaborasi tidak diperlakukan hierarki namun, *collaborachy* yakni karakteristik jejaring yang didalamnya terdapat hubungan antar aktor adalah kompleks, rumit, tidak linear, dan egalitarian.

Ansell dan Gash dalam *Collaborative Governance in Theory and Research* menjelaskan pengertian dari kolaborasi didalamnya terdapat enam kriteria penting yaitu :

¹⁶ Bryson, Jhon M, Barbara C. Crosby, & Laura Bloomberg. 2015. *Creating Public Value in Practice*. Boca Raton: CRC Press. Hal:2

1. Forum kolaborasi di inisiasi oleh pemerintah atau institusi
2. Partisipan dalam forum termasuk juga aktor non pemerintah
3. Partisipan tersebut secara langsung dapat membuat keputusan bersama , jadi peran pemerintah sebagai pembuatan keputusan akhir tunggal tidak ada
4. Forum yang ada di organisasikan secara formal dan mencapai keputusan bersama.
5. Tujuan forum ada membuat keputusan berdasarkan konsesnsus (meskipun consensus tidak tercapai dalam prakteknya) dan
6. Fokus daripada kolaborasi adalah pada manajemen publik¹⁷

Selain itu, Emerson , Nabatchi, & Balogh menjelaskan pengertian kolaborasi di dalam jurnal *An Intergative Framework for Collaborative Governance* , *Journal of Public Adminisration Theory and Research* sebagai berikut :

*The processes and structures of public policy decision making and management that engage people construiively across the boundaries of public agencies, levels of government, and/or the public, private and civic spheres in order to carry out a public purpose the cloud not otherwise be accomplished.*¹⁸

Dari penjelasan Emerson, Nabatchi, & Balogh diatas mengenai kolaborasi lebih umum, yakni pada ranah “*The Genus Rather Than The Species*”, yakni dengan adanya konstruksi analisis yang lebih meluas pada administrasi public dengan bermacam-macam tingkatan level yang dapat diaplikasikan pada kelas dan skala yang berbeda-beda.

Dengan demikian kesimpulan dari pengertian Collaborative Governance melihat beberapa pendapat yang disebutkan, merupakan suatu proses dari struktur jejaring multi organisasi lintas sektoral seperti pemerintah, swasta dan masyarakat yang memebentuk kesepakatan bersama, keputusan bersama, pencapaian consensus, munculnya interaksi formal maupun informal yang terjadi , pembuatan dan pengembangan norma-norma di dalam interaksi yang memiliki sifat saling menguntungkan dalam membuat suatu nilai public sebagai hasil

¹⁷ Ansell, Chris, and Alison Gash. Op. Cit. Hal:543

¹⁸ Emerson, Nabatchi, & Balogh. Op.Cit. Hal:2

umum dari tujuan bersama. Maka dari itu, di dalam kolaborasi interaksi yang timbul bersifat kolaborasi yaitu semua aktor memiliki kedudukan yang sama.

1.5.1.2 Komponen dalam kolaborasi

Dalam sebuah kolaborasi terdapat komponen-komponen yang menjadi kunci keberhasilan kolaborasi itu sendiri. Komponen-komponen tersebut saling melengkapi satu sama lain, sehingga kolaborasi akan berhasil apabila memenuhi semua komponen. Grey (1989) berpendapat bahwa kolaborasi melibatkan beberapa komponen yaitu :

- (1) Saling ketergantungan,
- (2) Penyatuan pemikiran secara konstruktif untuk mencapai solusi, (3) Joint ownership of decisions (keputusan bersama semua aktor),
- (4) Tanggung jawab bersama.

Pendapat lain dikemukakan oleh Roberts dan Bradley (1991) berpendapat bahwa komponen utama kolaborasi adalah transmutational purpose (penyatuan tujuan), keanggotaan yang tetap dan sukarela, organisasi, proses interaktif, dan properti sementara (dalam Thomson dan Perry, 2006).

Menurut Healey (1996: 208), kolaborasi memerlukan strategi melalui tiga modal, yakni modal sosial yang terdiri dari kepercayaan, komunikasi, dan kemauan bertukar pikiran; modal intelektual yang terdiri dari pemahaman; dan modal politik yang terdiri dari perjanjian dan proyek formal maupun informal.

Berikut ini akan dijelaskan tiga komponen kolaborasi menurut Robert Agranoff dan Michael McGuire (2003), lima dimensi kolaborasi menurut Thomson dan Perry (2006), lima komponen kolaborasi menurut Ansell dan Gash (2007), dan lima komponen menurut Roberts et al. (2016).

1) Robert Agranoff dan Michael McGuire

Agranoff dan McGuire (2012: 144-153) memandang kolaborasi sebagai aktivitas-aktivitas yang bersifat horizontal dan vertikal. Kemudian, aktivitas tersebut dianalisis melalui komponen-komponen sebagai berikut:

1. Komunikasi

Komunikasi yang intensif sangatlah penting dalam kolaborasi. Kolaborasi dapat dilakukan secara langsung dan tidak langsung. Komunikasi yang dilakukan secara tidak langsung dapat melalui perantara teknologi. Komunikasi melalui perantara akan lebih efektif diterapkan pada kolaborasi yang terdapat konflik antar aktor.

2. Nilai Tambah

Nilai yang dimaksud disini adalah nilai publik, yakni yang dihasilkan dari efisiensi, demokrasi dalam institusi/organisasi, dan proses kolaborasi. Permasalahan dalam menciptakan nilai publik adalah adanya tingkat kepentingan, urgensi, ruang lingkup permasalahan yang meranah lintas-sektoral, sehingga menyadarkan bahwa pemerintah sendiri tidak mampu menciptakan bagian penting dari nilai publik itu sendiri (Muqorrobin, 2016: 41), sehingga diperlukan kolaborasi dengan non aktor.

3. Deliberasi

Deliberasi merupakan kelebihan dari kolaborasi yang membentuk pembelajaran saling menguntungkan (mutual learning), pembangunan komunitas (building communities), dan pemanfaatan proses interaktif (employing interactive).

2) Ann Marie Thomson dan James L. Perry

Dimensi merupakan himpunan yang terdiri dari komponen-komponen tertentu yang menyusun sebuah konsep dan memiliki hubungan ketergantungan antar komponen (Mustafa, 2009). Thomson dan Perry dalam tulisannya yang berjudul "*Collaboration Processes: Inside The Black Box*" berpendapat bahwa terdapat 5 (lima) kunci dimensi kolaborasi (Thomas dan Perry, 2006: 24-28), yaitu sebagai berikut:

1. Dimensi Tata Pemerintahan (*The Process of Collaborative Governing: The Governance Dimension*)

Dimensi pemerintahan berkaitan dengan pengambilan keputusan bersama (joint decision making), pengaturan pembagian daya, dan pemecahan masalah.

Pada dimensi pemerintahan terdapat hal-hal yang harus diperhatikan, yakni sebagai berikut:

- (1) Struktur hierarki dan otoritas tidak mendominasi;
- (2) Kesadaran bahwa pihak yang berkolaborasi tidak hanya secara langsung bertanggung jawab untuk mencapai kesepakatan tetapi juga harus memaksakan keputusan pada diri mereka sendiri;
- (3) Ketersediaan untuk menerima bahwa semua pihak yang berkolaborasi memiliki kepentingan yang sah sehingga hasilnya mencerminkan konsensus kelompok, bukan kekuatan koalisi atau kekuatan politik; dan
- (4) Pemahaman bahwa pemerintahan harus menekankan keterbukaan informasi, menghormati pendapat orang lain, dan melalui negosiasi yang panjang dalam mencapai kesepakatan.

2. Dimensi Administrasi (*The Process of Collaborative: The Administration Dimension*)

Dimensi administrasi dalam kolaborasi sangat penting dalam keberlangsungan hubungan pihak-pihak yang berkolaborasi. Struktur administrasi dalam kolaborasi memiliki posisi sentral untuk koordinasi komunikasi, pengorganisasian dan penyebaran informasi, serta mengupayakan pihak-pihak yang berkolaborasi untuk bersama-sama mengatur hubungan mereka, dimana Freitag dan Winkler menyebutnya sebagai “sosial koordinasi”.

Indikator dalam dimensi administrasi adalah kejelasan peran dan tanggung jawab setiap aktor, pertemuan kerja sama yang efektif, kejelasan tujuan, tugas-tugas terkoordinasi dengan baik, terdapat saluran komunikasi yang formal, dan pemantauan dalam pelaksanaan kolaborasi (Thomson, Perry, and Miller, 2008: 104).

3. Dimensi Otonomi (*The Process of Reconciling Individual and Collective Interest: The Autonomy Dimension*)

Dimensi otonomi memiliki hubungan yang kontras antara kontrol bersama dan kontrol individu (Wood dan Grey, 1991). Dalam sebuah kolaborasi, aktor yang terlibat melindungi identitas mereka dengan mempertahankan kontrol individu. Di sisi lain, kontrol bersama melibatkan ketersediaan mitra untuk

berbagi informasi, bukan hanya tentang operasi organisasi mereka sendiri, tetapi juga tentang apa yang mereka bisa dan tidak bisa dalam berkolaborasi.

Dimensi otonomi mencoba untuk menangkap ketegangan yang implisit antara kepentingan aktor dan kepentingan bersama. Indikator dimensi otonomi ini berkaitan dengan sejauh mana aktor melihat kolaborasi sebagai penghalang misi organisasi, kepercayaan bahwa keuntungan mereka dipengaruhi oleh kolaborasi, dan kesadaran aktor untuk berusaha memenuhi harapan organisasi dan harapan aktor lain dalam kolaborasi.

4. Dimensi Mutualitas (*The Process of Forging Mutually Beneficial Relationship: The Mutuality Dimension*)

Dimensi mutualisme berakar pada saling ketergantungan. Sebuah organisasi harus mengalami saling ketergantungan baik dalam kesamaan kepentingan maupun perbedaan kepentingan, yang kemudian disebut Powell (1990) sebagai “complementarities”. Komplementaritas menjelaskan situasi dimana suatu organisasi mengorbankan haknya untuk mendapatkan daya dari organisasi lain demi mencapai kepentingan mereka sendiri. Dalam kolaborasi, adanya saling ketergantungan merupakan kunci yang penting agar hubungan antar aktor terus terjalin dengan baik.

5. Proses Membangun Norma Sosial: Kepercayaan dan Dimensi Timbal Balik (*The Process of Building Social Capital Norms: The Trust and Reciprocity Dimension*)

Dalam kolaborasi, aktor individu akan menunjukkan kesediaan untuk berinteraksi dalam kolaborasi jika aktor yang lain juga menunjukkan kesediaan yang sama. Hubungan timbal balik tersebut akan membentuk kepercayaan antar pihak-pihak yang berkolaborasi jika dilakukan secara berulang-ulang. Adanya kepercayaan antar pihak-pihak yang berkolaborasi memberikan manfaat terhadap kelangsungan kolaborasi, yakni:

- (1) Membuat itikad baik, pihak-pihak yang berkolaborasi akan berperilaku sesuai komitmen eksplisit dan implisit;
- (2) Jujur dalam negoisasi apapun;

(3) Pihak-pihak yang berkolaborasi tidak akan mengambil keuntungan yang lebih meskipun terdapat kesempatan (Cummings dan Bromiley, 1993: 303).

3) Chris Ansell dan Alison Gash

Ansell dan Gash berpendapat bahwa dalam kolaborasi terdapat komponen-komponen yang membentuk siklus dan mempengaruhi satu sama lain (Ansell dan Gash, 2007: 558-561). Komponen-komponen tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Dialog antar-muka

Dialog antar-muka sebagai bentuk komunikasi menjadi hal yang penting dalam kolaborasi, karena adanya proses pembentukan konsesus. Komunikasi langsung (face to face) merupakan upaya untuk mengurangi stereotipe (yaitu persepsi aktor yang memandang adanya sisi buruk aktor lain) dan meningkatkan rasa hormat antar aktor. Dengan adanya komunikasi langsung, para aktor yang terlibat dalam kolaborasi menjadi lebih objektif dalam berinteraksi.

2. Membangun kepercayaan

Membangun kepercayaan merupakan syarat yang diperlukan untuk membangun kolaborasi yang solid. Membangun kepercayaan memerlukan waktu yang tidak singkat, hal ini karena dalam kolaborasi diperlukan komunikasi yang intensif (terus-menerus) dan penyesuaian terhadap kondisi saat ini dari munculnya kembali konflik masa lalu (prehistory antagonism). Ansell dan Gash mengemukakan argumentasinya sebagai berikut:

“If the prehistory is highly-antagonistic, then policy makers or stakeholder should budget time for effective remedial trust building. If they cannot justify the necessary time and cost, then they should not embark on a collaboration strategy (Ansell dan Gash, 2007: 559)”

Pembuat kebijakan atau *stakeholder* harus mengalokasikan waktu untuk melakukan remedial pembangunan kepercayaan secara efektif. Apabila tidak, maka kolaborasi tidak seharusnya dilakukan.

3. Komitmen pada proses kolaborasi.

Komitmen merupakan komponen yang sangat penting dalam proses kolaborasi. Komitmen berkaitan erat dengan motivasi asli para aktor dalam kolaborasi. Komitmen dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti ;

- (1) Mutual recognition yaitu berkaitan dengan pengakuan bersama
- (2) Joint appreciation yakni apresiasi bersama para aktor
- (3) Kepercayaan antar aktor
- (4) Rasa memiliki pada proses yaitu rasa memiliki pada proses berkaitan dengan pengaruh setiap aktor dalam pengambilan keputusan namun memiliki dilema, karena adanya kompleksitas dalam kolaborasi.
- (5) Interdependensi seperti saling ketergantungan antar aktor. Perbedaan kapasitas yang dimiliki para aktor memunculkan rasa ketergantungan yang dapat menumbuhkan dan memperkuat komitmen.

4. Pemahaman bersama

Pemahaman bersama merupakan hal yang penting dalam mencapai tujuan bersama. Pemahaman bersama dapat diartikan sebagai common mission (misi umum), common purpose (tujuan umum), common objectives (obyektivitas umum), dan shared vision (visi bersama). Pemahaman yang dimaksud adalah penyatuan pemikiran dan persamaan tujuan, sehingga meminimalisir terjadinya kesalahpahaman antar aktor.

5. Dampak sementara

Dampak sementara terjadi selama proses kolaborasi, oleh karena itu ada kata “sementara” di dalamnya. Dampak sementara menghasilkan feedback. Umpan balik yang diharapkan adalah umpan balik yang positif, yang disebut “small-wins” (kemenangan kecil) atau Roberts dan Bradley (1991) menyebutnya sebagai temporal property. Kemenangan kecil ini akan meningkatkan harapan masing-masing aktor dalam kolaborasi sehingga dapat meningkatkan kepercayaan dan komitmen.

4. Debbie Roberts, Rene van Wyk, dan Nalesh Dhanpat

Dalam temuan penelitian yang telah dilakukan oleh Roberts et al. (2016: 4-6) yang berjudul “*Exploring Practices for Effective Collaboration*” terdapat lima kunci kolaborasi, yakni sebagai berikut:

1. Tujuan Umum

Visi bersama adalah faktor kunci kolaborasi yang akan membawa para aktor tetap bersama-sama mencapai tujuan tersebut.

2. Mutualitas

Mutualitas terjadi ketika masing-masing pihak memberikan kontribusi sumber daya sehingga pihak lain memperoleh manfaat, misalnya saling bertukar informasi. Kesamaan misi, budaya, dan komitmen terhadap tujuan kolaborasi membantu memfasilitasi pertukaran sumber daya.

3. Lingkungan yang memungkinkan

Lingkungan kolaboratif terdiri dari lingkungan kerja dan gaya kepemimpinan pemimpin kolaborasi. Lingkungan kerja dan gaya kepemimpinan memiliki pengaruh yang kuat terhadap kinerja para aktor dalam menjalankan kolaborasi. Kepemimpinan memiliki peran penting dalam menciptakan dan mempertahankan sebuah lingkungan kolaboratif dengan cara menghubungkan keahlian dan pengetahuan para aktor.

4. Kepercayaan

Kepercayaan adalah salah satu faktor yang paling mendasari keberhasilan kolaborasi. Kepercayaan didasarkan pada keyakinan bahwa para aktor akan jujur dalam perjanjian dan mematuhi komitmen mereka dan tidak mengeksploitasi pihak lain. Adanya kontrol formal yang berlebihan dapat mengurangi kepercayaan antar aktor karena kontrol dianggap sebagai tanda ketidakpercayaan mengenai kemampuan dan karakter para aktor.

5. Karakteristik pribadi tertentu

Dalam sebuah kolaborasi, para aktor harus terbuka dan mampu memahami motif dan kepentingan aktor lain. Pemahaman karakteristik aktor yang berkolaborasi dapat menumbuhkan kompromi sebagai konsekuensi dari pembuatan keputusan bersama dimana terdapat kepentingan aktor yang tidak terjawab dalam keputusan tersebut.

1.5.1.3 Komponen Kolaborasi dalam Penelitian

Dalam menentukan komponen kolaborasi, peneliti meng-elaborasi berbagai komponen kolaborasi dari para ahli yaitu :

1. Komunikasi

Komunikasi dalam kolaborasi sangat penting baik secara langsung maupun tidak langsung. Komunikasi berfungsi sebagai hubungan antar aktor dalam kolaborasi. Dalam penelitian ini, komunikasi berhubungan dengan pembagian informasi antar aktor.

2. Administrasi

Administrasi dalam hal ini diartikan sebagai manajemen dalam kolaborasi, seperti mengatur apa saja yang dibutuhkan untuk mencapai suatu tujuan melalui sistem yang efektif. Komponen administrasi dalam penelitian ini berhubungan dengan kejelasan tanggung jawab / peran untuk setiap aktor dalam kolaborasi antar *stakeholder* di kampung kreativ eks lokalisasi Dolly Kota Surabaya.

3. Kepercayaan

Kepercayaan adalah salah satu komponen yang sangat penting dalam suatu kolaborasi. Kepercayaan dapat diartikan sebagai keyakinan individu terhadap individu lain. Kepercayaan dapat mempengaruhi mutualitas antar aktor dalam kolaborasi, karena beberapa aktor akan bersedia kerjasama dengan aktor lain untuk dapat menjalankan peran maupun tanggung jawab.

4. Komitmen

Komitmen yaitu komponen yang sangat penting dalam berkelanjutan kolaborasi. Komitmen dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) diartikan secara singkat sebagai perjanjian atau keterkaitan untuk melakukan sesuatu.¹⁹ Komitmen dalam kolaborasi dapat dipengaruhi oleh kepercayaan, mutualitas, dan pemahaman bersama. Semakin tinggi tingkatannya, maka semakin tinggi pula komitmen para aktor untuk melakukan kolaborasi.

¹⁹ www.kbbi.web.id diakses pada tanggal 20 desember 2019

5. Mutualitas

Mutualitas merupakan hubungan timbale balik yang saling menguntungkan antar individu. Mutualitas dapat dipengaruhi oleh kepercayaan antar aktor dan mempengaruhi komitmen para aktor dalam suatu kolaborasi. Dalam penelitian ini, mutualitas berkaitan dengan hubungan timbal balik dan ketergantungan antar aktor.

6. Tujuan bersama

Tujuan bersama merupakan penyelarasan pemikiran dan penyatuan tujuan para aktor. Dengan adanya tujuan bersama menjadi kunci kolaborasi yang akan membawa para aktor bersama-sama mencapai tujuan tersebut yang diinginkan. Tujuan bersama dalam penelitian ini berkaitan dengan kesamaan tujuan setiap *stakeholder* serta cara mencapai konsensus dalam kolaborasi antar *stakeholder* di kampung kreatif eks lokalisasi Dolly Kota Surabaya.

7. Lingkungan kolaborasi

Lingkungan kolaborasi terdiri dari lingkungan kerja. Lingkungan kerja merupakan ada tidaknya konflik antar *stakeholder* dan upaya yang dilakukan setiap *stakeholder* untuk mengatasi setiap konflik yang terjadi dalam suatu kolaborasi.

1.5.2 Stakeholder

1.5.2.1 Definisi Stakeholder

Konsep *stakeholder* pertama kali dikenalkan oleh Stanford Research Institute pada tahun 1963 yang mendefinisikan *stakeholder* sebagai kelompok-kelompok yang tidak akan ada tanpa dukungan organisasi (Friedman & Miles, 2006). Awal munculnya konsep ini adalah untuk mengklasifikasikan dan mengevaluasi konsep kinerja perusahaan (Caroll, 1991). Lebih lanjut, Freeman berpendapat bahwa pemahaman hubungan antara kelompok dan individu yang mempengaruhi atau terpengaruhi oleh organisasi adalah sarana analisis efektivitas organisasi dalam mencapai tujuan. Konsep ini telah diperdebatkan dalam literatur fungsi-fungsi manajemen strategis, seperti perencanaan perusahaan, kinerja, teori sistem dan tanggung jawab sosial perusahaan.

Untuk memperjelas pemahaman tentang perkembangan konsep *stakeholder*, berikut ini akan dijelaskan secara rinci dan ringkas kronologi definisi *stakeholder* oleh para ahli pada tabel.

Tabel 1.7 Kronologi Definisi *Stakeholder*

Tahun	Penulis	Definisi <i>Stakeholder</i>
1963	Stanford Research Institute	Kelompok-kelompok yang tidak akan ada tanpa dukungan organisasi.
1964	Rhenman	Tergantung pada tujuan pribadi organisasi dan ketergantungan organisasi terhadap kelompok lain.
1965	Ansoff	Tujuan organisasi harus berasal dari penyeimbangan kepentingan <i>stakeholder</i> perusahaan. Perusahaan memiliki tanggung jawab untuk mengkonfigurasi tujuannya demi memberikan ukuran kepuasan pada masing-masing <i>stakeholder</i> .
1971	Ahlstedt & Jahnukainen	Individu atau kelompok dalam suatu perusahaan yang memiliki hubungan saling ketergantungan dengan perusahaan.
1983	Freeman & Reed	Individu atau kelompok yang dapat mempengaruhi pencapaian tujuan organisasi yang memiliki kepentingan pada tujuan organisasi
1984	Freeman	Individu atau kelompok yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh pencapaian tujuan organisasi.
1987	-Cornell & Shapiro -Freeman & Gilbert	Individu atau kelompok yang “mengklaim” memiliki “kontrak”. Individu atau kelompok yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi
1988	Bowie	Kelompok atau individu yang akan lenyap tanpa dukungan organisasi.
1989	Alkhafaji	Kelompok-kelompok yang bertanggung jawab pada korporasi.
1990	Freeman & Evan	Pemegang kontrak

1991	Low Miller & Lewis Savage et al. Thompson, Wartick, & Smith	Semua orang yang memiliki minat pada kelangsungan hidup organisasi. Orang-orang yang dapat membantu atau merusak korporasi. Orang-orang yang memiliki kepentingan dalam tindakan organisasi dan memiliki kemampuan untuk mempengaruhi tindakan tersebut. Kelompok atau individu yang sedang memiliki hubungan dengan organisasi.
1992	Hill & Jones Palgrave et al.	Konstituen yang mempunyai tuntutan yang sah pada perusahaan, didirikan melalui hubungan yang asing. Kelompok yang memberikan kontribusi pada perusahaan dengan mengharapkan kepentingannya tercapai. Kelompok atau individu yang kesejahteraannya diikatkan pada perusahaan.
1993	Brenner Carrol Starik	Kelompok yang memiliki hubungan yang sah dengan perusahaan. Individu atau kelompok yang berinteraksi bisnis yang memiliki kepentingan dalam perusahaan. Entitas alami yang mempengaruhi atau dipengaruhi oleh kinerja organisasi.
1994	-Langtry -Mahoney -Schlossberger -Wicks, Gilbert, & -Freeman	Pemegang klaim moral atau hukum pada perusahaan dan perusahaan secara signifikan bertanggung jawab terhadap kesejahteraan mereka. Membagi <i>stakeholder</i> menjadi dua: <i>stakeholder</i> pasif yaitu yang memiliki klaim moral di perusahaan untuk tidak melanggar kebebasan atau menimbulkan kerugian; <i>stakeholder</i> aktif yaitu mereka yang mengklaim memiliki hak untuk dipenuhi kesejahteraannya. Investor yang menyediakan modal atau kesempatan khusus untuk bisnis. Berinteraksi dengan memberi makna dan definisi untuk korporasi.
1995	-Blair -Calton & Lad	Semua pihak yang telah memberikan kontribusi kepada perusahaan dan sebagai akibatnya, memiliki risiko investasi yang sangat khusus di perusahaan. Memiliki klaim yang sah (legitimasi). Pihak yang dapat mempengaruhi atau terpengaruh oleh

	-Brener -Clarkson -Donaldson & Ptreston -Jones -Nasi	perusahaan/organisasi. Memiliki, atau klaim, hak kepemilikan, atau kepentingan dalam sebuah perusahaan dan kegiatankegiatannya. Orang-orang yang secara eksplisit ataupun implisit memiliki kontrak dengan perusahaan. Kelompok atau individu dengan, (1) kekuasaan untuk mempengaruhi kinerja perusahaan dan/atau (2) kinerja saham perusahaan. Orang yang berinteraksi dengan perusahaan dan dengan demikian dapat melakukan operasi
1996	-Gray, Owen, & Adams	Setiap orang yang dapat dipengarui maupun mempengaruhi kegiatan organisasi.
1997	-Carroll & Nasi -Mitchell, Agle, & Wood	Setiap individu atau kelompok yang mempengaruhi atau terpengaruh oleh proses, kegiatan, dan fungsi organisasi. Individu atau kelompok yang memiliki klaim sah dan memiliki kekuatan untuk mendesak korporasi.
1998	-Argamdonna -Frederick	Mereka yang memiliki kepentingan di dalam perusahaan sehingga perusahaan memiliki minat dalam memenuhi tuntutan mereka. Semua masyarakat yang memiliki kepentingan pada suatu perusahaan.
1999	-Leader	Orang yang memiliki hak internal yang dikaitkan dengan undang-undang dasar perusahaan, yang memberi mereka kekuasaan konstitusional.
2000	-Gibson	Kelompok-kelompok atau individu yang berinteraksi dan memiliki ketergantungan dengan organisasi atau individu atau kelompok yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh tindakan, keputusan, kebijakan, praktek-praktek, atau tujuan organisasi. Orang yang memiliki pengaruh langsung pada kinerja dan kelangsungan hidup organisasi.
2001	-Lampe -Ruf et al.	Pihak-pihak yang terpengaruh oleh organisasi. Konstituem yang memiliki kontrak implisit maupun eksplisit dengan organisasi
2002	-Cragg	Individu atau kelompok yang memiliki kepentingan sehingga terpengaruh secara negative maupun positif.

2003	-Philips	Membagi <i>stakeholder</i> menjadi dua berdasarkan tujuan adanya <i>stakeholder</i> , (1) <i>stakeholder</i> normatif yaitu untuk manfaat yang harus dikelola oleh perusahaan; (2) <i>stakeholder</i> turunan, yaitu untuk mempengaruhi organisasi dan <i>stakeholder</i> normatif.
------	----------	---

Sumber: Friedman, & Miles (2006: 5-8) Sumber: Friedman, & Miles (2006: 5-8)

Konsep *stakeholder* mengakui bahwa dalam organisasi apapun, ada berbagai individu dan kelompok yang mendukung dan mempengaruhi organisasi. *Stakeholder* merupakan kelompok atau individu yang dapat mempengaruhi dan dipengaruhi oleh pencapaian tujuan organisasi (Freeman, 1984: 25). Definisi ini lebih seimbang dan lebih luas daripada Stanford Research Institute. Fase simetris, “dapat mempengaruhi dan dipengaruhi oleh” berarti bahwa terdapat individu atau kelompok yang menganggap dirinya sebagai *stakeholder* dari sebuah organisasi, tanpa mempertimbangkan mereka untuk menjadi pemangku kepentingan. Selain itu, banyak kelompok yang dipengaruhi oleh pencapaian tujuan organisasi, tetapi dukungan mereka tidak dianggap atau diperlukan untuk terus ada.

Berdasarkan pemaparan para ahli tentang definisi *stakeholder* di atas, peneliti menyimpulkan bahwa *stakeholder* merupakan individu dan/atau kelompok yang memiliki keterkaitan dengan isu dan permasalahan yang menjadi fokus kajian atau perhatian, serta dapat mempengaruhi dan dipengaruhi oleh kegiatan, kebijakan, dan tujuan organisasi.

1.5.2.2 Jenis *Stakeholder*

Secara umum, *stakeholder* dapat dibedakan menjadi dua, (1) *stakeholder* internal, yakni pihak yang berasal dari dalam perusahaan dan secara langsung terlibat dalam kegiatan organisasi; dan yang (2) *stakeholder* eksternal, yakni pihak yang tidak termasuk dalam struktur organisasi dan tidak terlibat secara langsung dalam kegiatan organisasi.

Menurut buku WWF (Wild World Funding) yang berjudul “*Stakeholder Collaboration: Building Bridges for Conservation*”, terdapat empat jenis *stakeholder* dalam kolaborasi, yaitu sebagai berikut:

1. *Stakeholder* primer (*primary stakeholders*)

Stakeholder primer merupakan pemangku kepentingan yang memiliki kekuatan, kekuasaan, tanggung jawab, dan klaim atas sumber daya. *Stakeholder* primer mencakup kelompok masyarakat lokal, sektor swasta, instansi lokal dan nasional. *Stakeholder* primer ini juga mencakup individu atau kelompok yang memiliki kemampuan untuk mempengaruhi hasil kolaborasi, yakni politisi dan pejabat, serta organisasi internasional yang mengontrol kebijakan, hukum, dan sumber-sumber pendanaan.

2. *Stakeholder* sekunder (*secondary stakeholder*)

Stakeholder sekunder adalah mereka yang memiliki kepentingan langsung pada hasil kolaborasi, misalnya operator wisata yang ingin mengetahui apakah tujuan ekowisata akan terus dapat diakses. Para *stakeholder* tersebut perlu dilibatkan dalam proses kolaborasi, namun peran mereka tidak seaktif *stakeholder* primer, sehingga keterlibatan *stakeholder* sekunder cenderung berkala.

3. *Stakeholder* oposisi (*opposition stakeholder*)

Stakeholder oposisi memiliki kapasitas untuk merugikan organisasi melalui pengaruh dan sumber daya yang mereka miliki.

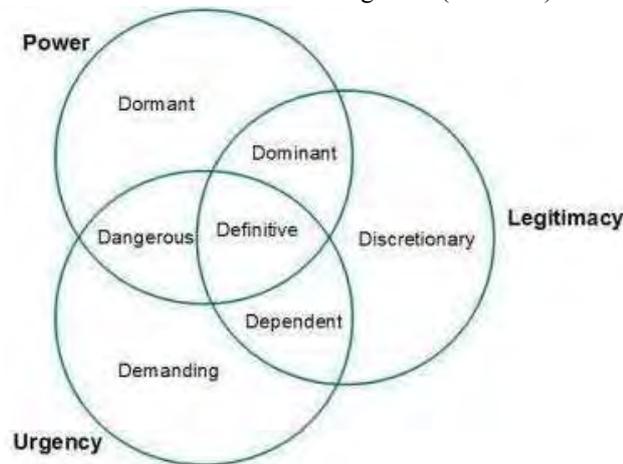
4. *Stakeholder* yang terpinggirkan (*marginalized stakeholder*)

Stakeholder yang terpinggirkan dapat mencakup perempuan, masyarakat adat, masyarakat miskin, atau *stakeholder* primer, sekunder, dan oposisi yang tidak memiliki pengakuan atau kapasitas untuk berpartisipasi dalam upaya kolaborasi.

Pendapat lainnya dikemukakan oleh Mitchell et al. (1997) dalam Figueroa (2015: 11-13) yang mengklasifikasikan *stakeholder* berdasarkan atribut/alat, yakni kekuatan (*power*), legitimasi (*legitimated*), dan kepentingan (*urgency*). Kekuatan didefinisikan sebagai kepemilikan sumber daya atau kemampuan untuk menyebabkan efek yang diinginkan, legitimasi didefinisikan sebagai pengakuan sosial, dan kepentingan didefinisikan sebagai klaim waktu yang rentan atau signifikan (menuntut perhatian yang sesegera mungkin). Melalui kombinasi atribut tersebut, diharapkan dapat membentuk ciri khas (*salience*) perusahaan atau organisasi.

Gambar 1.1 Stakeholder Salience

Sumber: Mitchell et al. dalam Figueroa (2015: 12)



Mitchel et al. menjabarkan tipologi *stakeholder* berdasarkan atribut kekuasaan, legitimasi, dan kepentingan, yaitu:

1. Latent *stakeholder*, tipologi *stakeholder* yang memiliki satu atribut, antara lain
 - (a) *dormant stakeholder* (power), *stakeholder* yang memiliki daya kuasa untuk memaksakan kehendaknya namun tidak memiliki pengakuan sosial dan kepentingan yang relevan;
 - (b) *discretionary stakeholder* (legitimacy), *stakeholder* yang memiliki pengakuan sosial namun tidak memiliki daya kuasa dan kepentingan mereka tidak dianggap penting oleh organisasi;
 - (c) *demanding stakeholder* (urgency), *stakeholder* yang menuntut dan mendesak organisasi namun tidak memiliki daya kuasa untuk mempengaruhi organisasi dan tidak diakui oleh masyarakat.
2. Expectant *stakeholder*, tipologi *stakeholder* yang memiliki kombinasi antara dua atribut, antara lain
 - (a) *dominant stakeholder* (power dan legitimacy), *stakeholder* yang memiliki sumber daya dan pengetahuan untuk mempengaruhi organisasi dan diakui secara sosial;
 - (b) *dependent stakeholder* (legitimacy dan urgency), *stakeholder* yang memiliki legitimasi dan kepentingan mendesak, namun membutuhkan aktor lain yang memiliki power untuk mewujudkan tuntutan;
 - (c) *dangerous stakeholder* (urgency dan power), *stakeholder* yang dapat menjalankan kekuasaan dan kepentingan yang mendesak namun tidak diakui secara sosial. Para *stakeholder* ini dapat mendesak organisasi dengan cara yang koersif.

3. *Definitive stakeholder*, merupakan tipologi *stakeholder* yang memiliki ketiga atribut, sehingga memiliki kadar *salience* tertinggi. *Stakeholder* ini akan sangat mendominasi dan mendapatkan perhatian yang lebih dari organisasi karena seringkali berpengaruh secara signifikan terhadap performa organisasi.

Stakeholder dalam penelitian ini terdiri dari Dinas Perdagangan kota Surabaya, Dinas Koperasi & UMKM Kota Surabaya, Kecamatan Sawahan Kota Surabaya, Kelurahan Putat Jaya Surabaya dan beberapa tokoh masyarakat kampung kreatif eks lokasi Dolly Kota Surabaya.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat diklasifikasikan *stakeholder* dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Pemerintahan Kota Surabaya yaitu Dinas Perdagangan diklasifikasikan sebagai *stakeholder* jenis *dominant stakeholder*. Hal ini dikarenakan Dinas Perdagangan merupakan lembaga yang memiliki kekuatan dan legitimasi yang kuat.
2. Dinas Koperasi & UMKM sebagai *stakeholder* jenis *definitive stakeholder*. Hal tersebut dikarenakan seringkali mendominasi dan memiliki pengaruh secara signifikan. Bahkan Dinas ini sangat berpengaruh untuk memberikan ilmu maupun pengetahuan tentang UMKM setempat yg ada di kampung kreatif sehingga membuat lembaga ini kuat.
3. Kelompok Masyarakat Kampung Kreatif diklasifikasikan sebagai *stakeholder* jenis *dependent stakeholder*. Hal ini dikarenakan Pokmas Kampung Kreatif memiliki legitimasi dan kepentingan yang mendesak tetapi membutuhkan peran *stakeholder* lain yang memiliki power untuk mewujudkan tuntutannya.

1.5.3 Kesejahteraan Masyarakat

Kesejahteraan atau sejahtera dapat memiliki empat arti Kamus Besar Bahasa Indonesia dalam istilah umum, sejahtera mengarah ke keadaan yang baik, kondisi manusia dimana masyarakatnya dalam keadaan makmur, sehat dan damai.

1.5.3.1 Definisi Kesejahteraan Masyarakat

Kesejahteraan Masyarakat merupakan kondisi terpenuhinya kebutuhan material, spiritual, dan sosial warga negara agar dapat hidup layak dan mampu mengembangkan diri, sehingga dapat melaksanakan fungsi sosialnya. Pasal 34 ayat (1) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 memberi

amanat kewajiban negara yaitu memelihara fakir miskin dan anak terlantar.²⁰ Bagi fakir miskin dan anak terlantar seperti yang dimaksud dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, Pemerintah pusat maupun daerah memberikan rehabilitasi sosial, jaminan sosial, pemberdayaan sosial, dan perlindungan sosial sebagai perwujudan pelaksanaan kewajiban negara dalam menjamin terpenuhinya hak atas kebutuhan dasar warga negara yang miskin dan tidak mampu.

Kesejahteraan Masyarakat diatur dengan Undang-Undang. Undang-Undang Nomor 11 tahun 2009 yang disahkan Presiden Dr. H. Susilo Bambang Yudhoyono di Jakarta pada tanggal 16 Januari 2009. UU Nomor 11 tahun 2009 tentang Kesejahteraan Masyarakat mulai berlaku sejak diundangkan pada tanggal 16 Januari 2009 oleh Menkumham Andi Mattalatta dalam Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 12.²¹ Penjelasan Atas UU Nomor 11 tahun 2009 tentang Kesejahteraan Masyarakat ditempatkan dalam Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4967 agar seluruh rakyat Indonesia mengetahuinya merupakan kondisi terpenuhinya kebutuhan seperti material, spiritual, dan sosial warga negara agar dapat hidup layak dan mampu mengembangkan diri, sehingga dapat melaksanakan fungsi sosialnya. Lebih lanjut menurut Walter A. Friedlander (1961) kesejahteraan masyarakat yaitu sistem yang terorganisir dari pelayanan-pelayanan sosial dan lembaga-lembaga yang bertujuan untuk membantu individu dan kelompok untuk mencapai standar hidup dan kesehatan yang memuaskan dan relasi-relasi pribadi dan sosial yang memungkinkan mereka mengembangkan kemampuannya sepenuh mungkin dan meningkatkan kesejahteraannya secara selaras dengan kebutuhan keluarga dan masyarakat.

Arthur Dunham berpendapat kesejahteraan masyarakat merupakan kegiatan yang terorganisasi dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan dari segi sosial melalui pemberian bantuan kepada orang untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan didalam beberapa bidang seperti kehidupan keluarga dan

²⁰ Undang Undang Republik Indonesia tahun 1945 Pasal 34 ayat 1 ²¹
<https://www.jogloabang.com/pustaka/uu-11-2009kesejahteraan-sosial>

anak, kesehatan, penyesuaian sosial, waktu senggang, standar-standar kehidupan dan hubungan-hubungan sosial.²¹ Pelayanan kesejahteraan masyarakat memberi perhatian utama terhadap individu-individu, kelompok-kelompok, komunitas-komunitas dan kesatuan-kesatuan penduduk yang lebih luas; pelayanan ini mencakup pemeliharaan atau perawatan, penyembuhan dan pencegahan.

Kesejahteraan masyarakat menurut Harold L. Wilensky menjelaskan suatu sistem yang terorganisir dari usaha-usaha pelayanan sosial dan lembaga-lembaga sosial, untuk membantu individu-individu dan kelompok dalam mencapai tingkat hidup serta kesehatan yang memuaskan.²² Hal itu agar individu dan relasi-relasi sosialnya memperoleh kesempatan yang seluas-luasnya untuk mengembangkan kemampuan-kemampuannya serta meningkatkan atau menyempurnakan kesejahteraan sebagai manusia sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Alfred J.Khan menyatakan bahwa kesejahteraan masyarakat terdiri dari program-program yang tersedia selain yang tercakup dalam kriteria pasar untuk menjamin suatu tindakan kebutuhan dasar seperti kesehatan, pendidikan kesejahteraan, dengan tujuan meningkatkan derajat kehidupan komunal dan berfungsinya individual, agar dapat mudah menggunakan pelayanan-pelayanan maupun lembaga-lembaga yang ada pada umumnya serta membantu mereka yang mengalami kesulitan dan dalam pemenuhan kebutuhan mereka.²³ Kemudian menurut ahli Zastrow mengatakan kesejahteraan masyarakat adalah sebuah sistem yang meliputi program dan pelayanan yang membantu orang agar dapat memenuhi kebutuhan sosial, ekonomi, pendidikan dan kesehatan yang sangat mendasar untuk memelihara masyarakat.²⁵ Sebagaimana batasan PBB, kesejahteraan sosial adalah kegiatan-kegiatan yang terorganisasi yang bertujuan untuk membantu individu atau masyarakat guna memenuhi kebutuhan-kebutuhan dasarnya dan meningkatkan kesejahteraan selaras dengan kepentingan keluarga dan masyarakat.

²¹ Dunham, Arthur .1965. *kesejahteraan masyarakat*.

²² Wilensky, Harold L.1965. .

²³ Khan, Alfred J. 1973. *kesejahteraan masyarakat*.²⁵ Zastrow 2000.

Berdasarkan pemaparan para ahli tentang definisi Kesejahteraan Masyarakat yang telah dijelaskan, peneliti menyimpulkan bahwa Kesejahteraan Masyarakat merupakan sebuah tujuan untuk mencapai kehidupan yang sejatara meliputi kebutuhan sandang, pangan, papan maupun kesehatan tiap-tiap individu dilingkungannya dan dapat membantu permasalahan yang disekitar.

1.5.3.2 Tujuan Kesejahteraan Masyarakat

Sistem kesejahteraan masyarakat merupakan sub sistem dari masyarakat yang lebih besar yang memberikan sanksi-sanksi dan dukungan-dukungan terhadapnya. Sebagai subsistem, kesejahteraan masyarakat mempunyai fungsi khusus yakni mengatasi masalah yang ada kaitannya dengan penyesuaianpenyesuaian sosial dan relasi-relasi sosial. Dalam perkembangan proses sosial terbentuk siklus organisasi-disorganisasi-reorganisasi. Siklus tersebut terkait dengan fungsi kesejahteraan masyarakat. Kesejahteraan masyarakat bertujuan sebagai reorganisasi dari adanya disorganisasi. Artinya kesejahteraan masyarakat berfungsi mengembalikan fungsionalitas peran-peranan sosial dari suatu sistem yang telah mengalami gangguan atau kerusakan akibat adanya perubahan. Fungsi kesejahteraan masyarakat secara umum adalah sebagai penunjang pembangunan di bidang-bidang lainnya seperti pembangunan sektor ekonomi. Tiap negara mempunyai tingkat ekonomi yang berbeda, maka terdapat perbedaan pula pada penekanan fungsi kesejahteraan masyarakat.

1.5.3.3 Komponen Kesejahteraan Masyarakat

Komponen kesejahteraan masyarakat menurut Leonard Schneiderman dalam Sumarnonugroho secara terperinci dirumuskan bahwa tujuannya antara lain *maintenance, control, dan change*.

- **Maintenance (pemeliharaan)**

Mencakup pemeliharaan dan menjaga kesinambungan keberadaan serta tatanan nilai-nilai sosial.

- **Control (kontrol)**

Mengadakan kontrol secara efektif terhadap perilaku yang tidak sesuai atau menyimpang dari nilai-nilai sosial yang ada.

- **Change (perubahan)**

Schneiderman mengungkapkan bahwa komponen dari sistem ini adalah mengadakan perubahan ke arah berkembangnya suatu sistem yang lebih efektif bagi anggota masyarakat.²⁴

Dalam konteks penelitian ini, untuk menentukan komponen kesejahteraan masyarakat, peneliti menggunakan komponen kesejahteraan masyarakat menurut Leonard Schneiderman yaitu *system maintenance, system control, dan system change*.

1.5.4 Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Usaha Mikro Kecil Menengah atau singkatan dari UMKM adalah Usaha produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro.

1.5.4.1 Definisi dan Esensi UMKM

UMKM banyak di definisikan dengan berbagai aspek dan kriteria yang berbagai macam tergantung pada setiap negara dan aspek-aspek lainnya. Oleh karena itu, perlu adanya tinjauan lebih lanjut terkait definisi maupun pengertian agar dapat diperoleh pengertian yang sesuai tentang UMKM. Di Indonesia terdapat berbagai definisi yang berbeda mengenai UMKM berdasarkan kepentingan lembaga yang memberi suatu pengertian. Definisi tentang Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) tidak selalu sama, tergantung konsep yang digunakan Negara tersebut. Mengenai pengertian ataupun definisi usaha kecil ternyata sangat bervariasi, disuatu Negara berlainan dengan Negara lain.

Menurut undang-undang No 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro yang sebagaimana sudah diatur dalam Undang-undang.²⁵ Memiliki asset paling banyak Rp 50 juta atau dengan hasil penjualan tahunan paling besar Rp.300 juta rupiah. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang

²⁴ Sumarnonugroho, T. 1994. *Sistem Intervensi Kesejahteraan Sosial*. Yogyakarta : Hanindita Graha Widya. Hlm 37

²⁵ Undang-Undang No 20 tahun 2008

dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau bukan cabang. sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini. Dengan nilai aset lebih dari Rp 50 juta sampai dengan paling banyak Rp 500 juta atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300 juta hingga maksimum Rp 2.500.000.000.²⁶

1.5.4.2 Karakteristik UMKM

Untuk mengetahui jenis usaha apa yang sedang dijalankan perlu memperhatikan kriteria-kriterianya terlebih dahulu. Hal ini penting digunakan untuk pengurusan surat ijin usaha kedepannya dan juga menentukan besaran pajak yang akan dibebankan kepada pemilik UMKM.²⁷

1. Usaha Mikro

Pengertian usaha mikro diartikan sebagai usaha ekonomi produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha sesuai dengan kriteria usaha mikro. Usaha yang termasuk kriteria usaha mikro adalah usaha yang memiliki kekayaan bersih mencapai Rp 50.000.000,- dan tidak termasuk bangunan dan tanah tempat usaha. Hasil penjualan usaha mikro setiap tahunnya paling banyak Rp 300.000.000,-

Usaha Kecil

Usaha kecil merupakan suatu usaha ekonomi produktif yang independen atau berdiri sendiri baik yang dimiliki perorangan atau kelompok dan bukan sebagai badan usaha cabang dari perusahaan utama. Dikuasai dan dimiliki serta menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah. Usaha yang masuk kriteria usaha kecil adalah usaha yang memiliki kekayaan bersih Rp 50.000.000,- dengan maksimal yang dibutuhkannya mencapai Rp

²⁶ Wawancara 8 Januari 2020

²⁷ Undang-Undang No20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah

500.000.000,-. Hasil penjualan bisnis setiap tahunnya antara Rp 300.000.000,- sampai paling banyak Rp 2,5.000.000.000,-.

3. Usaha Menengah

Pengertian usaha menengah adalah usaha dalam ekonomi produktif dan bukan merupakan cabang atau anak usaha dari perusahaan pusat serta menjadi bagian secara langsung maupun tak langsung terhadap usaha kecil atau usaha besar dengan total kekayaan bersihnya sesuai yang sudah diatur dengan peraturan perundang-undangan. Usaha menengah sering dikategorikan sebagai bisnis besar dengan kriteria kekayaan bersih yang dimiliki pemilik usaha mencapai lebih dari Rp500.000.000,- hingga Rp10.000.000.000,- dan tidak termasuk bangunan dan tanah tempat usaha. Hasil penjualan tahunannya mencapai Rp2,5 .000.000,- milyar sampai Rp50.000.000.000,-.

1.5.4.3 Peran UMKM dalam Mensejahterahkan Masyarakat

Usaha kecil dan menengah di mana pun memegang peranan penting. Bahkan usaha besar, agar lincah, harus berperilaku seperti usaha kecil yang saling berkaitan. Dalam mendiskusikan pembangunan ekonomi dan pengentasan kemiskinan, filsafat seperti ini menganjurkan orientasi strategi pembangunan “regional” yang mayoritas melibatkan produksi lokal dan usaha kecil untuk penggunaan dan konsumsi lokal. Teori pembangunan yang ia tawarkan menekankan pentingnya “*intermediate technology*”. Dengan kata lain, intinya usaha kecil dan menengah (bukan konglomerat), serta teknologi madya (bukan teknologi tinggi) yang lebih penting dikembangkan bagi pembangunan yang berorientasi pada manusia. Bagaimana dengan Indonesia? Perhatian terhadap usaha kecil mulai muncul saat Presiden Soeharto merencanakan Gerakan Kemitraan Usaha Nasional pada 15 Mei 1996. Presiden Soeharto mengatakan bahwa kemitraan usaha jangan sampai menimbulkan beban yang memberatkan rakyat sebab tujuan kemitraan membatasi konsentrasi kekuatan ekonomi yang berdampak pada kesenjangan usaha. Pada masa tersebut Kelompok Jimbaran mengumumkan bahwa sebanyak 41 kelompok usaha besar telah menyatakan komitmennya akan bermitra dengan 99.662 koperasi dan pengusaha kecil di seluruh Indonesia dengan nilai kemitraan lebih dari Rp.2,9 triliun.

Ada dua definisi UMKM yang dikenal di Indonesia. Pertama, definisi usaha menurut Undang –undang (UU) Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Menurut UU ini, usaha kecil didefinisikan sebagai kegiatan ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah atau usaha besar, serta memenuhi kriteria antara lain: kekayaan bersih Rp.50 juta sampai Rp.500 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan Rp.300 juta sampai Rp.2,5 miliar. Sedangkan bagi usaha mikro, dimana usaha tersebut sebuah usaha produktif mili orang perorangan atau badan usaha perorangan, serta memenuhi kriteria antara lain: kekayan bersih paling banyak Rp.50 juta, atau memilki total omzet paling banyak Rp.300 juta per tahun. Maka dari itu usaha menengah mendefinisikan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar. Serta memenuhi kriteria antara lain: kekayaan bersih Rp.500 juta sampai dengan Rp.10 miliar, atau memiliki hasil usaha penjuala tahunan lebih dari Rp.2,5 miliar sampai Rp.50 miliar.²⁸

Perhatian tinggi yang diberikan kepada para pelaku UMKM tersebut tidak lain sebagai wujud pemerintah dalam menyangga ekonomi rakyat kecil. UMKM mampu memberikan dampak secara langsung terhadap kehidupan masyarakat di sektor bawah. Setidaknya, ada 3 peran UMKM yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat kecil. Tiga peran tersebut seperti ;²⁹

1. Sarana mengentaskan masyarakat dari jurang kemiskinan

Peran UMKM Pertama adalah sebagai sarana mengentaskan masyarakat kecil dari jurang kemiskinan. Alasan utamanya adalah, tingginya angka penyerapan tenaga kerja oleh UMKM. Hal ini terbukti dalam data milik

²⁸ Kuncoro,Mudrajat.2010. Usaha Kecil di Indonesia.

²⁹ Dwi Anggraeni,Feni.Jurnal Administrasi Publik (JAP),Vol1 No.6 Hal. 1286-1295

Kementerian Koperasi dan UMKM tahun 2011. Disebutkan, lebih dari 55,2 juta unit UMKM mampu menyerap sekitar 101,7 juta orang. Angka tersebut meningkat menjadi sekitar 57,8 juta unit UMKM dengan jumlah tenaga kerja mencapai 114 juta orang.

2. Sarana untuk meratakan tingkat perekonomian rakyat kecil

UMKM juga memiliki peran yang sangat penting dalam pemerataan ekonomi masyarakat. Berbeda dengan perusahaan besar, UMKM memiliki lokasi di berbagai tempat. Termasuk di daerah yang jauh dari jangkauan perkembangan zaman sekalipun. Keberadaan UMKM di 34 provinsi yang ada di Indonesia tersebut memperkecil jurang ekonomi antara yang miskin dengan kaya. Selain itu, masyarakat kecil tak perlu berbondong-bondong pergi ke kota untuk memperoleh penghidupan yang layak.

3. Memberikan pemasukan devisa bagi negara

Peran UMKM yang tidak kalah penting yaitu dapat memberikan pemasukan bagi negara dalam bentuk devisa. Saat ini, UMKM Indonesia memang sudah sangat maju. Pangsa pasarnya tidak hanya skala nasional, melainkan skala internasional.

1.6 Definisi Konsep

Dalam rangka mendefinisikan suatu konsep yang tepat, maka peneliti dapat memanfaatkan dan membandingkan definisi yang telah dipakai dalam dunia ilmiah dan kemudian menghubungkan definisi-definisi tersebut sesuai dengan tujuan ilmiah yang dimaksudkannya.³⁰

1. Kolaborasi: kerjasama antara dua pihak atau lebih yang berbagi peran untuk mencapai tujuan bersama.
2. *Stakeholder*: individu dan/atau kelompok yang memiliki keterkaitan dengan isu dan permasalahan yang menjadi fokus kajian atau perhatian, serta dapat mempengaruhi dan dipengaruhi oleh kegiatan, kebijakan, dan tujuan organisasi.
3. Kolaborasi *Stakeholder*: kerjasama antar *stakeholder* yang bersifat saling bergantung untuk mencapai keputusan kolektif dalam mencapai tujuan bersama

³⁰ Vredenburg, Jacob. 1979. *Metode dan Teknik Penelitian Dalam Masyarakat*. Jakarta: Gramedia.

dimana setiap aktor yang berkolaborasi memiliki hubungan yang lebih dekat, komunikasi yang intensif, serta seringkali mengaburkan batas-batas organisasi.

4. Kejahteraan Masyarakat : proses kehidupan antar masyarakat untuk mewujudkan suatu kehidupan yang damai dan makmur.
5. UMKM: proses usaha ekonomi produktif yang dimiliki perorangan msupun badan usaha sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh undang-undang No 20 Tahun 2008.

1.7 Metodologi Penelitian

Dalam penelitian ilmiah, metode merupakan pedoman yang harus digunakan dalam menjawab perumusan masalah. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), metode merupakan cara teratur yang digunakan untuk melaksanakan suatu pekerjaan agar tercapai sesuai dengan apa yang dikehendaki. Metode penelitian secara umum didefinisikan sebagai suatu kegiatan ilmiah yang terencana, terstruktur, sistematis, dan memiliki tujuan tertentu baik praktis maupun teoritis menurut pendapat Raco.³¹

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan dalam penelitian ini, peneliti berusaha untuk memperoleh gambaran, mengetahui dan memahami, serta dapat menjelaskan fenomena sosial yang terjadi. Maka dari itu, metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian kualitatif. Alasan penggunaan metode penelitian kualitatif dalam penelitian ini karena peneliti berusaha untuk mengungkapkan dan memahami suatu fenomena dari bagaimana kolaborasi antar *stakeholder* di kampung kreatif eks lokalisasi Dolly Kota Surabaya.

Penelitian kualitatif bertujuan untuk memperoleh gambaran seutuhnya mengenai suatu fenomena yang diteliti. Penelitian kualitatif memandang fenomena sosial sebagai sesuatu yang holistik, kompleks, dinamis, dan penuh makna menurut Satori dan Komariah.³² Oleh karena itu, dengan menggunakan metode kualitatif, peneliti dapat memperoleh data untuk memperdalam wawasan

³¹ Raco, Jozev. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Grasindo

³² Satori, Djam'an dan Aan Komariah. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: ALFABETA.

mengenai kolaborasi antar *stakeholder* dalam mewujudkan pembangunan inklusif di sektor pariwisata, sehingga data yang didapat kredibel dan bermakna untuk mencapai tujuan penelitian.

1.7.1 Tipe Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian ini, penulis memilih menggunakan tipe penelitian deskriptif dengan strategi studi kasus. Tipe penelitian deskriptif sebagaimana yang diungkapkan oleh Gulo adalah metode kualitatif yang didasarkan pada pertanyaan dasar, yaitu bagaimana. Sebagaimana pula yang diungkapkan oleh Sugiyono bahwa penelitian deskriptif adalah metode kualitatif untuk mendapatkan data yang mendalam, suatu data yang mengandung makna.

Penelitian studi kasus menurut Pujileksono adalah penelitian yang meneliti fenomena kontemporer secara utuh dan menyeluruh pada kondisi yang sebenarnya, dengan menggunakan berbagai bentuk data kualitatif.³³ K. Yin mendefinisikan studi kasus sebagai suatu inkuiri empiris yang menyelidiki fenomena di dalam konteks kehidupan nyata, merupakan sebuah metode yang mengacu pada penelitian yang memiliki unsur *how* dan *why* pada pertanyaan utama penelitiannya dan meneliti masalah kontemporer (masa kini). Lebih lanjut K. Yin menjelaskan bahwa studi kasus memungkinkan peneliti untuk mempertahankan karakteristik holistik dan bermakna dari peristiwa- peristiwa kehidupan nyata seperti siklus kehidupan nyata. Penjelasan tersebut menjadi dasar bahwa studi kasus memiliki karakteristik penelitian kualitatif dimana terdapat latar alamiah.³⁶

Kolaborasi antar *stakeholder* dalam mensejahterahkan masyarakat di kampung kreatif eks lokalisasi Dolly kota Surabaya merupakan studi kasus yang menarik. Strategi studi kasus digunakan dalam penelitian ini untuk mendeskripsikan bagaimana kolaborasi antar *stakeholder* dan pencapaiannya dalam kaitannya dengan mensejahterahkan masyarakat.

³³ Pujileksono, Sugeng. 2015. *Metode Penelitian Kualitatif*. Malang: Intrans Publishing. ³⁶ Yin, Robert K. 2001. *Studi Kasus Desain & Metode*. Jakarta: Rajawali Press

1.7.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat atau wilayah dimana penelitian dilakukan. Penentuan lokasi dalam penelitian ini dilakukan secara purposive. Lokasi penelitian yang dipilih dalam penelitian ini adalah wisata kampung kreatif eks lokalisasi Dolly kota Surabaya". Kampung kreatif ini menjadi lokasi penelitian dengan pertimbangan bahwa kampung kreatif eks lokalisasi ini merupakan salah satu kampung kreatif yang didirikan oleh pemerintah kota suarabaya dijadikan tempat wisata local maupun non lokal yang saat ini dibutuhkan perhatian lebih dari masyarakat setempat dan pemerintahan setempat agar dapat lebih berkembang dengan wisata yag lainnya di kota Surabaya.

Tepatnya, penelitian lain dilakukan Dinas Perindustrian dan perdagangan dan Dinas Koperasi & UMKM. Dinas tersebut merupakan orang-orang yang mengetahui proses pembinaan dan pelatihan UMKM yang ada di kampung kreatif.

Penelitian juga dilakukan di kantor Kecamatan Sawahan dan Kelurahan Putat Jaya, dan Kelompok masyarakat. Lokasi-lokasi tersebut menjadi tempat melakukan penelitian dengan pertimbangan bahwa instansi tersebut memiliki peran dalam menyusun kebijakan perencanaan didirikannya kampung kreatif eks lokalisasi dolly Kota Surabaya.

1.7.3 Teknik Penentuan Informan

Dalam penelitian kualitatif, hal utama yang digunakan sebagai sumber pengumpulan data adalah informan. Informan merupakan orang-orang tertentu yang diharapkan mengetahui dan paham terkait fokus dalam penelitian, sehingga dapat memberikan informasi yang dibutuhkan. Untuk mengumpulkan data dan informasi yang valid dan akurat, pengumpulan data utama peneliti akan melakukan wawancara langsung secara mendalam kepada informan yaitu Dinas Perdagangan, Dinas Koperasi & UMKM kota Surabaya yang melakukan pembinaan UMKM di Kota Surabaya, serta mencatat kejadian serta informasi dari para informan yang kemudian dijadikan sebagai bahan penulisan laporan

hasil penelitian sampai informasi mengarah ke titik jenuh. Dalam penelitian ini, teknik penentuan informan yang digunakan adalah teknik purposive sampling. Purposive sampling merupakan teknik penentuan informan yang dilakukan dengan cara memilih siapa saja subjek yang ada dalam posisi terbaik untuk memberikan informasi yang dibutuhkan.

Tabel 1.7 Daftar Informan penelitian

No	Nama	Jabatan
1.	Ibu Wiwiek	Kadis Perdagangan Kota Surabaya
2.	Ibu Ina	Sekretaris Kadis Dinas Koperasi &UMKM Kota Surabaya
3.	Pak Wahyu	Sekretaris Lurah Putat Jaya
4.	Pak Bryan	Lurah Putat Jaya Kota Surabaya
5.	Pak Yudi	Staff Kecamatan Kota Surabaya
6.	Pak Nirwono	Pak RT Putat Jaya gang 2A selaku orang Dinas Ketahanan Pangan Kota Surabaya
7.	Bu Endang	Pelaku UMKM Batik
8.	Bu Asih	Pelaku UMKM Makanan
9.	Pak Anton	Pelaku UMKM Makanan & Minuman Siap Saji
10.	Bu Atik	Pelaku UMKM Konveksi

Peneliti mendapatkan beberapa variasi informasi terkait dana desa yang memang peneliti butuhkan pada saat turun lapangan untuk mendukung data-data lain yang diperoleh melalui sumber yang kredibel yaitu studi dokumen dan observasi langsung.

Menurut Satori dan Komariah dengan mengutip pendapat Lincoln dan Guba mengemukakan bahwa ciri-ciri khusus sampel purposive yaitu sebagai berikut:³⁴

- a. Emergent sampling design; bersifat sementara; sabagai pedoman awal terjun ke lapangan, setelah sampai di lapangan boleh saja berubah sesuai dengan keadaan.

³⁴ Satori, Djamaah dan Aan Khomariah.2010.
.Bandung;ALFABETA.hlm53

- b. Serial selection of sample units; menggelingding seperti bola salju (snowball); sesuai dengan petunjuk yang didapatkan dari informan- informan yang telah diwawancarai.
- c. *Continuous adjustment of „focusing“ of the sample*; siapa yang akan dikejar sebagai informan baru disesuaikan dengan petunjuk informan sebelumnya dan sesuai dengan kebutuhan penelitian, unit sampel yang dipilih makin lama makin terarah sejalan dengan terarahnya fokus penelitian.
- d. *Selection to the point of redundancy*; pengembangan informan dilakukan terus

1.7.4 Teknik Pengumpulan data

Fase yang paling penting dalam penelitian adalah pengumpulan data, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Teknik pengumpulan data merupakan prosedur yang sistematis untuk memperoleh data yang dibutuhkan. Terdapat beberapa cara yang digunakan dalam teknik pengumpulan data yakni observasi, wawancara, dokumentasi, dan gabungan (triangulasi). Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara observasi, dokumentasi, dan wawancara.

1. Observasi

Observasi menurut Bungin dalam Satori dan Komariah adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian menggunakan pengamatan dan pengindraan.³⁵ Dalam konteks penelitian kualitatif, observasi tidak untuk menguji kebenaran tetapi untuk mengetahui kebenaran yang berhubungan dengan topik penelitian. Tujuan observasi adalah untuk memahami konteks data dalam keseluruhan situasi sosial dan memperoleh pandangan secara holistik. Oleh karena itu, peneliti haruslah cermat dalam membaca situasi sosial yang terjadi dalam lapangan. Untuk menyempurnakan aktivitas pengamatan seorang peneliti mengikuti kegiatan keseharian yang dilakukan oleh informan dalam waktu tertentu, memerhatikan apa yang terjadi,

³⁵ Satori, Djamaah dan Aan Khomariah.2010. .Bandung:ALFABETA.hlm 105.

mendengarkan apa yang dikatakannya, mempertanyakan informasi yang menarik, dan mempelajari dokumen yang dimiliki. Observasi awal dilakukan peneliti Kampung kreatif mulai bulan Novemer 2019 sampai Januari 2020 tetapi untuk mengurus surat ijin penelitian pada waktu bulan Desember 2019. Langkah pertama yang dilakukan peneliti adalah mendatangi kampung kreatif dan sedikit membicarakan mengenai kampung kreatif untuk wawancara informal guna mengetahui siapa saja yang berhubungan kerjasama antar *stakeholder* di kampung kreatif di Jalan Putat Jaya Gang 2A Kota Surabaya.

2. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang sering digunakan dalam penelitian kualitatif. Dalam teknik wawancara berarti peneliti melakukan interaksi komunikasi atau percakapan antara peneliti dan informan dengan maksud menghimpun informasi. Menurut Esterberg dalam Satori dan Komariah wawancara merupakan interaksi antara dua orang guna bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.³⁶ Melalui wawancara ini pewawancara dapat menggunakan daftar pertanyaan yang telah disiapkan sebagai panduan dalam melakukan wawancara. Wawancara dilakukan terhadap pihak-pihak yang terlibat dalam kolaborasi bertujuan untuk memperoleh informs yang senyatanya tanpa ada suatu hal yang ditutupi oleh infroman.

3. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data yang juga berperan besar adalah dokumentasi. Dokumentasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif yang bertujuan untuk mengungkapkan dan mencari berbagai sumber informasi yang berkaitan dengan permasalahan penelitian.

Menurut Gottschalk dalam Satori dan Komariah dokumentasi dapat berupa proses pembuktian yang berasal dari jenis sumber apapun, baik itu yang bersifat

³⁶ Satori, Djamaah dan Aan Khomariah.2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung;ALFABETA.hlm 130

tulisan, lisan, gambaran, atau arkeologis.³⁷ Dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini meliputi dokumen resmi, fotografi, dan data kualitatif sebagai berikut:

1. Daftar UMKM Kampung Kreatif eks lokalisasi oleh Peneliti saat ke lapangan
2. Jumlah UMKM & Pekerja di Indonesia Tahun 2000-2013 oleh Badan Pusat Statistik

³⁷ Satori, Djamaah dan Aan Khomariah.2010. .Bandung;ALFABETA.hlm
159

3. Profil Objek Kampung Kreatif Eks lokalisasi
4. Perkembangan Jumlah UMKM di Indonesia Tahun 2014-2017 oleh Kementrian koprasi & UMKM RI
5. Deklarasi Alih Fungsi & Alih Profesi Lokalisasi Dolly & Jarak Nota Kesepahaman Bersama Antara Pemerintah Kota Surabaya, Polres Surabaya, Komando Resort Militer.
6. Dokumentasi pelatihan UMKM di kampung kreatif
7. Pertumbuhan Jumlah UMKM di Kota Surabaya oleh Dinas Koperasi&UMKM Kota Surabaya Struktur Organisasi Sinas Perdagangan Kota Surabaya
8. Profil Dinas Koperasi & UMKM Kota Surabaya
9. Profil Dinas Perdagangan Kota Surabaya
10. Daftar pelaku Usaha Binaan Dinas Koperasi &UMKM Kota Surabaya Tahun 2016-2018.
11. Tugas, Pokok, dan Fungsi Pemerintahan Kelurahan Putat Jaya.

1.7.5 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Dalam penelitian dibutuhkan derajat kepercayaan sebagai pembuktian bahwa suatu penelitian dapat dipertanggungjawabkan baik secara ilmiah maupun secara praktis. Dalam penelitian kualitatif, untuk membuktikan data agar dapat dipercaya disebut dengan keabsahan data.

Pada penelitian ini, teknik yang digunakan dalam pemeriksaan keabsahan data untuk mendapatkan derajat kepercayaan (kredibilitas) data adalah teknik triangulasi data. Triangulasi data diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber, berbagai cara, dan berbagai waktu menurut Sugiyono.³⁸ Triangulasi merupakan cara untuk menghilangkan perbedaan-perbedaan pandangan konstruksi kenyataan dalam konteks studi sewaktu pengumpulan data guna mendapatkan data yang faktual dan obyektif. Dalam pelaksanaan teknik traingulasi data, peneliti mengecek kembali temuannya dengan cara membandingkannya dengan berbagai sumber, metode atau teknik, dan waktu.

³⁸ Sugiyono.2005. Memahami Penelitian Kualitatif.Bandung:ALFABETA.hlm 125

Triangulasi data yang digunakan pada penelitian ini yaitu dengan cara mengecek ulang data-data temuan yang diperoleh melalui sumber dan teknik yang berbeda. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. Membandingkan data yang diperoleh dari hasil wawancara mendalam dengan hasil pengamatan (observasi) di lapangan. Peneliti membandingkan hasil wawancara mendalam dengan hasil pengamatan yang ditangkap dengan panca indera peneliti di lapangan. Pada penelitian ini, hasil observasi peneliti dengan hasil wawancara cenderung sama.
2. Membandingkan data dari dokumen tertulis dengan hasil wawancara mendalam dan observasi. Peneliti membandingkan dokumen Perjanjian Kerjasama antara Dinas dengan Masyarakat eks Lokalisasi dengan observasi dan hasil wawancara yang telah dilakukan.
3. Membandingkan hasil wawancara mendalam dari informan yang terpilih dengan informasi yang didapatkan dari informan lainnya mengenai permasalahan yang sama. Peneliti membandingkan hasil wawancara dari satu informan dengan hasil wawancara informan lainnya. Hal ini dilakukan peneliti untuk menganalisis dan menyimpulkan suatu komponen kolaborasi baik atau tidak.

1.7.6 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif, data diperoleh dari berbagai sumber dengan teknik wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi yang dilakukan terus menerus sampai datanya jenuh. Tahap selanjutnya setelah memperoleh data adalah menganalisis data temuan. Teknik analisis data bertujuan untuk menjawab rumusan masalah topik penelitian.

Analisis data kualitatif menurut Bogdan dalam (Sugiyono, 2005: 88) adalah kegiatan menyusun data secara sistematis sehingga mudah dipahami dan dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data merupakan kegiatan mengorganisasikan data, menjabarkan dan memilah-milah menjadi satuan yang dapat dikelola, mensistesis data, menyusun pola data, menentukan data yang penting dalam penelitian, dan membuat kesimpulan.

Analisis data dilakukan sejak sebelum, saat, dan setelah selesai mengumpulkan data. Miles dan Huberman dalam (Sugiyono, 2005: 91). menyatakan bahwa kegiatan analisis data terdiri dari tiga komponen yaitu reduksi data (data reduction), penyajian data (display data), dan penarikan kesimpulan (conclusion drawing/verification).

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan langkah pertama dalam menganalisis data temuan. Kegiatan mereduksi data terdiri dari kegiatan memilah data, memusatkan perhatian pada hal-hal yang penting, dan mencari serta membentuk pola sehingga data memberikan gambaran data yang lebih jelas. Dalam reduksi data berarti peneliti menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasikan data dengan cara sedemikian rupa hingga dapat ditarik kesimpulan-kesimpulan. Reduksi data berlangsung secara terus menerus selama pengumpulan data berlangsung. Informan pada penelitian ini seringkali membelokkan topik yang diajukan oleh peneliti, misalnya seperti bercerita tentang keluarganya. Hal-hal yang tidak sesuai dengan fokus penelitian telah dibuang oleh peneliti. Hasil wawancara dalam penelitian ini telah dipilih dan dipilah oleh peneliti, sehingga semua kutipan wawancara yang disajikan pada bab tiga sudah sesuai dengan topik permasalahan.

2. Penyajian Data

Setelah mereduksi data, langkah selanjutnya adalah penyajian data. Penyajian data merupakan sekumpulan informasi yang tersusun secara sistematis. Penyajian yang sering digunakan dalam data kualitatif yakni bentuk teks yang bersifat naratif. Namun, penyajian data kualitatif juga dapat berupa grafik, matrik, jejaring kerja (*network*) dan bagan. Penyajian data dilakukan dengan mentransformasi informasi yang kompleks ke dalam bentuk-bentuk yang disederhanakan dan selektif atau konfigurasi yang mudah dipahami. Dalam hal ini, peneliti telah mengolah hasil wawancara menjadi tabel-tabel agar mudah dipahami.

3. Penarikan Kesimpulan

Langkah terakhir dari analisis data adalah menarik kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan akhir tergantung pada data temuan dan kecakapan peneliti. Kesimpulan awal masih bersifat sementara dan akan berubah jika terdapat temuan-temuan baru dalam tahap pencarian berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang didapat konsisten saat peneliti kembali ke lapangan (verifikasi hasil penelitian), maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel atau dapat dipercaya. Kesimpulan pada penelitian ini yakni kolaborasi antar *stakeholder* di Kampung Kreatif eks Lokalisasi berjalan cukup baik, namun ditemukan komponen yang kuat yaitu pemahaman bersama, administrasi, dan mutualitas. Selain itu, kesimpulan yang lain menunjukkan bahwa pencapaian pada sektor UMKM sudah baik. Kesimpulan- kesimpulan yang lebih rinci disajikan pada bab empat.