

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Pemberdayaan Masyarakat

##### 1. Pengertian dan Tujuan Pemberdayaan Masyarakat

###### a. Pengertian pemberdayaan masyarakat

Lahirnya konsep pemberdayaan sebagai antitesa terhadap model pembangunan yang kurang memihak pada rakyat mayoritas. Konsep ini dibangun dari kerangka logik sebagai berikut: (1) bahwa proses pemusatan kekuasaan terbangun dari pemusatan kekuasaan faktor produksi; (2) pemusatan kekuasaan faktor produksi akan melahirkan masyarakat pekerja dan masyarakat pengusaha pinggiran; (3) kekuasaan akan membangun bangunan atas atau sistem pengetahuan, sistem politik, sistem hukum dan sistem ideologi yang manipulatif untuk memperkuat legitimasi; dan (4) pelaksanaan sistem pengetahuan, sistem politik, sistem hukum dan ideologi secara sistematis akan menciptakan dua kelompok masyarakat, yaitu masyarakat berdaya dan masyarakat tunadaya (Pranarka dkk., 1996).

Pemberdayaan merupakan suatu strategi dalam pembangunan yang pelaksanaannya dituangkan dan dikembangkan dalam kegiatan-kegiatan pembangunan. Pemberdayaan lebih cenderung dikembangkan terutama di negara-negara sedang berkembang. Paradigma pemberdayaan berupaya untuk mengubah kondisi yang serba sentralistik yang tidak memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk ikut terlibat dalam proses pembangunan terutama dalam proses perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi program pembangunan menuju ke arah yang lebih otonom dengan cara memberi kesempatan masyarakat yang belum berdaya untuk merencanakan dan kemudian melaksanakan program pembangunan yang mereka pilih sendiri melalui partisipasi aktif dalam pembangunan.

Secara etimologis, pemberdayaan itu berasal dari bahasa Inggris “*empowerment*”, yang mempunyai makna dasar “*pemberdayaan*”, di mana “*daya*” bermakna kekuatan (*power*). Beberapa pengertian yang berkaitan dengan pemberdayaan masyarakat menurut pendapat para pakar di antaranya yaitu:

- a. Chaskin (2001):

*“Community building in all a these effort consists of actions to strengthen the capacity of communities to identify priorities and opportunities and to foster and sustain positive neighborhood change”.*

- b. Ferguson and Dickens (1999):

*“Community development is asset building that improves the quality of life among residents of low - to moderate - income communities, where communities are defined as neighborhood or multi-neighbohood areas”.*

- c. Green et. al (2007):

*“Community development is defined as a planned effort to produce assets that increase the capacity of resident to improve their quality of life”.*

- d. Vidal and Keating (2004):

*“Community development is a place-based approach. It concentrates on creating assets that benefit people in poor neighborhoods, largely by building and tapping links to external resources”.*

- e. Schneider dalam Mardikanto (2010 a) :

*“Empowerment goes well beyond the narrow realm of political power, and differs from the classical definition of power by max weber. Empowerment is used to describe the gaining of strength in the various ways necessary to be able to move out of poverty, rather than literally “taking over power from some body else” at the purely poltical level. This means, it includes knowledge, education, organization, right and voice as well as financial and material resources”.*

- f. Chambers (1985) mengemukakan bahwa pemberdayaan masyarakat adalah sebuah konsep pembangunan ekonomi yang merangkum nilai-nilai sosial. Konsep ini mencerminkan paradigma baru pembangunan, yakni yang bersifat *“people-centered, participatory, empowering, and sustainable”*.

- g. Ife dan Tesoriero (2008): pemberdayaan masyarakat memuat dua pengertian kunci, yaitu kekuasaan dan kelompok lemah. Kekuasaan diartikan bukan hanya menyangkut kekuasaan politik dalam arti sempit, melainkan kekuasaan atau penguasaan klien atas:

- 1) Pilihan personal dan kesempatan hidup, yaitu kemampuan dalam membuat keputusan mengenai gaya hidup, tempat tinggal dan pekerjaan.
- 2) Pendefinisian kebutuhan, yaitu kemampuan menentukan kebutuhan selaras dengan aspirasi dan keinginannya.

- 3) Lembaga, yaitu kemampuan menjangkau, menggunakan dan mempengaruhi pranata masyarakat, seperti lembaga kesejahteraan sosial, pendidikan dan kesehatan.
  - 4) Ide atau gagasan, yaitu kemampuan mengekspresikan dan menyumbangkan ide atau gagasan dalam suatu forum atau diskusi secara bebas dan tanpa tekanan.
  - 5) Sumber, yaitu kemampuan memobilisasi sumber-sumber formal, informal dan masyarakat.
  - 6) Aktivitas ekonomi, yaitu kemampuan memanfaatkan dan mengelola mekanisme produksi, distribusi dan pertukaran barang dan jasa.
  - 7) Reproduksi, yaitu kemampuan yang berkaitan dengan proses kelahiran, perawatan anak, pendidikan, dan sosialisasi.
- h. Mardikanto (2010 a): istilah pemberdayaan dapat juga diartikan sebagai upaya memenuhi kebutuhan yang diinginkan oleh individu, kelompok dan masyarakat luas agar mereka memiliki kemampuan untuk melakukan pilihan dan mengontrol lingkungannya agar dapat memenuhi keinginan-keinginannya, termasuk aksesibilitasnya terhadap sumber daya yang terkait dengan pekerjaannya, aktivitas sosialnya dan lain-lain. Sejalan dengan itu dikemukakan juga bahwa pemberdayaan dapat diartikan sebagai upaya peningkatan kemampuan masyarakat (miskin, marjinal, terpinggirkan) untuk menyampaikan pendapat dan atau kebutuhannya, plihan-pilihannya, berpartisipasi, bernegosiasi, mempengaruhi dan mengelola kelembagaan masyarakatnya secara bertanggung-gugat (*accountable*) demi perbaikan kehidupannya.
- i. Usman (2012): pemberdayaan masyarakat adalah sebuah proses dalam bingkai usaha untuk memperkuat yang disebut sebagai *community self reliance* (kemandirian). Dalam proses ini masyarakat didampingi untuk membuat analisis masalah yang dihadapi, dibantu untuk menemukan alternatif solusi masalah, serta diperlihatkan strategi pemanfaatan berbagai sumber daya yang dimiliki dan dikuasai.

- j. Budimanta dan Rudito (2008): pemberdayaan masyarakat merupakan suatu proses adaptasi sosial budaya yang dilakukan oleh industri, pemerintah pusat dan daerah terhadap kehidupan komunitas lokal. Pemberdayaan masyarakat adalah kegiatan pengembangan masyarakat yang dilakukan secara sistematis, terencana dan diarahkan untuk memperbesar akses masyarakat guna mencapai kondisi sosial, ekonomi dan kualitas kehidupan yang lebih baik apabila dibandingkan dengan kegiatan pembangunan sebelumnya.
- k. Menurut Adisasmita (2006), pemberdayaan masyarakat diartikan sebagai aktivitas yang dilakukan oleh masyarakat, di mana masyarakat mampu mengidentifikasi kebutuhan dan masalah secara bersama-sama dan merupakan perpaduan antara pembangunan sosial ekonomi dengan pengorganisasian masyarakat.
- l. Menurut Sumodiningrat (1996), pembangunan yang berorientasi pada pemberdayaan memberikan kesempatan kepada setiap anggota masyarakat untuk dapat ikut serta dalam proses pembangunan dengan mendapatkan kesempatan yang sama dan menikmati hasil pembangunan tersebut sesuai dengan kemampuannya.

Dalam pengertian yang lebih luas berkaitan dengan beberapa pendapat pakar tentang pemberdayaan masyarakat maka dapat disimpulkan bahwa pemberdayaan masyarakat adalah suatu upaya dan proses untuk memfasilitasi, mendorong dan memandirikan masyarakat agar bisa melakukan dan mengembangkan kemampuan dirinya sendiri secara proporsional melalui partisipasi aktif dalam penentuan pilihan dan kebutuhannya, pendidikan, permodalan, kreativitas dan inovasi serta peningkatan kemampuan melalui keterampilan sehingga menjadi pelaku utama dalam memanfaatkan lingkungan strategisnya untuk bisa memperbaiki dan menentukan kesejahteraan hidupnya dimasa sekarang dan masa yang akan datang.

b. Tujuan pemberdayaan masyarakat

Pemberdayaan merupakan implikasi dari strategi pembangunan yang berbasis pada masyarakat (*people centered development*) yang selalu merujuk kepada upaya perbaikan terutama perbaikan pada mutu hidup manusia baik secara

fisik, mental, ekonomi maupun soisal budaya (Mardikanto, 2013), sehingga tujuan pemberdayaan meliputi beragam upaya perbaikan sebagai berikut :

- a. Perbaikan pendidikan (*better education*) dalam arti bahwa pemberdayaan harus dirancang sebagai suatu bentuk pendidikan yang lebih baik.
- b. Perbaikan aksesibilitas (*better accesibility*) dengan tumbuh dan berkembangnya semangat belajar seumur hidup, diharapkan akan memperbaiki aksesibilitasnya, utamanya aksesibilitas dengan sumber informasi/ inovasi, sumber pembiayaan, penyedia produk dan peralatan, lembaga pemasaran, dan lain-lain.
- c. Perbaikan tindakan (*better action*) dengan berbekal perbaikan pendidikan dan perbaikan aksesibilitas dengan beragam sumber daya yang lebih baik, diharapkan akan terjadi tindakan-tindakan yang semakin lebih baik.
- d. Perbaikan kelembagaan (*better institution*) dengan perbaikan tindakan/ kegiatan yang dilakukan, diharapkan akan memperbaiki kelembagaan, termasuk pengembangan jejaring kemitraan usaha.
- e. Perbaikan usaha (*better business*) perbaikan pendidikan (semangat belajar), perbaikan aksesibilitas, kegiatan dan perbaikan kelembagaan, diharapkan akan memperbaiki bisnis yang dilakukan.
- f. Perbaikan pendapatan (*better income*) dengan terjadinya perbaikan bisnis yang dilakukan, diharapkan akan dapat memperbaiki pendapatan yang diperolehnya, termasuk pendapatan keluarga dan masyarakatnya.
- g. Perbaikan lingkungan (*better environment*) perbaikan pendapatan diharapkan dapat memperbaiki lingkungan (fisik dan sosial) karena kerusakan lingkungan sering kali disebabkan oleh kemiskinan atau pendapatan yang terbatas.
- h. Perbaikan kehidupan (*better living*) tingkat pendapatan dan keadaan lingkungan yang membaik, diharapkan dapat memperbaiki keadaan kehidupan setiap keluarga dan masyarakat.
- i. Perbaikan masyarakat (*better community*) keadaan kehidupan yang lebih baik, yang didukung oleh lingkungan (fisik dan sosial) yang lebih baik, diharapkan akan terwujud kehidupan masyarakat yang lebih baik pula.



Kemudian yang menjadi komponen inti yang ingin dicapai dari tujuan pemberdayaan masyarakat menurut Sulistiyani (2004) adalah untuk membentuk individu dan masyarakat menjadi mandiri. Kemandirian tersebut meliputi kemandirian berfikir, bertindak dan mengendalikan apa yang mereka lakukan tersebut. Untuk mencapai kemandirian masyarakat diperlukan sebuah proses. Melalui proses belajar maka secara bertahap masyarakat akan memperoleh kemampuan atau daya dari waktu ke waktu. Beberapa pendapat tentang tujuan pemberdayaan masyarakat dapat disimpulkan bahwa pemberdayaan masyarakat yang dilakukan bertujuan untuk membentuk individu, kelompok dan anggota masyarakat lainnya menjadi mandiri ditandai dengan adanya perbaikan dalam segala aspek kehidupan masyarakat, baik ekonomi, sosial budaya maupun aspek kehidupan lainnya sehingga tercapai kesejahteraan dan perbaikan kualitas hidup.

## **2. Pembangunan Berbasis Pemberdayaan**

Mardikanto (2013), keberdayaan masyarakat merupakan unsur dasar yang memungkinkan suatu masyarakat bertahan, dan dalam pengertian yang dinamis mengembangkan diri dan mencapai kemajuan. Keberdayaan masyarakat itu sendiri menjadi sumber dari apa yang di dalam wawasan politik disebut sebagai ketahanan nasional. Artinya bahwa apabila masyarakat memiliki kemampuan ekonomi yang tinggi, maka hal tersebut merupakan bagian dari ketahanan ekonomi nasional. Dalam kerangka pikir inilah upaya memberdayakan masyarakat pertama-tama haruslah dimulai dengan menciptakan suasana atau iklim yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang. Di sini titik tolaknya adalah pengenalan bahwa setiap manusia, setiap masyarakat, memiliki potensi yang dapat dikembangkan. Artinya bahwa tidak ada masyarakat yang sama sekali tanpa daya karena kalau demikian akan punah.

Lebih lanjut dikatakan juga bahwa pendekatan utama dalam konsep pembangunan berbasis pemberdayaan adalah masyarakat tidak dijadikan objek dari berbagai proyek pembangunan tetapi merupakan subjek dari upaya pembangunannya sendiri. Artinya bahwa upaya dalam pembangunan itu harus terarah dan berpihak kepada masyarakat serta program pembangunan itu harus langsung mengikutsertakan atau bahkan dilaksanakan oleh masyarakat yang

menjadi sasaran sehingga upaya pembangunan tersebut langsung ditujukan kepada yang memerlukan, dengan program yang dirancang untuk mengatasi masalahnya dan sesuai dengan kebutuhannya.

Kemudian Korten (1994) juga mengungkapkan bahwa konsep pembangunan berpusat pada rakyat memandang inisiatif kreatif dari rakyat sebagai sumber daya pembangunan yang utama dan memandang kesejahteraan material dan spiritual mereka sebagai tujuan yang ingin dicapai oleh proses pembangunan. Selanjutnya Korten (1994) mengemukakan terdapat tiga tema penting yang dianggap menentukan bagi konsep perencanaan yang berpusat pada rakyat di antaranya adalah :

- a. Penekanan akan dukungan dan pembangunan usaha-usaha swadaya kaum miskin guna menangani kebutuhan-kebutuhan mereka sendiri.
- b. Kesadaran bahwa walaupun sektor modern merupakan sumber utama bagi pertumbuhan ekonomi yang konvensional, tetapi sektor tradisional menjadi sumber utama bagi kehidupan sebagian besar rumah tangga miskin.
- c. Kebutuhan akan kemampuan kelembagaan yang baru dalam usaha membangun kemampuan para penerima bantuan yang miskin demi pengelolaan yang produktif dan swadaya berdasarkan sumber daya lokal.

Menurut Ndraha (1990) bahwa program-program pemberdayaan masyarakat sebenarnya bukan merupakan hal yang baru dilaksanakan tetapi sudah cukup lama dijalankan. Dengan istilah pembangunan masyarakat, program pemberdayaan masyarakat sudah dilakukan oleh pemerintah Inggris sejak tahun 1948 di daerah-daerah yang menjadi jajahannya di wilayah Afrika dengan tujuan untuk membangkitkan keinginan masyarakat agar mau dan mampu membangun dirinya sendiri.

Pembangunan berbasis pemberdayaan dalam pengertian lain disebut juga pembangunan berakarkan kerakyatan, sedangkan inti dari pembangunan kerakyatan adalah strategi pemberdayaan masyarakat, seperti yang dijelaskan oleh Kartasmita (1996) bahwa upaya yang dilakukan harus diarahkan pada akar persoalannya, yaitu peningkatan kemampuan rakyat. Bagian dalam masyarakat yang harus ditingkatkan kemampuannya dengan mengembangkan dan

mendinamisasikan potensinya, dengan kata lain memberdayakannya. Diharapkan dengan adanya kebijakan pembangunan yang berakar kerakyatan ini potensi yang dimiliki masyarakat akan berkembang dan meningkat produktifitasnya. Dengan demikian masyarakat dan lingkungannya dapat mampu secara partisipatif menghasilkan dan menumbuhkan nilai dalam pembangunan.

Pembangunan berbasis pemberdayaan juga berkaitan dengan erat pemberdayaan ekonomi rakyat. Menurut Mubyarto (1998) menyatakan bahwa dalam proses pemberdayaan masyarakat diarahkan pada pengembangan sumber daya manusia di pedesaan, penciptaan peluang berusaha yang sesuai dengan keinginan masyarakat. Masyarakat menentukan jenis usaha, kondisi wilayah yang pada gilirannya dapat menciptakan lembaga dan sistem pelayanan dari, oleh dan untuk masyarakat setempat. Upaya pemberdayaan masyarakat ini kemudian pada pemberdayaan ekonomi rakyat. Keberdayaan dalam konteks masyarakat adalah kemampuan individu yang bersenyawa dalam masyarakat dan membangun keberdayaan masyarakat yang bersangkutan. Suatu masyarakat yang sebagian besar anggotanya sehat fisik dan mental, terdidik dan kuat, tentunya memiliki keberdayaan yang tinggi.

### **3. Filosofi dan Prinsip-Prinsip Pemberdayaan Masyarakat**

Kelsey dan Hearne (1955) menyatakan bahwa falsafah pemberdayaan harus berpijak kepada pentingnya pengembangan individu di dalam perjalanan pertumbuhan masyarakat dan bangsanya sehingga disimpulkan oleh Mardikanto (2013) bahwa falsafah pemberdayaan adalah bekerja bersama masyarakat untuk membantunya agar mereka dapat meningkatkan harkatnya sebagai manusia (*helping people to help themselves*). Pemahaman “membantu masyarakat agar dapat membantu dirinya sendiri” harus dipahami secara demokratis yang menempatkan kedua belah pihak dalam kedudukan yang setara.

Lebih lanjut dikatakan lagi bahwa pemahaman konsep “membantu masyarakat agar dapat membantu dirinya sendiri” harus dipahami secara demokratis yang menempatkan kedua belah pihak dalam kedudukan yang sejajar pemahaman tersebut di atas dapat mengandung pengertian bahwa :



- a. Penyuluh/ fasilitator harus bekerja sama dengan masyarakat, dan bukannya bekerja untuk masyarakat. Kehadiran penyuluh/ fasilitator bukan sebagai penentu atau pemaksa, tetapi ia harus mampu menciptakan suasana dialogis dengan masyarakat dan mampu menumbuhkan, menggerakkan serta memelihara partisipasi masyarakat.
- b. Pemberdayaan tidak boleh menciptakan ketergantungan, tetapi harus mampu mendorong semakin terciptanya kreativitas dan kemandirian masyarakat agar semakin memiliki kemampuan untuk berswakarsa, swadaya, swadana dan swakelola bagi terselenggaranya kegiatan-kegiatan guna tercapainya tujuan, harapan dan keinginan-keinginan masyarakat sasaran.
- c. Pemberdayaan yang dilaksanakan harus selalu mengacu kepada terwujudnya kesejahteraan ekonomi masyarakat dan peningkatan harkatnya sebagai manusia.

Bertolak dari pemahaman bahwa pemberdayaan sebagai salah satu sistem pendidikan, maka pemberdayaan memiliki prinsip-prinsip (Mardikanto, 2013):

- a. Mengerjakan, artinya bahwa kegiatan pemberdayaan harus sebanyak mungkin melibatkan masyarakat untuk mengerjakan/ menerapkan sesuatu. Masyarakat akan mengalami proses belajar yang dapat diingat dalam jangka waktu yang lebih lama karena mengerjakan tersebut.
- b. Akibat, artinya kegiatan pemberdayaan masyarakat harus memberikan akibat atau pengaruh yang baik atau bermanfaat.
- c. Asosiasi, artinya setiap kegiatan pemberdayaan masyarakat harus dikaitkan dengan kegiatan lainnya, karena setiap orang dalam suatu kegiatan umumnya cenderung untuk selalu mengkaitkan/ membandingkan suatu kegiatan dengan kegiatan lain sebelum atau sesudahnya.

Menurut Koentjoro dan Budiono (2004), prinsip dasar pelaksanaan pengembangan masyarakat adalah:

- a. Pengembangan masyarakat adalah sebuah proses pengorganisasian masyarakat yang harus dilaksanakan secara metodis, sistematis dan profesional.

b. Pengorganisasian masyarakat hendaknya mempertimbangkan dan diterjemahkan ke dalam tindakan nyata, dengan memperhatikan prinsip-prinsip sebagai berikut:

- 1) *Collective interest*, bahwa pengorganisasian masyarakat hanya dapat dilakukan jika terdapat kepentingan bersama yang ingin diperjuangkan oleh masyarakat.
- 2) *Collective targets*, bahwa kepentingan bersama masyarakat seyogyanya dirumuskan dalam bentuk tujuan bersama.
- 3) *Collective actions*, bahwa tujuan bersama hanya dapat dicapai melalui kegiatan bersama pula.
- 4) *Collection action plan*, bahwa kegiatan bersama diatur dan distrukturkan terlebih dahulu melalui perencanaan bersama.
- 5) *Collective contributive*, bahwa rencana kegiatan dilaksanakan secara bersama melalui kontribusi bersama dari setiap anggota masyarakat yang bersangkutan.

Menurut Dubois dan Miley (1992), beberapa prinsip dan asumsi dalam kegiatan pemberdayaan adalah:

- a. Pemberdayaan adalah proses kolaboratif antara klien dan pekerja sosial bekerja bersama-sama.
- b. Proses pemberdayaan melihat sistem klien sebagai pemegang peranan penting (*competent*) dan mampu memberikan akses kepada sumber-sumber dan peluang-peluang yang tersedia.
- c. Klien harus menerima diri mereka sendiri sebagai *causal agent* yang memiliki kemampuan untuk mempengaruhi perubahan.
- d. Kompetensi diperoleh melalui pengalaman hidup.
- e. Pemecahan masalah didasarkan pada situasi masalah yang merupakan hasil dari kompleksitas faktor-faktor yang mempengaruhinya.
- f. Jaringan sosial informal adalah sumber pendukung yang penting untuk menjembatani tekanan dan membangun kompetensi dan kontrol diri.

- g. Orang harus berpartisipasi dalam pemberdayaan diri mereka, dan dalam mencapai tujuan, pengertian dan hasil dari pemberdayaan harus mereka artikulaskan sendiri.
- h. Tingkat kesadaran dan pengetahuan mengenai kegiatan untuk melakukan perubahan merupakan masalah utama dalam pemberdayaan.
- i. Pemberdayaan merupakan upaya untuk memperoleh sumber-sumber dan kemampuan menggunakan sumber-sumber tersebut secara efektif.
- j. Pemberdayaan adalah proses yang dinamis, sinergis, selalu berubah dan berevolusi, karena masalah-masalah yang dihadapi selalu berkembang dan memiliki berbagai alternatif cara pemecahannya.
- k. Pemberdayaan dapat dicapai melalui kesepadanan, struktur-struktur pribadi, dan perkembangan sosial ekonomi.

Menurut Ife dan Tesoriero (2008) terdapat beberapa prinsip dalam pelaksanaan pengembangan masyarakat di antaranya adalah sebagai berikut:

- a. Prinsip-prinsip ekologis. Pelaksanaan pengembangan masyarakat memegang prinsip kelestarian ekologis, sehingga pengembangan masyarakat harus memegang prinsip *holisme*, keberlanjutan, keanekaragaman, perkembangan organik, dan perkembangan yang seimbang.
- b. Prinsip-prinsip keadilan sosial dan hak asasi manusia. Pengembangan masyarakat dilaksanakan dalam hukum dunia yang lebih adil, sehingga pelaksanaan pengembangan masyarakat harus mengutamakan prinsip mengatasi struktur yang merugikan, mengatasi wacana-wacana yang merugikan, pemberdayaan, hak asasi manusia, pemahaman kebutuhan, menghargai pengetahuan lokal, menghargai budaya lokal, menghargai sumber daya lokal, menghargai ketrampilan masyarakat lokal, menghargai proses lokal, dan partisipatif.
- c. Prinsip-prinsip proses. Pengembangan masyarakat secara mendasar yaitu berkenaan dengan proses, bukan akibat/hasil, tentang titik awal, bukan titik akhir, karena itu kebanyakan dari prinsip pelaksanaan terpenting memiliki fokus pada gagasan proses, yang terdiri dari prinsip proses, hasil dan visi, integritas proses, menumbuhkan kesadaran, kerja sama dan konsensus,

langkah pembangunan, perdamaian dan anti kekerasan, inklusivitas, dan membangun masyarakat. Proses yang terbaik dianggap sebagai hasil penting yang dapat dicapai.

- d. Prinsip-prinsip global dan lokal. Hubungan antara global dan lokal merupakan bagian yang signifikan dari semua pelaksanaan pengembangan masyarakat, terdiri dari prinsip menghubungkan yang global dan lokal dan prinsip anti kolonialis.

#### **4. Lingkup Kegiatan Pemberdayaan Masyarakat**

Menurut Mardikanto (2013) dalam praktek pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh banyak pihak sering kali terbatas pada pemberdayaan ekonomi dalam rangka pengentasan kemiskinan (*poverty alleviation*) dan penanggulangan kemiskinan (*poverty reduction*) sehingga pemberdayaan dilakukan dalam bentuk pengembangan kegiatan produktif untuk meningkatkan pendapatan (*incoming generating*). Kemudian menurut Sumadyo dalam Mardikanto (2013) merumuskan tiga upaya pokok dalam setiap pemberdayaan masyarakat yang disebut sebagai Tri Bina yaitu Bina Manusia, Bina Usaha dan Bina Lingkungan. Namun terhadap rumusan ini terdapat komponen penting lainnya yaitu Bina Kelembagaan karena ketiga Bina tersebut akan terwujud seperti yang diharapkan, manakala didukung oleh efektivitas beragam kelembagaan yang diperlukan.

##### **a. Bina Manusia**

Bina manusia merupakan upaya pertama dan utama yang harus diperhatikan dalam setiap upaya pemberdayaan masyarakat. Hal ini dilandasi oleh pemahaman bahwa tujuan pembangunan adalah untuk perbaikan mutu hidup atau kesejahteraan manusia. Disamping itu, dalam Ilmu Manajemen, manusia menempati unsur yang paling unik sebab selain sebagai salah satu sumber daya juga sekaligus sebagai pelaku atau pengelolaan manajemen itu sendiri. Termasuk dalam upaya manusia adalah semua kegiatan yang termasuk dalam upaya penguatan/ pengembangan kapasitas individu, kelembagaan dan sistem.

##### **b. Bina Usaha**

Bina usaha menjadi suatu upaya penting dalam setiap pemberdayaan sebab bina manusia yang tanpa memberikan dampak atau manfaat bagi perbaikan

kesejahteraan ekonomi tidak akan laku dan bahkan menambah kekecewaan. Sebaliknya hanya Bina Manusia yang mampu dalam waktu dekat memberikan dampak atau manfaat bagi perbaikan kesejahteraan ekonomi yang akan laku atau memperoleh dukungan dalam bentuk partisipasi masyarakat.

Bina usaha mencakup pemilihan komoditas dan jenis usaha, studi kelayakan dan perencanaan bisnis, pembentukan badan usaha, perencanaan investasi dan penetapan sumber-sumber pembiayaan, pengelolaan SDM dan pengembangan karir, manajemen produksi dan operasi, manajemen logistik dan finansial, penelitian dan pengembangan, pengembangan dan pengelolaan sistem informasi bisnis, pengembangan jejaring dan kemitraan serta pengembangan sarana dan prasarana pendukung.

#### c. Bina Lingkungan

Selama ini pengertian lingkungan seringkali dimaknai sekedar lingkungan fisik utamanya yang menyangkut pelestarian sumber-sumber daya alam dan lingkungan hidup. Dalam praktek perlu disadari bahwa lingkungan sosial juga sangat berpengaruh terhadap keberlanjutan bisnis dan kehidupan. Kesadaran seperti itulah yang mendorong diterbitkannya Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal dan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan yang di dalamnya mencantumkan tanggung jawab sosial dan lingkungan oleh penanam modal/ perseroan. Dilingkungan internasional sejak tahun 2007 telah ditetapkan ISO 26000 tentang tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*).

Kemudian yang termasuk dalam tanggung jawab sosial adalah segala kewajiban yang harus dilakukan yang terkait dengan upaya perbaikan kesejahteraan sosial masyarakat yang tinggal di dalam dan di sekitar kawasan (areal kerja) maupun yang mengalami dampak negatif yang diakibatkan oleh kegiatan yang dilakukan oleh penanam modal/ perseroan. Sedangkan yang termasuk dalam tanggung jawab lingkungan adalah kewajiban dipenuhinya segala kewajiban yang ditetapkan dalam persyaratan investasi dan operasi yang terkait dengan perlindungan, pelestarian dan pemulihan (rehabilitasi/ reklamasi) sumber daya alam dan lingkungan hidup.



#### d. Bina Kelembagaan

Menurut Mardikanto (2013) pada prinsipnya suatu bentuk relasi sosial dapat disebut sebagai sebuah kelembagaan apabila memiliki empat komponen yaitu adanya komponen person, komponen kepentingan, komponen aturan dan komponen struktur. Kemudian menurut Mosher dalam Mardikanto (2013) menyatakan bahwa untuk membangun struktur perdesaan yang progresif dibutuhkan kelembagaan-kelembagaan yaitu sarana produksi dan peralatan pertanian, kredit produksi, pemasaran produksi, percobaan/ pengujian lokal, penyuluhan dan transportasi. Keenam jenis kelembagaan tersebut harus tersedia di setiap lokalitas usaha tani dan memiliki keterkaitannya dengan lembaga sejenis di tingkat nasional.

Mengacu kepada konsep Mosher tersebut, Hadisapoetro dalam Mardikanto (2013) mengenalkan konsep kegiatan penunjang pertanian yang kemudian dikenal sebagai Catur Sarana Unit Desa yang harus tersedia di setiap kecamatan atau Wilayah Unit Desa (WILUD) dengan luas sekitar 600 – 1.000 ha sawah terdiri dari:

- a. Kios sarana produksi, yang melaksanakan fungsi penyediaan sarana dan peralatan pertanian.
- b. Penyuluh Pertanian Lapangan (PPL) melaksanakan fungsi pengujian & penyuluhan.
- c. Bank Unit Desa yang melaksanakan fungsi perkreditan.
- d. Koperasi Unit Desa (KUD) yang melaksanakan fungsi pengolahan dan pemasaran hasil.

Lebih lanjut Syahyuti dalam Mardikanto (2013) menawarkan pentingnya delapan kelembagaan dalam pengembangan agribisnis yang meliputi :

- a. Kelembagaan penyediaan input usaha tani.
- b. Kelembagaan penyedia permodalan.
- c. Kelembagaan pemenuhan tenaga kerja.
- d. Kelembagaan penyediaan lahan dan air irigasi.
- e. Kelembagaan usaha tani.
- f. Kelembagaan pengolahan hasil pertanian.
- g. Kelembagaan pemasaran hasil pertanian.
- h. Kelembagaan penyediaan informasi (teknologi, pasar, dan lain-lain)

## 5. Tahapan Kegiatan Pemberdayaan Masyarakat

Payne (1997) menyatakan bahwa pemberdayaan masyarakat merupakan suatu proses, artinya bahwa memberdayakan masyarakat yang bertujuan supaya masyarakat menjadi memerlukan rangkaian proses yang panjang (tidak seketika). Pemberdayaan adalah suatu upaya dan proses bagaimana agar berfungsi sebagai kekuatan dalam pencapaian tujuan, yaitu pengembangan diri.

Lebih lanjut dikatakan Mardikanto (2013) bahwa pemberdayaan masyarakat merupakan proses partisipatif yang memberikan kepercayaan dan kesempatan kepada masyarakat untuk mengkaji tantangan utama pengembangan diri, dan mengajukan kegiatan-kegiatan yang dirancang untuk mengatasi masalah yang dihadapi. Dalam kaitan bahwa pemberdayaan merupakan sebuah proses, maka proses yang terjadi dalam pemberdayaan masyarakat adalah proses perubahan, proses pembelajaran, proses penguatan kapasitas (individu, kelembagaan/ entitas, sistem/ jejaring), proses perubahan sosial, proses pembangunan masyarakat, dan proses pengembangan partisipasi masyarakat.

Berkaitan dengan pemberdayaan masyarakat sebagai proses, Soetomo (2009) menyatakan bahwa proses-proses yang terkandung dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat terdiri dari proses perubahan, proses pemanfaatan sumber daya (sumber daya alam, sumber daya manusia, sumber daya sosial), proses pengembangan kapasitas, dan proses yang bersifat multi aspek. Dalam proses tersebut menurut *Tim Delivery* dalam Mardikanto (2013 b) menawarkan tahapan-tahapan kegiatan pemberdayaan yang dimulai dari proses seleksi lokal sampai dengan pemandirian masyarakat sebagai berikut :

### 1. Tahap 1. Seleksi lokasi

Seleksi wilayah dilakukan sesuai dengan kriteria yang disepakati oleh lembaga, pihak-pihak terkait dan masyarakat. Penetapan kriteria penting agar pemilihan lokasi dilakukan sebaik mungkin, sehingga tujuan pemberdayaan masyarakat akan tercapai seperti yang diharapkan.

### 2. Tahap 2. Sosialisasi pemberdayaan masyarakat

Sosialisasi merupakan upaya mengkomunikasikan kegiatan untuk menciptakan dialog dengan masyarakat. Melalui sosialisasi akan membantu untuk

meningkatkan pemahaman masyarakat dan pihak terkait tentang program dan atau kegiatan pemberdayaan masyarakat yang telah direncanakan. Proses sosialisasi menjadi sangat penting, karena akan menentukan minat atau ketertarikan masyarakat untuk berpartisipasi (berperan dan terlibat) dalam program pemberdayaan masyarakat yang dikomunikasikan.

### 3. Tahap 3. Proses pemberdayaan masyarakat

Hakekat pemberdayaan masyarakat adalah untuk meningkatkan kemampuan dan kemandirian masyarakat dalam meningkatkan taraf hidupnya. Dalam proses tersebut masyarakat bersama-sama melakukan hal-hal berikut :

- a. Mengidentifikasi dan mengkaji potensi wilayah, permasalahan serta peluang-peluangnya. Kegiatan ini dimaksudkan agar masyarakat mampu dan percaya diri dalam mengidentifikasi serta menganalisa keadaannya, baik potensi maupun permasalahannya. Pada tahap ini diharapkan dapat diperoleh gambaran mengenai aspek sosial, ekonomi dan kelembagaan. Proses ini meliputi :

- 1) Persiapan masyarakat dan pemerintah setempat untuk melakukan pertemuan awal dan teknis pelaksanaannya.
- 2) Persiapan penyelenggaraan pertemuan.
- 3) Pelaksanaan kajian dan penilaian keadaan.
- 4) Pembahasan hasil dan penyusunan rencana tindak lanjut.

- b. Menyusun rencana kegiatan kelompok berdasarkan hasil kajian, meliputi :

- 1) Memprioritaskan dan menganalisa masalah-masalah.
- 2) Identifikasi alternatif pemecahan masalah yang terbaik.
- 3) Identifikasi sumber daya yang tersedia untuk pemecahan masalah.
- 4) Pengembangan rencana kegiatan serta pengorganisasian pelaksanaannya.

- c. Menerapkan rencana kegiatan kelompok

Rencana yang telah disusun bersama dengan dukungan fasilitas dari pendamping selanjutnya diimplementasikan dalam kegiatan yang konkrit dengan tetap memperhatikan realisasi dan rencana awal. Termasuk dalam kegiatan ini adalah pemantauan pelaksanaan dan kemajuan kegiatan menjadi perhatian semua pihak, selain itu juga dilakukan perbaikan jika diperlukan.

d. Memantau proses dan hasil kegiatan secara terus menerus secara partisipatif (*participatory monitoring and evaluation/ PME*) PME ini dilakukan secara mendalam pada semua tahapan pemberdayaan masyarakat agar prosesnya berjalan sesuai dengan tujuan. PME adalah suatu proses penilaian, pengkajian dan pemantauan kegiatan, baik prosesnya (pelaksanaan) maupun hasil dan dampaknya agar dapat disusun proses perbaikan kalau diperlukan.

#### 4. Tahap 4. Pemandirian masyarakat

Berpegang pada prinsip pemberdayaan masyarakat yang bertujuan untuk memandirikan masyarakat dan meningkatkan taraf hidupnya, maka arah pemandirian masyarakat adalah berupa pendampingan untuk menyiapkan masyarakat agar benar-benar mampu mengelola sendiri kegiatannya. Proses pemberdayaan masyarakat terkait erat dengan faktor internal dan eksternal. Dalam hubungan ini, meskipun faktor internal sangat penting sebagai salah satu wujud *self organizing* dari masyarakat, namun kita juga perlu memberikan perhatian pada faktor eksternalnya. Proses pemberdayaan masyarakat mestinya juga didampingi oleh suatu tim fasilitator yang bersifat multidisiplin. Tim pendamping ini merupakan salah satu eksternal faktor dalam pemberdayaan masyarakat. Peran tim pada awal proses sangat aktif tetapi akan berkurang secara bertahap selama proses berjalan sampai masyarakat sudah mampu melanjutkan kegiatannya secara mandiri.

Menurut Lippitt et al. (1958) dalam tulisannya tentang perubahan yang terencana (*Planned Change*) merinci tahapan kegiatan pemberdayaan masyarakat kedalam 7 (tujuh) kegiatan pokok yaitu :

- a. Penyadaran, yaitu kegiatan-kegiatan yang dilakukan untuk menyadarkan masyarakat tentang “keberadaannya”, baik keberadaannya sebagai individu dan anggota masyarakat, maupun kondisi lingkungannya yang menyangkut lingkungan fisik/ teknis, sosial budaya, ekonomi dan politik. Proses penyadaran seperti itulah yang dimaksudkan oleh Freire (1976) sebagai tugas utama dari setiap kegiatan pendidikan, termasuk di dalamnya penyuluhan.

- b. Menunjukkan adanya masalah, yaitu kondisi yang tidak diinginkan yang kaitannya dengan: keadaan sumber daya (alam, manusia, sarana-prasarana, kelembagaan, budaya dan aksesibilitas), lingkungan fisik/ teknis, sosial budaya dan politis. Termasuk dalam upaya menunjukkan masalah tersebut adalah faktor-faktor penyebab terjadinya masalah terutama yang menyangkut kelemahan internal dan ancaman eksternalnya.
- c. Membantu pemecahan masalah, sejak analisis akar masalah, analisis alternatif pemecahan masalah serta pilihan alternatif pemecahan terbaik yang dapat dilakukan sesuai dengan kondisi internal (kekuatan, kelemahan) maupun kondisi eksternal (peluang dan ancaman) yang dihadapi.
- d. Menunjukkan pentingnya perubahan, yang sedang dan akan terjadi di lingkungannya, baik lingkungan organisasi dan masyarakat (lokal, nasional, regional dan global), karena kondisi lingkungan (internal dan eksternal) terus mengalami perubahan yang semakin cepat, maka masyarakat juga harus disiapkan untuk mengantisipasi perubahan-perubahan tersebut melalui kegiatan perubahan yang terencana.
- e. Melakukan pengujian dan demonstrasi, sebagai bagian dan implementasi perubahan terencana yang berhasil dirumuskan. Kegiatan uji coba dan demonstrasi ini sangat diperlukan karena tidak semua inovasi selalu cocok (secara teknis, ekonomis, sosial budaya dan politik/ kebijakan) dengan kondisi masyarakatnya. Disamping itu, uji coba juga diperlukan untuk memperoleh gambaran tentang beragam alternatif yang paling bermanfaat dengan resiko atau korbanan terkecil.
- f. Memproduksi dan publikasi informasi, baik yang bersal dari luar (penelitian, kebijakan, produsen/ pelaku bisnis, dan lain-lain) maupun kearifan tradisional dan nilai-nilai adat yang lain). Sesuai dengan perkembangan teknologi, produk dan media publikasi yang digunakan perlu disesuaikan dengan karakteristik (calon) penerima manfaat penyuluhannya.
- g. Melaksanakan pemberdayaan/ penguatan kapasitas, yaitu pemberian kesempatan kepada kelompok lapisan bawah (*grassroot*) untuk bersuara dan menentukan sendiri pilihan-pilihannya (*voice and choice*) kaitannya dengan



aksesibilitas informasi, keterlibatan dalam pemenuhan serta partisipasi dalam keseluruhan proses pembangunan, bertanggung-gugat (*akuntabilitas public*) dan penguatan kapasitas lokal.

Alfitri (2011) menyatakan juga bahwa secara konseptual pemberdayaan masyarakat harus mencakup enam hal berikut, yaitu:

1. *Learning by doing*, artinya pemberdayaan adalah proses belajar dan ada suatu tindakan konkrit yang secara terus menerus dampaknya dapat terlihat.
2. *Problem solving*, artinya pemberdayaan harus memberikan arti terjadinya pemecahan masalah yang dirasakan krusial dengan cara dan waktu yang tepat.
3. *Self evaluation*, artinya pemberdayaan harus mampu mendorong seseorang atau kelompok untuk melakukan evaluasi secara mandiri.
4. *Self development and coordination*, artinya pemberdayaan harus mendorong agar mampu melakukan pengembangan diri dan melakukan hubungan koordinasi dengan pihak lain secara lebih luas.
5. *Self selection*, artinya pemberdayaan harus mampu menumbuhkan upaya-upaya pemilihan dan penilaian secara mandiri dalam menetapkan langkah-langkah ke depan.
6. *Self decision*, artinya pemberdayaan harus mampu memilih tindakan yang tepat, dan memiliki kepercayaan diri dalam memutuskan sesuatu secara mandiri.

Menurut Kartasasmita (1997), pemberdayaan merupakan upaya untuk meningkatkan harkat dan martabat lapisan masyarakat yang dalam kondisi tidak mampu melepaskan diri dari perangkap kemiskinan dan keterbelakangan. Dengan kata lain, memberdayakan adalah memampukan dan memandirikan masyarakat. Karena itu pemberdayaan masyarakat harus dilakukan dengan:

- a. Menciptakan suasana yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang.
- b. Upaya itu harus diikuti dengan memperkuat potensi yang dimiliki masyarakat.
- c. Pemberdayaan bukan hanya meliputi penguatan individu anggota masyarakat, tetapi juga pranatanya.

- d. Meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pengambilan keputusan.
- e. Memberdayakan juga mengandung arti melindungi.

Menurut Azis (2005), tahapan yang harus dilalui dalam pemberdayaan masyarakat meliputi:

- a. Membantu masyarakat dalam menemukan masalahnya.
- b. Melakukan analisis terhadap permasalahan tersebut secara mandiri.
- c. Menentukan skala prioritas masalah, dalam arti memilah dan memilih tiap masalah yang paling mendesak untuk diselesaikan.
- d. Mencari penyelesaian masalah yang sedang dihadapi, antara lain melalui pendekatan sosio-kultural yang ada dalam masyarakat.
- e. Melaksanakan tindakan nyata untuk menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi.
- f. Mengevaluasi seluruh rangkaian dan proses pemberdayaan untuk dinilai sejauhmana keberhasilan dan kegagalannya.

Dalam mengadakan perubahan sosial melalui pengembangan masyarakat menurut Muharam (2011) dilakukan melalui tahap-tahap sebagai berikut:

- a. Tahap pengembangan kebutuhan akan perubahan. Menggugah kesadaran masyarakat terhadap masalah yang ada, menggali kebutuhan yang dirasakan (*felt needs*) dan kebutuhan nyata (*real needs*).
- b. Tahap memantapkan relasi perubahan. Pengembangan relasi dibutuhkan karena fasilitator pemberdayaan masyarakat memiliki keterbatasan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat tanpa bantuan dan kerja sama dengan masyarakat itu sendiri.
- c. Tahap melakukan perubahan. Melakukan klasifikasi atau diagnosis masalah masyarakat, pengkajian program dan penentuan tujuan serta mendorong untuk melakukan tindakan, dan transpormasi kehendak ke dalam upaya perubahan nyata.
- d. Tahap generalisasi dan stabilisasi perubahan. Prasyarat tahap ini adalah adanya dukungan dari masyarakat secara keseluruhan, sehingga untuk mendapatkan dukungan masyarakat diperlukan evaluasi pelaksanaan program.

- e. Tahap terminasi. Merupakan akhir dari suatu relasi perubahan, dapat terjadi karena waktu bertugas telah berakhir atau karena masyarakat sudah mandiri untuk dapat terus mengembangkan kegiatan.

Kemudian menurut Ife dan Tesoriero (2008), dalam pengembangan masyarakat mengutamakan beberapa prinsip sebagai berikut:

- a. Proses dan hasil. Pengembangan masyarakat mengutamakan proses, bukan hasil. Proses yang terbaik merupakan salah satu hasil yang terpenting. Artinya bahwa dalam pengembangan masyarakat tidak terlebih dahulu ditentukan tujuannya, tetapi adalah bagaimana cara mencapai tujuan tersebut yang terpenting. Karena itu dalam proses pengembangan masyarakat harus senantiasa dievaluasi, sehingga tujuan pengembangan masyarakat dapat saja berubah tergantung dengan perubahan proses yang dilakukan.
- b. Integritas proses. Sebagai reaksi terhadap proses dan hasil di atas, maka proses pengembangan masyarakat memiliki nilai yang lebih dari sekedar instrumental. Artinya bahwa dalam proses pengembangan masyarakat hendaknya melibatkan seluruh komponen yang berkompeten secara bersama-sama, sehingga aspek terpenting dari integritas proses adalah bahwa proses pengembangan masyarakat harus melibatkan masyarakat itu sendiri. Proses pengembangan masyarakat harus menjadi proses yang masyarakat miliki, kuasai dan dilakukan oleh mereka sendiri. Walaupun membutuhkan kalangan luar masyarakat, tetapi semuanya hanya ditujukan untuk kebutuhan masyarakat.
- c. Peningkatan kesadaran. Peningkatan kesadaran merupakan bagian inti dalam pengembangan masyarakat, dan merupakan bagian proses yang terpenting. Terdapat empat aspek dalam peningkatan yang dibangun secara bersama-sama, yaitu:
  - a. Berkaitan dengan aspek personal dan politik.
  - b. Membangun hubungan dialogis.
  - c. Berbagi pengalaman.
  - d. Membuka peluang-peluang untuk tindakan.

- d. Kerja sama. Kompetisi merupakan pemaksaan hirarkis. Pada dunia yang sangat kompetitif, kerja sama sangat diperlukan untuk membangun kekuatan dalam persaingan. Menentang etika kompetitif dan mendasarkan struktur ekonomi dan sosial pada prinsip-prinsip kerja sama merupakan komponen penting dalam pengembangan masyarakat.
- e. Langkah pengembangan. Aspek penting dalam proses pengembangan masyarakat adalah bahwa proses tersebut tidak dapat dipaksakan. Agar proses berjalan dengan baik, diperlukan langkah yang natural untuk memulainya, dan untuk mendorong agar proses selaras dengan langkah-langkah pengembangan.
- f. Tanpa kekerasan. Dari perspektif ini, struktur yang mengabadikan ketimpangan, kemiskinan dan penindasan perlu ditentang. Cara yang dipakai oleh banyak institusi sosial dilihat sebagai kekerasan karena cara yang dipakai tersebut sering mengabadikan struktur dan praktek penindasan.

Selanjutnya Sumaryadi (2004), kegiatan pemberdayaan pada setiap individu dalam suatu organisasi merupakan suatu siklus kegiatan yang terdiri dari:

- a. Menumbuhkan keinginan pada diri seseorang untuk berubah.
- b. Menumbuhkan kemauan dan keberanian untuk melepaskan diri dari kesenangan/ kenikmatan dan atau hambatan-hambatan yang dirasakan untuk kemudian mengambil keputusan mengikuti pemberdayaan demi terwujudnya perubahan dan perbaikan yang diharapkan.
- c. Mengembangkan kemauan untuk mengikuti atau mengambil bagian dalam kegiatan pemberdayaan yang memberikan manfaat atau perbaikan keadaan.
- d. Peningkatan peran atau partisipasi dalam kegiatan pemberdayaan yang telah dirasakan manfaat/ perbaikannya.
- e. Peningkatan peran dan kesetiaan pada kegiatan pemberdayaan yang ditunjukkan dengan berkembangnya motivasi untuk melakukan perubahan.
- f. Peningkatan efektivitas dan efisiensi kegiatan pemberdayaan.
- g. Peningkatan kompetensi perubahan melalui kegiatan pemberdayaan yang baru.

Selaras dengan tahapan-tahapan kegiatan pemberdayaan di atas, maka Mardikanto (2013 b) mengemukakan bahwa tahapan kegiatan pemberdayaan dapat dibagi menjadi beberapa tahapan, yaitu :

1. Penetapan dan pengenalan wilayah kerja

Sebelum melakukan kegiatan, penetapan wilayah kerja perlu memperoleh kesepakatan antara Tim Fasilitator, Aparat pemerintah setempat, (perwakilan) masyarakat setempat dan pemangku kepentingan yang lain (pelaku bisnis, tokoh masyarakat, aktivis LSM, akademisi dan lain-lain). Hal ini tidak saja untuk menghindari gesekan atau konflik kepentingan antar semua pemangku kepentingan, tetapi juga untuk membangun sinergi dan memperoleh dukungan berupa partisipasi dari seluruh pemangku kepentingan demi keberhasilan program dan kegiatan pemberdayaan masyarakat yang akan dilakukan.

2. Sosialisasi kegiatan, yaitu upaya mengkomunikasikan rencana kegiatan pemberdayaan masyarakat yang akan dilakukan di wilayah tersebut. Termasuk dalam sosialisasi kegiatan, perlu juga dikemukakan tentang pihak-pihak terkait yang akan diminta partisipasi/ keterlibatannya, pembagian peran yang diharapkan, pendekatan, strategi serta langkah-langkah yang akan dilakukan.

3. Penyadaran masyarakat, merupakan kegiatan-kegiatan yang dilakukan untuk menyadarkan masyarakat tentang keberadaannya, baik sebagai individu dan anggota masyarakat, maupun kondisi lingkungannya yang menyangkut lingkungan fisik/ teknis, sosial budaya, ekonomi dan politik. Termasuk dalam penyadaran adalah :

- a. Bersama masyarakat melakukan analisis faktor-faktor penyebab terjadinya masalah yang menyangkut kelemahan internal dan ancaman eksternalnya.
- b. Melakukan analisis akar masalah, analisis alternatif pemecahan masalah serta pilihan alternatif pemecahan terbaik yang dapat dilakukan.
- c. Menunjukkan pentingnya perubahan untuk memperbaiki keadaannya, termasuk merumuskan prioritas perubahan, tahapan perubahan, cara melakukan dan mencapai perubahan, sumber daya yang diperlukan, maupun peran bantuan (modal, teknologi, manajemen, kelembagaan dan lain-lain) yang diperlukan.



4. Pengorganisasian masyarakat, termasuk pemilihan pemimpin dan kelompok-kelompok tugas (*task group*) yang akan di bentuk. Pengorganisasian masyarakat ini penting dilakukan karena untuk melaksanakan perubahan guna pemecahan masalah dan atau memperbaiki keadaan sering kali tidak dapat dilakukan secara individual (perorangan) tetapi memerlukan pengorganisasian masyarakat. Termasuk dalam pengorganisasian adalah pembagian peran dan pengembangan jejaring kemitraan.
5. Pelaksanaan kegiatan yang terdiri dari :
  - a. Berbagai pelatihan untuk menambah dan atau memperbaiki pengetahuan teknis, keterampilan manajerial serta perubahan sikap atau wawasan.
  - b. Pengembangan kegiatan, utamanya yang berkaitan dengan peningkatan pendapatan (*income generating*) serta perlindungan, pelestarian dan perbaikan/ rehabilitasi sumber daya alam, maupun pengembangan efektivitas kelembagaan. Kegiatan peningkatan pendapatan merupakan upaya terpenting untuk membiayai kegiatan-kegiatan yang diperlukan maupun untuk meningkatkan posisi tawar dan membangun kemandirian. Peningkatan pendapatan, juga memiliki arti penting agar masyarakat semakin yakin bahwa peran bantuan yang diberikan benar-benar mampu memperbaiki kehidupan mereka, minimal secara ekonomi.
6. Advokasi kebijakan, karena semua upaya pemberdayaan masyarakat (peningkatan pendapatan, penguatan posisi tawar dan lain-lain) memerlukan dukungan kebijakan yang berpihak kepada kepentingan masyarakat. Kegiatan advokasi ini diperlukan guna memperoleh dukungan politik dan legitimasi dari elit masyarakat (aparatur pemerintah, pelaku bisnis, tokoh masyarakat, pengiat LSM, akademis dan lain-lain).
7. Politisasi, dalam arti terus menerus memelihara dan meningkatkan posisi tawar melalui kegiatan politik praktis. Hal ini diperlukan untuk memperoleh dan melestarikan legitimasi dan keberlanjutan kebijakan yang ingin dicapai melalui pemberdayaan masyarakat. Politisasi ini perlu dilakukan melalui beragam cara, seperti :

- a. Menanam “virus” atau kader-kader perubahan yang memiliki komitmen untuk mendukung pemberdayaan masyarakat, ke dalam jajaran birokrasi, politisasi, pelaku bisnis, dan lain-lain.
- b. Melakukan *pressure* melalui media masa, forum ilmiah dan pengembangan “kelompok penekan” (*pressure group*).
- c. Melakukan kegiatan aksi nyata melalui kelompok kecil yang menunjukkan manfaat pemberdayaan masyarakat yang ditawarkan.

#### **6. Ragam Penerima Manfaat Pemberdayaan Masyarakat**

Mardikanto (2013) menyatakan bahwa kebanyakan penerima manfaat kegiatan pemberdayaan masyarakat hanya diperuntukkan bagi masyarakat kelas bawah. Padahal kegiatan pemberdayaan masyarakat akan melibatkan banyak pemangku kepentingan. Disamping itu keberhasilan pemberdayaan masyarakat tidak hanya tergantung pada efektivitas komunikasi antara fasilitator dan masyarakat tetapi sering lebih ditentukan oleh perilaku/ kegiatan pemangku kepentingan pembangunan yang selain sebagai *agent of development* sekaligus juga turut menikmati dari kegiatan pemberdayaan masyarakat.

Dalam pengertian “penerima manfaat” tersebut Mardikanto (2013 b) menjelaskan secara jelas bahwa makna yang terkandung dalam “penerima manfaat” tersebut adalah :

- a. Berbeda kedudukannya sebagai “sasaran”, masyarakat sebagai penerima manfaat memiliki kedudukan yang setara dengan penentu kebijakan, fasilitator dan pemangku kepentingan pembangunan yang lain.
- b. Penerima manfaat bukanlah obyek atau “sasaran tembak” yang layak dipandang rendah oleh penentu kebijakan dan para fasilitator, melainkan ditempatkan pada posisi terhormat yang perlu dilayani dan atau difasilitasi sebagai rekan sekerja dalam mensukseskan pembangunan.
- c. Berbeda kedudukannya sebagai sasaran yang tidak punya pilihan atau kesempatan untuk menawar setiap materi yang disampaikan, selain harus menerima/ mengikutinya, penerima manfaat memiliki posisi tawar yang harus dihargai untuk menerima atau menolak inovasi yang disampaikan fasilitatornya.

- d. Penerima manfaat tidak berada dalam posisi di bawah penentu kebijakan dan para fasilitator, melainkan dalam kedudukan setara dan bahkan sering justru lebih tinggi kedudukannya, dalam arti memiliki kebebasan untuk mengikuti ataupun menolak inovasi yang disampaikan oleh penyuluhnya.
- e. Penyuluh dan penerima manfaat memiliki hubungan yang bersifat bukan vertikal (penyuluh menggurui penerima manfaatnya) melainkan hubungan bersama yang partisipatif.

Dipihak lain, banyak pengalaman menunjukkan bahwa kelambanan pemberdayaan masyarakat seringkali tidak disebabkan oleh perilaku kelompok "akar rumput" (*grass-roots*) tetapi justru lebih banyak ditentukan oleh perilaku, kebijakan dan komitmen "lapis atas" untuk benar-benar membantu/ melayani masyarakat agar mereka lebih sejahtera. Bertolak dari kenyataan-kenyataan tersebut, penerima manfaat pemberdayaan masyarakat dapat dibedakan dalam :

- a. Pelaku utama, yang terdiri dari warga masyarakat dan keluarganya. Dikatakan demikian karena pelaku utama pembangunan adalah masyarakat dan keluarganya yang selain sebagai penerima manfaat juga pengelola kegiatan yang berperan dalam memobilisasi dan memanfaatkan sumberdaya (faktor-faktor produksi) demi tercapainya peningkatan dan perbaikan mutu produksi, efisiensi usaha tani serta perlindungan dan pelestarian sumber daya alam berikut lingkungan hidup yang lain.
- b. Penentu kebijakan, yang terdiri dari aparat birokrasi pemerintah (eksekutif, legislatif dan yudikatif) sebagai perencana, pelaksana dan pengendali kebijakan pembangunan. Termasuk dalam kelompok penentu kebijakan adalah elit masyarakat sejak di arus terbawah (desa) yang secara aktif dilibatkan dalam pengambilan keputusan dan implementasi kebijakan pembangunan.
- c. Pemangku kepentingan yang lain, yang mendukung/ memperlancar kegiatan-kegiatan pembangunan. Termasuk dalam kelompok ini adalah :
  - a. Peneliti dan akademisi yang berperan dalam: penemuan, pengujian dan pengembangan inovasi yang diperlukan oleh pelaku utama.
  - b. Produsen sarana produksi dan peralatan/ mesin-mesin yang dibutuhkan untuk penerapan inovasi yang dihasilkan oleh para peneliti.

- c. Pelaku bisnis (distributor/ penyalur/ pengecer) sarana produksi dan peralatan/ mesin-mesin pertanian yang diperlukan dalam jumlah, mutu, waktu dan tempat yang tepat serta pada tingkat harga yang terjangkau oleh pelaku utama.
- d. Pers, media masa dan pusat-pusat informasi yang menyebarluaskan informasi pasar (permintaan dan penawaran serta harga produk yang dihasilkan dan dibutuhkan), inovasi yang dihasilkan para peneliti serta jasa lain yang diperlukan pelaku utama.
- e. Aktivis LSM, tokoh masyarakat, dan lain-lain yang berperan sebagai organisator, fasilitator dan penasehat pelaku utama.
- f. Budayawan, artis, dan lain-lain yang berperan dalam diseminasi inovasi serta promosi produk yang dihasilkan maupun dibutuhkan pelaku utama.

## **7. Sistem Pemberdayaan Masyarakat**

Mardikanto (2009) mengemukakan bahwa dalam kata sistem terkandung empat pokok pikiran yaitu tentang kesatuan, bagian, berhubungan dan teratur. Istilah "sistem" itu sendiri, berasal dari bahasa Yunani "systema" yaitu suatu kesatuan dari bagian atau komponen yang berhubungan secara teratur. Terkait pemahaman ini Churchman (1968) mengartikan sistem sebagai sekumpulan unsur yang mempunyai fungsi dan bergerak dalam ketergantungan untuk mencapai tujuan bersama sekaligus tujuan masing-masing.

Beberapa pengertian sistem dikumpulkan Usman (2006) yaitu menurut : (1) Shore dan Voich (1974), sistem ialah suatu keseluruhan yang terdiri dari bagian-bagian. (2) Gerald, *et al.* (1981), sistem sebagai tata cara kerja yang saling berkaitan dan bekerja sama membentuk suatu aktivitas dalam mencapai suatu tujuan. (3) Banghart (1990), sistem ialah sekelompok elemen-elemen yang saling berkaitan yang secara bersama-sama diarahkan untuk mencapai tujuan yang ditentukan. (4) Mudrick dan Ross (1982), sistem adalah seperangkat unsur yang melakukan suatu kegiatan atau membuat skema dalam rangka mencapai tujuan dengan mengolah data dan/atau energi serta barang-barang dalam waktu tertentu untuk menghasilkan informasi dan/atau energi/atau benda.

Sistem pemberdayaan berkaitan erat dan seiring sejalan dengan sistem penyuluhan karena pemberdayaan tanpa adanya penyuluhan begitu juga sebaliknya maka tidak akan mudah untuk mencapai tujuan dari program-program kesejahteraan masyarakat dalam rangka penanggulangan kemiskinan. Sistem pemberdayaan tersebut tertuang di dalam Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2006 tentang Sistem Penyuluhan Pertanian, Perikanan dan Kehutanan yang mencakup kebijakan, kelembagaan, ketenagaan, penyelenggaraan, sarana dan prasarana, pembiayaan, pengawasan dan pengendalian penyuluhan pertanian.

Pemberdayaan pedagang eceran usaha mikro dalam penelitian disertasi ini akan melihat sistem pemberdayaan yang meliputi kebijakan, kelembagaan, ketenagaan, penyelenggaraan, sarana dan prasarana, pembiayaan, pengawasan dan pengendalian yang selama ini telah dilakukan.

## **B. Usaha Mikro**

### **1. Pengertian Usaha Mikro**

Pemberdayaan usaha industri kecil sangat penting dan strategis dalam mengantisipasi perekonomian ke depan terutama dalam memperkuat struktur perekonomian nasional. Adanya krisis perekonomian nasional seperti sekarang ini sangat mempengaruhi stabilitas sosial, ekonomi, politik yang imbasannya berdampak pada kegiatan usaha besar yang semakin terpuruk, sementara usaha kecil masih dapat mempertahankan kegiatan usahanya (Prawirokusumo, 2001).

Perkembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) memiliki potensi yang besar dalam meningkatkan taraf hidup masyarakat. Dalam krisis ekonomi yang terjadi di negara kita sejak beberapa waktu yang lalu, dimana banyak usaha berskala besar yang mengalami stagnasi bahkan berhenti aktivitasnya, sektor industri kecil terbukti lebih tangguh dalam menghadapi krisis tersebut. Pengembangan industri kecil perlu mendapatkan perhatian yang besar baik dari pemerintah maupun masyarakat agar dapat berkembang lebih kompetitif bersama pelaku ekonomi lainnya.

Kebijakan pemerintah ke depan perlu diupayakan lebih kondusif bagi tumbuh dan berkembangnya industri kecil. Pemerintah perlu meningkatkan



perannya dalam memberdayakan industri kecil sebagai salah satu strategi kebijakan nasional dan berperan penting mendorong pertumbuhan ekonomi secara menyeluruh. Industri kecil mempunyai peran yang strategis dalam pembangunan ekonomi nasional karena berperan dalam pertumbuhan ekonomi, penyerapan tenaga kerja, memperluas lapangan kerja dan kontribusinya terhadap pendapatan. Industri kecil juga juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan. Selain itu mengembangkan kemitraan usaha yang saling menguntungkan antara pengusaha besar dengan pengusaha kecil dan meningkatkan kualitas sumber daya manusianya.

Definisi mengenai usaha mikro di Indonesia beranekaragam. Beberapa lembaga bahkan undang-undang di Indonesia memberikan definisi sendiri mengenai usaha mikro. Biasanya usaha mikro didefinisikan berdasarkan jumlah tenaga kerja dan omzet penjualan. Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 pasal 1 mengenai Usaha Mikro, Kecil dan Menengah menyebutkan bahwa Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/ atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini. Kriteria Usaha Mikro menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 pasal 6 adalah sebagai berikut:

1. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
2. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

Usaha Mikro sebagaimana dimaksud menurut Keputusan Menteri Keuangan Nomor 40/ KMK.06/ 2003 Tanggal 29 Januari 2003, yaitu usaha produktif milik keluarga atau perorangan Warga Negara Indonesia dan memiliki hasil penjualan paling banyak Rp 100.000.000,00 (seratus juta rupiah) per tahun. Usaha Mikro dapat mengajukan kredit kepada bank paling banyak Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah). Ciri-ciri usaha mikro (KKMB, 2003):

1. Jenis barang/ komoditi usahanya tidak selalu tetap, sewaktu-waktu dapat berganti;
2. Tempat usahanya tidak selalu menetap, sewaktu-waktu dapat pindah tempat;

3. Belum melakukan administrasi keuangan yang sederhana sekalipun, dan tidak memisahkan keuangan keluarga dengan keuangan usaha; Sumber daya manusianya (pengusahanya) belum memiliki jiwa wirausaha yang memadai;
4. Tingkat pendidikan rata-rata relatif sangat rendah;
5. Umumnya belum akses kepada perbankan, namun sebagian dari mereka sudah akses ke lembaga keuangan non bank;
6. Umumnya tidak memiliki izin usaha atau persyaratan legalitas lainnya termasuk NPWP.

Dilihat dari kepentingan perbankan, usaha mikro adalah suatu segmen pasar yang cukup potensial untuk dilayani dalam upaya meningkatkan fungsi intermediasinya karena usaha mikro mempunyai karakteristik positif dan unik yang tidak selalu dimiliki oleh usaha non mikro, antara lain : (1) Perputaran usaha (*turn over*) cukup tinggi, kemampuannya menyerap dana yang mahal dan dalam situasi krisis ekonomi kegiatan usaha masih tetap berjalan bahkan terus berkembang; (2) Tidak sensitif terhadap suku bunga; (3) Tetap berkembang walau dalam situasi krisis ekonomi dan moneter; (4) Pada umumnya berkarakter jujur, ulet, lugu dan dapat menerima bimbingan asal dilakukan dengan pendekatan yang tepat. Namun demikian, disadari sepenuhnya bahwa masih banyak usaha mikro yang sulit memperoleh layanan kredit perbankan karena berbagai kendala baik pada sisi usaha mikro maupun pada sisi perbankan sendiri.

Melihat perkembangan bisnis di era global, peluang bisnis bagi industri kecil semakin besar. Salah satu penyebabnya adalah terjadinya peningkatan pendidikan dari putra-putri pengusaha kecil, sehingga wawasan yang dimiliki semakin luas. Menurut Surya (2002), sejumlah peluang bisnis bisa diraih usaha kecil antara lain di bidang manufaktur, jasa, waralaba (*franchising*), grosir dan pengecer. Di bidang grosir dan pengecer, peluang bisnis usaha kecil semakin marak sejalan dengan banyaknya pemukiman di daerah pinggiran yang dibangun oleh para pengembang (*developer*), terutama pasca pemekaran wilayah. Peluang itu misalnya dalam penyediaan bahan baku makanan beragam jenis komoditi industri kecil yang memberikan kontribusi pendapatan yang berarti bagi warga sehingga dapat membantu pendapatan keluarga.

Usaha mikro merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional. Selain itu, usaha mikro adalah salah satu pilar utama ekonomi nasional yang harus memperoleh kesempatan utama, dukungan, perlindungan dan pengembangan seluas-luasnya sebagai wujud keberpihakan yang tegas kepada kelompok usaha ekonomi rakyat, tanpa mengabaikan peranan usaha besar dan badan usaha milik pemerintah. Lembaga keuangan mikro merupakan lembaga yang melakukan kegiatan kegiatan penyedia jasa keuangan kepada pengusaha kecil dan mikro serta masyarakat berpenghasilan rendah yang tidak terlayani oleh lembaga keuangan formal dan yang telah berorientasi pasar untuk tujuan bisnis (Rudjito, 2003).

Ganewati (2001) menyatakan bahwa usaha mikro berdasarkan perdagangan dan investasi dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok yaitu sebagai berikut:

1. Usaha mikro yang sudah *go global*, yaitu usaha mikro yang telah menjalankan kegiatan internasional secara sangat luas, meliputi kawasan global seperti Asia, Eropa, atau Amerika Utara.
2. Usaha mikro yang sudah *internationalized*, yaitu usaha mikro yang telah menjalankan suatu kegiatan internasional, misalnya ekspor.
3. Usaha mikro potensial, yaitu usaha mikro yang memiliki potensi menjalankan kegiatan internasional.
4. Usaha mikro yang berorientasi domestik, yaitu usaha mikro dan kecil yang menjalankan usaha secara domestik.

Di samping itu terdapat beberapa lembaga negara yang mengemukakan tentang usaha mikro di antaranya yaitu Kementerian Tenaga Kerja dan Transmigrasi bahwa usaha mikro adalah usaha yang memiliki kurang dari 5 orang tenaga kerja. Hal yang sama juga didefinisikan oleh Bank Indonesia (BI) dan Badan Pusat Statistik (BPS) yang mendefinisikan usaha mikro sebagai usaha yang memiliki tenaga kerja 1 sampai dengan 4 orang.

## 2. Permasalahan Usaha Mikro

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perkembangan pembangunan ekonomi di Indonesia terutama dalam mengurangi tingkat pengangguran. Hal ini disebabkan oleh tingkat penyerapan tenaga kerjanya yang relatif tinggi dan kebutuhan modal investasinya yang kecil dan juga UMKM bisa lebih fleksibel menyesuaikan dan menjawab kondisi pasar yang terus berubah sehingga membuat UMKM tidak rentan terhadap terjadinya berbagai perubahan eksternal.

Masalah yang membuntuti UMKM cukup beragam. Secara umum UMKM memiliki kedudukan yang sangat potensial dalam perekonomian nasional, namun dalam kenyataan masih banyak masalah yang menghadang dalam pengembangannya. Dalam hal ini, di antaranya adalah (a) kelemahan akses dan perluasan pangsa pasar, (b) kelemahan akses dalam pemupukan modal, (c) kelemahan akses pada informasi dan teknologi, (d) kelemahan dalam organisasi dan manajemen, serta (e) kelemahan dalam pembentukan jaringan usaha dan kemitraan. Kesemuanya ini bersumber dari kelemahan sumber daya manusia (SDM) yang berdampak pada rendahnya kualitas produk dan jasa sehingga kurang memiliki daya saing, baik dalam pasar lokal maupun nasional dan internasional (Prawirokusumo, 2001).

Schmitz dalam Mursito (2012) mengungkapkan bahwa terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi oleh industri kecil yaitu dibagi kedalam masalah internal dan eksternal. Permasalahan utama eksternal meliputi :

- a. Permintaan agregat untuk barang manufaktur mungkin lebih rendah dibanding yang diinginkan secara ekonomi dalam perhitungan defisiensi kebijakan makro ekonomi.
- b. Harga-harga produk dan input mungkin berbeda dari nilai efisiensi mereka dalam perhitungan tarif industri dan kebijakan insentif investasi dimana dalam kenyataannya lebih menguntungkan usaha skala besar dibanding usaha skala kecil.
- c. Kelangkaan modal.

- d. Ketiadaan institusi/ lembaga untuk mengurangi atau menjamin risiko yang mungkin muncul dalam investasi yang akan dilakukan.
- e. Kelangkaan jasa informasi berkaitan dengan pasar dan *supplier*.
- f. Inefisiensi dalam *supply input*.
- g. Ketidacukupan dalam pemberian pendidikan dan pelatihan.

Sedangkan permasalahan internalnya yaitu :

- a. Keterbatasan wawasan bisnis: pengetahuan pengusaha tentang cara mengelola usaha.
- b. Keterbatasan pengetahuan: manajemen pemasaran dan jaringan pemasaran, sehingga mengalami kesulitan memperoleh akses ke pasar dan manajemen produksi (desain, pengembangan produk, teknologi produk).
- c. Keterbatasan modal: investasi dan kerja.

Selain itu Hafsah (1999) melihat permasalahan internal yang dihadapi usaha mikro, kecil, dan menengah meliputi :

- a. Rendahnya profesionalisme tenaga pengelola usaha.
- b. Keterbatasan permodalan dan kurangnya akses terhadap perbankan dan pasar.
- c. Kemampuan penguasaan teknologi yang masih kurang.

Sedangkan permasalahan eksternal yakni:

- a. Iklim usaha yang kurang menguntungkan bagi pengembangan usaha kecil,
- b. Kebijakan pemerintah yang belum berjalan sebagaimana diharapkan,
- c. Kurangnya dukungan, dan
- d. Masih kurangnya pembinaan, bimbingan manajemen, dan peningkatan kualitas sumber daya manusia.

Beberapa hasil penelitian beberapa ahli yang dirangkum oleh Husen (2005) menyebutkan bahwa faktor penyebab kegagalan sektor usaha kecil untuk berkembang di antaranya: (1) lemahnya kemampuan dalam pengambilan keputusan (*poor decision making ability*); (2) ketidakmampuan di dalam manajemen (*management incompetence*); (3) kurang berpengalaman (*lack of experience*); dan (4) lemahnya pengawasan keuangan (*poor financial control*). Penelitian lain menyatakan bahwa kegagalan yang dialami usaha kecil disebabkan oleh (i) kemerosotan posisi modal kerja (*deterioration of working capital*); (ii) penurunan



volume penjualan (*declining sales*); (iii) penurunan laba atau keuntungan (*declining profits*); dan (iv) meningkatnya utang (*increasing debt*). Sementara itu, ada juga penyebab kegagalan usaha kecil antara lain rendahnya volume penjualan UKM, biaya operasi yang tinggi, kesulitan penerimaan dan investasi di aset yang berlebihan. Masalah lain ialah penguasaan aset produktif formal yang timpang antar pelaku usaha besar dan pelaku usaha kecil. Sekitar 65% aset produktif formal dikuasai oleh 1% pelaku usaha besar. Ini pula yang menjadi sebab mengapa kontribusi nilai produk (GDP) kegiatan ekonomi rakyat hanya 32%.

Perkembangan usaha mikro di Indonesia tidak terlepas dari berbagai macam masalah. Tingkat intensitas dan sifat dari masalah-masalah tersebut tidak bisa berbeda tidak hanya menurut jenis produk atau pasar yang dilayani, tetapi juga berbeda antar wilayah atau lokasi, antar sentra, antar sektor, antar sektor atau subsektor atau jenis kegiatan, dan antar unit usaha dalam kegiatan atau sektor yang sama (Tambunan, 2002). Meski demikian masalah dasar yang dihadapi oleh usaha mikro menurut Tambunan (2002) adalah:

1. Kesulitan pemasaran

Pemasaran sering dianggap sebagai salah satu kendala yang kritis bagi perkembangan usaha mikro dan kecil. Hasil studi lintas negara yang dilakukan James dan Akrasanee (dikutip Tambunan, 2002) di sejumlah negara ASEAN menunjukkan bahwa termasuk *growth constraints* yang dihadapi oleh banyak pengusaha kecil menengah (kecuali Singapura). Salah satu aspek yang terkait dengan masalah pemasaran adalah tekanan-tekanan persaingan, baik pasar domestik dari produk serupa buatan usaha besar dan impor, maupun pasar ekspor. Selain itu, terbatasnya informasi banyak usaha kecil menengah, khususnya yang kekurangan modal dan SDM serta berlokasi di daerah-daerah pedalaman yang relatif terisolir dari pusat informasi, komunikasi, dan transportasi, juga mengalami kesulitan untuk memenuhi standar-standar internasional yang terkait dengan produksi dan perdagangan.

2. Keterbatasan finansial

Usaha mikro, khususnya di Indonesia menghadapi dua masalah utama dalam aspek finansial: mobilisasi modal awal (*star-up capital*) dan akses ke modal

kerja, seperti finansial jangka panjang untuk investasi yang sangat diperlukan demi pertumbuhan *output* jangka panjang. Kendala ini disebabkan karena lokasi bank yang terlalu jauh bagi banyak pengusaha yang tinggal di daerah yang relatif terisolasi, persyaratan terlalu berat, urusan administrasi terlalu bertele-tele, dan kurang informasi mengenai skim-skim perkreditan yang ada dan prosedur.

### 3. Keterbatasan SDM

Keterbatasan SDM juga merupakan salah satu kendala serius bagi banyak usaha mikro di Indonesia, terutama dalam aspek-aspek *enterpreunership*, manajemen, teknik produksi, pengembangan produk, *engineering design*, *quality control*, organisasi bisnis, akuntansi, *data processing*, teknik pemasaran, dan penelitian pasar. Keterbatasan ini menghambat usaha mikro di Indonesia untuk dapat bersaing di pasar domestik maupun pasar internasional.

### 4. Masalah bahan baku

Keterbatasan bahan baku (dan *input-input* lainnya) juga sering menjadi salah satu kendala serius bagi pertumbuhan *output* atau kelangsungan produksi bagi banyak usaha mikro di Indonesia. Keterbatasan ini dikarenakan harga baku yang terlampau tinggi sehingga tidak terjangkau atau jumlahnya terbatas.

### 5. Keterbatasan teknologi

Usaha mikro di Indonesia umumnya masih menggunakan teknologi lama atau tradisional dalam bentuk mesin-mesin tua atau alat-alat produksi yang sifatnya manual. Keterbelakangan teknologi ini tidak hanya membuat rendahnya *total factor productivity* dan efisiensi di dalam proses produksi, tetapi juga rendahnya kualitas produk yang dibuat. Keterbatasan teknologi, khususnya usaha-usaha rumah tangga (mikro) disebabkan oleh banyak faktor, di antaranya keterbatasan modal investasi untuk membeli mesin-mesin baru atau menyempurnakan proses produksi, keterbatasan informasi mengenai perkembangan teknologi atau mesinmesin dan alat-alat produksi baru dan keterbatasan SDM yang dapat mengoperasikan mesin-mesin baru atau melakukan inovasi-inovasi dalam produk maupun proses produksi.

Ganewati (2001) menyebutkan bahwa permasalahan yang sering dihadapi oleh usaha mikro dapat bersifat internal maupun eksternal. Secara internal kendala usaha mikro adalah modal, teknologi akses pasar, keterbatasan manajemen dan SDM serta informasi yang terbatas. Sedangkan faktor eksternal adalah kebijakan-kebijakan yang tidak mendukung usaha mikro, seperti praktek monopoli dan proteksi terhadap beberapa industri besar. Permasalahan lain dalam usaha mikro adalah masalah permodalan, dimana usaha mikro sangat sulit untuk mendapat pinjaman kredit dari perbankan. Sumodiningrat (1996) menyatakan bahwa selama ini keengganan dari pihak perbankan komersial untuk menyalurkan kredit kepada usaha kecil karena anggapan kelompok atau individu yang mempunyai predikat sebagai masyarakat miskin sangat tidak *bankable*.

Suhardjono (2003) mengungkapkan bahwa permasalahan yang dihadapi oleh usaha mikro meliputi:

1. Masalah finansial

- a. Kurangnya kesesuaian (terjadinya *mismatch*) antara dana yang tersedia yang dapat diakses oleh usaha mikro.
- b. Tidak adanya yang sistematis dalam pendanaan usaha mikro.
- c. Biaya transaksi yang tinggi, yang disebabkan oleh prosedur kredit yang cukup rumit sehingga menyita banyak waktu sementara jumlah kredit yang dikucurkan kecil.
- d. Kurangnya akses ke sumber dana yang formal, baik disebabkan oleh ketiadaan bank di pelosok maupun tidak tersedianya informasi yang memadai.
- e. Bunga kredit untuk investasi maupun modal kerja yang cukup tinggi.
- f. Banyak usaha mikro yang belum *bankable*, baik disebabkan belum adanya manajemen keuangan yang transparan maupun kurangnya kemampuan manajerial dan finansial.

2. Masalah nonfinansial

- a. Kurangnya pengetahuan atas teknologi produksi dan *quality control* yang disebabkan oleh minimnya kesempatan untuk mengikuti perkembangan teknologi serta kurangnya pendidikan dan pelatihan.

- b. Kurangnya pengetahuan pemasaran, yang disebabkan oleh terbatasnya informasi yang dijangkau oleh usaha mikro mengenai pasar, selain karena keterbatasan kemampuan usaha mikro untuk menyediakan produk jasa yang sesuai dengan keinginan pasar.
  - c. Keterbatasan sumber daya manusia (SDM) serta kurangnya sumber daya untuk mengembangkan SDM.
  - d. Kurangnya pemahaman mengenai keuangan dan akuntansi.
3. Masalah *linkage* dengan perusahaan
    - a. Industri pendukung yang lemah.
    - b. Usaha mikro yang memanfaatkan atau menggunakan sistem *cluster* dalam bisnis belum banyak.
  4. Masalah ekspor
    - a. Kurangnya informasi mengenai pasar ekspor yang dimanfaatkan.
    - b. Kurangnya lembaga yang dapat membantu mengembangkan ekspor.
    - c. Sulitnya mendapatkan sumber dana untuk ekspor.
    - d. Pengurusan dokumen yang diperlukan untuk ekspor yang birokratis.

Wibowo (1994) menyatakan bahwa permasalahan yang dihadapi oleh usaha kecil adalah:

1. Organisasi

Kelemahan organisasi umumnya berupa ketidakjelasan struktur organisasi, pembagian tugas dan wewenang yang tidak jelas, status karyawan, sistem penggajian dan kepegawaian yang tidak beres. Selain itu, kepemimpinan seorang diri mempunyai kelemahan yang dapat menghancurkan usaha, terutama jika pemimpin sakit dalam waktu lama atau bahkan meninggal dunia, sementara kader belum dilakukan.

2. Keuangan, administrasi dan pembukuan

Usaha kecil biasanya lemah dalam membuat anggaran, tidak adanya pencatatan dan pembukuan yang memadai dan tidak adanya batasan tegas antara milik pribadi (keluarga) dengan milik perusahaan. Seringkali pemimpin tidak tahu berapa laba rugi usahanya. Adanya kondisi ini sering menghambat

usaha kecil untuk mendapatkan kredit karena pihak bank meragukan kemampuan perusahaan untuk mengembalikan pinjaman sesuai aturannya.

### 3. Pemasaran

Kelemahan usaha kecil di bidang pemasaran umumnya berupa ketidakserasian antara program produksi dengan penjualan. Kelemahan ini juga disebabkan karena kurangnya penelitian pasar sehingga tidak tahu bagaimana posisi pasarnya, cara menghadapi persaingan, apa gunanya promosi, dan lain-lain.

### 4. Pengembangan usaha

Kendala usaha kecil dalam mengembangkan usaha sering disebut sebagai jebakan, karena usaha kecil melakukan perluasan yang emosional tanpa didukung data dan fakta yang aktual. Juga sering dilibatkannya unsur keluarga dalam persoalan perusahaan.

Selaras dengan itu Marbun (1993) menjelaskan bahwa permasalahan yang dihadapi usaha kecil adalah:

#### 1. Tidak atau jarang perencanaan tertulis

Usaha kecil cenderung kurang memiliki perencanaan sehingga tidak dapat memusatkan segala tenaga dan daya untuk mencapai sasaran yang paling menguntungkan. Kurangnya perencanaan juga menyebabkan usaha kecil kurang mampu membuat sasaran dan urutan prioritas. Kondisi ini menyebabkan pengusaha usaha mikro tidak dapat mengukur apakah usahanya berhasil atau setengah gagal atau gagal.

#### 2. Tidak berorientasi ke masa depan, melainkan hari kemarin atau hari ini

Orientasi usaha kecil adalah barang atau usaha yang laku kemarin atau saat ini, didukung dengan kurangnya pengalaman, kurang bimbingan, dan kurang pendidikan, menyebabkan usaha kecil tidak bisa atau kurang dapat membaca kecenderungan masa depan, apalagi untuk lima tahun mendatang.

#### 3. Tidak memiliki pendidikan yang relevan

Orang-orang yang terjun di usaha kecil kebanyakan tidak memiliki pendidikan yang relevan, ditambah dengan keterbatasan waktu dan bisa menyebabkan mereka cenderung kurang memiliki kemampuan yang memadai yang mendukung usahanya.



4. Tanpa pembukuan yang teratur dan tanpa neraca rugi-laba

Akibat tanpa perencanaan tertulis dan kurang pendidikan serta karena tidak ada paksaan pemerintah (pajak), umumnya usaha kecil tidak memiliki dan tidak mempraktekkan pembukuan yang teratur. Pembukuan yang ada hanya berupa catatan tercecer berapa yang laku hari ini, juga tidak jelas uang pribadi atau uang perusahaan. Tidak jelas berapa seharusnya “gaji” pemilik setiap bulan. Kebutuhan akan pembukuan dianggap hanya membuang-buang waktu dan biaya. Kondisi ini akhirnya menyebabkan setiap akhir tahun atau tahun buku tidak dapat mengetahui berapa besarnya laba atau rugi yang diperoleh tahun tersebut.

5. Tidak mempunyai atau tidak mengadakan analisis pasar yang *up to date* atau tepat waktu dan muktahir

Tidak adanya perencanaan dan pendidikan yang relevan ditambah lagi tanpa pembukuan yang teratur, umumnya usaha mikro juga tidak memiliki analisis pasar yang relevan. Pengusaha usaha mikro hanya berdasarkan perkiraan dan bertumpu pada pengalaman hari kemarin. Pengusaha tersebut juga tidak mengetahui secara pasti berapa besar potensi pasar dan pemasaran dilakukan berdasarkan “*feeling*” dan pengamatan sepintas. Akibatnya pengusaha usaha mikro terkadang tidak memiliki cukup jumlah barang yang diperlukan pembeli, atau mempunyai stok yang berlebih bagi barang-barang yang kurang laku atau barang yang laku kemarin.

6. Kurang spesialisasi atau diversifikasi berencana

Kelemahan perencanaan dan tidak adanya peramalan (*forecasting*) yang relevan menjadikan posisi pengusaha usaha mikro terserah “nasib”. Ketidakadaan analisis pasar menyebabkan hambatan spesialisasi atau diversifikasi yang dalam beberapa hal merupakan keharusan. Akibat bobot orientasi pada hari kemarin dan hari ini menjadikan pengusaha kecil mengerjakan atau mengusahakan apa yang laku dijual atau berhasil dibuat orang lain. Akibatnya, dapat diramalkan, hampir semua usaha kecil di daerah atau lokasi tertentu menjual barang atau membuat produk yang sama, baik ukuran, warna atau pun rasa.

7. Jarang mengadakan pembaharuan (inovasi)

Beberapa usaha kecil cenderung tidak mengalami perubahan atau pembaharuan setelah sekian tahun atau, setelah berubah generasi, tetap membuat barang yang sama dan peralatannya menua sejalan dengan umur pemiliknya. Andapun ada pembaharuan, hal ini cenderung meniru dan bukan hasil analisis pasar dan rencana pembaharuan yang konsekuen.

8. Tidak ada atau jarang terjadi pengkaderan

Kebanyakan pengusaha usaha mikro segan menurunkan ilmu kepada pembantu-pembantunya, karena takut disaingi, kurang percaya, atau tidak ada kesadaran akan pengkaderan tersebut. Adapun pengkaderan anak kandung hampir tidak pernah atau jarang terjadi karena pandangan agar anak sukses melalui jenjang pendidikan yang tinggi dan bukan menjadi seperti dirinya.

9. Cepat puas

Tidak adanya perencanaan dan tanpa peramalan biasanya pengusaha usaha mikro cepat puas dan kurang ambisius. Usaha kecilnya setelah berusaha 10 atau 20 tahun bidang usahanya bukannya semakin besar atau bertambah bahkan ikut menua sesuai umur pemiliknya. Hal ini mungkin erat kaitannya dengan pendidikan yang tidak relevan dan tanpa pengalaman yang menantang.

10. Keluarga sentris

Pada usaha mikro, bisnis dan keluarga sering kabur atau tidak jelas. Keluarga sering campur tangan dalam urusan perusahaan sehingga membingungkan pelanggan. Pengusaha usaha mikro kurang mampu mendelegasikan hak dan kewajibannya yang luas kepada pembantu yang bukan anggota keluarga.

11. Kurang percaya pada ilmu modern

Bagi kebanyakan pengusaha usaha mikro beranggapan bahwa belajar lagi atau mempelajari ilmu baru merupakan pemborosan atau tidak perlu. Sebagian diantara pengusaha usaha mikro begitu percaya diri dan menutup diri. Pengusaha usaha mikro menafsirkan ilmu modern sebagai akal-akalan dan sekedar cari uang bagi pengajar.

## 12. Kurangnya pengetahuan hukum dan peraturan

Pendidikan yang terbatas seringkali membuat pengetahuan pengusaha usaha mikro mengenai hukum dan peraturan terbatas. Hal ini yang menyebabkan mereka meniru produk yang dilindungi hak paten atau tidak paham dengan aneka pajak yang dikenakan pada produknya.

Menurut Suhardjono (2003) tantangan dan masalah pengembangan usaha mikro di antaranya meliputi:

- a. Kelemahan dalam memperoleh peluang pasar dan memperbesar pangsa pasar.
- b. Kelemahan dalam struktur permodalan dan keterbatasan untuk memperoleh jalur terhadap sumber-sumber permodalan.
- c. Kelemahan di bidang organisasi dan manajemen sumber daya manusia.
- d. Keterbatasan jaringan usaha yang kurang kondusif, karena persaingan yang saling mematikan.
- e. Pembinaan yang telah dilakukan masih kurang terpadu dan kurangnya kepercayaan serta kepedulian masyarakat terhadap usaha kecil.

*World Bank* (2005) menjelaskan bahwa kendala yang dihadapi usaha mikro di Indonesia adalah:

### 1. Memenuhi persyaratan jaminan perbankan

Usaha mikro seringkali menghadapi kesulitan dalam hal memenuhi persyaratan jaminan perbankan yang disebabkan kecilnya usaha mereka. Pengusaha usaha mikro cenderung tidak memiliki tanah atau sumber daya penting lainnya yang melindungi aset keuangan mereka. Ketika perbankan menerapkan peminjaman yang didasarkan pada arus kas, pemerintah harus menciptakan lingkungan yang dapat memunculkan perusahaan sewa beli (*leasing*) maupun anjak piutang (*factoring*), yang dapat membantu usaha mikro untuk mendapatkan akses modal tanpa harus ada sejumlah jaminan pinjaman yang besar.

### 2. Sensitif terhadap perubahan (variasi)

Usaha mikro lebih sensitif terhadap perubahan arus kas ketimbang usaha yang besar karena memiliki sumber daya yang besar untuk sewaktu-waktu diambil ketika terjadi kekurangan dana. Dalam kenyataannya pengembalian

(restitusi) pajak pendapatan di muka dan PPn tidak bekerja lebih membebani usaha mikro, karena pengembalian pajak relatif jarang diterima, atau datang setelah 24-36 bulan lebih lama. Hal ini menyebabkan mengecilnya likuiditas tersebut dapat digunakan dengan baik untuk mengelola investasi yang lain. Pemerintah harusnya mengimplementasikan yang lebih cepat, menghilangkan kebijakan pajak pra bayar yang didasarkan pada pendapatan masa lalu dan beralih pada sistem pajak dimana usaha membayar pajak pendapatan yang telah diprediksikan sebelumnya dengan pengenaan bunga yang dibayarkan jauh di bawah yang sebenarnya.

3. Menekan biaya produksi yang berkaitan dengan penerapan teknologi

Agar dapat berkompetisi secara efektif, usaha mikro dituntut untuk dapat menekan biaya produksi mereka dengan mengadopsi teknologi usaha yang tepat guna. Aktivitas subkontrak adalah jalan yang paling umum ditempuh untuk menekan sejumlah biaya dan ini telah berperan penting dalam kesuksesan integrasi usaha mikro ke dalam usaha yang lebih dinamis, yaitu sektor industri yang berorientasi ekspor, seperti yang terjadi di Jepang dan Korea. Aktivitas subkontrak bagi perusahaan lain kecuali untuk aktivitas yang dirasakan hanya sebagai penunjang bagi aktivitas perusahaan. Peraturan yang mengurangi kesempatan bagi usaha mikro untuk mendapatkan akses penting dan menguntungkan pada sejumlah pangsa pasar potensial, serta menghambat pertumbuhan sektor usaha mikro.

Muhammad Yunus dalam Permadi (2007) menjelaskan bahwa upaya untuk mengatasi kemiskinan dengan memberikan kesempatan untuk mengoptimalkan kemampuan yang sudah mereka miliki melalui pinjaman mikro tanpa agunan. Kemiskinan bukan disebabkan karena mereka malas atau tidak mau bekerja tetapi karena mereka tidak memperoleh kesempatan untuk mengembangkan usaha yang disebabkan keterbatasan modal. Sementara itu Ismawan (2003) menunjukkan bahwa pengalaman mengembangkan keuangan mikro untuk melayani masyarakat miskin dalam lingkup dunia telah mendapatkan momentum baru, yaitu dengan adanya *Microcredit Summit (MS)* yang

diselenggarakan di Washington tanggal 2-4 Februari 1997 sehingga terdapat beberapa alternatif yang bisa dilakukan di antaranya yaitu:

1. *Banking of the poor*. Bentuk ini mendasarkan diri pada *saving led microfinance*, ketika mobilisasi keuangan mendasarkan diri pada kemampuan yang dimiliki oleh masyarakat miskin. Bentuk ini juga mendasarkan pula atas *membership base*, keanggotaan dan partisipasinya terhadap kelembagaan mempunyai makna yang penting. Bentuk-bentuk yang telah terlembaga di masyarakat antara lain Kelompok Swadaya Masyarakat (KSM), Kelompok Usaha Bersama (KUB), *Credit Union (CU)*, Koperasi Simpan Pinjam (KSP), dan lain-lain.
2. *Banking with the poor*. Bentuk ini mendasarkan diri dari memanfaatkan kelembagaan yang telah ada, baik kelembagaan (organisasi) sosial masyarakat yang mayoritas bersifat informal atau yang sering disebut Kelompok Swadaya Masyarakat (KSM), serta lembaga keuangan formal (bank). Kedua lembaga yang *nature*-nya berbeda itu, diupayakan untuk diorganisasikan dan dihubungkan atas dasar semangat simbiosis mutualisme. Pihak bank akan mendapat nasabah yang makin banyak (*outreaching*), sementara masyarakat miskin akan mendapat akses untuk mendapatkan *financial support*. Di Indonesia, hal ini dikenal dengan pola yang sering disebut Pola Hubungan Bank dan Kelompok Swadaya Masyarakat (PHBKSM).
3. *Banking for the poor*. Bentuk ini mendasarkan diri atas *credit-led institution*, yakni sumber *financial support* (terutama) bukan diperoleh dari mobilisasi tabungan masyarakat miskin, namun memperoleh dari sumber lain yang memang ditujukan untuk masyarakat miskin. Dengan demikian tersedia dana cukup besar yang memang ditujukan kepada masyarakat miskin melalui kredit. Contohnya yakni Badan Kredit Desa (BKD), Lembaga Dana Kredit Perdesaaan (LDKP), Grameen Bank (yang ada di Indonesia seperti Lembaga Keuangan Mikro/ LKM), dan yang lainnya.

### 3. Peranan Usaha Mikro

Sejak awal dasawarsa tujuh puluhan secara tajam mulai disadari, bahwa meskipun mengalami pertumbuhan ekonomi yang pesat, namun kebanyakan



negara berkembang belumlah berhasil menyediakan lapangan pekerjaan yang layak bagi angkatan kerja pada umumnya, baik ditinjau dari segi pendapatan ataupun kesesuaian pekerjaan terhadap keahlian. Harapan bahwa pertumbuhan yang pesat dari sektor industri modern akan dapat menyelesaikan masalah kemiskinan dan pengangguran secara tuntas ternyata masih berada pada rentang perjalanan yang panjang. Bertitik tolak dari kenyataan inilah maka eksistensi industri mikro dan kecil telah mengambil bagian dalam masalah kesempatan kerja dan ketenagakerjaan di negara berkembang. Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa sektor industri kecil merupakan salah satu sektor yang mempunyai andil yang cukup kuat dalam mengatasi pengangguran dan kesempatan kerja serta mewujudkan pengembangan wilayah dan pembangunan nasional.

Perihal pentingnya industri kecil itu secara asasi tidaklah terlepas dari data empiris atau berbagai aspek nalariah yang melatarbelakanginya. Presentase jumlah usaha industri kecil terhadap unit usaha di sektor industri pengolahan menunjukkan porsi penyerapan tenaga kerja yang lebih besar dibandingkan pada industri besar maupun sedang. Industri kecil selain memberikan manfaat dalam ketenagakerjaan, juga memberikan manfaat sosial yang berarti bagi perekonomian (Jakti, 1986), yaitu:

- a. Industri kecil dapat menciptakan peluang berusaha yang luas dengan pembiayaan yang relatif murah.
- b. Industri kecil turut mengambil peranan dalam peningkatan dan mobilisasi tabungan domestik.
- c. Industri kecil mempunyai kedudukan komplementer terhadap industri besar dan sedang, karena industri kecil menghasilkan produk yang relatif murah dan sederhana, yang biasanya dihasilkan oleh industri besar dan sedang.

Hasil penelitian Tambunan (1989) membuktikan bahwa industri berskala kecil berperan penting dalam menanggulangi problem sosial ekonomi negara-negara berkembang. Subsektor industri kecil tersebut mampu memberikan kesempatan kerja bukan saja bagi masyarakat pedalaman yang tidak memiliki penghasilan tambahan tetapi juga kepada petani yang kehilangan sumber penghasilan utamanya di sektor tersebut di luar musim panen.

Hasil penelitian Haryadi (1995) menyatakan bahwa industri kecil merupakan penyedia kesempatan kerja baik di desa maupun perkotaan. Sebagai salah satu kegiatan ekonomi di luar sektor pertanian, sub sektor industri kecil memperlihatkan kemampuan menampung semakin banyak tenaga kerja yang tidak dapat diserap pada sektor pertanian. Dari uraian dan beberapa penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa pengembangan industri kecil merupakan kebijaksanaan yang strategis dalam pengembangan atau pembangunan wilayah. Hal ini dapat dilihat dengan penyerapan tenaga kerja dan memberikan sumbangan terhadap peningkatan pendapatan yang akan mendukung pertumbuhan ekonomi nasional dan pembangunan nasional.

Menurut Sulaeman (2004) Pengembangan usaha kecil dan menengah dalam menghadapi pasar regional dan global harus didasari pada upaya yang keras dan terus menerus dalam menjadikan UMKM sebagai usaha yang tangguh. Oleh karena itu, produk yang diusahakan UMKM sekurang-kurangnya mempunyai keunggulan komparatif, bahkan sangat diharapkan mempunyai keunggulan kompetitif. Pendekatan klaster bisnis merupakan upaya pengembangan usaha UMKM secara sistemik, sehingga UMKM yang ada di dalamnya mempunyai peluang untuk menjadi usaha yang handal dan kompetitif.

Strategi pengembangan usaha UMKM harus didasarkan atas dasar kekuatan dan tantangannya, oleh karena itu harus ditopang secara kuat terutama oleh adanya akses ke sumber dana, pasar, sumber bahan baku, teknologi dan informasi serta manajemen. Pendapat di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam pengembangan wilayah peran industri kecil termasuk di dalamnya usaha mikro tidak hanya berperan dalam penyerapan tenaga kerja tetapi juga dalam pemasaran hasil produk yang diharapkan mampu memiliki keunggulan kompetitif terutama dalam menghadapi persaingan pasar regional dan pasar global.

Peran usaha mikro dalam perekonomian Indonesia (Urata dalam Sulistyastuti, 2004) adalah:

1. Usaha mikro merupakan pemain utama dalam kegiatan ekonomi di Indonesia.
2. Penyediaan kesempatan kerja.

3. Pemain penting dalam pengembangan ekonomi lokal dan pengembangan masyarakat.
4. Penciptaan pasar dan inovasi melalui fleksibilitas dan sensitivitas atas keterkaitan dinamis antar kegiatan perusahaan.
5. Memberikan kontribusi terhadap peningkatan ekspor non migas.

Sementara itu, (Tambunan, 2002) menyebutkan bahwa usaha mikro juga mampu mereduksi ketimpangan pendapatan (*reducing income inequality*) terutama di negara-negara berkembang. Keberadaan usaha mikro di Indonesia lebih dikaitkan dengan peranannya secara klasik yaitu untuk mengatasi pengangguran dan pemerataan pendapatan.

Menurut Rudjito (2003) setidaknya ada 4 (empat) aspek utama yang menjadi alasan mengapa usaha mikro memiliki peran strategis, yaitu:

1. Aspek manajerial, yang meliputi: peningkatan produktivitas/ omzet/ tingkat utilitas/ tingkat hunian, meningkatkan kemampuan pemasaran dan pengembangan sumber daya manusia.
2. Aspek permodalan, yaitu meliputi: bantuan modal (penyisihan 1-5% keuntungan BUMN dan kewajiban untuk menyalurkan kredit bagi usaha kecil minimum 20% dari portofolio kredit bank) dan kemudahan kredit.
3. Pengembangan program kemitraan dengan usaha besar baik lewat sistem Bapak-Anak Angkat, PIR, keterkaitan hulu-hilir (*forward linkage*), keterkaitan hilir-hulu (*backward linkage*), modal ventura, atau subkontrak.
4. Pengembangan sentra industri kecil dalam suatu kawasa apakah berbentuk PIK (Pemukiman Industri Kecil), LIK (Lingkungan Industri kecil), SUIK (Sarana Usaha Industri Kecil) yang didukung UPT (Unit Pelayanan Teknis) dan TPI (Tenaga Penyuluhan Industri).
5. Pembinaan untuk bidang usaha dan daerah tertentu lewat KUB (Kelompok Usaha Bersama), Kopinkra (Koperasi Industri Kecil dan Kerajinan).

Menurut Lestari (2009) untuk memenuhi kebutuhan permodalan tersebut, usaha mikro paling tidak menghadapi 4 masalah, yaitu:

1. Masih rendahnya atau terbatasnya akses usaha mikro terhadap berbagai informasi, layanan, fasilitas keuangan yang disediakan oleh lembaga keuangan formal, baik bank maupun non bank misalnya dan BUMN, ventura.
2. Prosedur dan persyaratan perbankan yang terlalu rumit sehingga pinjaman yang diperoleh tidak sesuai kebutuhan baik dalam hal jumlah maupun waktu, kebanyakan perbankan masih menempatkan agunan material sebagai salah satu persyaratan dan cenderung mengesampingkan kelayakan usaha.
3. Tingkat bunga yang dibebankan dirasa masih tinggi.
4. Kurangnya pembinaan, khususnya dalam manajemen keuangan, seperti perencanaan keuangan, penyusunan proposal dan lain sebagainya.

Teori Klasik memiliki pandangan yang berbeda dengan teori modern mengenai peran usaha mikro. Menurut pandangan teori klasik usaha mikro berperan dalam proses industrialisasi, penyerapan tenaga kerja, penyediaan barang dan jasa bagi masyarakat berpenghasilan rendah serta pembangunan ekonomi pedesaan. Peran usaha mikro yang paling populer dan sangat penting adalah kemampuannya menyediakan kesempatan kerja. Usaha mikro memiliki peran komplementer dengan perusahaan besar dalam penciptaan kesempatan kerja maupun pertumbuhan ekonomi (Giaoutzi, et al dalam Sulistyastuti, 2004).

Dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam pasal 3 disebutkan bahwa usaha mikro bertujuan menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan ekonomi yang berkeadilan. Usaha mikro selain memiliki peranan penting dalam penyerapan tenaga kerja, usaha mikro juga berperan sebagai mediasi proses industrialisasi suatu negara. Kontribusi industri kecil dan rumah tangga sangat penting dalam proses industrialisasi pada tahap awal, yaitu sebesar 50% - 75%. Perkembangan usaha mikro diawali dari IKRT (Industri Kecil Rumah Tangga) bergerak dalam industri garmen, sepatu, kerajinan tangan, maupun makanan yang bahan bakunya dari sektor pertanian.

Tahap kedua ditandai dengan bermunculanya *workshop-workshop* yang sederhana yang menggantikan rumah sebagai lokasi. Pada tahap kedua ini, keberadaan usaha mikro telah menjadi mata pencaharian pokok masyarakat.

Demikian pula mengenai lokasi usaha, dimana pada tahap awal lokasi cenderung di pedesaan, namun pada tahap kedua ini, mulai tersebar ke daerah perkotaan baik *urban* maupun *suburban*. Perkembangan manajemen dan perluasan pasar, difusi inovasi dan adopsi teknologi makin meningkat. Selanjutnya yang lebih besar dan makin meningkatkan kemampuan manajerial serta teknologi.

Tahap ketiga, industri didominasi oleh industri skala menengah. Industri skala menengah sudah memiliki sistem produksi dan manajemen yang lebih efisien. Selain itu, industri ini sudah mampu melakukan koordinasi yang lebih baik sehingga memiliki akses yang lebih luas, mereka juga telah mengembangkan investasi dan infrastruktur. Selama 3 periode tersebut, para pemilik usaha telah mengalami proses pembelajaran (*learning process*) baik dalam sistem produksi maupun manajemen. Proses pembelajaran tersebut tentu sangat bermanfaat bagi perkembangan menuju industri besar. Dengan demikian tahap keempat adalah tumbuhnya industri berskala besar maupun menjadi *mature industry*.

Teori modern memandang bahwa pentingnya eksistensi serta pengembangan usaha mikro berkaitan dengan spesialisasi yang fleksibel dalam berproduksi dan ekspor (Piore dan Sabel dikutip Sulistyastuti, 2004). Usaha mikro sangat penting dalam proses produksi dengan kemampuannya melakukan spesialisasi, maka terjadi keterkaitan (*linkage*) antara usaha mikro dengan usaha besar. Hal ini sangat penting bagi perkembangan perekonomian secara keseluruhan. Keterkaitan (*linkage*) adalah suatu pola hubungan antara perusahaan dengan saling memberikan keuntungan, dalam hal ini posisi usaha mikro sebagai penyedia *spare part* dan berbagai macam input bagi usaha berskala besar melalui pola sub kontrak.

Keterkaitan antara usaha mikro dengan usaha besar mendukung teori *Flexible Specialization* yang berkembang tahun 1980-an. Teori ini menentang teori yang dikembangkan Anderson yang bernada pesimis dengan memprediksi bahwa usaha mikro makin menghilang ketika pembangunan ekonomi makin maju. Namun menurut teori *Flexible Specialization* justru beranggapan bahwa usaha mikro penting dalam proses pembangunan ekonomi yang semakin maju



(Tambunan, 2002). Selain keunggulan dalam spesialisasi produksi, teori modern juga beranggapan bahwa usaha mikro sebagai salah satu penggerak motor ekspor.

Untuk pasar barang, usaha mikro melakukan transaksi dengan seluruh pelaku ekonomi, baik sesama usaha mikro, UKM, usaha besar, bahkan pelaku usaha internasional. Usaha mikro ikut berperan dalam memenuhi kebutuhan hidup masyarakat, sekaligus memberikan kontribusi terhadap ekspor negara. Usaha mikro juga berperan sebagai distributor sekaligus pangsa bagi berbagai produk yang dihasilkan oleh usaha besar. Bahkan bagi beberapa produsen besar produk konsumsi, seperti mie instan dan kosmetik, pasar usaha mikro sebagian besar merupakan pangsa konsumsinya, baik sebagai konsumen langsung maupun perantara (Krisnamurthi dalam Yustika).

Sutrisno (2004) menjelaskan usaha mikro memiliki peran penting dalam perkembangan ekonomi yang ditunjukkan oleh sejumlah indikator sebagai berikut:

1. Ketika pertumbuhan ekonomi mencapai 4,8% tahun 2000 dimana Usaha besar (UB) belum bangkit, banyak pakar memperkirakan hal tersebut kontribusi dari usaha mikro selain dari sektor konsumsi.
2. Hasil survei 1998 ketika awal krisis terhadap 225 ribu usaha mikro dan kecil di seluruh Indonesia menunjukkan bahwa hanya 4% saja usaha mikro dan kecil menghentikan bisnisnya, 64% tidak mengalami perubahan omzet, 31% omzetnya menurun, dan bahkan 1% justru berkembang.
3. Technical Assistant ADB pada tahun 2001 juga melakukan survei terhadap 500 usaha mikro dan kecil di Medan dan Semarang yang memberikan hasil bahwa 78% usaha mikro kecil menjawab tidak terkena dampak krisis moneter.

#### **4. Pembiayaan Usaha Mikro**

Berdasarkan Keputusan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Nomor 91 Tahun 2004 tentang Petunjuk Pelaksanaan Kegiatan Usaha Koperasi Jasa Keuangan Syariah pasal 1 butir 8 yang dimaksudkan dengan pembiayaan adalah penyediaan dana untuk investasi atau kerja sama permodalan antara koperasi dengan anggota, calon anggota, koperasi lain, dan atau anggotanya, yang mewajibkan penerima pembiayaan itu untuk melunasi pokok

pembiayaan yang diterima kepada koperasi sesuai akad disertai pembayaran sejumlah imbalan bagi hasil dan atau laba dari kegiatan yang dibiayai atau penggunaan dana pembiayaan tersebut.

Menurut Pasal 1 butir 11 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, Menengah yang dimaksud dengan pembiayaan adalah penyediaan dana oleh pemerintah, pemerintah daerah, dunia usaha, dan masyarakat melalui bank, koperasi, dan lembaga keuangan bukan bank, untuk mengembangkan dan memperkuat permodalan usaha mikro, kecil, dan menengah.

Kemudian sumber pembiayaan dalam UMKM pada Pasal 21 disebutkan bahwa:

- a. Pemerintah dan Pemerintahan Daerah menyediakan pembiayaan bagi Usaha Mikro dan Kecil.
- b. Badan Usaha Milik Negara dapat menyediakan pembiayaan dari penyisihan bagian laba tahunan yang dialokasikan kepada Usaha Mikro dan Kecil dalam bentuk pemberian pinjaman, penjaminan, hibah, dan pembiayaan lainnya.
- c. Usaha Besar nasional dan asing dapat menyediakan pembiayaan kepada Usaha Mikro dan Kecil dalam bentuk pemberian pinjaman, penjaminan, hibah, dan pembiayaan lainnya.
- d. Pemerintah, pemerintah daerah, dan dunia usaha dapat memberikan hibah, mengusahakan bantuan luar negeri, dan mengusahakan sumber pembiayaan lain yang sah serta tidak mengikat untuk Usaha Mikro dan Kecil.
- e. Pemerintah dan pemerintah daerah dapat memberikan insentif dalam bentuk kemudahan persyaratan perizinan, keringanan tarif sarana dan prasarana, dan bentuk insentif lainnya yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan kepada dunia usaha yang menyediakan pembiayaan bagi usaha mikro dan kecil.

Dari ketentuan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa pembiayaan terhadap UMKM dapat diperoleh melalui pemerintah, pemerintah daerah, BUMN, usaha besar nasional dan asing. Selain berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 adapun sumber pembiayaan atau modal terhadap UMKM di antaranya sebagai berikut:

- a. Modal Sendiri, yakni uang yang dikumpulkan dari tabungan (bila bekerja) atau warisan yang diwariskan orang tua atau hibah pemberian dari orang lain.
- b. Dari barang yang digadaikan, yakni barang milik sendiri yang digadaikan baik ke lembaga formal (seperti Perum Pegadaian) atau informal.
- c. Melakukan peminjaman kepada bank dan lembaga keuangan sejenis bank. Dengan membayar angsuran sesuai tingkat bunga yang ada.
- d. Mendapat modal dengan bermitra dengan pihak lain yang sering disebut sebagai kemitraan usaha.
- e. Mendapat pinjaman dari lembaga non formal seperti LSM kemanusiaan dan lembaga pemberdayaan ekonomi lainnya.
- f. Modal dengan mengoptimalkan hubungan dengan *supplier* (pemasok).

Selain pengembangan pembiayaan sebagaimana diuraikan di atas masih ada beberapa sistem pembiayaan (*multifinance*) yang dapat dimanfaatkan UMKM, antara lain: modal ventura, anjak piutang (*factoring*), penyewaan (*leasing*), pegadaian, dana BUMN dan sebagainya. Pemilihannya tergantung UMKM sendiri, berdasarkan kesesuaian, kemampuan pemenuhan persyaratan dan prosedur yang ditetapkan masing-masing lembaga pembiayaan tersebut. Modal ventura merupakan salah satu program Kementerian Negara Koperasi dan UMKM dan telah berkembang di daerah-daerah, hampir disetiap propinsi/ daerah istimewa telah berdiri Perusahaan Modal Ventura Daerah (LMVD) yang menyediakan modal produktif bagi UMKM.

Pengalaman menunjukkan bahwa usaha mikro secara keseluruhan sedikit sekali mengandalkan sektor perbankan sebagai sumber pembiayaan. Hal ini karena usaha mikro selalu diragukan kemampuannya mengembalikan kredit. Tentu keraguan ini dari sisi perbankan sangat masuk akal. Lembaga perbankan selalu berkeinginan agar dana yang mereka kucurkan aman. Sedang mereka yang terjun ke sektor usaha mikro adalah kelompok sosial bawah yang kadang tidak mempunyai aset sebagai jaminan atau *collateral*. Bila pun para pelaku usaha mikro mempunyai jaminan belum tentu mereka akan mulus menerima kredit karena masih ada keraguan terhadap kelangsungan usaha mereka. Inilah menjadi

alasan mengapa usaha mikro tidak terlalu mengandalkan lembaga keuangan formal dalam usaha mereka.

Studi yang dilakukan oleh lembaga PSP-IPB menunjukkan bahwa sampai tahun 1998 alokasi kredit perbankan ke kegiatan usaha mikro dan kecil perdesaan menjadi kurang dari 10 persen dari total kredit yang disalurkan per tahun antara tahun 1998 – 2001. Proporsi tersebut hampir tidak berubah tidak berubah walaupun rata-rata rupiah yang disalurkan relatif lebih rendah. Padahal dalam periode yang sama (1998 – 2001) telah terjadi peningkatan peredaran uang di perdesaan dan kegiatan UMKM rata-rata mencapai 17 persen per tahun. Hal tersebut menurut Husein (2005), diduga terkait dengan penambahan anggaran belanja pemerintah setelah otonomi daerah, adanya arus dana dari kota ke desa setelah banyak terjadi PHK, adanya peningkatan dana dari luar negeri yang nilainya dalam rupiah meningkat akibat devaluasi dan berkurangnya *capital out-flow* dari desa akibat kurang berfungsinya sektor perbankan yang selama ini masih bersifat *branch banking system*.

Temuan yang sama juga diungkapkan Prawirokusumo (2001) pada posisi Mei 1998, dari Rp. 563,4 triliun yang disalurkan perbankan, yang disalurkan kepada koperasi dan UMKM hanya Rp 50,1 triliun atau 9,5%. Rendahnya penyaluran kredit ini mencerminkan rendahnya tingkat aksesibilitas UMKM pada sumber-sumber pendanaan. Selain dalam akses pada sumber pendanaan, keberpihakan pemerintah selama ini lebih kepada usaha besar (konglomerat) dengan harapan akan terjadi *trickle down effect*. Justru sebaliknya, yang terjadi adalah tingkat kesenjangan semakin tinggi.

Para pelaku UMKM walaupun tidak mempunyai akses ke sektor perbankan mereka masih bisa mengandalkan sumber lain yaitu kredit informal. Sekitar lebih dari 90% pengusaha mikro (industri kecil rumah tangga) mengandalkan modal sendiri. Sementara itu, bila mereka meminjam dana untuk modal, lebih dari 70% mengandalkan rentenir dengan tingkat bunga yang tinggi. Hal ini tentu berbeda dengan pengusaha besar yang pinjam dari bank dengan tingkat bunga yang normal. Walaupun demikian UMKM masih tetap *survive* (Husen 2005).

Setelah krisis ekonomi perhatian kepada UMKM semakin besar. Ini tentu hikmah tersendiri bagi UMKM karena tanpa krisis mungkin nasib mereka tetap sama karena pemerintah lebih memberi perhatian pada sektor usaha besar. Argumentasi tersebut didukung pula dengan terjadinya peningkatan peran lembaga keuangan mikro di perdesaan. Antara tahun 1998 – 2001, beberapa lembaga keuangan mikro (LKM) non-bank (juga non-BPR) rata-rata telah berhasil meningkatkan nilai kegiatannya hingga 31% pertahun (Husen, 2005). Hal itu disebabkan oleh LKM yang umumnya lebih mampu memenuhi karakter layanan yang dibutuhkan masyarakat perdesaan. Kondisi pasar finansial seperti itu, ketika arus uang keluar dari UMKM lebih besar dari pada arus masuknya, terjadi karena adanya *setup* struktural dan institusional yang seolah memang dirancang untuk itu.

Bank sebagai lembaga pemberi kredit sangat berperan membantu pengusaha-pengusaha daerah guna meningkatkan kegiatan perekonomian di daerah, guna memperlancar kegiatan perekonomian masyarakat. Kredit adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam-meminjam antara Bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi utangnya setelah jangka waktu tertentu dengan perimbangan bunga.

Bank Indonesia pada tanggal 2 April 2007 akhirnya mengeluarkan Peraturan Bank Indonesia yang intinya memperlonggar sejumlah persyaratan kredit perbankan bagi UMKM. Pelonggaran meliputi tiga hal, yaitu: 1) ketentuan kredit bagi UMKM dipermudah, bila selama ini kredit pada UMKM harus memenuhi tiga syarat, yaitu prospek industri, sisi *balanced*, dan kemampuan membayar, maka kini dua persyaratan dihilangkan, tinggal satu persyaratan yaitu kemampuan membayar; 2) pelonggaran mengenai pemberian kredit bagi perusahaan yang bermasalah, yaitu bila perusahaan bermasalah bukan karena kesengajaan tapi akibat situasi makro dan eksternal perusahaan misalnya terjadinya bencana alam, maka perusahaan tersebut boleh mendapat kredit; 3) kemudahan bagi perusahaan yang berada dalam induk perusahaan (*holding*) bermasalah, tetapi unit perusahaan dinilai sehat dan tak bermasalah, maka dapat diberikan kredit.



Dengan dihilangkan dua syarat dan hanya tinggal satu persyaratan yaitu kemampuan membayar. Berarti kredit perbankan UMKM mendasarkan pada kelayakan usaha, maka UMKM harus melakukan pembenahan dan peningkatan kemampuannya. Dalam hal ini, hanya UMKM yang memiliki usaha layak dan memiliki manajemen dan administrasi rapi yang akan cepat bisa memanfaatkan kredit perbankan. Dengan prasyarat seperti itu, maka tidak akan banyak pula UMKM yang dapat memanfaatkan kredit bank. Untuk itu, agar kemudahan kredit tersebut dapat optimal bisa dimanfaatkan UMKM masih perlu dukungan penjaminan kredit.

### **5. Pemberdayaan Sumber Daya Manusia (SDM) dalam Usaha Mikro**

Kemampuan sumber daya manusia pada industri kecil harus diupayakan mengalami peningkatan misalnya memiliki motivasi tinggi dalam bekerja, kreatif dan mampu mengembangkan inovasi sehingga memiliki nilai tambah dalam proses produksinya. Oleh karena itu sumber daya manusia tersebut menjadi suatu yang dominan dalam meningkatkan kinerja dari industri kecil. Smith (2000) menyatakan bahwa memberdayakan manusia berarti mendorong mereka menjadi lebih terlibat dalam keputusan dan aktivitas yang mempengaruhi kerja mereka. Dengan demikian pemberdayaan berarti memberikan mereka kesempatan untuk menunjukkan bahwa mereka dapat memberikan gagasan baik dan mempunyai keterampilan mewujudkan gagasannya menjadi kenyataan.

Sejalan dengan itu, Robbins (2001) mengatakan bahwa pemberdayaan sebagai menempatkan pekerja bertanggung jawab atas apa yang mereka kerjakan. Dengan demikian, manajer belajar untuk berhenti mengontrol dan pekerja bagaimana bertanggungjawab atas pekerjaannya dan membuat keputusan yang tepat. Pemberdayaan dapat mengubah gaya kepemimpinan, hubungan kekuasaan, cara merancang kerja dan cara menyusun struktur. Sementara itu menurut Newstrom dan Davis (1997) bahwa pemberdayaan merupakan setiap proses yang memberikan otonomi yang lebih besar kepada pekerja melalui saling menukar informasi yang relevan dan ketentuan tentang pengawasan atas faktor-faktor yang mempengaruhi prestasi kerja.

Pemberdayaan membantu menghilangkan kondisi yang menyebabkan ketidakberdayaan sambil meningkatkan perasaan *self-efficacy* kerja. *Self-efficacy* adalah suatu perasaan bahwa dirinya mampu menyelesaikan pekerjaan apa saja yang diberikan kepadanya. Berkenaan dengan uraian hal tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa pemberdayaan sumber daya manusia merupakan suatu upaya dan proses untuk menjadikan seseorang itu dari tidak berdaya menjadi berdaya atau lebih memiliki pengetahuan, sikap dan keterampilan serta kemampuan untuk bertanggung jawab menyelesaikan pekerjaan yang diberikan kepadanya.

Smith (2000) memandang ada dua hal yang menyebabkan perlu adanya pemberdayaan. Pertama adalah karena lingkungan eksternal telah berubah sehingga mengalihkan cara bekerja dengan orang di dalam organisasi bisnis. Organisasi bisnis di abad 21 bekerja dalam dunia yang penuh ketidakpastian, kompleks dan perubahan yang tidak dapat diduga. Terdapat 4 (empat) faktor yang menyebabkan hal tersebut terjadi yaitu (1) semakin intensifnya kompetensi, (2) inovasi teknologi yang sangat cepat, (3) permintaan yang tepat atas kualitas yang lebih tinggi dan nilai yang lebih baik, dan (4) tumbuhnya masalah ekologi. Kedua adalah karena orangnya sendiri berubah. Sejak lama pimpinan dalam sebuah organisasi memandang orang sebagai sumber yang paling dihargai.

Peningkatan kualitas SDM dilakukan melalui peningkatan keterampilan manajemen dan kewirausahaan. Ini menyangkut dua aspek SDM yang umumnya lebih efektif dilakukan melalui pendekatan *learning by doing*. Bagi pengusaha usaha mikro lebih mudah belajar melalui praktik langsung dari pada belajar teori yang rumit terutama menyangkut kewirausahaan. Pengalaman selama ini menunjukkan bahwa kewirausahaan pada kebanyakan kasus tumbuh dari keluarga wirausaha pula. Pendekatan semacam ini akan cenderung terus dikembangkan. Berbagai program magang, inkubator, klinik usaha, konsultasi lapangan kini tengah digodok melalui berbagai proyek percontohan yang nantinya dapat direplikasikan di tempat-tempat lain.

Dengan demikian, pendekatan pembangunan SDM akan diprioritaskan dalam upaya memasyarakatkan dan membudayakan kewirausahaan khususnya dalam rangka pembinaan usaha mikro. Perlu disadari bahwa pendekatan semacam

ini tidak cepat dilihat buahnya (*quick yielding*), melainkan merupakan investasi jangka panjang yang buahnya mungkin dinikmati setelah beberapa waktu. Namun, setiap investasi jangka panjang biasanya juga memiliki daur hidup yang relatif panjang pula. Sekali berhasil membangun suatu generasi pengusaha muda yang tangguh dan andal, maka hal serupa akan mengalami replikasi untuk generasi-generasi berikutnya. Proses semacam ini akan terus terjadi secara berulang-ulang sehingga roda pembangunan berputar dengan sendirinya. Dengan demikian, suatu ketika setiap daerah akan memiliki pengusaha daerah yang tangguh dan mandiri. Oleh karena itu, diharapkan dari pengusaha usaha mikro harus secara proaktif memikirkan hal ini dan terjun langsung sebagai wirausaha dalam rangka memperkokoh perekonomian masing masing daerah.

## **6. Pedagang Eceran**

### **a. Pengertian Pedagang eceran**

Aktivitas pemasaran tentunya tidak terlepas dari aktivitas transaksi atau pertukaran baik barang maupun jasa, dimana prosesnya meliputi lembaga-lembaga pemasaran seperti produsen, distributor, dan pengecer (*Retailer*), sebelum akhirnya sampai ke tangan konsumen akhir. *Retailing* merupakan aktivitas paling akhir dari rangkaian perjalanan produk dari produsen ke konsumen akhir. Pedagang eceran adalah orang yang menjual barang dan jasa kepada konsumen akhir. Ini merupakan mata rantai terakhir dalam penyaluran barang dan jasa. Pedagang eceran sangat penting artinya bagi produsen karena produsen dapat memperoleh informasi berharga tentang produknya sedangkan bagi konsumen pedagang eceran ini sangat menguntungkan karena tidak perlu bersusah payah untuk mendapatkan produk atau barang yang mereka inginkan.

Pedagang eceran merupakan salah satu jenis pedagang perantara disamping usaha grosir. Pedagang eceran memegang peranan penting bagi konsumen akhir yang mengkonsumsi barang dagangan, maupun bagi kesuksesan organisasi atau badan yang menyediakan barang dagangan (produsen). Pedagang eceran menghimpun barang-barang yang diinginkan konsumen dari berbagai macam sumber dan tempat, sehingga memungkinkan konsumen untuk membeli

beraneka macam barang dalam jumlah kecil dengan harga yang layak dan tempat yang terjangkau.

Pengertian perdagangan eceran menurut Lucas et al (1994) adalah: *"Retailing is all activities involved in marketing of goods and services directly to consumers for their personal, family, or household use"*. (perdagangan eceran adalah semua kegiatan yang terlibat dalam pemasaran barang dan jasa langsung kepada konsumen untuk pribadi, keluarga, atau keperluan rumah tangga mereka). Sedangkan menurut Lusch dan Dunne (1990), pengecer adalah sebagai berikut: *"Retailing is the final stage in the progression of merchandise from producer to consumer"*. (perdagangan eceran adalah tahap akhir dalam perkembangan barang dari produsen ke konsumen). Menurut Levy dan weitz (1995) : *"Retailing is a business that sells product and services to consumers for their personal or family use. A retailer is the final business on a distribution channel that links manufacturers with consumers"*. (perdagangan eceran adalah bisnis yang menjual produk dan jasa kepada konsumen untuk penggunaan pribadi atau keluarga mereka. Pengecer adalah orang yang melakukan bisnis akhir padasaluran distribusi untuk menghubungkan produsen dengan konsumen).

Menurut Saladin (2006) yang dikutip dari Kotler mengemukakan definisi pedagang eceran adalah orang yang melakukan penjualan eceran meliputi semua aktivitas yang melibatkan penjualan barang atau jasa pada konsumen akhir untuk dipergunakan yang sifatnya pribadi dan bukan bisnis. Senada dengan itu menurut Kotler (2009) yang dimaksud dengan usaha eceran adalah semua kegiatan yang melibatkan penjualan barang dan jasa secara langsung kepada konsumen akhir untuk penggunaan pribadi bukan untuk bisnis. Sedangkan menurut Buchari (2004) yang dimaksud dengan pedagang eceran adalah suatu kegiatan menjual barang dan jasa kepada konsumen akhir. Berdasarkan dari berbagai pendapat yang telah diuraikan tersebut di atas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pedagang eceran adalah orang yang melakukan suatu bentuk kegiatan usaha dengan cara menjual produk atau jasa secara langsung kepada konsumen akhir untuk dikonsumsi sebagai penggunaan pribadi dan bukan untuk dijual kembali, dimana produk atau jasa tersebut didapatkan dari produsen yang menghasilkannya.

## b. Macam-macam Pedagang Eceran

Konsumen sekarang sangat manja dan mereka dapat dilayani oleh berbagai tipe toko eceran dengan persediaan aneka macam barang untuk memenuhi berbagai *needs* dan *wants*. Organisasi-organisasi pengecer sangat beragam dan bentuk-bentuk baru terus bermunculan. Menurut Kotler dalam Foster (2008) ada beberapa tipe-tipe pedagang eceran yaitu sebagai berikut:

### 1. *Store retailer* (pedagang eceran bertoko)

Pedagang eceran bertoko dapat dibagi ke dalam delapan kategori yaitu toko khusus, toko serba ada, pasar swalayan, *convenience store*, toko diskon, pedagang eceran potongan harga, toko super dan ruang pamer katalog.

- a. Toko khusus (*specialty store*), yaitu suatu toko yang mempunyai lini produk terbatas tetapi dengan berbagai keragaman dalam hal produk itu. Contoh: toko olah raga, toko furniture, toko pakaian dan toko buku.
- b. Toko serba ada (*department store*), yaitu toko serba ada yang memiliki beberapa lini produk, khususnya pakaian, alat-alat rumah tangga dan perlengkapan rumah, di mana setiap lini produk dioperasikan sebagai sebuah departemen yang terpisah yang dikelola oleh pembeli barang khusus.
- c. Pasar swalayan (*supermarket*), yaitu suatu toko yang cukup besar, menyediakan makanan, minuman, kebutuhan rumah tangga, barang-barang kosmetik bahkan obat-obatan.
- d. Toko kebutuhan sehari-hari (*convenience store*), yaitu toko kebutuhan sehari-hari secara relatif merupakan toko yang kecil yang berada pada dekat wilayah-wilayah pemukiman.
- e. Toko super, toko kombinasi dan pasar *hyper*.

Toko super merupakan yang lebih besar dari pada pasar swalayan konvensional dengan ruang jual seluas 35.000 kaki persegi, toko ini bertujuan memenuhi kebutuhan total konsumen untuk jenis-jenis makanan yang dijual secara rutin dan konstan serta jenis-jenis non makanan.

Toko gabungan merupakan diversifikasi dari pasar swalayan dengan memasuki produk obat-obatan dengan resep, toko ini rata-rata mempunyai ruang jual 55.000 kaki persegi.



Toko *hyper* lebih luas daripada toko gabungan yaitu 80.000 – 220.000 kaki persegi. Pasar *hyper* ini merupakan kombinasi antara pasar swalayan, toko diskon dan prinsip-prinsip pedagang eceran gudang.

- f. Toko pemberi potongan harga (*discount store*), yaitu toko yang menjual barang-barang standar dengan harga lebih rendah dari pedagang konvensional yang menetapkan margin yang lebih rendah dan volume lebih tinggi.
  - g. Toko gudang (*warehouse store*) yaitu toko tanpa embel-embel diskon, mengurangi operasi pelayanan yang menjual dengan volume tinggi pada harga rendah.
  - h. Ruang pameran katalog (*catalog showroom*) merupakan prinsip-prinsip katalog dan pemotongan harga terhadap pilihan-pilihan produk yang banyak dengan pengembungan (*mark up*) yang tinggi, perputaran cepat (*fast moving*) dan bermerek.
2. Pedagang eceran bukan toko (*non store retailer*)

Penjualan eceran tanpa toko dibagi empat kategori yaitu penjualan langsung (*direct selling*), pemasaran langsung (*direct marketing includes telemarketing and internet selling*), penjualan otomatis (*automatic vending*) dan jasa pembelian (*buying service*). Barang tidak disalurkan melalui saluran bukan toko seperti belanja lewat pos, belanja lewat TV dan belanja dengan computer melalui jaringan internet.

- a. *Direct Selling* (penjualan langsung)

Penjualan langsung adalah suatu jenis pedagang eceran yang menggunakan metode langsung ke konsumen dalam memasarkan barang dagangannya dengan melalui tenaga penjual yang mendatangi konsumen.

- b. *Direct Marketing* (pemasaran langsung)

Pemasaran langsung adalah suatu sistem pemasaran yang menarik yang menggunakan suatu metode iklan untuk mempengaruhi suatu respons yang terukur dan atau suatu transaksi pada suatu lokasi. Pemasaran langsung (*direct marketing*) terdiri dari *personal selling*, *tele marketing*, *direct mail marketing*, *direct response television marketing*, *kiosk marketing* dan *online marketing*.

c. *Automatic vending* (mesin penjual otomatis)

Mesin penjual otomatis adalah suatu jenis pedagang eceran tanpa toko yang menggunakan mesin yang dioperasikan dengan koin dalam melayani pembeli di mana mesin tersebut beroperasi secara otomatis.

d. *Buying Service* (pelayanan pembelian)

Pelayanan pembelian merupakan suatu bentuk pedagang eceran yang bertindak sebagai agen pembeli untuk kelompok-kelompok organisasi besar seperti sekolah, rumah sakit, lembaga-lembaga dan agen-agen.

3. *Retail Organizations* (organisasi pedagang eceran)

Organisasi pedagang eceran mencapai skala ekonomis yang besar, pengakuan merek yang lebih luas, daya beli yang lebih besar dan pegawai yang terlatih. Jenis-jenis utama penjualan eceran yang korporat yaitu rantai korporat, jaringan sukarela, kerja sama konsumen, organisasi waralaba dan konglomerat perdagangan.

Ada 5 (lima) jenis *corporate retailing* yaitu:

a. *Corporate chain* (rantai perusahaan)

Rantai perusahaan adalah dua gerai atau lebih yang umumnya dimiliki dan diawasi, menjual lini produk yang sama, memiliki pembeli dan barang dagangan terpusat dan mungkin menggunakan motif arsitektur yang seragam.

b. *Voluntary chain and retailer cooperative*

*Voluntary chain* terdiri dari kelompok pedagang eceran dalam pembeli besar dan barang dagangan umum. *Retailer cooperative* terdiri dari kelompok pedagang eceran yang membentuk suatu organisasi pembeli terpusat dan melakukan usaha-usaha promosi bersama.

c. *Consumer cooperative* yaitu suatu perusahaan eceran yang dimiliki oleh pelanggannya sendiri.

d. *Franchise organization* (organisasi hak guna paten)

Organisasi hak guna paten merupakan organisasi kontrak antara *franchiser* (perusahaan pedagang besar atau organisasi jasa) dan *franchise* (masyarakat bisnis mandiri yang membeli hak untuk memiliki dan menjalankan suatu niat atau lebih dalam suatu sistem *franchise*).

e. *Merchandising conglomerate* (konglomerat dagang)

Konglomerat dagang merupakan bentuk bebas dari perusahaan yang mengombinasikan beberapa lini pedagang eceran yang terdiversifikasi dan berbentuk-bentuk di bawah satu kepemilikan yang mengintegrasikan fungsi-fungsi distribusi dan proses manajemen mereka.

Meskipun tujuan yang ingin dicapai oleh usaha eceran adalah sama yaitu mendapatkan keuntungan dari penyampaian barang kepada konsumen akhir ternyata cara yang dipakai berbeda-beda. Pemilihan cara yang dipakai untuk menjual barang ini merupakan bagian dari kebijaksanaan pemasaran yang dijalankan usaha eceran. Macam-macam usaha eceran menurut Asri (1991) antara lain sebagai berikut:

1. *Door to Door Retailing*

Cara menjual barang dengan menjajakan dari rumah ke rumah, sebenarnya cara ini sudah dikenal lama namun masih cukup banyak dipakai, terutama untuk barang-barang kebutuhan sehari-hari. Pada saat sekarang ini *door to door retailing* tidak terbatas pada barang kebutuhan sehari-hari tetapi juga barang-barang lain seperti buku, parfum, alat-alat rumah tangga, dan peralatan elektronik banyak ditawarkan dan dapat dibeli dengan cara ini. Sebenarnya menjual dengan mendatangi konsumen adalah cara yang mahal, akan tetapi salah satu segi biaya dapat ditekan karena pedagang eceran tidak perlu toko yang tetap. Salah satu perusahaan yang menjalankan usaha dengan cara ini adalah perusahaan Electrolux.

2. *General Store dan Single line Store General Store*

Pada dasarnya adalah suatu bentuk toko yang melayani hampir segala macam kebutuhan konsumen. Perhatiannya tidak terpusat pada satu atau dua macam barang tertentu saja. Apa yang nampaknya dibutuhkan oleh konsumen sedapat mungkin disediakan oleh toko ini. Tetapi secara keseluruhan luas usaha ini tidak sebesar supermarket atau toko serba ada. Berlawanan dengan *General Store* ini adalah *Single Line Store*. Semakin banyak jumlah barang yang akan dijual akan menyulitkan pedagang eceran untuk menangani seluruhnya.

Akibatnya sebagian pedagang eceran memusatkan perhatiannya pada satu kelompok barang dagangan saja (*Single Line*).

3. *Speciality Shop*

Pengertian *Speciality Shop* adalah toko yang menjual suatu jenis barang tertentu yang mempunyai sifat kekhususan tertentu. *Speciality shop* yang sukses akan menjadi besar sehingga menjadi *Speciality Store*. Biasanya toko ini terletak di kawasan berbelanja yang mahal, yang hanya dapat dikunjungi oleh calon konsumen yang benar-benar mempunyai cukup uang. Toko ini biasanya kecil dan mempunyai keunikan tersendiri sehingga mudah melekat dalam ingatan konsumen, dan suasana di dalam toko biasanya dibuat sedemikian pribadi.

4. *Departement Store* atau Toko Serba Ada

Toko jenis ini merupakan salah satu bentuk usaha eceran yang menyediakan sangat beranekaragam barang kebutuhan konsumen. Satu *Department Store* mungkin menjual pakaian wanita, pakaian pria, pakaian anak-anak, alat-alat olah raga, perhiasan, alat rumah tangga, serta alat tulis. Sesuai dengan namanya *departement store* terbagi lagi menjadi bagian-bagian (*department*) seperti *single line* maupun *speciality shop*, baik dalam hal pengelolaan, promosi dan sebagainya. Masing-masing bagian dikepalai oleh seorang penanggungjawab yang bertugas mengelola, mengawasi dan mengambil keputusan menyangkut bagian tersebut. Karena kegiatannya yang demikian besar *departement store* biasanya berukuran besar pula.

5. *Mail Order Retailing*

Penjualan melalui pos merupakan usaha eceran yang sangat terkenal di negara maju. Pedagang eceran ini menawarkan barangnya melalui pos dengan mengirimkan calon konsumen katalog barang yang biasanya dilengkapi dengan gambar barang yang ditawarkan. Konsumen memesan barang yang dipilihnya melalui pos, begitu pula pembayarannya.

6. *Vending Machines*

Penjualan dengan *vending machines* adalah suatu penjualan barang konsumsi kepada konsumen akhir melalui mesin secara otomatis. Pembeli melayani

dirinya sendiri dengan cara memasukkan sejumlah uang tertentu kedalam mesin tersebut, sebelum barang yang dibeli keluar. Dalam cara ini kontak antara pembeli dan penjual hampir tidak ada.

#### 7. *Shopping Centre*

*Shopping Centre* atau pusat-pusat perbelanjaan nampak tumbuh pesat di berbagai kota besar mengikuti semakin majunya jalan pikiran konsumen dan semakin banyak kemudahan-kemudahan yang mereka inginkan dari penjual. *Shopping Centre* meliputi suatu sistem kegiatan yang besar, tidak hanya menjual barang dagangan saja, selain itu harus dipikirkan juga fasilitas parkir, taman, restoran, bahkan sampai pada jasa bank, penukaran uang maupun tempat ibadah. Berdasarkan ruang lingkup konsumen yang dilayani, *Shopping Centre* terbagi atas tiga macam yaitu: (a) *Neighborhood Shopping Centre* pusat perbelanjaan ini sebenarnya dapat dikatakan hanya kumpulan dari beberapa pengecer dari berbagai jenis barang dagangan yang membentuk tempat berdagang yang berdekatan satu sama lainnya. Konsumen yang dilayani adalah konsumen di sekitarnya saja, dalam radius yang ditempuh dalam lima sampai sepuluh menit dan barang yang dijual pada umumnya adalah barang kebutuhan sehari-hari (b) *Community Shopping Centre* pusat perbelanjaan ini lebih besar dari pusat perbelanjaan sebelumnya, baik dalam arti luas fisiknya maupun jumlah pengecer yang berjualan disana. Barang yang disediakan juga tidak hanya barang kebutuhan sehari-hari tetapi sampai barang belanjaan dan barang-barang khusus (c) *Regional Shopping Centre* pusat perbelanjaan ini lebih besar lagi. Barang-barang yang ditawarkan disini bahkan sudah mengarah ke barang-barang *Shopping*. Di dalamnya terdapat beberapa toko serba ada ataupun pasar swalayan. Pengecer yang menjual barang kebutuhan sehari-hari juga ada tetapi mereka tidak lagi menjadi pusat perhatian konsumen. Konsumen datang dari berbagai penjuru untuk mencari barang-barang khusus yang tidak mereka temukan di shopping center (baik *neighborhood* maupun *community center*) di sekitar tempat tinggal mereka (d) Bauran perdagangan eceran menurut Levy dan Weitz (1995), bauran perdagangan eceran (*retailing mix*) adalah: “ *The combination of factors*



*retailers use to satisfy consumer need influence purchase decisions. Element in the retailing mix include the types of the merchandise and service offered, merchandise pricing, advertising and promotional program, store design, merchandise display, assistance to customers provided by sales people, and convenience of the store's location*". Disini dijelaskan bahwa bauran perdagangan eceran adalah kombinasi dari beberapa faktor usaha eceran yang digunakan untuk kepuasan konsumen yang dibutuhkan untuk mempengaruhi keputusan pembelian. Faktor-faktor tersebut antara lain kebijakan jenis barang dagangan dan pelayanan yang ditawarkan, harga barang dagangan, program iklan dan promosi, desain swalayan, *display* barang dagangan, pramuniaga dan lokasi swalayan. Sedangkan menurut Rolly D. Redinbough (1986), bauran perdagangan eceran dapat didefinisikan sebagai suatu perpaduan terhadap keputusan produk untuk barang dan jasa (pelayanan), barang dagangan, promosi, kebijakan harga, lokasi dan pramuniaga. Untuk lebih jelasnya akan diuraikan beberapa elemen dalam bauran pemasaran eceran antara lain:

- 1) Keputusan produk untuk barang dan jasa (pelayanan) barang dagangan suatu produk yang dijual kepada konsumen haruslah memiliki mutu yang sangat baik. Demikian juga dengan pelayanan yang akan diberikan oleh perusahaan. Konsumen akan melakukan pembelian apabila swalayan tersebut menyediakan produk yang sesuai dengan keinginan mereka.
- 2) Barang dagangan (*merchandising*) untuk menambah volume lini produk, meningkatkan kualitas dan keragaman produk maka manajemen perusahaan harus menetapkan perencanaan barang dagangan sehingga pengaturan barang dagangan menjadi sangat baik.
- 3) Kebijakan promosi kegiatan promosi yang baik harus selalu memperhatikan apa yang akan diberitahu kepada konsumen, bagaimana media yang akan dipilih, siap-siapa saja yang menjadi target promosi yang dilakukan perusahaan dan lain sebagainya. Cara yang dapat digunakan usaha eceran untuk mempromosikan barang dagangan supaya dapat menarik perhatian konsumen adalah dengan menciptakan suatu kreativitas melalui periklanan, promosi penjualan dan publisitas.

- 4) Kebijakan harga perusahaan harus menetapkan penetapan harga barang dagangannya sesuai dengan keadaan pasar karena bisnis usaha eceran merupakan bisnis yang memiliki pesaing yang sangat banyak sehingga tidak mungkin perusahaan menetapkan harga dengan sangat tinggi yang berbeda jauh dengan pesaingnya. Disamping itu tanggapan konsumen terhadap berbagai tingkat harga dapat menjadi dasar keberhasilan penetapan harga oleh perusahaan.
- 5) Lokasi swalayan, pemilihan lokasi swalayan sangat menentukan sekali dalam bisnis perdagangan eceran. Lokasi swalayan yang terletak ditengah pusat perdagangan atau pusat kota merupakan harapan semua pemilik bisnis eceran. Lokasi swalayan harus mudah untuk dikunjungi oleh para konsumennya. Tersedia juga berbagai jenis sarana angkutan umum untuk para konsumen.
- 6) Pramuniaga (*sales personal*) disamping faktor-faktor yang disebutkan diatas, satu hal yang merupakan bauran perdagangan eceran adalah pramuniaga. Perusahaan harus mempekerjakan pramuniaga-pramuniaga yang memiliki keterampilan dan pengetahuan sehingga mereka mengerti bagaimana melayani konsumen secara baik.

### **C. Kemitraan, Sinergi dan *Collaborative Governance***

#### **1. Kemitraan**

##### **a. Pengertian Kemitraan**

Menurut Tennyson dalam Wibisono (2007), kemitraan adalah kesepakatan antar sektor dimana individu, kelompok atau organisasi sepakat bekerja sama untuk memenuhi sebuah kewajiban atau melaksanakan kegiatan tertentu, bersama-sama menanggung resiko maupun keuntungan dan secara berkala meninjau kembali hubungan kerja sama.

Kemitraan memiliki prinsip-prinsip dalam pelaksanaannya. Wibisono (2007) telah merumuskan tiga prinsip penting dalam kemitraan, yaitu:

- a. Kesetaraan atau keseimbangan (*equity*). Pendekatannya bukan *top down* atau *bottom up*, bukan juga berdasarkan kekuasaan semata, namun hubungan yang

saling menghormati, saling menghargai dan saling percaya. Untuk menghindari antagonisme perlu dibangun rasa saling percaya. Kesetaraan meliputi adanya penghargaan, kewajiban, dan ikatan.

- b. Transparansi. Transparansi diperlukan untuk menghindari rasa saling curiga antar mitra kerja, yang meliputi transparansi pengelolaan informasi dan transparansi pengelolaan keuangan.
- c. Saling menguntungkan. Suatu kemitraan harus membawa manfaat bagi semua pihak yang terlibat.

Sulistiyani (2004) bahwa model kemitraan idealnya mencerminkan pembagian yang setara kepada tiga aktor pembangunan, yaitu pemerintah, swasta dan masyarakat. Model kemitraan yang setara akan memberi citra positif bagi pemerintah dengan berlaku transparan dan mengembangkan kemitraan yang partisipatif. Budimanta, Prasetijo dan Rudito (2004), mengibaratkan *corporate social responsibility* dan *good governance* sebagai dua sisi dari satu mata uang yang menjadikan masyarakat sebagai komunitas dan sebagai warga negara sebagai fokusnya serta pendekatan *stakeholders* sebagai pelakunya. Konteks implementasi *corporate sosial responsibility*, partisipasi masing-masing *stakeholders* sangat menentukan berjalannya usaha pengembangan masyarakat yang sekaligus juga memberikan keuntungan bagi perusahaan dan masyarakat.

Lebih jauh mengenai prinsip kemitraan, Budimanta (2004) juga menjelaskan bahwa kemitraan menciptakan keuntungan bersama, dan tidak menciptakan persaingan negatif yang berpengaruh pada keberlanjutan perusahaan. Kemitraan yang berwujud interaksi antar *stakeholders* pada dasarnya merupakan suatu bentuk pemberdayaan masyarakat (*community development*) sebagai muara dari *corporate sosial responsibility*. Pemberdayaan dimaksud sebagai upaya peningkatan kemampuan atau kualitas anggota-anggotanya yang tergabung dalam komuniti-komuniti untuk dapat bermitra dan berfungsi satu dengan lainnya sebagai keseluruhan anggota masyarakat. Konsep partisipasi menyangkut kesamaan dan kesepakatan program dalam struktur pengembangan yang sudah terpadu dan terencana dalam program *community development* yang dibangun secara bersama.

Tiga skenario kemitraan menurut Wibisono (2007), yaitu kemitraan antara perusahaan dengan pemerintah maupun dengan komunitas/ masyarakat sebagai berikut:

a. Pola Kemitraan Kontra Produktif

Pola ini akan terjadi jika perusahaan masih berpijak pada pola konvensional yang hanya mengutamakan kepentingan pemilik modal (*shareholders*) yaitu mengejar keuntungan (*profit*) sebesar-besarnya. Fokus perhatian perusahaan memang lebih tertumpu pada bagaimana perusahaan bisa meraup keuntungan secara maksimal, sementara hubungan dengan pemerintah dan komunitas atau masyarakat hanya sekedar pemanis belaka. Perusahaan berjalan dengan targetnya sendiri, pemerintah juga tidak ambil peduli, sedangkan masyarakat tidak mempunyai akses apapun kepada perusahaan.

b. Pola Kemitraan Semi Produktif

Dalam skenario ini pemerintah dan komunitas atau masyarakat dianggap sebagai obyek dan masalah di luar perusahaan. Perusahaan tidak tahu program-program pemerintah, pemerintah juga tidak memberikan iklim yang kondusif kepada dunia usaha dan masyarakat yang bersifat pasif. Pola kemitraan ini masih mengacu pada kepentingan jangka pendek dan belum atau tidak menimbulkan rasa memiliki (*sense of belonging*) di pihak masyarakat dan *low benefit* di pihak pemerintah. Kerja sama lebih mengedepankan aspek kariatif atau *public relation* dimana pemerintah dan komunitas atau masyarakat masih lebih dianggap sebagai objek. Dengan kata lain, kemitraan masih belum strategis dan masih mengedepankan kepentingan sendiri (*self interest*) perusahaan, bukan kepentingan bersama (*common interest*) antara perusahaan dengan mitranya.

c. Pola Kemitraan Produktif

Pola kemitraan ini menempatkan mitra sebagai subjek dan dalam paradigma kepentingan umum (*common interest*). Prinsip saling menguntungkan (*simbiosis mutualisme*) sangat kental pada pola ini. Perusahaan mempunyai kepedulian sosial dan lingkungan yang tinggi, pemerintah memberikan iklim yang kondusif bagi dunia usaha dan masyarakat memberikan dukungan positif

kepada perusahaan. Bahkan bisa jadi mitra dilibatkan pada pola hubungan berbasis sumber daya (*resource-based partnership*) di mana mitra diberi kesempatan menjadi bagian dari *shareholders*.

Dalam konteks kerja sama, pemerintah daerah dapat mengambil keuntungan berupa kemungkinan dana tambahan dan keahlian dari sektor privat, sedangkan sektor privat selain bisa mendapatkan keuntungan finansial juga bisa mendapatkan keuntungan dari promosi dan pengakuan akan tanggung jawab sosial dan etika bisnis mereka. Kompleksitas model kemitraan dalam pembiayaan sektor privat dapat mendukung aktivitas sukarela yang berasosiasi dengan pemerintah dan pemerintah dapat memilih dan menyampaikan kebijakan melalui sektor sukarela dan mendapatkan dana dari hibah, jejaring pendanaan dan dukungan yang memfasilitasi pertukaran dana, keahlian dan komitmen.

Namun, kompleksitas hubungan kepentingan di antara *stakeholders* dan motif perusahaan merealisasi program CSR tidak terlepas dari substansi serta pendekatan yang diadopsi dalam merealisasi program. Menurut Mulyadi (2003) rendahnya tingkat partisipasi *stakeholders*, khususnya masyarakat dan pemerintah daerah, mengakibatkan tidak terkoordinasinya program yang dijalankan perusahaan dengan program pembangunan regional yang dijalankan pemerintah daerah serta ketidaksesuaian program dengan kebutuhan masyarakat. Namun sebaliknya, banyaknya *stakeholders* yang terlibat sebagai partisipan dalam program CSR perusahaan dapat menjadi potensi konflik baru apabila setiap *stakeholders* memiliki kepentingan yang berbeda, saling berseberangan dan sangat mungkin saling merugikan satu sama lain.

Pada era otonomi hubungan antara perusahaan dengan pemerintah kabupaten akan lebih mudah untuk diwujudkan karena semua pihak yang berkepentingan terhadap implementasi program lebih leluasa mengambil keputusan bersama. Prinsip saling mendukung dalam CSR melalui garis hubungan antar sektor (secara timbal-balik) dengan memahami fungsi masing-masing sektor dan sektor di sebelahnya.

Dwiyanto (2004) menyebutkan tiga dimensi yang menjadi ciri *governance* yaitu sebagai berikut:



- a. Dimensi kelembagaan di mana sistem administrasi dilaksanakan dengan melibatkan banyak pelaku (*multi stakeholders*) baik dari pemerintah maupun dari luar pemerintah.
- b. Dimensi nilai yang menjadi dasar tindakan administrasi lebih kompleks dari sekedar pencapaian efisiensi dan efektifitas namun lebih mengakodominir nilai-nilai universal seperti keadilan, partisipasi, kesetaraan, demokratisasi dan nilai-nilai lain yang terkandung dalam norma kehidupan masyarakat.
- c. Dimensi proses, di mana proses administrasi merupakan suatu tindakan bersama yang dikembangkan dalam bentuk jaringan kerja untuk merespon tuntutan dan kebutuhan publik melalui upaya formulasi dan implementasi kebijakan publik.

Dwiyanto (2004) juga menekankan konsep *governance* pada pelaksanaan fungsi memerintah (*governing*) yang dilaksanakan secara bersama-sama (kolaboratif) oleh lembaga pemerintah, semi pemerintah, dan non pemerintah yang berlangsung setara (*balance*) dan multi arah (partisipatif). Program-program pemberdayaan masyarakat apabila pelaksanaannya dihubungkan kemitraan maka dapat memiliki sebuah pengertian yang luas karena melibatkan pembagian kekuasaan, pekerjaan, dukungan dan/ atau informasi dengan yang lain untuk mencapai tujuan bersama dan/ atau keuntungan bersama. Janet dalam windiasih (2014) mengemukakan bahwa menurut sifat dan tingkat distribusi kekuasaan, kemitraan dapat dikelompokkan kedalam empat jenis yaitu kemitraan kolaboratif, kemitraan operasional, kemitraan kontributif dan kemitraan konsultatif. Dalam suatu hubungan kolaborasi, mitra sebuah organisasi pemerintahan dan sebuah organisasi diluar pemerintah, dapat memiliki kekuasaan pengambilan keputusan yang sama dan mereka berbagi dalam hal penggunaan sumber daya dan informasi untuk mencapai tujuan bersama. Mereka saling tergantung satu sama lainnya.

Kemitraan operasional lebih terpusat pada pembagian kerja dari pada kekuasaan pengambilan keputusan antara para pihak. Walaupun mereka memiliki tujuan yang sama, seorang mitra memiliki lebih banyak kontrol atas mitra yang lain dan langkah koordinasi yang cukup besar diperlukan untuk menyelaraskan proses tersebut. Untuk kemitraan kontributif, mereka mewakili sebuah organisasi,

baik publik maupun swasta, dalam memberikan *sponsorship* atau dukungan, seringkali dalam bentuk pembiayaan, untuk sebuah aktivitas yang diorganisir oleh pihak-pihak. Para mitra yang memberikan kontribusi memainkan sebuah peran pinggiran (periferal) dalam proses pengambilan keputusan.

Kemitraan konsultatif yaitu dimana organisasi pemerintahan memperoleh nasihat dari individu, kelompok dan organisasi diluar pemerintah. Pemerintah tetap berada dalam pengawasan organisasi dan hanya mengandalkan mitra-mitra lain untuk memberikan informasi, ide-ide dan wawasan untuk meningkatkan penyampaian jasa. Reformasi tak dapat dihindarkan untuk semua jenis bisnis di dunia saat ini. Tekanan baik dari luar maupun dari dalam mendorong pemerintah untuk melihat cara-cara yang ada untuk menyampaikan pelayanan dengan sebuah pertimbangan untuk menanggapi permintaan secara lebih baik.

#### **b. Kemitraan Pemerintah dan Dunia Usaha**

Selama ini dunia usaha telah menjadi mitra strategis bagi pemerintah. Pada dasarnya kewajiban dasar perusahaan kepada pemerintah adalah pemenuhan atas kontraktual, yaitu pemenuhan peraturan maupun persyaratan yang ditetapkan pemerintah seperti perizinan, pembayaran pajak, retribusi, ketenaga kerjaan, dan lain-lain. Terdapat sejumlah fakta mengenai pentingnya hubungan antara perusahaan dengan pemerintah (Wibisono, 2007) yaitu sebagai:

- a. Dunia usaha merupakan mitra pemerintah untuk mengelola sumber daya yang mustahil bila seluruhnya bisa dikelola oleh pemerintah.
- b. Dunia usaha membantu pemerintah dalam memutar roda perekonomian dan menggerakkan pembangunan.
- c. Dunia usaha memberikan penghasilan kepada pemerintah antara lain dalam bentuk pajak retribusi. Semakin besar usahanya, semakin besar pula pajak yang dapat disetor kepada pemerintah.

Sementara itu atas dukungan dari World Bank, Tom Fox, Halina Ward dan Bruce Howard Tahun 2002 menurunkan laporan studi mengenai implementasi tanggung jawab sosial di negara-negara sedang berkembang yang memfokuskan pada peran yang dimainkan oleh pemerintah. Mereka mengidentifikasi adanya dua poros yang bisa dimainkan oleh pemerintah. Poros pertama berkaitan dengan

peran dan poros kedua berkaitan dengan kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah. Ada empat peran dalam poros pertama, yang dimainkan sektor pemerintah (Wibisono, 2007), yaitu:

- a. Pemberian mandat (*Mandating*). Peran pemerintah dalam hal ini dapat berupa penyusunan standar minimum kerja bisnis yang masuk kedalam kerangka peraturan perundang-undangan, seperti standar emisi gas buang.
- b. Memfasilitasi (*Fasilitating*). Peran pemerintah dalam hal ini dapat berupa pemberian suasana yang kondusif bahkan insentif bagi perusahaan yang terlibat dalam agenda-agenda CSR sehingga mendorong perbaikan sosial dan lingkungan.
- c. Kemitraan (*Partnering*). Kemitraan strategis antara pemerintah, perusahaan dan masyarakat madani untuk menangani permasalahan-permasalahan sosial dan lingkungan yang kompleks. Dalam hal ini pemerintah dapat mengambil peran sebagai partisipan, *convenor* atau fasilitator.
- d. Dukungan (*Endorsing*). Peran pemerintah dalam hal ini dapat berupa dukungan politik, dukungan melalui kebijakan atau dukungan lainnya.

Sedangkan untuk poros kedua (Wibisono, 2007), kegiatan-kegiatan yang dapat dilakukan oleh pemerintah adalah (1) Menetapkan dan menjamin pencapaian standar minimal, (2) Kebijakan publik tentang peran bisnis, (3) Tata pamong korporat, (4) Investasi yang mendukung dan bertanggung jawab, (5) Filantropi dan *community development*, (6) Keterlibatan dan representasi *stakeholders*, (7) Produksi dan konsumsi yang mendukung CSR, (8) Sertifikasi yang mendukung CSR, standar *beyond compliance*, sistem manajemen, (9) Transparansi dan pelaporan yang mendukung CSR dan (10) Proses multi pihak pedoman dan konvensi.

### **c. Pemberdayaan Pengusaha Mikro melalui Kemitraan**

Tujuan utama dari pemberdayaan pada dasarnya adalah untuk memperkuat kekuasaan masyarakat khususnya kelompok lemah yang berada dalam ketidakberdayaan dan mengurangi ketergantungan terhadap penguasa sehingga mereka lebih berdaya lagi untuk menjadi kelompok yang mandiri. Sebagai tujuan dari pemberdayaan usaha mikro adalah untuk memperkuat usaha mikro itu sendiri

agar menjadi tangguh dan mandiri dalam usahanya untuk meningkatkan nilai tambah dari hasil proses produksi sehingga dapat bertahan menghadapi kuatnya persaingan dalam perdagangan bebas yang pada akhirnya nanti akan berdampak pada meningkatkan laju pertumbuhan perekonomian daerah dan nasional.

Dalam upaya mewujudkan pembangunan nasional dan daerah yang tangguh tantangan yang dihadapi semakin berat. Sistem ekonomi yang sangat terbuka menyebabkan persaingan bukan saja datang dari sektor domestik tapi datang juga dari sektor luar negeri. Oleh karena itu berbagai komponen perlu bekerja sama untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Salah satu strategi ke arah itu adalah pengembangan kemitraan. Tentu kondisi ini baru terwujud jika diantara pelaku usaha tercipta rasa saling membutuhkan, saling memperkuat, dan saling menguntungkan.

Program Kemitraan yang dilaksanakan BUMN terhadap Usaha Kecil dan Menengah, adalah suatu bentuk tanggung jawab dari Badan Usaha Milik Negara (BUMN) kepada masyarakat. Pada Peraturan Menteri Negara BUMN No. PER-05/MBU/2007 tentang Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan, yang menjelaskan Program Kemitraan, yaitu: “Program untuk meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi tangguh dan mandiri melalui pemanfaatan dana dari bagian laba BUMN.” Program Kemitraan ini bertujuan meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi tangguh dan mandiri melalui dukungan terhadap modal, serta pelatihan Sumber Daya Manusia yang profesional dan terampil agar dapat mendukung pemasaran dan kelanjutan usaha di masa depan.

Ada beberapa konsep yang sering dipakai dalam kaitan dengan kemitraan. Dalam bahasa Inggris sering dipakai istilah *partnerships*, *business networking*, dan *strategic alliances*. Istilah apa pun yang dipakai sebenarnya merujuk pada pengertian yang sama tentang kemitraan. Pada intinya kemitraan dimaknai sebagai dua institusi bisnis atau lebih bergabung menyatukan keunggulan masing-masing untuk memperoleh hasil yang maksimal. Tentu ada beberapa alasan untuk menggalang kemitraan seperti yang diungkapkan Prawirokusumo (2001):

- a. Meningkatkan keuntungan atau penjualan pihak-pihak yang terlibat dalam kemitraan.
- b. Mendapatkan pengetahuan yang lebih baik tentang pasar.
- c. Meningkatkan jumlah pelanggan atau pemasok baru.
- d. Membantu peningkatan pengembangan produk.
- e. Memperbaiki proses produksi.
- f. Meningkatkan perbaikan kualitas produk.
- g. Meningkatkan akses terhadap teknologi

Sebenarnya kemitraan antar pelaku usaha bukan hal baru sehingga mustahil dilaksanakan di daerah. Negara-negara maju seperti Amerika dan Kanada juga mendorong kemitraan antar pengusaha di semua lini usaha. Di Indonesia untuk industri tertentu sudah terjadi kemitraan yang saling menguntungkan. Pola perusahaan inti-plasma (PIR) adalah contoh menarik tentang kemitraan tersebut. Pola PIR berkembang baik disektor perkebunan, perikanan, dan peternakan. Usaha besar menjadi perusahaan inti sedangkan UMKM menjadi plasma. Dalam pola PIR perusahaan besar melakukan pembinaan kepada UMKM, melalui penyediaan sarana produksi, bimbingan teknis, sampai pemasaran hasil produksi. Hal ini sudah sering terlihat dalam perkebunan kelapa sawit.

Oleh karena peran usaha mikro dianggap penting perlu upaya yang terus-menerus memberdayakan mereka dalam rangka menghadapi tantangan dan kecenderungan di masa mendatang. usaha mikro harus bisa membangun mitra kerja sama dengan usaha besar dengan prinsip saling menguntungkan. Usaha mikro bisa berperan sebagai distributor produk usaha besar dan sebaliknya produk usaha mikro dapat dipakai sebagai bahan baku usaha besar. Mengingat pentingnya kemitraan ini maka Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah telah memasukkan kemitraan sebagai bab tersendiri. Dalam upaya mendorong kemitraan pemerintah telah mengeluarkan Peraturan Pemerintah Nomor 44 Tahun 1997 tentang kemitraan.

Pengembangan kemitraan usaha ini dipandang strategis dan perlu terus dikembangkan mengingat peran penting usaha mikro selain merupakan wahana utama dalam penyerapan tenaga kerja, juga mampu menggerakkan roda ekonomi



serta pelayanan masyarakat. Hal ini dimungkinkan mengingat ciri-ciri usaha mikro yang mampu bertahan terhadap krisis ekonomi. Usaha mikro mempunyai ketergantungan rendah terhadap pendanaan sektor perbankan, serta tersebar di seluruh pelosok nusantara sehingga merupakan jalur distribusi yang efektif untuk menjangkau sebagian besar rakyat.

Pada masa yang lalu untuk mempercepat proses kemitraan telah dilaksanakan gelar kemitraan usaha di daerah-daerah. Menjelang tumbangnya orde baru telah dilaksanakan gelar kemitraan usaha di 11 propinsi yaitu Jabar, DKI Jakarta, Riau, Jambi, Sumbar, Jatim, Sumut, D.I. Yogyakarta, Sulsel, Lampung, dan Jateng (Prawirokusumo, 2001). Meningkatnya kemitraan tersebut menunjukkan bahwa kemitraan semakin diperlukan oleh para pengusaha besar, menengah, dan kecil.

Dalam kondisi krisis ekonomi, di mana kebutuhan bahan baku relatif sulit diperoleh, maka kemitraan menjadi sangat strategis bagi pengembangan usaha mikro. Melalui kemitraan, di samping diharapkan memperluas akses pada pasar barang dan jasa usaha mikro, juga yang sangat penting adalah terjadinya alih teknologi dan manajemen dari usaha besar kepada usaha mikro. Untuk mempercepat pelaksanaan kemitraan usaha dan meningkatkan mutu kemitraan, peranan pemerintah daerah sangat penting di sini. Pemerintah daerah harus mampu membuat sosialisasi dan penyadaran kepada berbagai unsur yang terlibat dalam dunia usaha di daerah mereka masing-masing. Tentu pemerintah harus mempersiapkan forum dialog antara pengusaha kecil dan pengusaha besar sehingga pengusaha besar di daerah masing-masing mau berpartisipasi.

Pemerintah perlu berhati-hati sehingga kebijakan mewujudkan kemitraan usaha mikro dan usaha besar jangan sampai merugikan usaha mikro. Seringkali usaha mikro tidak berpengalaman sehingga mereka sering dalam posisi yang dirugikan dalam kerja sama tersebut. Dalam pelaksanaan transaksi usaha mikro biasanya dalam posisi yang lemah. Misalnya, usaha besar cenderung mengalihkan resiko lebih banyak ke usaha mikro, atau sengaja menunda pembayaran sehingga usaha mikro mengalami kesulitan pendanaan. Selain itu usaha besar sering membuat pungutan-pungutan tambahan yang mengurangi margin usaha mikro.

Peran pemerintah di sini adalah menyadarkan berbagai pihak yang terlibat dalam dunia usaha tentang etika usaha yang baik.

Dari uraian di atas, jelaslah bahwa untuk menghadapi tantangan ke depan usaha mikro perlu diperkuat. Untuk itu di dalam pemberdayaannya, diperlukan kerja keras dan kesabaran dari seluruh pihak yang terkait, baik dari pemerintah maupun dari seluruh masyarakat pengusaha Indonesia. Salah satu upaya yang paling strategis adalah melalui kemitraan usaha. Pemerintah dalam hal ini bisa melibatkan lembaga perguruan tinggi untuk turut memikirkan pola kemitraan yang relevan untuk dikembangkan antara pengusaha kecil dengan usaha besar. Dengan meningkatkan kerja keras dan semangat yang tinggi diharapkan usaha mikro akan mampu menjadi penggerak dan pendorong guna terwujudnya pengusaha Indonesia yang tangguh dan mandiri.

## **2. Sinergi**

Menurut Covey (1989) bahwa sinergi adalah saling mengisi dan melengkapi perbedaan untuk mencapai hasil lebih besar dari pada jumlah bagian per bagian. Hampden-Turner (1990) juga menyatakan aktivitas sinergi merupakan suatu proses yang melibatkan berbagai aktivitas yang berjalan bersama sehingga menciptakan sesuatu yang baru. Sinergi memang merupakan kata yang mudah diucapkan akan tetapi sulit dapat diterapkan. Sering kali terdengar kata-kata sinergi yang keluar sengaja atau tidak sengaja dalam diskusi kelompok, rapat koordinasi atau pertemuan lain yang bersifat formal. Sinergi adalah bentuk kerjasama *win-win solution* yang dihasilkan melalui kolaborasi masing-masing pihak tanpa adanya perasaan kalah.

Sinergi merupakan hasil dari suatu relasi dialogik antara berbagai sumber pengetahuan yang berbeda dan merupakan suatu proses yang mengakumulasi berbagai macam pengetahuan. Kemudian Hartanto (1996) menyatakan sinergi adalah suatu gagasan baru, yang terbentuk dari berbagai macam gagasan yang diajukan oleh banyak pihak hingga menghasilkan suatu gagasan baru, yang dilandasi oleh pola pikir atau konsep yang baru. Dalam setiap kelompok kerja dalam organisasi, kualitas sinergi yang merupakan sinergi efektif pada hakekatnya adalah hasil dari suatu proses perpaduan dari cara-cara bagaimana mengatasi

masalah dan perpaduan gagasan yang dijalankan oleh pihak-pihak yang saling percaya dan bersikap saling mendukung menghasilkan suatu gagasan baru yang benar-benar memberikan kepuasan secara intrinsik bagi semua belah pihak. Timbulnya gagasan baru dan kepuasan yang mengikutinya tidak akan dapat diperoleh tanpa kerjasama efektif dari semua pihak.

Pengertian kualitas sinergi sebagai kualitas hasil kerjasama yang kritikal adalah senada dengan kualitas kerjasama dalam proses kolaboratif seperti yang diutarakan oleh Gray (1996) dan Bennis & Biederman (1997) sebagai *creative collaboration*, yang menggambarkan kerjasama yang dapat menghasilkan lebih dari apa yang diperkirakan oleh siapapun. Sesungguhnya teori sinergi (*synergy*) mengacu pada gaya manajemen sinergik dalam organisasi yaitu senantiasa menciptakan harmonis (Salusu, 2004). Dengan demikian maka secara langsung sinergi antara pemerintah, masyarakat dan dunia usaha akan tumbuh menjadi wadah sinergi yang efisien, berkualitas, fleksibel dan inovatif. Oleh sebab itu, wadah sinergi sebagai ciri kerjasama kemitraan harus senantiasa dikembangkan secara dinamis sesuai dengan konsep "*learning organization*" mengikuti trend atau perkembangan lingkungan strategis (Senge, 2006).

Silower (1998) dalam buku "*Synergy Trap*" mengemukakan dasar-dasar sinergi yang terdiri dari visi strategis, strategi budaya, kekuasaan dan budaya, integrasi sistem dan investasi awal untuk memperoleh imbalan sebagai premium. Keempat komponen itu mewakili unsur-unsur utama dari suatu strategi kerjasama atau kemitraan yang harus berada pada posisinya. Dalam hal ini, komponen sinergi yang dimaksud dikelompokkan menjadi antar Pemerintah, masyarakat dan dunia usaha. Dari beberapa pengertian sinergi tersebut dapat diketahui orientasi konsep bersinergi di antaranya yaitu berorientasi pada hasil dan positif, perspektif beragam mengganti atau melengkapi paradigma kebersamaan dan saling bekerjasama dan bertujuan yang sama. Melalui sinergi, kerjasama dari paradigma yang berbeda akan mewujudkan hasil lebih besar dan efektif sehubungan proses yang dijalani menunjukkan tujuan yang sama.

Bersinergi berarti saling menghargai perbedaan ide, pendapat dan bersedia saling berbagi. Bersinergi tidak mementingkan diri sendiri, namun berpikir menang-menang dan tidak ada pihak yang dirugikan atau merasa dirugikan. Bersinergi bertujuan memadukan bagian-bagian yang terpisah. Konsep sinergi ini juga diadaptasi oleh para ahli seperti Ansoff (1968) dalam lingkup kebijakan bisnis dan didefinisikan sebagai suatu efek yang dapat menghasilkan suatu hasil yang diperoleh dari kombinasi berbagai sumber daya organisasi yang nilainya lebih besar dari jumlah nilai masing-masing bagiannya. Kanter (1989) mengadaptasi konsep sinergi ini dalam lingkup antar divisi dalam sebuah organisasi dan aliansi stratejik dengan organisasi lain. Dinyatakannya bahwa sinergi adalah interaksi dari usaha yang menghasilkan keuntungan lebih besar dan melampaui apa yang dapat dilakukan oleh masing-masing unit jika melakukannya sendiri-sendiri.

### 3. *Collaborative Governance*

Ansell dan Gash (2007) mengemukakan bahwa *Collaborative governance* sebagai sebuah aransemen tata kelola pemerintahan yang mana satu atau lebih institusi publik secara langsung melibatkan aktor non pemerintahan dalam sebuah proses pembuatan kebijakan kolektif yang bersifat formal, berorientasi konsesus, dan konsultatif dengan tujuan untuk membuat atau mengimplementasikan kebijakan publik, mengelola program atau asset publik. Definisi tersebut di atas dapat dirumuskan beberapa kata kunci yang menekankan pada enam karakteristik, antara lain (Purwanti, 2016):

- a. Forum tersebut diinisiasi atau dilaksanakan oleh lembaga publik maupun aktor-aktor dalam lembaga publik.
- b. Peserta di dalam forum tersebut juga termasuk aktor non publik.
- c. Peserta terlibat secara langsung dalam pembuatan dan pengambilan keputusan dan keputusan tidak harus merujuk pada aktor-aktor publik.
- d. Forum terorganisir secara formal dan pertemuan diadakan secara bersama-sama.
- e. Forum bertujuan untuk membuat keputusan atas kesepakatan bersama dengan kata lain forum ini berorientasi pada consensus.

f. Kolaborasi berfokus pada kebijakan publik maupun manajemen publik.

Salah satu bentuk dalam konsep penyelenggaraan pemerintahan atau governance yakni disebut konsep *collaborative governance* atau tata kelola pemerintahan yang kolaboratif. Menurut pendapat Ansell dan Grash (2007) “*Collaborative governance is therefore a type of governance in which public and private actor work collectively in distinctive way, using particular processes, to establish laws and rules for the provision of public goods*”. *Collaborative governance* dapat dikatakan sebagai salah satu dari tipe *governance*. Konsep ini menyatakan akan pentingnya suatu kondisi dimana aktor publik dan aktor privat (bisnis) bekerja sama dengan cara dan proses tertentu yang nantinya akan menghasilkan produk hukum, aturan, dan kebijakan yang tepat untuk publik atau masyarakat. Konsep ini menunjukkan bahwa dalam penyelenggaraan pemerintahan aktor publik yaitu pemerintah dan aktor privat yaitu organisasi bisnis atau perusahaan bukanlah suatu yang terpisah dan bekerja secara sendiri-sendiri melainkan bekerja bersama demi kepentingan masyarakat.

Proses dari suatu kolaborasi dilakukan dalam beberapa tahapan. Suatu tahapan model kolaborasi menjadi penting untuk diperhatikan sebagai strategi dalam aspek pengelolaan suatu urusan publik. Meskipun proses kolaboratif sulit untuk dilaksanakan karena karakter-karakter dari tiap stakeholder yang berbeda satu dengan yang lainnya. Ansell dan Grash (2007) menyatakan bahwa proses *Collaborative governance* sebagai berikut:

- a. *Face to face dialoge*. Semua bentuk *collaborative governance* dibangun dari dialog tatap muka secara langsung dari tiap *stakeholder* yang terlibat. Sebagaimana *collaborative governance* yang berorientasikan proses, dialog secara langsung sangat penting dalam rangka mengidentifikasi peluang dan keuntungan bersama. Dialog secara tatap muka langsung bukanlah semata-mata merupakan negosiasi yang ala kadarnya. Dialog secara langsung ini dapat meminimalisir antagonisme dan disrespect dari antar *stakeholder* yang terlibat. Sehingga, stakeholder dapat bekerjasama sesuai dengan tujuan dan kebermanfaatan bersama.



- b. *Trust building*. Buruknya rasa percaya antar stakeholder memang merupakan hal yang lumrah di awal proses kolaborasi. Kolaborasi memang bukan semata tentang negosiasi antar stakeholder, namun lebih dari itu merupakan upaya untuk saling membangun kepercayaan satu dengan yang lainnya. Membangun kepercayaan perlu dilakukan sesegera mungkin ketika proses kolaborasi pertama dilakukan. Hal ini diupayakan agar para stakeholder tidak mengalami egosentrisme antar institusi sehingga dalam membangun kepercayaan ini, diperlukan pemimpin yang mampu menyadari akan pentingnya kolaborasi.
- c. *Commitment to process*. Komitmen tentunya memiliki relasi yang kuat dalam proses kolaborasi. Komitmen merupakan motivasi untuk terlibat atau berpartisipasi dalam *collaborative governance*. Komitmen yang kuat dari setiap stakeholder diperlukan untuk mencegah resiko dari proses kolaborasi. Meskipun komitmen memang merupakan hal yang rumit dalam kolaborasi. Komitmen merupakan tanggung jawab dari stakeholder supaya memandang relasi yang dilakukan sebagai hal yang baru dan tersebut perlu dikembangkan.
- d. *Share Understanding*. Pada poin yang sama dalam proses kolaborasi, *stakeholder* yang terlibat harus saling berbagi pemahaman mengenai apa yang dapat mereka (*stakeholder*) capai melalui kolaborasi yang dilakukan. Saling berbagi pemahaman ini dapat digambarkan sebagai misi bersama, tujuan bersama, objektivitas umum, visi bersama, ideologi yang sama, dan lain-lain. saling berbagi pemahaman dapat berimplikasi terhadap kesepakatan bersama untuk memaknai dan mengartikan suatu masalah.
- e. *Intermediate outcomes*. Hasil lanjutan dari proses kolaborasi terwujud dalam bentuk output atau keluaran yang nyata. Hal ini merupakan hasil proses yang kritis dan esensial dalam mengembangkan momentum yang dapat membimbing demi keberhasilan suatu kolaborasi. *Intermediate outcomes* ini muncul apabila tujuan yang mungkin dan memberikan keuntungan dari kolaborasi yang mana secara relative konkrit dan ketika “*small wins*” dari suatu kolaborasi dapat dimungkinkan terjadi.

Memulai sebuah kerja sama dalam bentuk kemitraan dibutuhkan pedoman berupa prinsip agar seluruh pihak-pihak yang terlibat memahami tanggung jawab

dan perannya masing-masing agar kesepakatan yang disepakati sesuai dengan komitmen dan prinsip bersama. Suharyanto (2005) mengemukakan prinsip dalam collaborative di antaranya yaitu pemberdayaan (*empowering*). Kelompok masyarakat tidak sedikit yang memiliki potensi atas kemampuan yang dimiliki. Namun terhalang pada keterbatasan modal, pemasaran dan teknologi. Kelemahan tersebut harus diakui dan diubah dengan adanya program pemberdayaan dari pemerintah dan pihak swasta. Sehingga masyarakat dapat berperan dan berkontribusi secara luas dalam proses perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan pembangunan. Dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat, pemerintah dapat berperan melalui pengurangan hambatan dan kendala partisipasi masyarakat. Selain itu menyusun program yang lebih memberi kesempatan kepada masyarakat untuk belajar dan berperan aktif dalam memanfaatkan dan mendayagunakan sumber daya yang tersedia guna memenuhi kebutuhan (*social learning process*).

#### **D. Tanggung Jawab Sosial**

##### **1. Konsep Tanggung Jawab Sosial**

Sejak awal abad ke 20 beberapa akademisi dan peneliti dari berbagai bidang ilmu, yaitu sosiologi, filsafat, hukum, teologi, ekonomi dan lain sebagainya tertarik mengkaji masalah tanggung jawab sosial dari sebuah organisasi. Konsep tanggung jawab sosial telah menjadi topik penelitian dan debat yang menarik khususnya di paruh terakhir abad tersebut (toma dkk., 2011). Sayangnya, beberapa penelitian dan debat tersebut selalu mengkaitkan konsep tanggung jawab sosial dengan masalah bisnis. Padahal akar munculnya konsep tanggung jawab sosial bermula dari sebuah pandangan bahwa setiap individu atau organisasi tidak terlepas keberadaannya dari masyarakat. Tindakan individu atau organisasi baik secara langsung maupun tidak langsung akan berdampak positif maupun negatif pada masyarakat. Karena itu setiap individu atau organisasi harus bertanggung jawab atas tindakan yang telah dilakukan. Hal ini sesuai dengan prinsip moral yang menyatakan bahwa individu atau organisasi memiliki kewajiban bertindak/ berperilaku yang mampu memberikan kemanfaatan terhadap masyarakat secara luas (toma dkk., 2011).

Ketertarikan akademisi dan peneliti pada masalah tanggung jawab sosial bisnis mengakibatkan konsep tanggung jawab sosial bergeser dari individu atau organisasi ke lembaga bisnis, sehingga tanggung jawab sosial dimaknai sebagai tugas dan kewajiban lembaga bisnis untuk mensejahterakan masyarakat. Bowen (1953), misalnya mendefinisikan tanggung jawab sosial sebagai kewajiban pengusaha untuk merumuskan kebijakan, membuat keputusan, atau mengikuti garis tindakan yang diinginkan yang mengarah pada tujuan yang sesuai dengan nilai-nilai masyarakat. McGuire (1963) lebih jauh menegaskan bahwa tanggung jawab sosial pengusaha tidak hanya secara ekonomi dan hukum, tetapi juga tanggung jawab yang lain kepada masyarakat yang melampaui kewajiban ini. Carol dan Archie (1979), bahkan lebih dalam lagi, menegaskan bahwa tanggung jawab sosial pengusaha harus meliputi empat aspek, yaitu ekonomi, hukum, etika dan kebebasan memilih (*discretionary*). Diskusi mengenai konsep tanggung jawab sosial ini terus berlangsung hingga saat ini dan kebanyakan fokus pada lembaga bisnis serta kurang menyentuh pada kerja sama atau kemitraan antara lembaga bisnis dengan lembaga lainnya sepertihalnya kemitraan antara lembaga pemerintah dan lembaga bisnis.

Zhang (2012) juga membahas tentang tanggung jawab sosial (*social responsibility*) yaitu *analysis on the reason of chinese college students weakening sosial responsibility and cultivation from sociological perspective* dan Frunza (2011) yaitu *ethical responsibility and sosial responsibility of organizations involeved in the public health system*. Pada bagian kajian teori dijelaskan bahwa tanggung jawab sosial adalah kepedulian dan kewajiban individu atau organisasi dalam masyarakat untuk memberikan perhatian pada orang lain. Di antara bentuk kepedulian dan kewajibannya adalah partisipasi aktif dari individu dalam kehidupan sosial. Pada tulisan ini tanggung jawab sosial dimaknai dengan kepedulian suatu organisasi terhadap *stakeholders* terutama komunitas atau masyarakat sekitar wilayah kerja.

## 2. Unsur-unsur Tanggung jawab Sosial

Menurut Mardikanto (2013) mengungkapkan bahwa kegiatan yang masuk dalam kategori tanggung jawab sosial harus memiliki unsur sebagai berikut :

### a. *Continuity and Sustainability*

*Continuity and Sustainability* (berkesinambungan dan berkelanjutan) merupakan unsur vital dari tanggung jawab sosial. Suatu kegiatan amal yang berdasarkan tren ataupun insidental bukanlah tanggung jawab sosial. Tanggung jawab sosial merupakan hal yang bercirikan pada *long term perspective* bukan *instant, happening*, ataupun *booming*. Tanggung jawab sosial adalah suatu mekanisme kegiatan yang terencana, sistematis, dan dapat dievaluasi.

### b. *Community Empowerment*

*Community Empowerment* atau pemberdayaan masyarakat, hal ini yang membedakan tanggung jawab sosial dengan kegiatan yang bersifat *charity* atau *philanthropy* semata. Kegiatan kedermawanan meskipun membantu masyarakat, tetapi tidak menjadikan masyarakat tersebut mandiri. Salah satu indikasi dari suksesnya sebuah program tanggung jawab sosial adalah adanya kemandirian yang lebih pada masyarakat dibandingkan dengan sebelum program tanggung jawab sosial.

### c. *Two ways*

*Two ways* (dua arah), artinya program tanggung jawab sosial bersifat dua arah. Lembaga tidak berperan sebagai komunikator saja, tetapi juga harus mampu sebagai komunikan yang mendengarkan aspirasi masyarakat dengan melakukan *need assessment* yaitu mengetahui *needs, desires, interest* dan *wants* dari masyarakat.

Zahro (2012) menyatakan bahwa sebuah kegiatan dikatakan termasuk tanggung jawab sosial apabila memiliki ciri-ciri sebagai berikut :

1. Identifikasi yakni harus bisa memprioritaskan kegiatan tersebut untuk orang-orang yang benar membutuhkan (*needs*) dibanding mementingkan keinginan (*wants*), disini prioritas diberikan untuk melakukan sesuatu yang bermanfaat untuk masyarakat.

2. *Continuity* yakni kegiatan yang bersifat terus menerus atau berkesinambungan. Hal ini dikarenakan untuk dapat mengubah perilaku dan mindset masyarakat dibutuhkan waktu yang panjang.
3. *Empowering* yakni kegiatan yang dilakukan menekankan pada aktivitas pemberdayaan dengan partisipasi penuh masyarakat yang bersangkutan.

### **3. Tanggung jawab sosial yang memberdayakan ekonomi masyarakat**

Wibowo, dkk (2013) menjelaskan bahwa tanggung jawab sosial yang memberdayakan masyarakat miskin adalah tanggung jawab sosial yang memiliki ciri : pertama, mampu menciptakan modal sosial di kalangan masyarakat. Kedua, mampu membangun hubungan sinergis antara lembaga dengan masyarakat. Ketiga, mampu mengurangi atau menurunkan angka kemiskinan.

Untuk kalangan dunia usaha, modal sosial yang tercipta di masyarakat akan mampu membangun citra lembaga/ organisasi. Lembaga akan selalu dikenang dengan baik oleh masyarakat karena memiliki kepedulian sosial yang tinggi. Lembaga akan kondusif menjalankan usahanya karena adanya rasa aman, damai, tenteram dan penuh nuansa kekeluargaan dengan masyarakat sekitar. Karena itu, energi lembaga sangat produktif untuk memikirkan usahanya karena tidak terganggu dengan masalah-masalah di luar bidang yang menjadi konsentrasi pekerjaannya. Ini artinya secara ekonomi, lembaga akan lebih banyak lagi mendapat keuntungan karena fokus pada bidang usaha yang ditekuni. Selain itu, lembaga mendapat kepercayaan yang tinggi di tengah-tengah masyarakat. Sebaliknya pada tingkat masyarakat, modal sosial yang tumbuh dan berkembang akan memupuk rasa kebersamaan, kesetiakawanan dan kekompakkan dalam menjalani kehidupan. Hidup dapat damai karena dipupuk oleh nilai-nilai solidaritas yang tinggi serta didorong rasa saling membalas kebaikan dari masyarakat tersebut. Karena itu tanggung jawab sosial yang memberdayakan dapat dilihat dari seberapa jauh program-program tanggung jawab sosial mampu menumbuhkan nilai-nilai modal sosial di masyarakat.

Selain itu, tanggung jawab sosial yang memberdayakan adalah tanggung jawab sosial yang mampu menjadi media hubungan sinergis antara kekuatan lembaga melalui berbagai bentuk bantuannya dengan potensi yang ada dalam



masyarakat. Lembaga yang memiliki dana dan masyarakat yang membutuhkan modal atau keterampilan untuk membangun usahanya dapat disinergikan. Lembaga dapat memberikan bantuan dana kepada masyarakat yang membutuhkan modal untuk mengembangkan usahanya atau memberikan bantuan keterampilan sehingga dapat terwujud wirausahawan-wirausahawan baru. Apabila hubungan ini tercipta dan berjalan secara sinergis maka tidak ada lagi konflik antara lembaga dengan masyarakat sekitar. Karena itu tanggung jawab sosial yang memberdayakan masyarakat miskin dapat dilihat dari seberapa jauh lembaga mampu menjalin hubungan yang sinergis dengan masyarakat miskin dan mampu melakukan kemitraan saling menguntungkan.

Ciri ketiga dari tanggung jawab sosial yang memberdayakan adalah adanya penurunan angka kemiskinan. Di antara penyebab munculnya kemiskinan adalah tingginya angka pengangguran. Seorang pengangguran sudah pasti tidak memiliki penghasilan, sehingga tidak mampu menghidupi diri sendiri apalagi keluarganya. Di sini bukan berarti lembaga dituntut untuk menampung semua orang yang menganggur untuk dipekerjakan di lembaganya, tetapi yang perlu dilakukan adalah memberikan berbagai akses keterampilan, modal atau jejaring. Masyarakat yang memiliki kualifikasi untuk bekerja dapat dibina dan dapat dimasukkan di lembaga sedangkan yang tidak memiliki kualifikasi diarahkan menjadi wirausahawan yang mandiri sesuai kualifikasi dan potensi yang ada pada masyarakat tersebut. Karena itu, tanggung jawab sosial yang memberdayakan masyarakat miskin adalah tanggung jawab sosial yang mampu melakukan penguatan kapasitas masyarakat untuk dapat mencapai kemandirian.

Sejalan dengan itu Soetomo (2006) menegaskan bahwa pemberdayaan masyarakat adalah sarana yang tepat untuk melaksanakan program-program tanggung jawab sosial, karena pertama, melalui pemberdayaan masyarakat, program tanggung jawab sosial mampu menumbuhkembangkan modal sosial. Kedua, melalui pemberdayaan masyarakat program tanggung jawab sosial mampu membangun hubungan sinergis antara dunia usaha dengan masyarakat sekitar. Ketiga, melalui pemberdayaan masyarakat program tanggung jawab sosial mampu menurunkan angka kemiskinan.

#### **4. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) dan Pemerintah**

Di Indonesia kegiatan yang berkaitan dengan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atau yang lebih dikenal dengan *Corporate Social Responsibility (CSR)* banyak ragamnya. Kegiatan tersebut di antaranya Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PK-BL) yang pelaksanaannya dilakukan oleh Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Tanggung jawab Sosial dan Lingkungan yang dilakukan baik oleh BUMN maupun perusahaan swasta seperti yang diamanatkan dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya. Namun demikian patut diberikan apresiasi bahwa BUMN dan swasta baik secara langsung maupun tidak langsung telah memiliki kesadaran untuk melaksanakan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat.

Dalam menyikapi CSR, terdapat pendapat yang setuju dan juga yang menolaknya. Argumentasi yang mendukung menyatakan bahwa CSR diperlukan untuk hal-hal sebagai berikut (Anne, 2005):

- a. Menyeimbangkan antara kekuatan korporasi dengan aspek tanggung jawab;
- b. Mengurangi adanya regulasi pemerintah (yang berlebihan);
- c. Meningkatkan keuntungan jangka panjang;
- d. Meningkatkan nilai dan reputasi korporasi;
- e. Memperbaiki permasalahan sosial yang disebabkan oleh perusahaan.

Menurut Mardikanto (2010: a) CSR atau TJS memiliki makna yang strategis karena berkaitan dengan banyak hal yang sedang aktual dan menjadi isu nasional, di antaranya yaitu:

1. Akselerasi tercapatnya *triple tracks* pembangunan yang meliputi pengurangan pengangguran dan kemiskinan serta peningkatan pertumbuhan ekonomi.
2. Pengembangan ekonomi rakyat yang terdiri dari usaha mikro, kecil, menengah (UMKM) dan koperasi.
3. Menggerakkan kembali semangat gotong-royong dan pengembangan kesetiakawanan sosial.

4. Pentingnya kemitraan antar ABG (*Academy, Businessmen and Government*) bagi peningkatan relevansi pendidikan tinggi baik dalam pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi maupun serapan lulusan.

Secara harfiah CSR diartikan sebagai tanggung jawab sosial perusahaan. Sampai sekarang masih belum ada pengertian tunggal terhadap tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR). Menurut Okoye dalam Tsukamoto (2009), CSR adalah konsep yang sangat cair, dan berkembang mengikuti dinamika hubungan antara perusahaan dan para pemangku kepentingannya, sehingga mungkin tidak akan ada pengertian tunggal. Secara umum CSR diartikan sebagai kumpulan kebijakan dan praktek perusahaan yang berhubungan dengan *stakeholders*, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat dan lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan. CSR tidak hanya merupakan kegiatan karitatif perusahaan, dan tidak terbatas hanya pada pemenuhan aturan hukum semata.

Kotler dan Lee (2005) telah mengumpulkan 37 definisi CSR yang populer dan memiliki konsistensi dalam lima dimensi, yaitu dimensi ekonomi, dimensi sosial, dimensi lingkungan, dimensi pemangku kepentingan, dan dimensi sifat sukarela (*voluntary*). Perbedaan dalam pengertian CSR hanya terjadi dalam cara mengungkapkan (artikulasi) CSR itu sendiri, tetapi substansinya tetap sama, yaitu selalu berhubungan dengan lima dimensi tersebut. Beberapa pengertian CSR sebagai berikut:

- a. Menurut WBCSD (2002) CSR merupakan komitmen bisnis untuk berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, bekerja dengan karyawan, keluarga mereka dan masyarakat lokal. World Bank dalam Wibisono (2007) mengungkapkan juga bahwa CSR adalah komitmen bisnis untuk kontribusi dalam pengembangan ekonomi bekerja dengan karyawan dan representatif mereka, komunitas lokal dan masyarakat secara luas untuk meningkatkan kualitas kehidupan, dimana keduanya baik untuk bisnis dan pengembangan.
- b. Menurut Nuryana (2005), CSR merupakan sebuah pendekatan di mana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis dan

dalam interaksi dengan para pemangku kepentingan berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan.

- c. Menurut Schermerhorn (1993), CSR adalah suatu kepedulian organisasi bisnis untuk bertindak dengan cara-cara mereka sendiri dalam melayani kepentingan organisasi dan kepentingan publik eksternal.
- d. Menurut Rahman, Efendi dan Wicaksana (2011), CSR merupakan upaya sungguh-sungguh dari entitas bisnis untuk meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif operasinya terhadap seluruh pemangku kepentingan dalam ranah ekonomi, sosial dan lingkungan agar mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan.
- e. Menurut *World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) dalam Gurmilang (2010), CSR merupakan komitmen untuk berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, bekerja dengan para karyawan dan keluarganya, masyarakat setempat dan masyarakat secara luas, dalam meningkatkan kualitas hidup mereka.
- f. Carroll dan Shabana (2010) mengemukakan CSR terdiri dari empat kategori tanggung jawab yaitu ekonomi, hukum, etika, dan filantropi di mana tanggung jawab tersebut diharapkan ditempatkan pada korporasi oleh para *stakeholder* perusahaan dan masyarakat secara keseluruhan.
- g. Menurut ISO 26000, CSR adalah:

*“responsibility of an organization or the impact of its decisions and activities on society and the environment, through transparent and ethical behavior that contributes to sustainable development, health and the welfare of society, takes into account the expectations of stakeholders, is in compliance with applicable law and consistent with international norms of behavior, and is integrated throughout the organization and practiced in its relationship”.*

Terdapat tujuh isu utama ISO 26000 dalam merencanakan CSR, yaitu:

- 1) Tata kelola organisasi (kepatuhan pada hukum, akuntabilitas, transparansi, kode etik, pengenalan profil, dan minat stakeholder).
- 2) Hak asasi manusia (hak sipil dan politik, hak sosial, ekonomi, budaya, dan kelompok rentan, serta hak dasar dalam kerja).

- 3) Aktivitas tenaga kerja (pekerja dan hubungan antar pekerja, kondisi kerja dan perlindungan sosial, dialog sosial, kesehatan dan keamanan kerja, serta sumberdaya manusia).
- 4) Lingkungan (preventif polusi, konsumsi berkelanjutan, adaptasi dan mitigasi perubahan iklim, serta proteksi dan restorasi lingkungan alam).
- 5) Aktivitas operasi yang fair (anti korupsi dan anti suap, pelibatan tanggung jawab politik, kompetisi yang fair, promosi tanggung jawab sosial melalui rantai pasok, serta perhatian pada HAKI).
- 6) Isu konsumen (marketing yang fair, praktek perjanjian, perlindungan keamanan dan kesehatan konsumen, akses pada produk dan servis utama, konsumsi berkelanjutan, serta pendidikan dan kepedulian).
- 7) Kontribusi pada komunitas dan masyarakat (melibatkan komunitas, kontribusi pada pengembangan ekonomi dan kontribusi pada pengembangan sosial).

Berdasarkan beberapa pengertian tentang CSR tersebut, terdapat keterkaitan antara isu ISO 26000, rantai nilai perusahaan dan stakeholder dalam perencanaan CSR, seperti pada Tabel 2.1 berikut ini:

**Tabel 2.1 Korelasi antara Isu ISO 26000 dengan Rantai Nilai Perusahaan dan Pemangku Kepentingan**

<b>Isu ISO 26000</b>	<b>Rantai Nilai Perusahaan</b>	<b>Stakeholder</b>
Tata kelola organisasi	Manajemen bisnis, sistem dan prosedur, visi, misi, serta tujuan perusahaan	<i>Shareholder</i> , karyawan, vendor dan <i>supplier</i> , pemerintah, masyarakat bisnis, masyarakat umum, otoritas pasar modal, dan media massa
Hak asasi manusia	Pemenuhan kebutuhan manusia	Semua <i>stakeholder</i> yang terkait dengan HAM
Praktek perburuhan	Manajemen sumberdaya manusia yang berorientasi sosial ekonomi	Perusahaan, karyawan dan pemerintah
Lingkungan hidup	Pemanfaatan dan pelestarian	Perusahaan, masyarakat dan pemerintah
Praktek operasi yang adil	Operasional perusahaan yang adil	Perusahaan sejenis, karyawan, masyarakat dan pemerintah
Konsumen	Jujur dan transparan bagi konsumen	Perusahaan, konsumen, pemerintah
Keterlibatan perusahaan dengan masyarakat dan pembangunan	Pelibatan komunitas dan masyarakat dalam operasional perusahaan	Perusahaan, karyawan, masyarakat, dan pemerintah

Sumber: Rahman, dkk. (2011)



Di Indonesia CSR disepadankan dengan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL). Sebagaimana tercantum dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, TJSL merupakan komitmen Perseroan Terbatas (perusahaan) untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat bagi perusahaan itu sendiri, masyarakat setempat, dan masyarakat pada umumnya. CSR merupakan tanggung jawab perusahaan yang tidak memiliki nilai ekonomi secara langsung bagi perusahaan, tetapi akan memiliki pengaruh besar dalam jangka panjang dan bagi eksistensi perusahaan. Umpan balik yang diperoleh dari CSR tidak secara langsung dapat dinikmati begitu kegiatan CSR dilaksanakan. Tetapi efek jangka panjang yang sangat penting bagi keberadaan perusahaan, misalnya dukungan dari masyarakat tempat kegiatan usaha atau loyalitas pelanggan terhadap produk yang dihasilkan.

Pada tingkat global dukungan dalam pelaksanaan CSR ini diharapkan mampu membiayai program-program peningkatan kesejahteraan masyarakat seperti yang diamanatkan dalam MDG's (*Millenium Development Goals*) yang telah mengagendakan sampai dengan tahun 2015 di antaranya yaitu (1) pemberantasan kemiskinan dan kelaparan ekstrim, (2) tercapainya pendidikan dasara secara universal, (3) dikedepankannya kesetaraan gender dan pemberdayaan perempuan, (4) pengurangan kematian anak BALITA, (5) perbaikan kesehatan ibu, (6) peperangan terhadap HIV/ AIDS, malaria dan penyakit-penyakit lainnya, (7) kepastian keberlanjutan lingkungan, dan (8) pengembangan kemitraan global untuk pembangunan.

Tanggung jawab sosial tidak selamanya berkenaan dengan tanggung jawab sosial perusahaan karena tanggung jawab sosial tersebut menjadi tanggung jawab semua organisasi baik itu pemerintah, perusahaan dan organisasi sipil lainnya. Pada awalnya tanggung jawab sosial menjadi tanggung jawab sosial Negara atau pemerintah seperti halnya yang disampaikan (mulyadi dan Yuliani, 2009) ketika sentra-sentra kekuasaan sudah tersebar keberbagai institusi non-negara, terutama pada perusahaan, maka tanggung jawab yang selama ini dibebankan kepada negara dapat dialihkan sebagian kepada perusahaan.

Akar munculnya konsep tanggung jawab sosial bermula dari sebuah pandangan bahwa setiap individu atau organisasi tidak terlepas keberadaannya dari masyarakat. Tindakan individu atau organisasi baik secara langsung maupun tidak langsung akan berdampak positif maupun negatif pada masyarakat. Karena itu setiap individu atau organisasi harus bertanggung jawab atas tindakan yang telah dilakukan. Hal ini sesuai dengan prinsip moral yang menyatakan bahwa individu atau organisasi memiliki kewajiban bertindak/ berperilaku yang mampu memberikan kemanfaatan terhadap masyarakat secara luas (toma dkk., 2011).

Hohnen (2007) mengemukakan bahwa tanggung jawab sosial suatu organisasi atas dampak keputusan dan aktivitasnya terhadap masyarakat dan lingkungan melalui perilaku yang transparan dan beretika serta konsistensi dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat; dengan pertimbangan harapan *stakeholders*; sesuai dengan hukum dan norma perilaku internasional; dan terintegrasi keseluruhan organisasi. Tanggung jawab sosial juga melibatkan tanggung jawab antara pemerintah, perusahaan dan komunitas masyarakat setempat yang bersifat aktif dan dinamis. CSR akan lebih berdampak positif bagi masyarakat, hal ini akan sangat tergantung dari orientasi dan kapasitas lembaga dan organisasi lain, terutama pemerintah. Studi Bank Dunia (Howard Fox, 2002) menunjukkan, peran pemerintah yang terkait dengan CSR meliputi pengembangan kebijakan yang menyehatkan pasar, keikutsertaan sumber daya, dukungan politik bagi pelaku CSR, menciptakan insentif dan peningkatan kemampuan organisasi.

Tanggung jawab sosial pemerintah daerah dalam tulisan ini diartikan sebagai bentuk kepedulian, perhatian dan keberpihakan pemerintah daerah terhadap *stakeholders* terutama komunitas atau masyarakat sekitar wilayah kerja yang merupakan bagian dari kewajibannya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Namun demikian pemerintah daerah juga memainkan perannya sebagai salah satu fungsi perbankan yaitu sebagai pemberi dan penyalur kredit dalam pemanfaatan program dana bergulir di luar dari fungsinya seperti yang tertuang UU No. 23/2014 tentang Pemerintah Daerah bahwa pemberdayaan usaha

mikro yang dilakukan melalui pendataan, kemitraan, kemudahan perijinan, penguatan kelembagaan dan koordinasi dengan para pemangku kepentingan.

## **5. Model Tanggung Jawab Sosial Perusahaan**

Banyak faktor yang menentukan model CSR yang digunakan oleh masing-masing perusahaan. Model CSR yang digunakan oleh suatu perusahaan ditentukan oleh beberapa karakteristik seperti manajemen perusahaan, kondisi lahan, sosial, ekonomi, politik, dan kebijakan pemerintah yang berada di dalam dan di sekitar perusahaan. Model dasar CSR yang berlaku secara umum bersumber dari pendapat Carroll dalam Matten (2006) yang membuat piramida CSR sebagai kegiatan perusahaan yang meliputi tanggung jawab ekonomi, hukum, etika, dan kederewanan perusahaan kepada masyarakat pada suatu tempat dan waktu tertentu, yang masing-masing dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Tanggung jawab ekonomi. Merupakan dasar dari semua kegiatan CSR, karena tujuan utama dari investasi perusahaan adalah memperoleh kegiatan ekonomi yang efektif dan efisien.
- b. Tanggung jawab hukum. Perusahaan dituntut mematuhi aturan main atau hukum yang berlaku. Hukum merupakan kodifikasi pandangan moral masyarakat, dan karena itu mematuhi hukum adalah prasyarat yang diperlukan untuk setiap pemahaman tentang CSR.
- c. Tanggung jawab etika. Perusahaan dituntut untuk berlaku benar, jujur dan adil, terutama ketika perusahaan menerapkan peraturan dan hukum-hukum yang berlaku.
- d. Tanggung jawab filantropis. Filantropi mencakup semua isu yang berada di dalam kebijaksanaan perusahaan untuk meningkatkan kualitas hidup karyawan, masyarakat setempat dan masyarakat umum.

Perusahaan tidak dapat berfungsi secara terpisah dari masyarakat yang berada di sekitarnya karena perusahaan tersebut harus mendapat dukungan dari masyarakat atau komunitas setempat demi kenyamanan keberlangsungan bisnisnya. Faktanya, kemampuan perusahaan untuk bersaing sangat tergantung pada keadaan lokasi di mana perusahaan itu beroperasi. Oleh karena itu, piramida CSR yang dikembangkan Archie B. Carroll harus dipahami sebagai satu kesatuan.

Sebab CSR merupakan kepedulian perusahaan yang didasari pada tiga prinsip dasar yang dikenal dengan istilah *Triple Bottom Lines*, yaitu *Profit*, *People* dan *Planet* (3P), yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. *Profit*: Perusahaan tetap harus berorientasi untuk mencari keuntungan ekonomi yang memungkinkan untuk terus beroperasi dan berkembang.
- b. *People*: Perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan manusia. Beberapa perusahaan mengembangkan program CSR seperti pemberian beasiswa bagi pelajar sekitar perusahaan, pendirian sarana pendidikan dan kesehatan, penguatan kapasitas ekonomi lokal, dan bahkan ada perusahaan yang merancang berbagai skema perlindungan sosial bagi warga setempat.
- c. *Planet*: Perusahaan peduli terhadap lingkungan hidup dan keberlanjutan keragaman hayati. Beberapa program CSR yang berpijak pada prinsip ini biasanya berupa penghijauan lingkungan hidup, penyediaan sarana air bersih, perbaikan permukiman, pengembangan pariwisata (ekoturisme).

Menurut Saidi dan Abidin (2004), sedikitnya ada empat model atau pola CSR yang umumnya diterapkan oleh perusahaan di Indonesia, yaitu:

- a. Keterlibatan langsung. Perusahaan menjalankan program CSR secara langsung dengan menyelenggarakan sendiri kegiatan sosial atau menyerahkan sumbangan ke masyarakat tanpa perantara. Untuk menjalankan tugas ini, sebuah perusahaan biasanya menugaskan salah satu pejabat seniornya, seperti *corporate secretary* atau *public affair manager* atau menjadi bagian dari tugas pejabat *public relation*.
- b. Melalui yayasan atau organisasi sosial perusahaan. Perusahaan mendirikan yayasan sendiri di bawah perusahaan atau groupnya. Model ini merupakan adopsi dari model yang lazim diterapkan di perusahaan-perusahaan di negara maju. Biasanya, perusahaan menyediakan dana awal, dana rutin atau dana abadi yang dapat digunakan secara teratur bagi kegiatan yayasan.
- c. Bermitra dengan pihak lain. Perusahaan menyelenggarakan CSR melalui kerja sama dengan lembaga sosial/organisasi non-pemerintah (NGO/LSM), instansi

pemerintah, universitas atau media massa, baik dalam mengelola dana maupun dalam melaksanakan kegiatan sosialnya.

- d. Mendukung atau bergabung dalam suatu konsorsium. Perusahaan turut mendirikan, menjadi anggota atau mendukung suatu lembaga sosial yang didirikan untuk tujuan sosial tertentu. Dibandingkan dengan model lainnya, pola ini lebih berorientasi pada pemberian hibah perusahaan yang bersifat “hibah pembangunan”. Pihak konsorsium atau lembaga semacam itu yang dipercayai oleh perusahaan-perusahaan yang mendukungnya secara pro aktif mencari mitra kerja sama dari kalangan lembaga operasional dan kemudian mengembangkan program yang disepakati bersama.

Dalam kaitannya dengan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), menurut Mardikanto (2010 a), Program Kemitraan dan Bina Lingkungan yang dilakukan oleh BUMN sebenarnya sudah dilaksanakan sejak awal 1990-an melalui program PUKK (Pembinaan Usaha Kecil dan Koperasi). Melalui program ini setiap BUMN melakukan kegiatan kemitraan dengan pola Bapak Angkat melalui pemberian bantuan modal berupa pinjaman lunak/ modal bergulir, pembinaan teknis dan manajemen serta pemasaran produk. Dewasa ini PUKK telah diubah menjadi Program Kemitraan dan Bina Lingkungan, yaitu:

- a. Program Kemitraan, berupa pinjaman lunak dengan bunga 6% pertahun yang diberikan kepada kelompok UMKM, Koperasi yang menjadi mitranya.
- b. Bina Lingkungan yang berupa hibah untuk program pelatihan, promosi pemasaran dan lain-lain.

Lebih lanjut, dikatakan bahwa di lain pihak kegiatan CSR yang dilakukan oleh BUMN dan swasta dilakukan dalam tiga bentuk, yaitu:

- a. Kegiatan karitatif berupa bantuan cuma-cuma seperti pemberian beasiswa, layanan kesehatan gratis dan aksi-aksi sosial lainnya.
- b. Kegiatan filantropi berupa bantuan cuma-cuma yang sifatnya insidental seperti penanganan bencana alam dan lain-lain.
- c. Kegiatan pengembangan masyarakat (*community development*) dalam bentuk program-program pelatihan pengembangan mutu SDM, kegiatan produktif, pengembangan sarana dan prasarana sosial dan ekonomi dan lain-lain.



Suharto (2010) mengemukakan bahwa berdasarkan referensi dari *Internasional Business Leaders Forum (IBLF)* terdapat jenis kegiatan CSR yang dianggap memperkuat kerekatan sosial, yaitu :

1. Membantu mengurangi kemiskinan dan meningkatkan kualitas hidup
2. Membangun kepercayaan dan rasa saling menghormati
3. Memperkecil konflik, khususnya yang diakibatkan oleh aktivitas perusahaan
4. Membantu mengatasi kriminalitas
5. Mendukung *social entrepreneurs* (wirausaha sosial) lokal
6. Penyediaan layanan sosial dalam situasi-situasi sulit misalnya bencana dan konflik
7. Mendorong toleransi antar agama, etnik dan lain-lain
8. Mendukung kegiatan budaya dan pemeliharaan warisan budaya

#### **E. Kerangka Berpikir**

Teori utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori pemberdayaan masyarakat seperti yang disampaikan oleh Chambers (1985) bahwa pemberdayaan masyarakat adalah sebuah konsep pembangunan ekonomi yang merangkum nilai-nilai sosial. Konsep ini mencerminkan paradigma baru pembangunan yakni yang bersifat “*people-centered, participatory, empowering, and sustainable*”. Dasar yang menjadi pengembangan pemberdayaan masyarakat adalah orientasi terhadap potensi dan kemandirian sumber daya manusia dalam sebuah masyarakat yang memiliki potensi untuk mengangkat harkat dan martabat masyarakat itu sendiri. Alasan ini yang menjadikan perlunya sebuah model pengembangan yang sesuai dalam rangka pengembangan masyarakat sehingga pemberdayaan dapat memberikan peluang besar bagi masyarakat untuk aktualisasi diri guna menghasilkan masyarakat yang mandiri, berkarakter dan sejahtera.

Memberdayakan masyarakat berarti memberdayakan kemampuan dan potensi yang ada di masyarakat agar berkembang melalui keterlibatan warga masyarakat dan didasarkan kepada kekuatan yang dimilikinya. Sebagai sebuah perencanaan sosial, pengembangan masyarakat harus memiliki asas-asas sebagai landasannya. Asas-asas tersebut yang digunakan dalam pengembangan masyarakat menurut Ife dan Tesoriero (2008) antara lain :

1. komunitas dilibatkan dalam setiap proses pengambilan keputusan.
2. mensinergiskan strategi komperhensif pemerintah, pihak-pihak terkait dan partisipasi warga.
3. membuka akses warga atas bantuan profesional, teknis, fasilitas, serta intensif lainnya agar meningkatkan partisipasi warga.
4. mengubah perilaku profesional agar lebih peka pada kebutuhan, perhatian, dan gagasan warga komunitas.

Berdasarkan teori-teori pemberdayaan masyarakat di atas dan penelusuran melalui 3P (paper, person dan place) yaitu jurnal, majalah, buku teks, laporan penelitian dan penelitian lapangan (Arikunto, 1993) maka dirumuskan kerangka berpikir sebagai berikut :

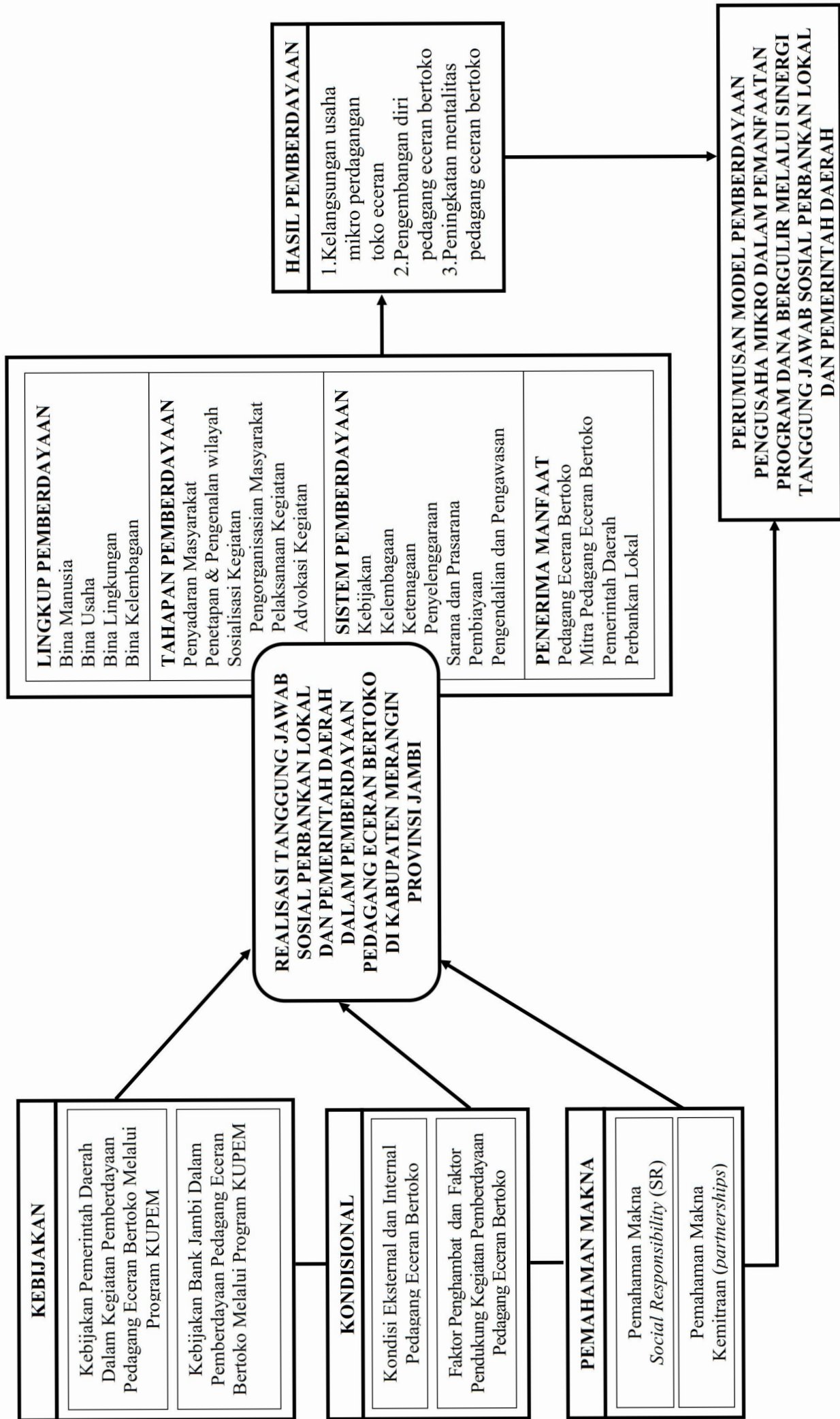
1. Penelitian pendahuluan menunjukkan bahwa pemanfaatan dana bergulir program KUPEM di Kabupaten Merangin Provinsi Jambi mampu membuat pedagang eceran bertoko bertahan dengan usaha yang dijalannya sekarang. Pemberdayaan pedagang eceran bertoko yang dilakukan belum mampu secara optimal menjadikan pedagang eceran bertoko lebih berdaya. Kondisi tersebut dikarenakan proses pemberdayaan pedagang eceran bertoko hanya dilakukan secara informal oleh tim pelaksana KUPEM Kabupaten Merangin pada saat turun ke lapangan dengan pola *learning by doing*. Keadaan tersebut juga mengakibatkan lemahnya pedagang eceran bertoko dalam mengakses perluasan pangsa pasar, permodalan di lembaga keuangan lainnya dan informasi dan teknologi terkini. Selain itu dapat juga mengakibatkan lemahnya manajemen usaha perdagangan eceran bertoko, pembentukan jaringan usaha dan kemitraan yang dibangun oleh pedagang eceran bertoko baik itu dengan konsumen maupun dengan penyedia barang dagangan.
2. Penelitian pendahuluan menunjukkan adanya kebijakan pemerintah daerah (Pemerintah Kabupaten Merangin) dan perbankan lokal (Bank Jambi) dalam pemberdayaan pedagang eceran bertoko berupa pemanfaatan dana bergulir program KUPEM di Kabupaten Merangin Provinsi Jambi. Program KUPEM ini merupakan salah satu upaya dalam membantu pedagang eceran bertoko mengatasi keterbatasan kebutuhan modal untuk meningkatkan pendapatannya.

3. Penerima manfaat dana bergulir program KUPEM tersebut merupakan usaha perdagangan yang termasuk ke dalam tipe-tipe usaha perdagangan eceran bertoko (Kotler dalam Foster, 2008). Kondisi tersebut lebih banyak didominasi oleh dagang manisan dan diikuti oleh dagang karet, dagang pakaian, warung makan, bengkel motor, fotocopy & ATK, dagang alat pertanian, dagang hasil bumi, konter HP, dagang gas elpiji, dagang minyak tanah, perabot, servis jam, dagang ayam, dagang sepeda, dagang alat olahraga dan dagang pupuk. Penelitian ini juga mengkaji kondisi eksternal pedagang eceran bertoko sehingga dapat memberikan gambaran peluang perdagangan eceran bertoko di Kabupaten Merangin. Kondisi internal pedagang eceran bertoko dapat memberikan gambaran seperti apa kondisi sebenarnya pedagang eceran bertoko itu sendiri yang memanfaatkan dana bergulir program KUPEM tersebut. Faktor penghambat dan pendukung juga dikaji dalam penelitian ini untuk mengetahui keberlangsungan program KUPEM tersebut.
4. Penelitian ini juga akan mengungkapkan pemahaman makna tanggung jawab sosial atau *Social Responsibility* (SR) dan makna kemitraan (*partnerships*) dari Pemerintah Kabupaten Merangin dan Bank Jambi dalam pemberdayaan pedagang eceran bertoko melalui pemanfaatan dana bergulir program KUPEM di Kabupaten Merangin Provinsi Jambi.
5. Realisasi tanggung jawab sosial perbankan lokal dan pemerintah daerah dalam pemberdayaan pedagang eceran bertoko di Kabupaten Merangin Provinsi Jambi melalui: (1) Lingkup kegiatan pemberdayaan di antaranya; (a) Bina manusia; (b) Bina usaha; (c) Bina Lingkungan; dan (d) Bina Kelembagaan, (2) Tahapan kegiatan pemberdayaan di antaranya; (a) Penyadaran Masyarakat; (b) Penetapan & Pengenalan wilayah; (c) Sosialisasi Kegiatan; (d) Pengorganisasian Masyarakat; (e) Pelaksanaan Kegiatan; (f) Advokasi Kegiatan; dan (g) Politisasi, (3) Sistem pemberdayaan di antaranya; (a) Kebijakan; (b) Kelembagaan; (c) Ketenagaan; (d) Penyelenggaraan; (e) Sarana dan Prasarana; (f) Pembiayaan; dan (g) Pengendalian dan Pengawasan; (4) Penerima manfaat di antaranya; (a) Pedagang eceran bertoko; (b) Mitra pedagang eceran bertoko; (c) Pemerintah Daerah; dan (d) Perbankan Lokal.

6. Pemberdayaan pedagang eceran bertoko melalui pemanfaatan dana bergulir program KUPEM di Kabupaten Merangin Provinsi Jambi yang dilakukan melalui tanggung jawab sosial Bank Jambi dan Pemerintah Kabupaten Merangin tersebut harus dapat membuahkan hasil yang akan diungkap dalam penelitian ini. Hasil pemberdayaan pedagang eceran bertoko tersebut merupakan salah satu cara untuk menanggulangi kemiskinan dan pengangguran di Kabupaten Merangin.
7. Model pemberdayaan masyarakat sebelum era reformasi memposisikan masyarakat sebagai obyek program sehingga masyarakat dipaksa untuk menerima dan memahami kebijakan pemerintah. Dalam era otonomi daerah, model-model pemberdayaan masyarakat sangat variatif/ beragam dan disesuaikan dengan kemampuan masyarakat serta diarahkan untuk mencapai kesejahteraan masyarakat. Rumusan model pemberdayaan pengusaha mikro dalam pemanfaatan program dana bergulir melalui sinergi tanggung jawab sosial perbankan lokal dan pemerintah daerah di Kabupaten Merangin Provinsi Jambi yang diusulkan dalam penelitian ini melengkapi skema tata cara penyaluran/ pengembalian dana KUPEM untuk kegiatan investasi/ modal usaha petani/ nelayan/ perajin/ pedagang kecil di kabupaten/ kota dalam Provinsi Jambi. Hal ini dimaksudkan supaya pemanfaatan program dana bergulir tersebut tidak hanya mengarah kepada penyaluran dan pengembalian kredit saja tetapi lebih dari pada itu menjadikan pedagang eceran bertoko lebih berdaya dengan adanya model yang dihasilkan dalam penelitian ini.

Kerangka berpikir sebagaimana yang telah diuraikan di atas, dapat dirumuskan dalam bentuk Gambar 2.1 berikut ini:





Gambar 2.1 Kerangka Berpikir



## **F. Dimensi Penelitian**

Dimensi penelitian adalah operasionalisasi variabel atau faktor-faktor yang akan dikaji dalam penelitian dan digunakan untuk memberikan arahan bagi pengukurannya (Mardikanto, 2010 b). Dalam penelitian ini variabel yang diteliti dan dijabarkan adalah sebagai berikut :

- a. Kebijakan pemerintah daerah adalah kebijakan dari Pemerintah Provinsi Jambi dan Pemerintah Kabupaten Merangin dalam pemberdayaan pedagang eceran bertoko melalui pemanfaatan dana bergulir program KUPEM di Kabupaten Merangin Provinsi Jambi dilihat dari dasar hukum, fasilitator dan alokasi anggaran pelaksanaan program KUPEM tersebut.
- b. Kebijakan Bank Jambi adalah kebijakan dari Bank Jambi dalam pemberdayaan pedagang eceran bertoko melalui pemanfaatan dana bergulir program KUPEM di Kabupaten Merangin Provinsi Jambi dilihat dari kemitraan bersama Pemerintah Kabupaten Merangin, pendamping fasilitator yang berkenaan dengan fasilitasi kredit usaha dan memberikan laporan penyaluran dan realisasi pengembalian kredit usaha.
- c. Pedagang eceran bertoko adalah usaha mikro bidang perdagangan dengan kegiatan menjual barang dan jasa secara langsung kepada konsumen akhir untuk penggunaan pribadi dan bukan untuk dijual kembali serta mendapatkan pinjaman dari pemanfaatan dana bergulir program KUPEM di Kabupaten Merangin Provinsi Jambi dengan jumlah pinjaman kurang dari Rp. 50 juta rupiah dan keadaan tersebut dapat dilihat dari kondisi pedagang dan diluar pedagang eceran bertoko.
- d. Faktor-faktor penghambat pemberdayaan pedagang eceran bertoko adalah faktor-faktor yang menghambat dalam pemberdayaan pedagang eceran bertoko melalui pemanfaatan dana bergulir program KUPEM di Kabupaten Merangin Provinsi Jambi dilihat dari pedagang eceran bertoko (sumber daya manusia, manajemen pemasaran, kemauan mengakses informasi barang, pengendalian persediaan barang, antisipasi peluang pasar dan wadah bagi pedagang) dan pelaksanaan pemanfaatan dana bergulir program KUPEM

(jumlah pagu kredit, persyaratan administrasi, pelatihan, kualifikasi fasilitator dan kelangsungan program KUPEM).

- e. Faktor-faktor pendukung pemberdayaan pedagang eceran bertoko adalah faktor-faktor yang mendukung dalam pemberdayaan pedagang eceran bertoko melalui pemanfaatan dana bergulir program KUPEM di Kabupaten Merangin Provinsi Jambi yang dilakukan oleh pemerintah Kabupaten Merangin dan Bank Jambi dilihat dari program pemerintah daerah, tim pelaksana program, anggaran program, waktu, tempat, transportasi, pertumbuhan ekonomi daerah dan motivasi usaha pedagang.
- f. Pemahaman makna *social responsibility* (SR) adalah pemahaman makna oleh Pemerintah Kabupaten Merangin dan Bank Jambi akan tanggung jawab sosial atau *Social Responsibility* (SR) dalam pemberdayaan pedagang eceran bertoko melalui pemanfaatan dana bergulir program KUPEM di Kabupaten Merangin Provinsi Jambi di antaranya harus memenuhi unsur kegiatan berkesinambungan dan berkelanjutan, pemberdayaan masyarakat dan bersifat dua arah dan komitmen serta konsistensi Pemerintah Kabupaten Merangin dan Bank Jambi terhadap kepedulian, perhatian dan keberpihakannya kepada masyarakat miskin (*pro poor*).
- g. Pemahaman makna kemitraan (*partnerships*) adalah pemahaman makna oleh Pemerintah Kabupaten Merangin dan Bank Jambi dalam pemberdayaan pedagang eceran bertoko melalui pemanfaatan dana bergulir program KUPEM di Kabupaten Merangin Provinsi Jambi yang dilakukan oleh pemerintah Kabupaten Merangin dan Bank Jambi yang berkaitan dengan kemitraan dengan cara bekerja sama dalam pelaksanaan program KUPEM tersebut melalui prinsip-prinsip kesetaraan atau keseimbangan, transparansi dan saling menguntungkan.
- h. Lingkup kegiatan pemberdayaan adalah kegiatan pemberdayaan pedagang eceran bertoko di Kabupaten Merangin yang dilakukan oleh pemerintah Kabupaten Merangin dan Bank Jambi melalui pemanfaatan dana bergulir program KUPEM di Kabupaten Merangin Provinsi Jambi mencakup bina manusia, bina usaha, bina lingkungan dan bina kelembagaan usaha.

- i. Tahapan kegiatan pemberdayaan adalah tahapan-tahapan dalam kegiatan pemberdayaan pedagang eceran bertoko melalui pemanfaatan dana bergulir program KUPEM di Kabupaten Merangin Provinsi Jambi yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Merangin dan Bank Jambi meliputi penyadaran masyarakat, penetapan dan pengenalan wilayah kerja, sosialisasi kegiatan, pengorganisasian masyarakat, pelaksanaan kegiatan dan advokasi kegiatan.
- j. Sistem pemberdayaan adalah sistem pemberdayaan dalam pemberdayaan pedagang eceran bertoko melalui pemanfaatan dana bergulir program KUPEM di Kabupaten Merangin Provinsi Jambi oleh Pemerintah Kabupaten Merangin dan Bank Jambi meliputi kebijakan yang melandasi program KUPEM tersebut, kelembagaan sebagai wadah dari kegiatan pemberdayaan, ketenagaan sumber daya manusia yang dipakai dalam proses kegiatan pemberdayaan, proses penyelenggaraan kegiatan pemberdayaan, sarana dan prasarana, pembiayaan, pengendalian dan pengawasan yang dilakukan.
- k. Penerima manfaat adalah usaha mikro yaitu pedagang eceran bertoko, mitra usaha mikro yaitu mitra pedagang eceran bertoko, pemerintah daerah yaitu Pemerintah Kabupaten Merangin dan perbankan lokal yaitu Bank Jambi dalam kegiatan pemberdayaan pedagang eceran bertoko melalui pemanfaatan dana bergulir program KUPEM di Kabupaten Merangin Provinsi Jambi .
- l. Hasil pemberdayaan adalah capaian atau *output* dari proses pemberdayaan pedagang eceran bertoko melalui pemanfaatan dana bergulir program KUPEM di Kabupaten Merangin Provinsi Jambi yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Merangin dan Bank Jambi meliputi kelangsungan usaha mikro perdagangan toko eceran, pengembangan diri pedagang eceran bertoko dan peningkatan mentalitas pedagang eceran bertoko.

Selanjutnya dimensi penelitian yang telah dikemukakan di atas akan diuraikan secara detail ke dalam operasionalisasi dan sub operasionalisasi dimensi penelitian sesuai dengan Tabel 2.2 berikut ini:

Tabel 2.2 Dimensi Penelitian

No	Dimensi Penelitian	Operasional Dimensi Penelitian	Sub Operasional Dimensi Penelitian	Metode Pengumpulan Data	Sumber Data
1	2	3	4	5	6
	<b>KEBIJAKAN</b>				
1.	Kebijakan pemerintah daerah dalam kegiatan pemberdayaan pedagang eceran bertoko melalui pemanfaatan dana bergulir program KUPEM	1. Dasar hukum kegiatan pemberdayaan pedagang eceran bertoko 2. Fasilitator pemberdayaan pedagang eceran bertoko 3. Alokasi anggaran	1. - Peraturan Gubernur Jambi Nomor 369 Tahun 2002 - SK Bupati Merangin tentang tim pelaksana KUPEM di Kab.Merangin 2. Tenaga fungsional Bagian Perekonomian dan Dinas Kopperindag 3. Peraturan daerah tentang APBD Kab.Merangin	Wawancara Mendalam Dokumen	Primer Sekunder
2.	Kebijakan Bank Jambi dalam kegiatan pemberdayaan pedagang eceran bertoko melalui pemanfaatan dana bergulir program KUPEM	1. Kebijakan untuk bermitra bersama pemerintah daerah 2. Pendamping fasilitator kegiatan pemberdayaan pedagang eceran bertoko 3. Laporan penyaluran dan realisasi pengembalian kredit	1. Kemitraan bersama pemerintah daerah dalam pelaksanaan pemanfaatan dana bergulir program KUPEM di Kab. Merangin 2. Tenaga fungsional Bank Jambi 3. Menyusun laporan penyaluran dan realisasi pengembalian kredit dalam pelaksanaan pemanfaatan dana bergulir program KUPEM di Kabupaten Merangin	Wawancara Mendalam Dokumen	Primer Sekunder
	<b>KONDISIONAL</b>				
3.	Kondisi pedagang eceran bertoko	1. Kondisi eksternal pedagang 2. Kondisi internal pedagang	1. Gambaran lokasi geografi Kab. Merangin 2. Gambaran kependudukan di Kab. Merangin 3. Gambaran kondisi perdagangan di Kab. Merangin 4. Gambaran kondisi perekonomian di Kab. Merangin 1. Gambaran status kepemilikan usaha 2. Gambaran status kepemilikan modal 3. Gambaran tenaga kerja 4. Gambaran struktur permodalan usaha 5. Gambaran sumber barang dagangan 6. Gambaran keterampilan yang dimiliki	Dokumen Wawancara Mendalam Dokumen Observasi	Sekunder Primer Sekunder

1	2	3	4	5	6
4.	1. Faktor penghambat kegiatan pemberdayaan pedagang eceran bertoko	1. Pedagang eceran bertoko 2. Pelaksanaan pemanfaatan dana bergulir program KUPEM	1. -Sumber daya manusia -Manajemen pemasaran -Kemauan mengakses informasi barang -Pengendalian persediaan barang -Antisipasi peluang pasar 2. -Jumlah pagu kredit -Persyaratan administrasi -Pelatihan formal -Kualifikasi fasilitator -Kelangsungan program -Wadah bagi pedagang	Wawancara Mendalam Dokumen	Primer Sekunder
	2. Faktor pendukung kegiatan pemberdayaan pedagang eceran bertoko	1. Program pemerintah daerah 2. Tim pelaksana program 3. Anggaran program 4. Waktu dan tempat 5. Transportasi 6. Pertumbuhan ekonomi daerah 7. Motivasi usaha pedagang	1. Adanya kegiatan pemanfaatan dana bergulir program KUPEM di Kab. Merangin 2. Terdapatnya SDM pelaksana pemanfaatan dana bergulir program KUPEM dari Pemerintah Kab. Merangin dan Bank Jambi 3. Tersedianya anggaran kegiatan program KUPEM dari APBD Kab. Merangin 4. Waktu pelaksanaan program telah disesuaikan dengan APBD Kab. Merangin dan tempat pelaksanaan program di Kab. Merangin 5. Wilayah pelaksanaan program di Kab. Merangin dapat terjangkau melalui jalan darat 6. Pertumbuhan ekonomi Kab. Merangin yang mencapai 6,45% dan perdagangan besar dan eceran memberikan kontribusi terbesar kedua terhadap PDRB sebesar 17,57% tahun 2013 7. Kemauan pedagang untuk meningkatkan hasil pendapatannya	Wawancara Mendalam Dokumen	Primer Sekunder



1	2	3	4	5	6
	<b>PEMAHAMAN MAKNA</b>				
5.	Pemahaman makna dari <i>Social Responsibility</i> (SR)	1. Berkesinambungan dan berkelanjutan 2. Pemberdayaan masyarakat 3. Bersifat dua arah	1. -Tanggung jawab sosial Pemerintah Kabupaten Merangin dan tanggung jawab sosial Bank Jambi yang terencana, sistematis dan dapat dievaluasi melalui pemanfaatan dana bergulir program KUPEM -Kepedulian, perhatian dan keberpihakan Pemerintah Kabupaten Merangin dan Bank Jambi terhadap pedagang eceran bertoko melalui pemanfaatan dana bergulir program KUPEM -Kebijakan Pemerintah Kabupaten Merangin dan Bank Jambi terhadap pedagang eceran bertoko melalui pemanfaatan dana bergulir program KUPEM sesuai dengan nilai-nilai yang dianut oleh masyarakat setempat 2. -Tanggung jawab sosial secara ekonomi yaitu kebijakan Pemerintah Kabupaten Merangin dan Bank Jambi dalam kegiatan pemberdayaan pedagang eceran bertoko melalui pemanfaatan dana bergulir program KUPEM -Adanya kemandirian yang lebih pada pedagang eceran bertoko dibandingkan dengan sebelum adanya program tanggung jawab sosial 3. Pemerintah Kabupaten Merangin dan Bank Jambi mendengarkan aspirasi pedagang eceran bertoko berkaitan dengan bisnis yang sedang dijalannya	Wawancara Mendalam Dokumen	Primer Sekunder
6.	Pemahaman makna dari Kemitraan ( <i>partnerships</i> )	Kemitraan antara pemerintah daerah dan perbankan lokal yaitu Pemerintah Kabupaten Merangin dan Bank Jambi	Kemitraan dalam kegiatan pemberdayaan eceran bertoko melalui pemanfaatan dana bergulir program KUPEM Provinsi Jambi di Kabupaten Merangin oleh Pemerintah Kabupaten Merangin dan Bank Jambi dilakukan dengan prinsip-prinsip kesetaraan atau keseimbangan, transparansi dan saling menguntungkan	Wawancara Mendalam Dokumen	Primer Sekunder

1	2	3	4	5	6
	<b>PEMBERDAYAAN USAHA MIKRO PADA PEDAGANG ECERAN BERTOKOMELALUI SINERGI TANGGUNGJAWAB SOSIAL PEMERINTAH DAERAH DAN PERBANKAN LOKAL</b>				
7.	Lingkup kegiatan pemberdayaan	1. Bina manusia 2. Bina usaha 3. Bina lingkungan 4. Bina kelembagaan	1. Pengembangan kapasitas pedagang eceran bertoko oleh tim pelaksana KUPEM Kabupaten Merangin melalui peningkatan etos kerja dan kemampuan pedagang yaitu pengetahuan, sikap dan keterampilan. 2. Pengembangan kapasitas usaha perdagangan toko eceran oleh tim pelaksana KUPEM Kabupaten Merangin melalui peningkatan pemahaman strategi pemasaran produk, pendirian legalitas badan usaha, peningkatan pemahaman memberikan pemahaman akan pentingnya menjaga kerjasama antara pedagang dengan toko besar/ distributor serta pengembangan sarana permodalan. 3. Pengembangan kapasitas lingkungan dan lingkungan sosial perdagangan eceran oleh tim pelaksana KUPEM Kabupaten Merangin melalui penyadaran kepada pedagang eceran bertoko perlunya menjaga lingkungan sekitar toko agar kelihatan bersih, rapi, indah, sehat dan penataan toko yang baik serta pentingnya ikatan sosial dengan distributor dan konsumen untuk kelangsungan bisnis dan kehidupannya. 4. Pengembangan kapasitas kelembagaan penyedia permodalan yaitu keberlanjutan kegiatan pemberdayaan eceran bertoko melalui pemanfaatan dana bergulir program KUPEM Provinsi Jambi di Kabupaten Merangin dilihat dari komponen person, komponen kepentingan, komponen aturan dan komponen struktur.	Wawancara Mendalam Dokumen	Primer Sekunder

1	2	3	4	5	6
8.	Tahapan pemberdayaan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penyadaran masyarakat</li> <li>2. Penetapan &amp; pengenalan wilayah kerja</li> <li>3. Sosialisasi kegiatan</li> <li>4. Pengorganisasian masyarakat</li> <li>5. Pelaksanaan kegiatan</li> <li>6. Advokasi kegiatan</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tim pelaksana KUPEM Kabupaten Merangin menjelaskan keberadaan pemanfaatan dana bergulir program KUPEM Provinsi Jambi di Kabupaten Merangin kepada pedagang eceran bertoko</li> <li>2. Kesepakatan tim pelaksana KUPEM Kabupaten Merangin tentang penetapan wilayah kerja berada seluruh kecamatan di Kabupaten Merangin</li> <li>3. Tim pelaksana KUPEM Kabupaten Merangin melibatkan peran aparatur pemerintah kecamatan, kelurahan dan desa se-Kabupaten Merangin tentang keberadaan pemanfaatan dana bergulir program KUPEM Provinsi Jambi di Kabupaten Merangin</li> <li>4. Tim pelaksana KUPEM Kabupaten Merangin melibatkan masyarakat yang memiliki usaha untuk memanfaatkan dana bergulir program KUPEM Provinsi Jambi di Kabupaten Merangin</li> <li>5. Proses penyaluran pemanfaatan dana bergulir program KUPEM Provinsi Jambi di Kabupaten Merangin meliputi sosialisasi dan pendataan, pendistribusian, pencairan dana KUPEM, pengembalian dana KUPEM, koordinasi, pengawasan dan pengendalian serta pelaporan</li> <li>6. Tim pelaksana KUPEM Kabupaten Merangin dalam pemanfaatan dana bergulir program KUPEM Provinsi Jambi di Kabupaten Merangin mendapat dukungan legitimasi berupa kebijakan persetujuan pelaksanaan program KUPEM tersebut dari <i>stakeholders</i> yang ada di Kabupaten Merangin Provinsi Jambi</li> </ol>	Wawancara Mendalam Dokumen	Primer Sekunder

1	2	3	4	5	6
9.	Sistem Pemberdayaan	1. Kebijakan 2. Kelembagaan 3. Ketenagaan 4. Penyelenggaraan 5. Sarana dan Prasarana 6. Pembiayaan 7. Pengendalian dan Pengawasan	1. Peraturan Gubernur Jambi Nomor 369 Tahun 2002 dan peraturan Bupati Merangin 2. Kemitraan Pemkab. Merangin dan Bank Jambi 3. Tenaga fungsional Bagian Perekonomian, Dinas Kopperindag dan Bank Jambi 4. Penyelarasan program Pemerintah Kabupaten Merangin dan Bank Jambi 5. Sarana dan Prasarana dari Pemerintah Kabupaten Merangin dan Bank Jambi 6. APBD Pemprov. Jambi dan Pemkab. Merangin 7. Mempedomani petunjuk penyelenggaraan KUPEM oleh Tim pelaksana KUPEM Kabupaten Merangin	Wawancara Mendalam Dokumen	Primer Sekunder
10.	Penerima manfaat	1. Usaha Mikro 2. Mitra Usaha Mikro 3. Pemerintah Daerah 4. Perbankan Lokal	1. Pedagang eceran bertoko 2. Konsumen dan distributor 3. Pemerintah Kabupaten Merangin 4. Bank Jambi	Wawancara Mendalam	Primer
<b>HASIL PEMBERDAYAAN</b>					
11.	Hasil pemberdayaan pedagang eceran bertoko	1. Kelangsungan usaha mikro toko eceran 2. Pengembangan diri pedagang eceran bertoko 3. Peningkatan mentalitas pedagang eceran bertoko	1. -Adanya keuntungan /laba yang dihasilkan -Berusaha menjual produk sesuai kebutuhan konsumen -Adanya penambahan jumlah produk -Adanya peningkatan jumlah konsumen 2. -Adanya peningkatan kemampuan daya tawar dengan penyedia barang -Memiliki kesempatan menyampaikan aspirasi kepada pemerintah daerah dan perbankan lokal 3. -Peningkatan kepedulian usaha dan tempat usaha -Kemauan mengganti barang dagangan yang rusak -Memiliki kemampuan untuk menyimpan dan mengembalikan barang yang tertinggal di toko -Berusaha Menjalin ikatan antara pedagang, distributor dan konsumen	Wawancara Mendalam	Primer