

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Kemitraan

1. Konsep Kemitraan

Kemitraan dilihat dari perspektif etimologis diadaptasi dari kata *partnership*, dan berasal dari akar kata *partner*. *Partner* dapat diterjemahkan “pasangan, jodoh, sekutu, atau kampanyon”. Makna *partnership* yang diterjemahkan menjadi persekutuan atau perkongsian.¹³ Bertolak dari sini maka kemitraan dapat dimaknai sebagai bentuk persekutuan antara dua pihak atau lebih yang membentuk suatu ikatan kerjasama atas dasar kesepakatan dan rasa saling membutuhkan dalam rangka meningkatkan kapasitas dan kapabilitas di suatu bidang usaha tertentu, atau tujuan tertentu, sehingga dapat memperoleh hasil yang baik.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, arti kata mitra adalah teman, kawan kerja, rekan. Sementara kemitraan artinya perihal hubungan atau jalinan kerjasama sebagai mitra. Hafsah menjelaskan pengertian kemitraan

¹³Ambar Teguh Sulistiyani. *Kemitraan dan Model-Model Pemberdayaan*. Gaya Media. Yogyakarta. 2004. hal. 129.

adalah suatu strategi bisnis yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih dalam jangka waktu tertentu untuk meraih keuntungan bersama dengan prinsip saling membutuhkan dan saling membesarkan.¹⁴ Karena merupakan strategi bisnis maka keberhasilan kemitraan sangat ditentukan oleh adanya kepatuhan diantara yang bermitra dalam menjalankan etika bisnis. Hal demikian sesuai dengan pendapat Ian Linton yang mengatakan bahwa Kemitraan adalah sebuah cara melakukan bisnis di mana pemasok dan pelanggan berniaga satu sama lain untuk mencapai tujuan bisnis bersama.¹⁵

Menurut Anwar dalam Hafsah, pembangunan ekonomi dengan pola kemitraan dapat dianggap sebagai usaha yang paling menguntungkan (*maximum social benefit*), terutama ditinjau dari pencapaian tujuan pembangunan jangka panjang.¹⁶ Hal ini didasari oleh perwujudan cita-cita pola kemitraan untuk melaksanakan sistem perekonomian gotong royong antara mitra yang kuat dari segi permodalan, pasar, dan kemampuan teknologi bersama petani golongan lemah yang tidak berpengalaman. Tujuannya adalah meningkatkan produktivitas usaha dan kesejahteraan atas dasar kepentingan bersama.

Secara ekonomi, kemitraan didefinisikan sebagai:

1. Esensi kemitraan terletak pada kontribusi bersama, baik berupa tenaga (*labour*) maupun benda (*property*) atau keduanya untuk tujuan kegiatan ekonomi. Pengendalian kegiatan dilakukan bersama dimana pembagian keuntungan dan kerugian distribusi diantara dua pihak yang bermitra. (Burns, 1996 dalam Badan Agribisnis Departemen Pertanian, 1998);

¹⁴Muhammad Jafar Hafsah, *Kemitraan Usaha*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 1999, hal. 43.

¹⁵*Ibid*, hal. 10.

¹⁶*Ibid*, hal. 12.

2. “*Partnership* atau *Alliance*” adalah suatu asosiasi yang terdiri dari dua orang atau usaha yang sama-sama memiliki sebuah perusahaan dengan tujuan untuk mencari laba. (Winardi, 1971 dalam Agribisnis Departemen Pertanian, 1998);
3. Kemitraan adalah suatu persekutuan dari dua orang atau lebih sebagai pemilik bersama yang menjalankan suatu bisnis mencari keuntungan. (Spencer, 1977 dalam Badan Agribisnis Departemen Pertanian, 1998);
4. Suatu kemitraan adalah suatu perusahaan dengan sejumlah pemilik uang menikmati bersama keuntungan-keuntungan dari perusahaan dan masing-masing menanggung liabilitas yang tidak terbatas atas hutang-hutang perusahaan. (McEachern, 1988 dalam Badan Agribisnis Departemen Pertanian, 1998).¹⁷

Sementara itu, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Pasal 1 ayat 13 mengatakan bahwa yang dimaksud dengan kemitraan adalah kerjasama dalam keterkaitan usaha, baik langsung maupun tidak langsung, atas dasar prinsip saling memerlukan, mempercayai, memperkuat, dan menguntungkan yang melibatkan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dengan Usaha Besar.¹⁸

Kesemua definisi tersebut di atas, ternyata belum ada satu definisi yang memberikan definisi secara lengkap tentang kemitraan. Hal tersebut disebabkan karena para sarjana mempunyai titik fokus yang berbeda dalam memberikan definisi tentang kemitraan. Menurut Keint L. Fletcher dan Kamus Besar Bahasa Indonesia memandang kemitraan sebagai suatu jalinan kerjasama usaha untuk tujuan memperoleh keuntungan. Berbeda dengan Muhammad Jafar Hafsah dan Ian Linton yang memandang kemitraan sebagai suatu strategi bisnis yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih,

¹⁷Mia Nur damayanti, *Kajian Pelaksanaan Kemitraan Dalam Meningkatkan Pendapatan Antara Petani Semangka di Kabupaten Kebumen Jawa Tengah dengan CV. Bimandiri*, IPB Press, Bogor, 2009, hal. 18.

¹⁸Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Pasal 1 ayat (3)

dengan prinsip saling membutuhkan dan saling membesarkan. Tetapi dengan adanya perbedaan pendapat diantara para sarjana ini maka akan saling melengkapi diantara pendapat sarjana yang satu dengan yang lainnya, dan apabila dipadukan maka akan menghasilkan definisi yang lebih sempurna, bahwa kemitraan merupakan jalinan kerjasama usaha yang merupakan strategi bisnis yang dilakukan antara dua pihak atau lebih dengan prinsip saling membutuhkan, saling memperbesar dan saling menguntungkan. Hubungan kerjasama tersebut tersirat adanya satu pembinaan dan pengembangan, hal ini dapat terlihat karena pada dasarnya masing-masing pihak pasti mempunyai kelemahan dan kelebihan, justru dengan kelemahan dan kelebihan masing-masing pihak akan saling melengkapi dalam arti pihak yang satu akan mengisi dengan cara melakukan pembinaan terhadap kelemahan yang lain dan sebaliknya.

Konteks kemitraan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kemitraan yang terjalin antara Pemerintah Kota Bandar Lampung dengan PT. Perkebunan Nusantara VII dan Pengrajin Keripik di Sentra Industri Keripik Jalan Pagar Alam. Kemitraan yang dimaksud adalah hubungan yang terjadi dari elemen-elemen diatas dalam program PKBL PT. Perkebunan Nusantara VII yaitu PTPN 7 Peduli. Pendapat para ahli di atas memaparkan bahwa kemitraan merupakan jalinan kerjasama usaha yang merupakan strategi bisnis yang dilakukan antara dua pihak atau lebih dengan prinsip saling membutuhkan, saling memperbesar dan saling menguntungkan. Konteks kemitraan dalam penelitian ini bukan strategi bisnis tetapi lebih kepada strategi penyusunan dan pelaksanaan program PKBL antara Pemerintah

Kota Bandar Lampung dengan PT. Perkebunan Nusantara VII dan Pengrajin Keripik di Sentra Industri Keripik Jalan Pagar Alam dengan prinsip saling membutuhkan, saling memperbesar, dan saling menguntungkan.

2. Prinsip-Prinsip Kemitraan

Kemitraan memiliki prinsip-prinsip dalam pelaksanaannya. Wibisono merumuskan tiga prinsip penting dalam kemitraan, yaitu:

1. 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.
2. Transparansi. Transparansi diperlukan untuk menghindari rasa saling curiga antar mitra kerja. Meliputi transparansi pengelolaan informasi dan transparansi pengelolaan keuangan.
3. Saling menguntungkan. Suatu kemitraan harus membawa manfaat bagi semua pihak yang terlibat.¹⁹

3. Tujuan Kemitraan

Pada dasarnya maksud dan tujuan dari kemitraan adalah “*win-win solution partnership*”. Kesadaran dan saling menguntungkan disini tidak berarti para partisipan dalam kemitraan tersebut harus memiliki kemampuan dan kekuatan yang sama, tetapi yang lebih dipentingkan adalah adanya posisi tawar yang setara berdasarkan peran masing-masing. Berdasarkan

¹⁹Yusuf Wibisono. *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*. Fascho Publishing. Gresik. 2007. hal. 103.

pendekatan *cultural*, kemitraan bertujuan agar mitra usaha dapat mengadopsi nilai-nilai baru dalam berusaha seperti perluasan wawasan, prakarsa, kreativitas, berani mengambil resiko, etos kerja, kemampun aspek-aspek manajerial, bekerja atas dasar perencanaan, dan berwawasan kedepan.

Dalam kondisi yang ideal, tujuan yang ingin dicapai dalam pelaksanaan kemitraan secara lebih konkrit adalah:

- a. Meningkatkan pendapatan usaha kecil dan masyarakat;
- b. Meningkatkan nilai tambah bagi pelaku kemitraan;
- c. Meningkatkan dan pemberdayaan masyarakat dan usaha kecil;
- d. Meningkatkan pertumbuhan ekonomi pedesaan, wilayah dan nasional;
- e. Memperluas lapangan kerja;
- f. Meningkatkan ketahanan ekonomi nasional.

Menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah pasal 11 tercantum bahwa tujuan program kemitraan yaitu:

- a. Mewujudkan kemitraan antar Usaha Mikro, Kecil dan Menengah;
- b. Mewujudkan kemitraan antar Usaha Mikro, Kecil, Menengah dan Usaha Besar;
- c. Mendorong terjadinya hubungan yang saling menguntungkan dalam pelaksanaan transaksi usaha antar Usaha Mikro, Kecil dan Menengah;
- d. Mendorong terjadinya hubungan yang saling menguntungkan dalam pelaksanaan transaksi usaha antar Usaha Mikro, Kecil, Menengah dan Usaha Besar;
- e. Mengembangkan kerjasama untuk meningkatkan posisi tawar Usaha Mikro, Kecil dan Menengah;
- f. Mendorong terbentuknya struktur pasar yang menjamin tumbuhnya persaingan usaha yang sehat dan melindungi konsumen; dan

- g. Mencegah terjadinya penguasaan pasar dan pemusatan pasar oleh orang perorangan atau kelompok tertentu yang merugikan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.²⁰

4. Pola – Pola Kemitraan

Dalam proses implementasinya, kemitraan yang dijalankan tidak selamanya ideal karena dalam pelaksanaannya kemitraan yang dilakukan didasarkan pada kepentingan pihak yang bermitra. Menurut Wibisono, Kemitraan yang dilakukan antara perusahaan dengan pemerintah maupun komunitas/masyarakat dapat mengarah pada tiga pola, diantaranya:

1. Pola kemitraan kontra produktif

Pola ini akan terjadi jika perusahaan masih berpijak pada pola konvensional yang hanya mengutamakan kepentingan *shareholders* yaitu mengejar profit sebesar-besarnya. Fokus perhatian perusahaan memang lebih bertumpu 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 memiliki akses apapun kepada perusahaan. Hubungan ini hanya menguntungkan beberapa oknum saja, misalnya oknum aparat pemerintah atau preman ditengah masyarakat. Biasanya, biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan hanyalah digunakan untuk memelihara orang-orang tertentu saja. Hal ini dipahami, bahwa bagi perusahaan yang penting adalah keamanan dalam jangka pendek.

2. Pola Kemitraan Semiproduktif

Dalam skenario ini pemerintah dan komunitas atau masyarakat dianggap sebagai obyek dan masalah diluar perusahaan. Perusahaan tidak tahu program-program pemerintah, pemerintah juga tidak memberikan iklim yang kondusif kepada dunia usaha dan masyarakat bersifat pasif. Pola kemitraan ini masih mengacu pada kepentingan jangka pendek dan belum atau tidak menimbulkan *sense of belonging* di pihak masyarakat dan *low benefit* dipihak

²⁰Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Pasal 11

pemerintah. Kerjasama lebih mengedepankan aspek karitatif 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 (*commont interest*) antara perusahaan dengan mitranya.

3. Pola Kemitraan Produktif

Pola kemitraan ini menempatkan mitra sebagai subyek dan dalam paradigma *commont interest*. Prinsip 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 *resourced based patnership*, dimana mitra diberi kesempatan menjadi bagian dari *shareholders*. Sebagai contoh, mitra memperoleh saham melalui *stock ownership Program*.²¹

B. Pemerintah Daerah

1. Konsep Pemerintah Daerah

Menurut pasal 1 Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 Tentang Pemerintahan Daerah:

Pemerintah Daerah adalah Gubernur, Bupati, atau Walikota dan perangkatnya sebagai unsur penyelenggara Pemerintah Daerah. Penyelenggaraan urusan pemerintah oleh Pemerintah Daerah dan DPRD menurut asas otonomi dan tugas pembantuan dengan prinsip otonomi seluas-luasnya dalam sistem dan prinsip Negara Kesatuan Republik Indonesia sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia²².

Menurut Harris dalam Nurcholis pemerintahan daerah adalah:

Unsur (turunan) pemerintahan daerah (*localself-governance*) yang diselenggarakan oleh badan-badan yang dipilih secara bebas

²¹Wibisono, *Op. Cit*, hal. 104.

²²Disahkan dan diundang-undangkan di Jakarta, 15 Oktober 2004, Lembaran Negara Republik Indonesia.

dengan tetap mengakui supremasi pemerintahan nasional. Pemerintahan ini diberi kekuasaan, *diskresi* (kebebasan untuk mengambil kebijakan), tanggungjawab dan dikontrol oleh kekuasaan yang lebih tinggi²³.

Berdasarkan penjelasan tersebut yang menggambarkan kapasitas pemerintahan daerah maka di dalam pemerintahan daerah, Pemerintah Daerah bersama perangkatnya menyelenggarakan pemerintahan sesuai dengan prinsip otonomi seluas-luasnya dengan mengadopsi dan mengakui supremasi pemerintahan nasional.

2. Azas Penyelenggaraan Pemerintah Daerah

Menurut Pasal 20 Ayat 2 Undang-Undang No. 32 Tahun 2004, terdapat tiga Azas penyelenggaraan pemerintahan daerah, yaitu:

1. Asas desentralisasi, yaitu penyerahan wewenang pemerintahan oleh Pemerintah daerah kepada daerah otonom untuk mengatur dan mengurus urusan pemerintahan dalam sistem Negara Kesatuan Republik Indonesia;
2. Asas tugas pembantuan, yaitu penugasan dari Pemerintah kepada daerah dan/atau desa dari Pemerintah Provinsi kepada Pemerintah Kabupaten/Kota dan/atau desa serta dari Pemerintah Kabupaten/Kota kepada desa untuk melakukan tugas tertentu;

²³Hanif Nurcholis, *Teori dan Praktek Pemerintahan dan Otonomi Daerah*, Grafindo, Jakarta, 2005, hal. 20.

3. Asas dekonsentrasi, yaitu pelimpahan wewenang pemerintahan oleh Pemerintah kepada Gubernur sebagai wakil Pemerintah dan/atau kepada instansi vertikal di wilayah tertentu.

3. Tujuan Keberadaan Pemerintahan Daerah

Pemerintahan daerah terbentuk di dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia, memiliki beberapa tujuan:

1. Mengurangi beban Pemerintah Pusat dan campur tangan yang terlalu besar mengenai masalah-masalah yang sebetulnya dapat diselesaikan oleh masyarakat setempat;
2. Mendidik masyarakat untuk mengurus urusannya sendiri;
3. Mendorong masyarakat untuk berpartisipasi aktif dalam pembangunan. Hal ini terdorong karena masyarakat ikut terlibat langsung dalam pengambilan keputusan;
4. Memperkuat persatuan dan kesatuan nasional. Hal ini didasarkan pada kerangka pikir bahwa dengan diberikannya kewenangan yang luas kepada wilayahnya, terjadi saling percaya antara pemerintah pusat dan kota (lokal). Dengan demikian, upaya untuk memisahkan diri dari Pemerintah Daerah menjadi kecil.²⁴

Berkaitan dengan tujuan-tujuan tersebut, pemerintahan daerah akan mampu melahirkan kinerja yang lebih efektif dan efisien dilihat dari:

1. Kuantitasnya, urusan yang diselenggarakan oleh Pemerintah Daerah lebih sedikit daripada yang diselenggarakan oleh Pemerintah Pusat;
2. Rumitnya birokrasi, pemerintahan daerah lebih sederhana daripada diselenggarakan terpusat;
3. Pemberian pelayanan publik, Pemerintah Daerah lebih dekat dengan masyarakat sehingga lebih mudah, murah, dan cepat;
4. Cara penyelesaian masalah, Pemerintah Daerah lebih cepat menyelesaikannya.²⁵

²⁴*Ibid*, hal. 33.

²⁵*Ibid*.

4. Aparatur Pemerintah Daerah

Hanif Nurcholis menjelaskan bahwa:

Semua Aparatur Pemerintah Daerah di luar Kepala Daerah yang duduk dalam birokrasi lokal. Birokrasi lokal adalah organisasi pemerintahan daerah yang melaksanakan kegiatan pemerintahan daerah untuk mencapai tujuan negara pada lingkup daerah. Pada daerah provinsi berarti gubernur dan aparturnya: sekretaris daerah dan bawahannya, Kepala Daerah dan bawahannya, Kepala Dinas dan bawahannya, dan Direktur Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) dan bawahannya. Pada daerah kabupaten/kota berarti bupati/walikota dan aparturnya: Sekretaris Daerah dan bawahannya, Kepala Dinas dan bawahannya, Kepala Kantor dan bawahannya, Kepala Badan dan bawahannya, camat dan bawahannya, lurah dan bawahannya²⁶.

Menurut Badudu dan Zaini dalam Sedarmayanti, aparatur Pemerintah Daerah dapat bekerja secara profesional dan mampu menyeimbangkan berbagai tuntutan yang ada di masyarakat. Kedudukan dan tugas pokok Aparatur Pemerintahan Daerah, baik yang ditetapkan oleh Pemerintah Daerah maupun Pemerintah Pusat²⁷.

Kedudukan Aparatur Pemerintah Daerah sebagai pelaksana kebijakan Pemerintah Daerah yang bersangkutan maupun Pemerintah Pusat. Sedangkan fungsinya adalah memberikan pelayanan publik demi mewujudkan kesejahteraan masyarakat daerah yang bersangkutan.

²⁶*Ibid*, hal 29.

²⁷Sedarmayanti, *Good Governance (Tata Kepemerintahan Yang Baik)*, Mandar Maju, Bandung, 2004, hal. 76.

C. *Good Governance* dan *Good Corporate Governance*

1. Konsep *Good Governance*

Good governance menurut Lalolo adalah: keseimbangan pelaksanaan dan fungsi antara negara, pasar dan masyarakat.²⁸ Menurut Miftah Thoha *good governance* adalah tata pemerintahan yang dijalankan Pemerintah, swasta dan rakyat secara seimbang, tidak sekedar jalan melainkan harus masuk kategori yang baik (*good*).²⁹

Bintoro Tjokroamidjojo memandang *good governance* sebagai:

Suatu bentuk manajemen pembangunan, yang juga disebut administrasi pembangunan, yang menempatkan peran Pemerintah sentral yang menjadi *agent of change* dari suatu masyarakat berkembang/*developing* di dalam negara berkembang. Dalam *good governance* peran pemerintah tidak lagi dominan, tetapi juga masyarakat dan terutama sektor usaha/swasta yang berperan dalam *governance*.³⁰

World Bank mendefinisikan *good governance* sebagai:

Suatu penyelenggaraan pembangunan manajemen pembangunan yang solid dan bertanggung jawab yang sejalan dengan prinsip demokrasi dan pasar yang efisien, penghindaran salah alokasi dana investasi, dan pencegahan korupsi baik secara politik maupun administratif, menjalankan disiplin anggaran serta penciptaan *legal and political framework* bagi tumbuhnya aktivitas usaha.³¹

Good governance hendaknya dipahami sebagai sebuah instrumen untuk menciptakan sebuah keseimbangan kekuasaan (*balance of power*), dan bukan hanya sekedar menyerahkan kekuasaan kepada pasar.³² UNDP (1997)

²⁸<http://www.bappenas.go.id> diakses pada Minggu, 08 April 2012 pukul 16.00 WIB

²⁹*Ibid.*

³⁰*Ibid.*

³¹<http://www.transparansi.or.id> diakses pada Minggu, 08 April 2012, pukul. 15.30 WIB

³²Ari Dwipayana, *Membangun Good Governance di Desa*, IRE Press, Yogyakarta, 2003, hal. xxiv.

mendefinisikan *good governance* sebagai sebuah konsensus yang dicapai oleh pemerintah, warga negara dan sektor swasta bagi penyelenggaraan pemerintahan suatu negara.³³ *Good governance* bukan semata mencakup relasi dalam pemerintahan, melainkan mencakup relasi sinergis dan sejajar antara pasar, pemerintah dan masyarakat.³⁴

Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 101 Tahun 2000 Tentang Pendidikan dan Latihan Jabatan Pegawai Negeri Sipil, *good governance* yaitu pemerintahan yang mengembangkan dan menerapkan prinsip-prinsip profesionalitas, akuntabilitas, transparansi, pelayanan prima, demokrasi, efisiensi, efektifitas, supremasi hukum, dan dapat diterima oleh seluruh masyarakat.³⁵

Jadi, dalam definisi sebenarnya *good governance* merupakan pola hubungan yang sinergis antara komponen pemerintah (*state/negara*), swasta (*business*), dan rakyat (*people/citizen*) yang saling berinteraksi untuk melengkapi satu sama lainnya dalam berbagai aspek kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara dengan satu tujuan bersama yaitu kesejahteraan rakyat.

³³Miftah Thoha, *Birokrasi dan Politik di Indonesia*, Raja Grafindo, Jakarta, 2004.

³⁴Robert Acher (1994) dan Robman Achwan (2000) dalam Ari Dwipayana, *Good Governance di Desa*, IRE Press, Yogyakarta, 2003, hal.18.

³⁵Sedarmayanti, *Op. Cit*, hal. 43.

2. Konsep *Good Corporate Governance*

Pengertian *good corporate governance* atau yang biasa disebut *corporate governance* menurut *The Organization for Economic Corporation and Development* (OECD) dalam Sutojo & Adridge adalah:

*“Corporate governance is the system by which business corporation are directed and control. The corporate governance structure specifies the distribution of right and responsibilities among different participant in the corporation, such as the board, the managers, shareholders, and other stakeholder, and spells out the rule and procedure for making decision on corporate affairs. By doing this, it also provides the structure through which the company objectives and monitoring performance”*³⁶

Berdasarkan pengetahuan di atas, *corporate governance* adalah sistem yang dipergunakan untuk mengarahkan dan mengendalikan kegiatan perusahaan. *Corporate governance* mengatur pembagian tugas hak dan kewajiban mereka yang berkepentingan terhadap kehidupan perusahaan termasuk para pemegang saham, dewan pengurus, para manajer, dan semua anggota *stakeholder* non-pemegang saham.

Menurut dua pakar manajemen Jill Solomon dan Aris Solomon dalam Emirzon *corporate governance* adalah sebagai sistem yang mengatur hubungan antara perusahaan dengan pemegang saham, dan juga mengatur hubungan dan pertanggungjawaban perusahaan kepada seluruh anggota *stakeholder* bukan pemegang saham.³⁷

³⁶Siswanto Sutojo & E Jhon Adridge, *Good Corporate Governance*, PT. Damar Mulia Pustaka, Jakarta, 2005, hal. 2.

³⁷Joni Emirzon, *Prinsip-Prinsip Good Corporate Governance*, Genta Press, Yogyakarta, 2007. hal. 90

World Bank mendefinisikan *good corporate governance* adalah kumpulan hukum, peraturan dan kaidah-kaidah yang wajib dipenuhi yang dapat mendorong kinerja sumber-sumber perusahaan bekerja secara efisien, menghasilkan nilai ekonomi jangka panjang yang berkesinambungan bagi para pemegang saham maupun masyarakat sekitar secara keseluruhan.³⁸

Sementara itu FCGI (*Forum for Corporate Governance in Indonesia*) mendefinisikan *corporate governance* sebagai:

“... seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antara pemegang saham, pengurus (pengelola) perusahaan, pihak kreditur, pemerintah, karyawan, serta para pemegang kepentingan internal dan eksternal lainnya yang berkaitan dengan hak-hak dan kewajiban mereka atau dengan kata lain suatu sistem yang mengendalikan perusahaan. Tujuan *corporate governance* ialah untuk menciptakan nilai tambah bagi semua pihak yang berkepentingan (*stakeholders*).³⁹

Menyikapi perkembangan GCG, Pemerintah Indonesia menerbitkan Keputusan Menteri BUMN No. KEP-117/M-MBU/2002, tanggal 01 Agustus 2002 tentang Penerapan Praktek GCG pada BUMN disebutkan bahwa *corporate governance* adalah Suatu proses dan struktur yang digunakan oleh organ BUMN untuk meningkatkan keberhasilan usaha dan akuntabilitas perusahaan guna mewujudkan nilai pemegang saham dalam jangka panjang dengan tetap memperhatikan kepentingan *stakeholder* lainnya, berlandaskan Peraturan Perundangan dan nilai-nilai etika.⁴⁰

³⁸*Ibid*, hal. 91

³⁹*Ibid*, hal. 92

⁴⁰Keputusan Menteri BUMN Nomor KEP-117/M-MBU?2002, tanggal 01 Agustus 2002 tentang Penerapan Praktek GCG pada BUMN.

Berbagai definisi *Good Corporate Governance* yang dijabarkan di atas pada dasarnya memiliki kesamaan makna yang menekankan pada bagaimana mengatur hubungan antara semua pihak (*stakeholder*) yang berkepentingan dengan perusahaan yang diwujudkan dalam satu sistem pengendalian perusahaan.

3. Prinsip-Prinsip *Good Corporate Governance*

Good Corporate Governance memiliki lima prinsip yang telah disusun oleh OECD (*The Organization for Economic Corporation and Development*) yaitu *Transparancy, Accountability, Responsibility, Independency, dan Fairness* atau disingkat “TARIF” dalam Emirzon.

1. *Transparancy*, dapat diartikan sebagai keterbukaan informasi, baik dalam proses pengambilan keputusan maupun dalam mengungkapkan informasi material dan relevan mengenai perusahaan.
2. *Accountability*, adalah kejelasan fungsi, struktur, sistem dan pertanggungjawaban organ perusahaan terlaksana secara efektif.
3. *Responsibility*, pertanggungjawaban perusahaan adalah kesesuaian (kepatuhan) di dalam pengelolaan perusahaan terhadap prinsip korporasi yang sehat serta peraturan perundangan yang berlaku.
4. *Independency*, kemandirian adalah suatu keadaan dimana perusahaan dikelola secara profesional tanpa benturan kepentingan maupun yang tidak sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan prinsip-prinsip korporasi yang sehat.
5. *Fairness*, kesetaraan dan kewajaran yaitu perlakuan adil dan secara setara di dalam memnuhi hak-hak *stakeholder* yang timbul berdasarkan perjanjian serta peraturan perundang-undangan yang berlaku.⁴¹

⁴¹Joni Emirzon, *Prinsip-Prinsip Good Corporate Governance*, Genta Press, Yogyakarta, 2007, hal. 96-99.

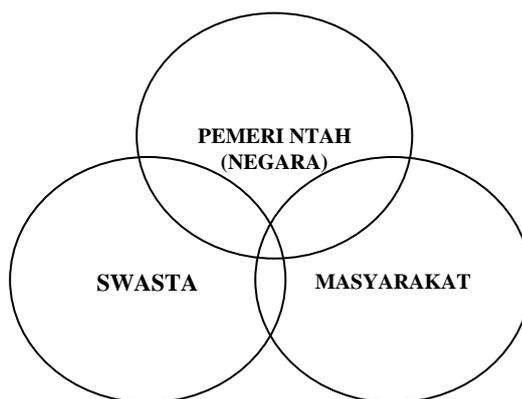
4. Elemen-Elemen *Good Corporate Governance*

Berjalan tidaknya *good corporate governance* sangat bergantung pada lembaga-lembaga yang melibatkan kepentingan publik lembaga-lembaga tersebut adalah:

- a. Negara (State) dan perangkatnya menciptakan peraturan perundang-undangan yang menunjang iklim usaha yang sehat, efisien dan transparan, melaksanakan peraturan perundang-undangan dan penegakkan hukum secara konsisiten (*consistent law enforcement*). Negara memiliki peranan:
 1. Melakukan koordinasi secara efektif antar penyelenggara negara dalam penyusunan peraturan perundang-undangan berdasarkan sistem hukum nasional dengan kepentingan dunis usaha dan masyarakat. Untuk itu regulator harus memahami perkembangan bisnis yang terjadi untuk dapat melakukan penyempurnaan atas Peraturan Perundang-Undangan secara berkelanjutan;
 2. Mengikutsertakan dunia usaha dan masyarakat secara bertanggungjawab dalam penyusunan Peraturan Perundang-Undangan (*rule-making rules*);
 3. Melaksanakan Peraturan Perundang-Undangan dan penegakkan hukum secara konsisten;
 4. Mengatur kewenangan dan koordinasi antar-instansi yang jelas untuk meningkatkan pelayanan masyarakat dengan integritas yang tinggi dan mata rantai yang singkat serta akurat dalam rangka mendukung terciptanya iklim usaha yang sehat, efisien, dan transparan;
 5. Mengeluarkan peraturan untuk menunjang pelaksanaan *Good Governance* oleh perusahaan dalam bentuk ketentuan yang dapat menciptakan iklim usaha yang sehat, efisien dan transparan;
- b. Sektor Swasta sebagai pelaku pasar menerapkan prinsip *responsibility* sebagai pedoman dasar pelaksanaan usaha. Sektor swasta memiliki peranan:
 1. Menerapkan etika bisnis secara konsisten sehingga dapat terwujud iklim usaha yang sehat, efisien, dan transparan;
 2. Bersikap dan berperilaku yang memperlihatkan kepatuhan sektor swasta dalam melaksanakan peraturan perundang-undangan;
 3. Meningkatkan kualitas struktur pengelolaan dan pola kerja perusahaan yang didasarkan pada asas *responsibility* secara berkesinambungan;

- c. Masyarakat sebagai pengguna produk dan jasa sektor swasta serta pihak yang terkena dampak dari keberadaan perusahaan, menunjukkan kepedulian dan melakukan kontrol sosial secara objektif dan bertanggungjawab:
1. Melakukan persiapan sebagai kontrol sosial dengan memberikan perhatian dan kepedulian terhadap pelayanan masyarakat yang dilakukan penyelenggara negara serta terhadap kegiatan dan produk atau jasa yang dihasilkan oleh dunia usaha, melalui penyampaian pendapat secara objektif dan bertanggungjawab;
 2. Melakukan komunikasi dengan penyelenggara negara dan dunia usaha dalam mengekspresikan pendapat dan keberatan masyarakat;
 3. Mematuhi Peraturan Perundangan-Undangan dengan penuh kesadaran dan tanggungjawab.⁴²

Hubungan antara ketiga lembaga-lembaga tersebut di atas dapat dilihat secara jelas dalam gambar di bawah ini:



Gambar 1. Hubungan Elemen-Elemen Pemerintah, Swasta, Masyarakat (Thoha, 2004)⁴³

Gambar di atas menjelaskan bahwa domain pemerintah mempunyai peranan yang paling penting karena memiliki fungsi pengaturan yang memfasilitasi sektor swasta dan masyarakat. Peran pemerintah melalui kebijakan publiknya sangat penting dalam memfasilitasi terjadinya mekanisme pasar yang benar sehingga penyimpangan yang terjadi di dalam pasar dapat

⁴²Komite Nasional Kebijakan *Governance*, *Pedoman Umum Good Corporate Governance Indonesia*, 2006. Hal. 3-4.

⁴³Miftah Thoha, *Birokrasi dan Politik di Indonesia*, Raja Grafindo, Jakarta, 2004.

dihindari. Oleh karena itu, dalam mewujudkan *good governance* dan *good corporate governance* masing-masing komponen harus menjankan perannya dengan baik. Tidak hanya pemerintah tetapi juga swasta dan masyarakat pun harus berperan sesuai dengan perannya masing-masing sehingga *good governance* dan *good corporate governance* dapat terwujud.

D. Kebijakan Publik

Menurut Bridgman dan Davis dalam Suharti bahwa, kebijakan publik pada umumnya mengandung pengertian mengenai ‘*whatever government chose to do or not to do.*’. Artinya, kebijakan publik adalah ‘apa saja yang dipilih oleh pemerintah untuk dilakukan atau tidak dilakukan’.⁴⁴

Carl Friedrich memandang kebijakan sebagai suatu arah tindakan yang diusulkan oleh seseorang, kelompok atau pemerintah dalam suatu lingkup tertentu, yang memberikan hambatan-hambatan dan kesempatan kesempatan terhadap kebijakan yang diusulkan untuk menggunakan dan mengatasi dalam rangka mencapai suatu tujuan, atau merealisasikan suatu sasaran atau suatu maksud tertentu.⁴⁵

Sedangkan pendapat Thomas R. Dye dalam Tangkilisan mendefinisikan kebijakan publik sebagai apa yang tidak dilakukan maupun apa yang dilakukan oleh pemerintah.⁴⁶ Maka harus ada tujuannya dan kebijakan publik atau

⁴⁴Edi Suharto, *Kebijakan Sosial Sebagai Kebijakan Publik*, Alfabeta, Bandung, 2008, hal. 3.

⁴⁵Budi Winarno, “Apakah Kebijakan Publik ?” dalam *Teori dan Proses Kebijakan Publik*, Media Pressindo, Yogyakarta, 2002, hal 16.

⁴⁶Drs. Hessel Nogi S. Tangkilisan, “Teori dan Konsep Kebijakan Publik” dalam *Kebijakan Publik*

kebijakan negara itu harus meliputi semua tindakan pemerintah. Dengan demikian, kebijakan publik bukan semata-mata merupakan pernyataan atau keinginan pemerintah ataupun pejabat pemerintah saja.

Kesemua definisi di atas cukup jelas memperlihatkan bahwa kebijakan publik merupakan suatu hal yang berkaitan dengan pemerintah. Kebijakan publik sangat berpengaruh karena didalamnya terdapat apa yang harus dilakukan dan apa yang tidak harus dilakukan oleh pemerintah. Dalam proses penentuan itu, pemerintah harus tetap memperhatikan tujuan dari keputusan itu karena pemerintah bukan satu-satunya aktor yang terlibat dan harus menyesuaikan dengan permasalahan yang dihadapi.

E. *Corporate Social Responsibility (CSR)*

1. *Konsep Corporate Social Responsibility (CSR)*

Maignan dan Ferrell dalam Susanto mengemukakan CSR sebagai “*A business acts in socially responsible manner when its decision and actions account for and balance diverse stakeholder interest*”. Definisi ini menekankan perlunya memberikan perhatian secara seimbang terhadap kepentingan berbagai *stakeholder* yang beragam dalam setiap keputusan dan tindakan yang diambil oleh para pelaku bisnis melalui perilaku yang secara sosial bertanggung jawab.⁴⁷ Sedangkan Elkington mendefinisikan bahwa

yang *Membumi, konsep, strategi dan kasus*, Lukman Offset dan YPAPI, Yogyakarta 2003, hal 1.

⁴⁷A. B. Susanto, *Reputation-Driven Corporate Social Responsibility*, Esensi Erlangga Group, 2009, hal. 10-11.

sebuah perusahaan yang menunjukkan tanggung jawab sosialnya akan memberikan perhatian kepada peningkatan kualitas perusahaan (*profit*), masyarakat, khususnya komunitas sekitar (*people*), serta lingkungan hidup (*planet*).⁴⁸

Menurut definisi yang dikemukakan oleh *The Jakarta Consulting Group*, tanggung jawab sosial ini diarahkan baik kedalam (internal) maupun keluar (eksternal) perusahaan.⁴⁹ Ke dalam, tanggung jawab ini diarahkan kepada pemegang saham dalam bentuk profitabilitas dan pertumbuhan. Ke luar, tanggung jawab sosial ini berkaitan dengan peran perusahaan sebagai pembayar pajak dan penyedia lapangan kerja, meningkatkan kesejahteraan dan kompetensi masyarakat, serta memelihara lingkungan.

The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) mendefinisikan *corporate social responsibility* sebagai:

Komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan berkelanjutan dimana merupakan suatu bentuk implementasi berhubungan dan bertanggungjawab dengan pemerintah, bekerja dengan para karyawan perusahaan, keluarga karyawan tersebut, berikut komuniti-komuniti setempat (lokal) dan masyarakat secara keseluruhan, dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan⁵⁰.

Konsep Piramida CSR yang dikembangkan Archie B. Carrol mempertegas mengenai:

Justifikasi teoritis dan logis mengapa sebuah perusahaan perlu menerapkan CSR bagi masyarakat di sekitarnya sebagai bentuk tanggungjawab juga terhadap regulasi pemerintah. Dalam

⁴⁸*Ibid*, hal. 11.

⁴⁹*Ibid*.

⁵⁰Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2011, hal. 47-48.

Pandangan Carrol, CSR adalah puncak piramida yang terkait, dan bahkan identik dengan tanggungjawab filantropis⁵¹.

Berikut pandangan Carrol mengenai kapasitas CSR yang mempertegas bahwa CSR adalah aplikasi prinsip *responsibility* terhadap masyarakat dan regulasi pemerintah (perspektif *Good Governance*):

1. **Tanggungjawab ekonomis.** Kata kuncinya adalah *make a profit*. Motif utama perusahaan adalah menghasilkan laba. Laba adalah fondasi perusahaan. Perusahaan harus memiliki nilai tambah ekonomi sebagai prasyarat agar perusahaan dapat terus hidup (*survive*) dan berkembang;
2. **Tanggungjawab legal.** Kata kuncinya adalah *obey the law*. Perusahaan harus taat hukum dalam memperoleh laba, perusahaan tidak boleh melanggar kebijakan dan hukum yang telah ditetapkan pemerintah;
3. **Tanggungjawab etis.** Kata kuncinya adalah *be ethical*. Perusahaan memiliki kewajiban untuk menjalankan praktek bisnis yang baik, benar, adil dan fair. Norma-norma masyarakat perlu menjadi rujukan bagi perilaku organisasi perusahaan;
4. **Tanggungjawab filantropis.** Kata kuncinya adalah *be a good citizen*. Selain perusahaan harus memperoleh laba, taat hukum dan berperilaku etis, perusahaan dituntut agar dapat member kontribusi yang dapat dirasakan secara langsung oleh masyarakat. Tujuannya adalah untuk meningkatkan kualitas kehidupan semua. Para pemilik dan pegawai yang bekerja di perusahaan memiliki tanggungjawab ganda, yakni kepada perusahaan dan kepada publik yang kini dikenal dengan istilah *non-fiduciary responsibility*.⁵²

Pengertian-pengertian di atas menunjukkan bahwa CSR merupakan bentuk dari etika bisnis suatu perusahaan yang juga merupakan implementasi dari salah satu prinsip *good corporate governance* yaitu *responsibility*. Ini ditunjukkan dengan adanya kepedulian perusahaan baik internal maupun eksternal perusahaan. Internal ditunjukkan dengan suatu tanggungjawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan, regulasi yang mengikat dalam segala aspek operasional

⁵¹Zaim Saidi dan Hamid Abidin, *Menjadi Bangsa Pemurah: Wacana dan Praktek Kedermawanan Sosial di Indonesia*, Piramedia, Jakarta, 2004, hal. 59-60.

⁵²Saidi, *Op. Cit*, hal 59-60.

perusahaan, sedangkan eksternal ditunjukkan dengan tanggung jawabnya terhadap masyarakat terutama masyarakat sekitar perusahaan dan tanggung jawab kepada pemerintah baik sebagai pembayar pajak dan sebagai salah satu aktor pembangunan.

2. Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL)

Corporate Social Responsibility (CSR) lahir dari salah satu prinsip *good corporate governance* yaitu *responsibility*. CSR memiliki makna tanggung jawab sosial perusahaan pada lingkungan sekitarnya. Setiap perusahaan yang menjalankan *good corporate governance* pasti menjalankan CSR karena sebagai perwujudan dari prinsip *responsibility* oleh sebab itu CSR memiliki teori-teori dan konsep yang jelas. Para ahli dari bidang ekonomi dan pembangunan banyak yang merumuskan tentang konsep CSR ditambah lagi dengan lembaga-lembaga internasional yang juga merumuskan tentang konsep CSR.

Indonesia pertama kali CSR dicetuskan berasal dari Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan terbatas. Pada UU tersebut dikatakan bahwa setiap Perseroan wajib menjalankan tanggung jawab sosial, disinilah awal dari praktik CSR di Indonesia dimulai. Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 memang belum memberikan secara langsung tentang tata cara pelaksanaan CSR, tetapi dengan banyaknya teori dan konsep yang dikeluarkan baik dari para ahli dan lembaga internasional di dunia memudahkan perusahaan menjalankan praktik CSR. Ada beberapa aturan

selain Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 salah satunya Peraturan Menteri Negara BUMN Nomor Per-5/MBU/2007 Tentang Program Kemitraan dan Bina Lingkungan.

Permen tersebut diperuntukkan pada BUMN yang berbentuk Perseroan Terbatas. Pemerintah Indonesia mengeluarkan Permen tersebut untuk memperjelas tata cara pelaksanaan tanggung jawab sosial BUMN yang berbentuk perseroan terbatas dengan sebutan PKBL (Program Kemitraan dan Bina Lingkungan). Pada dasarnya PKBL adalah bentuk dari CSR perseroan terbatas BUMN, jadi PKBL adalah sebuah nama program yang harus dijalankan oleh BUMN sebagai bentuk tanggung jawab sosialnya pada lingkungan sekitar perusahaannya.

PKBL tidak memiliki konsep dan juga bukan sebuah konsep. PKBL adalah bentuk tanggung jawab sosial perusahaan BUMN yang jelas aturannya yaitu pada Permen BUMN Nomor Per-05/MBU/2007. PKBL sebagai program yang dijalankan sebagai tanggung jawab sosial perusahaan BUMN karena memiliki kesamaan makna dengan CSR yaitu tanggung jawab sosial jadi PKBL menggunakan teori dan konsep CSR karena pada dasarnya sama yaitu tanggung jawab sosial. Perbedaan hanya pada yang menjalankan kalau CSR dijalankan oleh semua perusahaan apapun itu, sedangkan PKBL dijalankan hanya oleh BUMN. PKBL dapat menggunakan teori yang sama dengan CSR karena masih memiliki kesamaan makna yaitu tanggung jawab sosial perusahaan dan juga PKBL tidak memiliki konsep yang dapat dijadikan acuan karena PKBL lahir dari peraturan menteri yang wajib

dijalankan oleh BUMN. PKBL terdiri dari dua program yaitu Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Menengah dan Program Bina Lingkungan.

a. Program Kemitraan

Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Menengah menurut Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara No. Per-05/MBU/2007 Tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan adalah Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil, yang selanjutnya disebut Program Kemitraan, adalah program untuk meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi tangguh dan mandiri melalui pemanfaatan dana dari bagian laba BUMN.⁵³

1. Tujuan Program Kemitraan

Tujuan dari Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Menengah PT. Perkebunan Nusantara VII adalah sebagai berikut:

- a. Terciptanya pertumbuhan ekonomi rakyat melalui perluasan kesempatan berusaha UKM, guna meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi tangguh dan mandiri yang berada disekitar wilayah kerja Unit Usaha PTPN VII.
- b. Memeberdayakan dan mengembangkan potensi masyarakat dan lingkungan sekitar wilayah kerja PTPN VII.

⁵³Peraturan Menteri Negara No. Per-05/MBU/2007 Tentang Tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan. Pasal 1 ayat 6

- c. Mendorong terciptanya lapangan kerja bagi masyarakat dan lingkungan sekitar wilayah kerja Unit Usaha PTPN VII.⁵⁴

2. Sasaran dan Bentuk Pembinaan

a. Sasaran Pembinaan

- Pengusaha : Usaha Kecil Perorangan / Kelompok Tani (KT) / Kelompok Usaha Bersama (KUB) dan Koperasi
- Bidang Usaha : Agribisnis dan Non Agribisnis serta Agroindustri dan Non Industri (Industri, Perdagangan, Jasa, Pertanian, Perikanan, Perkebunan, dan Koperasi)
- Tempat Usaha : Daerah sekitar wilayah kerja Perusahaan Perseroan (PERSERO) PT. Perkebunan Nusantara VII

b. Bentuk Pembinaan

- Pendidikan, pelatihan, dan study banding untuk meningkatkan kemampuan berwirausaha, manajemen serta keterampilan teknis produksi.
- Pinjaman modal kerja dan investasi dengan jasa dan administrasi yang disesuaikan dengan ketentuan untuk meningkatkan produksi dan penjualan/omzet.
- Pemasaran dan promosi hasil produksi⁵⁵

b. Program Bina Lingkungan

Program Bina Lingkungan menurut Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara No. Per-05/MBU/2007 Tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan adalah adalah program pemberdayaan kondisi sosial masyarakat oleh BUMN melalui pemanfaatan dana dari bagian laba

⁵⁴Pedoman Pelaksanaan Program Kemitraan BUMN dengan UKM PT. Perkebunan Nusantara VII (PERSERO)

⁵⁵*Ibid.*

BUMN.⁵⁶ Ruang lingkup Program Bina Lingkungan adalah bantuan bencana alam, bantuan pendidikan, bantuan peningkatan kesehatan, bantuan pengembangan sarana dan prasarana, bantuan sarana ibadah, dan bantuan pelestarian alam.

3. Peraturan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Terdapat 4 (empat) peraturan yang mewajibkan perusahaan untuk menjalankan program tanggungjawab sosial perusahaan atau CSR sebagaimana diuraikan Rahmatullah:

1. Keputusan Menteri BUMN Tentang Program Kemitraan Bina Lingkungan (PKBL).

Berdasarkan Peraturan Menteri Negara BUMN, Per-05/MBU/2007 Pasal 1 ayat (6) dijelaskan bahwa Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil, yang selanjutnya disebut Program Kemitraan, adalah program untuk meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi tangguh dan mandiri melalui pemanfaatan dana dari bagian laba BUMN. Sedangkan pada pasal 1 ayat (7) dijelaskan bahwa Program Bina Lingkungan, yang selanjutnya disebut Program BL, adalah program pemberdayaan kondisi sosial masyarakat oleh BUMN melalui pemanfaatan dana dari bagian laba BUMN.

Adapun ruang lingkup bantuan Program BL BUMN, berdasarkan Permeneg BUMN, Per-05/MBU/2007 Pasal 11 ayat (2) huruf e adalah:

- 1) Bantuan korban bencana alam;
- 2) Bantuan pendidikan dan/atau pelatihan;
- 3) Bantuan peningkatan kesehatan;
- 4) Bantuan pengembangan prasarana dan/atau sarana umum;
- 5) Bantuan sarana ibadah;
- 6) Bantuan pelestarian alam.

⁵⁶Peraturan Menteri Negara No. Per-05/MBU/2007 Tentang Tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan. Pasal 1 ayat 7

2. Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 40 Tahun 2007

Selain BUMN, saat ini Perseroan Terbatas (PT) yang mengelola atau operasionalnya terkait dengan Sumber Daya Alam (SDA) diwajibkan melaksanakan program CSR, karena telah diatur dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 40 Tahun 2007.

Dalam pasal 74 dijelaskan bahwa:

- 1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam, wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan,
- 2) Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran,
- 3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan,
- 4) Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah.

3. Undang-Undang Penanaman Modal Nomor 25 Tahun 2007

Peraturan lain yang mewajibkan CSR adalah Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007, tentang Penanaman Modal, baik penanaman modal dalam negeri, maupun penanaman modal asing. Dalam Pasal 15 (b) dinyatakan bahwa setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan.

Sanksi-sanksi terhadap badan usaha atau perseorangan yang melanggar peraturan, diatur dalam Pasal 34, yaitu berupa sanksi administratif dan sanksi lainnya, diantaranya: (a) Peringatan tertulis; (b) pembatasan kegiatan usaha; (c) pembekuan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal; atau (d) pencabutan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal.

4. Undang-Undang Minyak dan Gas Bumi Nomor 22 Tahun 2001

Khusus bagi perusahaan yang operasionalnya mengelola Sumber Daya Alam (SDA) dalam hal ini minyak dan gas bumi, terikat oleh Undang-undang Nomor 22 Tahun 2001, tentang Minyak dan Gas Bumi, disebutkan pada Pasal 13 ayat 3 (p),:

Kontrak Kerja Sama sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) wajib memuat paling sedikit ketentuan-ketentuan pokok yaitu: (p) pengembangan masyarakat sekitarnya dan jaminan hak-hak masyarakat adat.

Berdasarkan Undang-undang tersebut, perusahaan yang operasionalnya terkait Minyak dan Gas Bumi baik pengelola eksplorasi maupun distribusi, wajib melaksanakan kegiatan pengembangan masyarakat dan menjamin hak-hak masyarakat adat yang berada di sekitar perusahaan.⁵⁷

4. Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Terdapat manfaat yang didapatkan dari pelaksanaan tanggungjawab sosial perusahaan, baik bagi perusahaan sendiri, bagi masyarakat, pemerintah dan pemangku kepentingan lainnya. Wibisono menguraikan manfaat yang akan diterima dari pelaksanaan CSR, diantaranya:

1. **Bagi Perusahaan.** Terdapat empat manfaat yang diperoleh perusahaan dengan mengimplementasikan CSR. *Pertama*, keberadaan perusahaan dapat tumbuh dan berkelanjutan dan perusahaan mendapatkan citra yang positif dari masyarakat luas. *Kedua*, perusahaan lebih mudah memperoleh akses terhadap modal (*capital*). *Ketiga*, perusahaan dapat mempertahankan sumber daya manusia (*human resources*) yang berkualitas. *Keempat*, perusahaan dapat meningkatkan pengambilan keputusan pada hal-hal yang kritis (*critical decision making*) dan mempermudah pengelolaan manajemen risiko (*risk management*),
2. **Bagi masyarakat,** praktik CSR yang baik akan meningkatkan nilai-tambah adanya perusahaan di suatu daerah karena akan menyerap tenaga kerja, meningkatkan kualitas sosial di daerah tersebut. Pekerja lokal yang diserap akan mendapatkan perlindungan akan hak-haknya sebagai pekerja. Jika terdapat masyarakat adat atau masyarakat lokal, praktek CSR akan menghargai keberadaan tradisi dan budaya lokal tersebut,
3. **Bagi lingkungan,** praktik CSR akan mencegah eksploitasi berlebihan atas sumber daya alam, menjaga kualitas lingkungan dengan menekan tingkat polusi dan justru perusahaan terlibat mempengaruhi lingkungannya,
4. **Bagi negara,** praktik CSR yang baik akan mencegah apa yang disebut "*corporate misconduct*" atau malpraktik bisnis seperti penyuapan pada aparat negara atau aparat hukum yang

⁵⁷Rahmatullah & Trianita Kurniati, *Panduan Praktis Pengelolaan CSR (Corporate Social Responsibility)*, Yogyakarta, Samudra Biru, 2011, hal. 14.

memicu tingginya korupsi. Selain itu, negara akan menikmati pendapatan dari pajak yang wajar (yang tidak digelapkan) oleh perusahaan.⁵⁸

5. Model *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Merujuk pada Saidi dan Abidin sedikitnya ada empat model atau pola CSR yang umumnya diterapkan oleh perusahaan di Indonesia, yaitu:

1. **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*;
2. **Melalui yayasan atau organisasi sosial perusahaan.** Perusahaan mendirikan yayasan sendiri di bawah perusahaan dan groupnya. Model ini merupakan adopsi dari model yang lazim diterapkan di perusahaan-perusahaan di negara maju. Biasanya, perusahaan menyediakan dana awal, dana rutin, dana abadi yang dapat digunakan secara teratur bagi kegiatan yayasan;
3. **Bermitra dengan pihak lain.** Perusahaan menyelenggarakan CSR melalui kerjasama dengan lembaga sosial/organisasi non-pemerintah (Ornop), instansi pemerintah, universitas atau media massa, baik dalam mengelola dana maupun dalam melaksanakan kegiatan sosialnya. Beberapa lembaga sosial/Ornop yang bekerjasama dengan perusahaan dalam menjalankan CSR antara lain adalah Palang Merah Indonesia (PMI), Yayasan Kesejahteraan Anak Indonesia (YKAI), Dompot Dhuafa; instansi pemerintah (Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia/LIPI, Depdiknas, Depkes, Depsos); universitas (UI, ITB, IPB); media massa (DKK Kompas, Kita Peduli Indosiar);
4. **Mendukung atau bergabung dalam suatu konsorsium.** Perusahaan turut mendirikan, menjadi anggota atau mendukung suatu lembaga sosial yang didirikan untuk tujuan sosial

⁵⁸Wibisono, *Op. Cit.*, hal. 99.

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 mendukung secara pro aktif mencari mitra kerjasama dari kalangan lembaga operasional dan kemudian mengembangkan program yang disepakati bersama.⁵⁹

6. Karakteristik Program *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Model CSR dipilih dan digunakan oleh perusahaan dengan memperhatikan isu sosial yang yang berhubungan sangat dekat dengan perusahaan dan *stakeholders* langsung dari perusahaan. Setelah perusahaan mendapatkan isu sosial yang dijadikan sebagai program CSR dan mengetahui keuntungan yang didapat dari program CSR yang dijalankan itu sekarang yang harus dilakukan adalah memilih program yang sesuai dengan strategi perusahaan.

Sehubungan dengan karakteristik program CSR, Philip Kotler menyebutkan bahwa ada enam program CSR yang mungkin untuk dijalankan sebuah perusahaan:

1. *Cause Promotion*

Perusahaan menyediakan dana atau menyediakan resources lainnya seperti tenaga sukarela atau mendukung kegiatan pengumpulan dana untuk membiayai suatu program CSR. Contoh, *Body Shop* mendukung kampanye untuk anti penggunaan binatang sebagai percobaan untuk produk-produk kosmetik;

2. *Cause-Related Marketing*

Perusahaan mendukung suatu program CSR tertentu dengan cara menyumbangkan dana dari hasil penjualan produk perusahaan, biasanya dilakukan untuk jenis produk tertentu dan untuk periode tertentu saja. Contoh, *Avon and The Avon Foundation* mendukung

⁵⁹Zaim Saidi dan Hamid Abidin, *Menjadi Bangsa Pemurah: Wacana dan Praktek Kedermawanan Sosial di Indonesia*, Piramedia, Jakarta, 2004, hal. 64-65.

program kampanye kanker payudara tentang penyebab dan penanggulangannya;

3. *Corporate Social Marketing*

Perusahaan mendukung program CSR yang sifatnya kampanye perubahan perilaku yang tidak baik menjadi baik atau lebih baik seperti, peningkatan kesehatan masyarakat, keselamatan kerja, kerusakan lingkungan dan lain-lain. Bisa dilakukan sendiri atau mencari mitra yang mempunyai kepedulian yang terhadap isu yang sama. Contoh, *The Home Depot* mengkampanyekan dan memberikan petunjuk mengenai bagaimana menghemat penggunaan air melalui brosur, pelatihan dan lain-lain;

4. *Corporate Philanthropy*

Program CSR ini dilakukan dengan cara memberikan bantuan langsung, baik dana maupun tenaga terhadap isu sosial tertentu. Contoh, *Microsoft* memberikan bantuan uang tunai dan *software* gratis kepada sekolah-sekolah;

5. *Community Voluntering*

Perusahaan memberikan bantuan untuk isu tertentu dengan cara memberikan bantuan tenaga sukarela yang diperlukan dalam program CSR tersebut. Contoh, *IBM* memberikan bantuan dengan cara memberikan pelatihan tentang komputer kepada siswa;

6. *Social Responsible Business Practice*

Program CSR ini dilakukan dengan melakukan untuk tujuan meningkatkan kualitas hidup masyarakat dengan cara memilih cara-cara operasi yang sesuai dengan kondisi masyarakat. Pemilihan cara-cara operasi yang sesuai dengan etika dan moral yang berkembang dimasyarakat. Contoh, *Kraft Food* bekerja sama dengan *Wellness Advisory Council* mencantumkan label nutrisi dalam setiap kemasan produknya.⁶⁰

7. Tahapan Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Mengacu pada tahapan pelaksanaan tanggungjawab sosial perusahaan dalam pengembangan masyarakat, menurut Hurairah (2008), ada beberapa tahapan, yaitu: *assessment*, *plan of treatment*, dan *treatment action*.⁶¹ Ketiga tahapan tersebut sebagai berikut:

⁶⁰<http://www.csrindonesia.com/standard.php>, diakses Minggu, 9 April 2012, Pukul 17.50 WIB.

⁶¹ Abu Hurairah, *Pengorganisasian dan Pengembangan Masyarakat*, Humaniora, Bandung, 2008.

1. *Assessment*. Proses mengidentifikasi masalah (kebutuhan yang dirasakan atau *felt needs*) ataupun kebutuhan yang diekspresikan (*ekspresed needs*) dan juga sumber daya yang dimiliki komunitas sasaran. Dalam proses ini masyarakat dilibatkan agar mereka dapat merasakan bahwa permasalahan yang sedang dibicarakan benar-benar keluar dari pandangan mereka sendiri.
2. *Plant of Treatment*. Merupakan rencana tindakan yang dirumuskan seharusnya, berkenaan dengan upaya pemenuhan kebutuhan-kebutuhan dan penanganan-penanganan masalah yang dirasakan masyarakat. Wacana mengenai program program berbasis masyarakat mendorong berkembangnya metodologi perencanaan dari bawah.
3. *Treatment action*. Tahap pelaksanaan merupakan tahap paling krusial dalam pelaksanaan CSR. Sesuatu yang sudah direncanakan dengan baik dapat menyimpang dalam pelaksanaannya dilapangan jika tidak terdapat kerjasama antara masyarakat, fasilitator dan antar warga.

8. Tolak Ukur Keberhasilan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Alat untuk mengukur keberhasilan CSR sulit sekali, justru yang penting adanya tolak ukur tersebut. Memang pada kenyataannya tidak ada cara untuk mengukur tingkat keberhasilan program CSR secara pasti. Setiap perusahaan akan mempunyai target-target sendiri untuk melihat suksesnya program CSR melalui model-model CSR yang digunakan.

Selama ini yang menjadi tolak ukur penerapan CSR diidentikkan dengan tanggungjawab perusahaan terhadap lingkungan hidup atau masyarakat sekitarnya dan berdasarkan regulasi yang mengikatnya yang dilaksanakan melalui “model kerja kolaborasi” yang meliputi:

1. *Social Development*, (misalnya, sejauh mana perusahaan memiliki kepedulian terhadap pengembangan masyarakat sekitarnya);

2. Konsumen, (misalnya, sudahkah perusahaan menghasilkan produk yang tidak menimbulkan kerugian bagi konsumen);
3. Lingkungan, (misalnya, apakah perusahaan dalam beroperasinya melakukan pencemaran lingkungan atau tidak);
4. Hak Asasi Manusia, (misalnya, apakah perusahaan memberikan hak untuk berorganisasi pada karyawannya, hak untuk beribadah, dan sebagainya);
5. *Organizational Governance*, (misalnya, apakah perusahaan pada saat beroperasi melakukan KKN dengan pemerintah atau tidak).

World Bank (Bank Dunia) menjelaskan bahwa, penerapan CSR meliputi: perlindungan lingkungan, jaminan kerja, hak asasi manusia, interaksi dan keterlibatan perusahaan dengan masyarakat, standar usaha, pasar, pengembangan ekonomi, dan badan usaha⁶².

Keadaan CSR di banyak perusahaan di Indonesia, sasaran utama peningkatan kesejahteraan masyarakat sekitar menjadi tolak ukur utama dalam menjalankan program CSR perusahaan karena sesuai dengan demokrasi yang dipakai oleh Indonesia, masyarakat selalu menjadi elemen yang diperhatikan keberadaannya. Masyarakat menjadi evaluator yang kompeten karena memiliki kepentingan cukup besar, walaupun karakteristik di atas juga perlu diamati untuk mengetahui keberhasilan CSR.

⁶²<http://www.transparansi.or.id>, *Penerapan CSR Bagi Pembangunan*, diakses Senin, 10 April 2012, Pukul 23.30 WIB.

F. Pemberdayaan

1. Konsep Pemberdayaan

Bila dilihat secara lebih luas, pemberdayaan sering disamakan dengan perolehan daya, kemampuan dan akses terhadap sumber daya untuk memenuhi kebutuhannya. Oleh karena itu, agar dapat memahami secara mendalam tentang pengertian pemberdayaan maka perlu mengkaji beberapa pendapat para ilmuwan yang memiliki komitmen terhadap pemberdayaan masyarakat.

Robinson menjelaskan bahwa pemberdayaan adalah suatu proses pribadi dan sosial; suatu pembebasan kemampuan pribadi, kompetensi, kreatifitas dan kebebasan bertindak.⁶³ Ife mengemukakan bahwa pemberdayaan mengacu pada kata “empowerment,” yang berarti memberi daya, memberi ”power” (kuasa), kekuatan, kepada pihak yang kurang berdaya.⁶⁴

Payne menjelaskan pemberdayaan adalah pada hakekatnya bertujuan untuk membantu klien mendapatkan daya, kekuatan dan kemampuan untuk mengambil keputusan dan tindakan yang akan dilakukan dan berhubungan dengan diri klien tersebut, termasuk mengurangi kendala pribadi dan sosial dalam melakukan tindakan. Orang-orang yang telah mencapai tujuan kolektif diberdayakan melalui kemandiriannya, bahkan merupakan “keharusan” untuk lebih diberdayakan melalui usaha mereka sendiri dan akumulasi pengetahuan, ketrampilan serta sumber lainnya dalam rangka mencapai tujuan tanpa tergantung pada pertolongan dari hubungan eksternal.⁶⁵

⁶³<http://www.sarjanaku.com/2011/09/pemberdayaan-masyarakat-pengertian.html> diakses, Senin, 9 April 2012, Pukul 20.00 WIB

⁶⁴*Ibid.*

⁶⁵*Ibid.*

Sulistiyani menjelaskan bahwa tujuan yang ingin dicapai dari pemberdayaan masyarakat adalah untuk membentuk individu dan masyarakat menjadi mandiri.⁶⁶ Kemandirian tersebut meliputi kemandirian berpikir, bertindak dan mengendalikan apa yang mereka lakukan. Kemandirian masyarakat merupakan suatu kondisi yang dialami oleh masyarakat yang ditandai dengan kemampuan memikirkan, memutuskan sertamelakukan sesuatu yang dipandang tepat demi mencapai pemecahan masalah yang dihadapi dengan mempergunakan daya/kemampuan yang dimiliki.

Pemberdayaan menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah upaya yang dilakukan Pemerintah, Pemerintah Daerah, Dunia Usaha, dan masyarakat secara sinergis dalam bentuk penumbuhan iklim dan pengembangan usaha terhadap Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah sehingga mampu tumbuh dan berkembang menjadi usaha yang tangguh dan mandiri.⁶⁷

2. Prinsip Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

Prinsip pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah:

- a. penumbuhan kemandirian, kebersamaan, dan kewirausahaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah untuk berkarya dengan prakarsa sendiri;

⁶⁶*Ibid.*

⁶⁷Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Pasal 1 ayat 8

- b. perwujudan kebijakan publik yang transparan, akuntabel, dan berkeadilan;
- c. pengembangan usaha berbasis potensi daerah dan berorientasi pasar sesuai
- d. dengan kompetensi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah;
- e. peningkatan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah; dan
- f. penyelenggaraan perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian secara terpadu.⁶⁸

3. Tujuan Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

Tujuan pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah:

- 1. mewujudkan struktur perekonomian nasional yang seimbang, berkembang, dan berkeadilan;
- 2. menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah menjadi usaha yang tangguh dan mandiri; dan
- 3. meningkatkan peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi, dan pengentasan rakyat dari kemiskinan.⁶⁹

G. Koperasi dan UMKM

1. Konsep Koperasi

Koperasi menurut Kasmir (1997:5) dalam bukunya "Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya" menyatakan bahwa: "Koperasi adalah sekumpulan otonom

⁶⁸Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Pasal 1 ayat 8

⁶⁹*Ibid*, Pasal 5

dari orang-orang yang bersatu secara sukarela untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan dan partisipasi-partisipasi ekonomi, sosial dan budaya bersama melalui perusahaan yang mereka miliki dan bersama-sama mereka kendalikan secara demokratis.”⁷⁰

Pengertian koperasi menurut Tiktik Sartika Pratomo (2007:4) dalam bukunya ”Ekonomi Skala kecil/Menengah dan Koperasi” menyatakan bahwa :”Koperasi bisa juga didefinisikan sebagai organisasi yang didirikan dengan tujuan bersama untuk menunjang kepentingan ekonomi para anggotanya melalui suatu perusahaan bersama.”⁷¹

Jadi koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-orang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan asas kekeluargaan. Koperasi bertujuan untuk menyejahterakan anggotanya.

2. Prinsip Koperasi

Prinsip koperasi adalah suatu sistem ide-ide abstrak yang merupakan petunjuk untuk membangun koperasi yang efektif dan tahan lama.⁷² Prinsip koperasi terbaru yang dikembangkan *International Cooperative Alliance* (Federasi koperasi non-pemerintah internasional) adalah:

1. Keanggotaan yang bersifat terbuka dan sukarela

⁷⁰Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Raja Grafindo, Jakarta, 1997, hal. 5.

⁷¹Tiktik Sartika Pratomo dan Abd. Rachman Soejoedono, *Ekonomi Skala kecil/Menengah dan Koperasi*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 2007, hal. 4.

⁷²Hans, *Prinsip-prinsip Koperasi dan Undang-undang Koperasi*, Direktorat Jenderal Koperasi, 1980

2. Pengelolaan yang demokratis,
3. Partisipasi anggota dalam ekonomi,
4. Kebebasan dan otonomi,
5. Pengembangan pendidikan, pelatihan, dan informasi.⁷³

Di Indonesia sendiri telah dibuat UU no. 25 tahun 1992 tentang Perkoperasian.

Prinsip koperasi menurut UU no. 25 tahun 1992 adalah:

1. Keanggotaan bersifat sukarela dan terbuka
2. Pengelolaan dilakukan secara demokrasi
3. Pembagian SHU dilakukan secara adil sesuai dengan jasa usaha masing-masing anggota
4. Pemberian balas jasa yang terbatas terhadap modal
5. Kemandirian
6. Pendidikan perkoperasian
7. Kerjasama antar koperasi

3. Jenis Koperasi

Ada beberapa Jenis koperasi yang ada di Indonesia, berikut beberapa jenis koperasi berdasarkan fungsinya:

1. Koperasi pembelian/pengadaan/konsumsi adalah koperasi yang menyelenggarakan fungsi pembelian atau pengadaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan anggota sebagai konsumen akhir. Di sini anggota berperan sebagai pemilik dan pembeli atau konsumen bagi koperasinya.
2. Koperasi penjualan/pemasaran adalah koperasi yang menyelenggarakan fungsi distribusi barang atau jasa yang dihasilkan oleh anggotanya agar sampai di tangan konsumen. Di sini anggota berperan sebagai pemilik dan pemasok barang atau jasa kepada koperasinya.
3. Koperasi produksi adalah koperasi yang menghasilkan barang dan jasa, dimana anggotanya bekerja sebagai pegawai atau karyawan koperasi. Di sini anggota berperan sebagai pemilik dan pekerja koperasi.
4. Koperasi jasa adalah koperasi yang menyelenggarakan pelayanan jasa yang dibutuhkan oleh anggota, misalnya: simpan pinjam,

⁷³Hendar & Kusnadi, *Ekonomi Koperasi*, Lembaga Penerbit FEUI, 2005, hal 18-23

asuransi, angkutan, dan sebagainya. Di sini anggota berperan sebagai pemilik dan pengguna layanan jasa koperasi.⁷⁴

Apabila koperasi menyelenggarakan satu fungsi disebut koperasi tunggal usaha (*single purpose cooperative*), sedangkan koperasi yang menyelenggarakan lebih dari satu fungsi disebut koperasi serba usaha (*multi purpose cooperative*).

4. Pengertian UMKM

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah adalah:

1. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang, perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang, perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang, perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur Undang-Undang ini.⁷⁵

⁷⁴<http://id.wikipedia.org/wiki/Koperasi> diakses Senin, 9 April 2012, Pukul 21.00 WIB

⁷⁵Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Pasal ayat 1,2,3

5. Kriteria UMKM

Kriteria Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah adalah:

1. Kriteria Usaha Mikro
 - a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
2. Kriteria Usaha Kecil
 - a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).
3. Kriteria Usaha Menengah
 - a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling tidak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).⁷⁶

6. *Microfinance*

Definisi *Microfinance* menurut *Asian Development Bank*, *microfinance* adalah sebagai penyediaan layanan keuangan yang seluas-luasnya, seperti deposito, pinjaman, jasa pembayaran, transfer uang dan asuransi kepada

⁷⁶Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Pasal 6 ayat 1,2,3.

orang miskin dan rumah tangga berpenghasilan rendah dan kepada usaha-usaha kecil/mikro.⁷⁷

Sesuai dengan *Asian Development Bank, Marguerite S. Robinson* mengemukakan bahwa:

“*microfinance* sebagai layanan keuangan skala kecil khususnya kredit dan simpanan yg disediakan bagi mereka yang bergerak di sektor pertanian, perikanan atau peternakan; yang mengelola usaha kecil atau mikro yg meliputi kegiatan produksi, daur ulang, reparasi atau perdagangan; yang menyediakan layanan jasa; yang bekerja untuk memperoleh upah atau komisi; yg memperoleh penghasilan dari/dengan cara menyewakan tanah, kendaraan, tenaga hewan ternak, atau peralatan dan mesin-mesin; dan kepada perseorangan atau kelompok baik di pedesaan maupun di perkotaan di negara-negara berkembang.”⁷⁸

Sesungguhnya, masih belum ditemukan definisi baku tentang *microfinance* ini. Pada dasarnya konsep *microfinance*, kegiatan keuangan bagi usaha kecil yang sulit melakukan hubungan kepada lembaga keuangan formal. Sehingga dapat trus menghidupkan usaha kecil tanpa mempersulit dalam hal keuangan.

H. Kerangka Pikir

Konsep *good governance* yang saat ini coba diterapkan di Indonesia, memiliki paradigma baru tentang tata kelola pemerintahan. Tata kelola pemerintahan yang baik dimana konsep ini mengurangi peran pemerintah dalam menjalankan tugasnya. Berkurangnya peran pemerintah diikuti dengan beroperannya swasta

⁷⁷<http://edratna.wordpress.com/2007/04/21/bagaimana-microfinance-dapat-menggerakkan-ekonomi-masyarakat-berpenghasilan-rendah/> diakses pada Selasa, 10 April 2012, pukul 20.00 WIB

⁷⁸*Ibid.*

dan masyarakat dalam pemerintahan. Ini yang menjadikan pemerintah-swasta-masyarakat saat ini bersama-sama menjalankan perannya untuk pembangunan.

Bila pemerintah memiliki *good governance* dalam dunia usaha atau korporasi ada *good corporate governance*. *Good Corporate Governance* merupakan salah satu bentuk implementasi *Good Governance* di bidang korporasi. Konsep *good corporate governance* inilah yang menjadi acuan korporasi dalam menjalankan perannya saat ini bersama-sama pemerintah dan masyarakat. Salah satu dari prinsip *good corporate governance* yang sangat berkaitan dengan menjalankan perannya dalam membantu pemerintah dibidang pembangunan adalah *responsibility*. *Responsibility*, sebagai kesesuaian dalam pengelolaan perusahaan terhadap Peraturan Perundang-Undangan yang berlaku dan prinsip-prinsip korporasi yang sehat akan mudah dilaksanakan baik di lingkungan pemerintah maupun swasta. Bentuk realisasi dari prinsip *responsibility* dalam *good corporate governance* adalah dengan adanya *corporate social responsibility*.

Corporate social responsibility atau Tanggung Jawab Sosial merupakan bentuk keseriusan korporasi dalam menjawab berbagai tuntutan dari *stakeholdernya*. Tiga elemen dalam *good governance* dapat terlibat dalam penerapan CSR, tidak hanya pihak swasta saja. Pemerintah Daerah yang saat ini berkurang domainnya dapat berperan sebagai regulator, mediator dan fasilitator. Pada swasta murni sebagai investor atau yang memberikan dana untuk kelancaran CSR, sedangkan masyarakat sebagai sasaran yang dari CSR untuk dapat terus

berdaya agar memiliki kemandirian sehingga menjadi komunitas yang berkembang.

Hubungan dari elemen-elemen tersebut menjadikan terciptanya pola-pola kemitraan dalam menjalankan program CSR. PKBL yang merupakan bentuk CSR dari BUMN pun memiliki kesamaan dalam terciptanya pola-pola kemitraan. Pola-pola kemitraan menurut Wibisono yaitu:

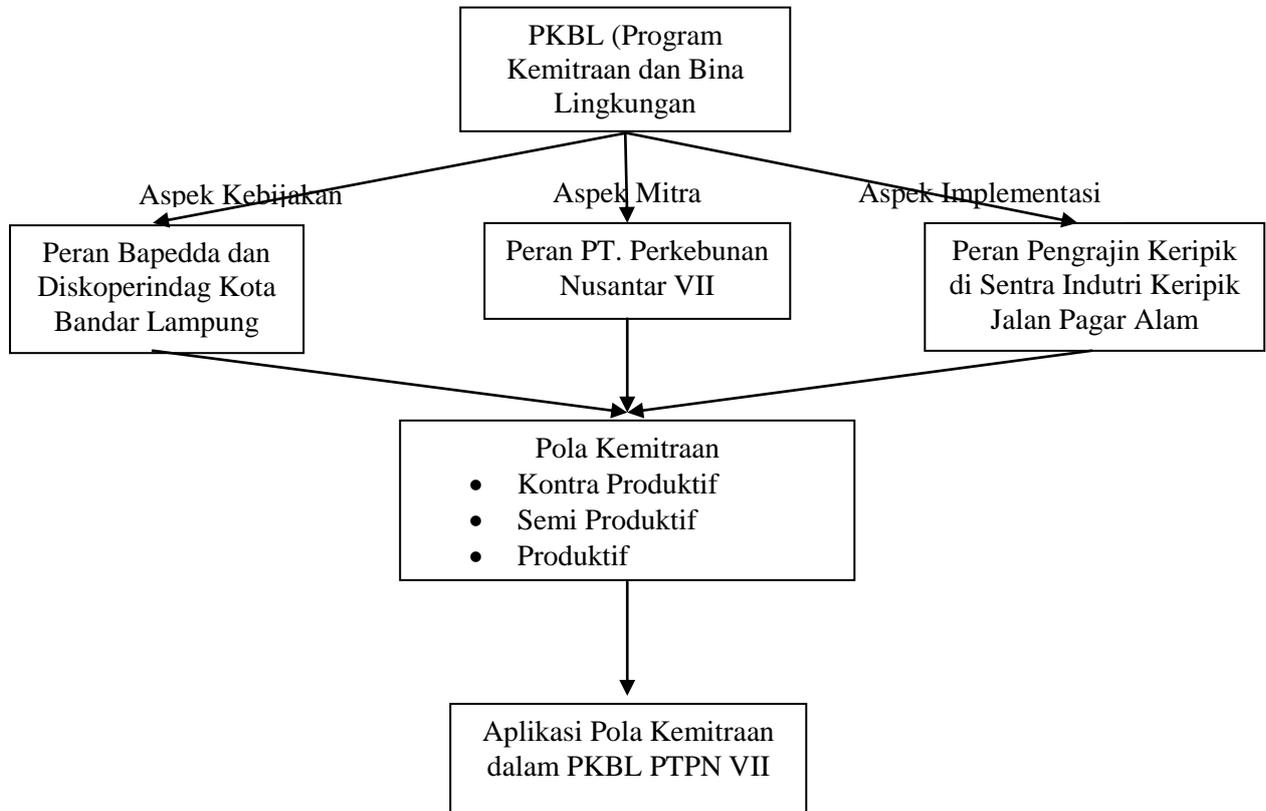
1. Pola Kemitraan kontra produktif
2. Pola kemitraan semi produktif
3. Pola kemitraan produktif.⁷⁹

Pola-pola di atas dapat terlibat dari peran masing-masing elemen:

- Aspek Kebijakan, Pemerintah Kota Bandar Lampung sebagai regulator atau pembuat kebijakan
- Aspek Mitra, PTPN VII sebagai mitra Pemerintah Kota Bandar Lampung yang melaksanakan PKBL
- Aspek Implementasi, Pengrajin Keripik sebagai sasaran dari PKBL PTPN VII

Guna menjadikan program CSR dapat tersusun sesuai dengan kebutuhan, sehingga tujuan pembangunan berkelanjutan dengan pemberdayaan masyarakat dapat tercapai. Uraian di atas menjadi alur kerangka pikir dalam penelitian ini yang dapat diilustrasikan dengan gambar berikut ini:

⁷⁹Wibisono, *Loc. Cit.*



Gambar 2. Bagan Kerangka Pikir