

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

II.1 *Corporate Social Responsibility*

II.1.1 Definisi CSR

Konsep CSR (*Corporate Social Responsibility*) telah ada sejak tahun 1933, melalui buku “The Modern Corporation and Private Property” yang ditulis oleh A. Berle dan G. Mean yang menyebutkan bahwa “Korporasi modern seharusnya mentransformasikan diri menjadi institusi sosial, ketimbang institusi ekonomi yang memaksimalkan laba.” Dari pernyataan tersebut terlihat bahwa perusahaan seharusnya bisa lebih berperan aktif dalam aktivitas sosial masyarakat sebagai bentuk penghargaan dan kepedulian mereka terhadap *stakeholder* yang telah menerima keberadaan perusahaan tersebut.

Istilah CSR mulai digunakan dalam konteks global sejak tahun 1970-an dan semakin populer terutama setelah kehadiran buku *Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line in 21st Century Business* (1998) yang memberikan terobosan besar dalam CSR, karya John Elkington. Ia mengembangkan konsep *triple bottom line*-nya yaitu tiga komponen penting *sustainable development*, yang terdiri dari *economic growth*, *environmental protection*, dan *social equity*, yang digagas the World Commission on Environment and Development (WCED) dalam Brundtland Report (1987). Elkington mengemas CSR ke dalam tiga fokus: 3P, singkatan dari *profit*, *planet* dan *people*. Perusahaan yang baik tidak hanya memburu keuntungan ekonomi belaka (*profit*).

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

Seiring dengan menguatnya penerapan *Good Corporate Governanve* (GCG), semakin mendorong pelaksanaan CSR ke dalam dunia bisnis dewasa ini. Wujud pemenuhan tanggung jawab perusahaan kepada para *stakeholder*-nya menjadi lebih dari sekadar pemenuhan kewajiban ekonomi dan hukum perundang-undangan semata. Namun, tidak jarang aktivitas CSR hanya dijadikan sebagai aktivitas pemberian donasi dan sumbangan yang merupakan bentuk aktivitas filantropi semata. Padahal konsep CSR lebih luas dari itu.

Di Indonesia sendiri, istilah CSR semakin populer digunakan sejak tahun 1990-an. Beberapa perusahaan sebenarnya telah lama melakukan CSA (*Corporate Social Activity*) atau “aktivitas sosial perusahaan”. Walaupun tidak menamainya sebagai CSR, secara faktual aksinya mendekati konsep CSR yang merepresentasikan bentuk “peran serta” dan “kepedulian” perusahaan terhadap aspek sosial dan lingkungan. Melalui konsep “*seat belt*” investasi sosial perusahaan, sejak tahun 2003 Departemen Sosial tercatat sebagai lembaga pemerintah yang aktif dalam mengembangkan konsep CSR dan melakukan advokasi kepada berbagai perusahaan nasional.

Corporate Social Responsibility (CSR) lahir dari desakan masyarakat terhadap perusahaan yang cenderung mengabaikan tanggung jawab sosial dan lingkungan seperti melakukan berbagai kerusakan lingkungan, eksploitasi sumber daya alam serta buruh dalam menjalankan aktivitas bisnisnya. Kebanyakan perusahaan membuat jarak dengan masyarakat di sekitarnya, program pengembangan masyarakat yang biasa mereka lakukan selama ini hanya bersifat filantropi berbentuk *charity* seperti sumbangan, santunan, dan bantuan sembako. Dengan konsep *charity* seperti ini,

kapasitas dan akses masyarakat tidak beranjak dari kondisi semula, tetap marginal, akibatnya tidak bisa memutus rantai kemiskinan dan benang kusut pendidikan.

CSR adalah suatu konsep bahwa organisasi, khususnya (namun bukan hanya) perusahaan memiliki suatu tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas, dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan. *World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD= suatu asosiasi global yang terdiri dari 200 perusahaan yang secara khusus bergerak di bidang “pembangunan berkelanjutan”) mendefinisikan CSR sebagai suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat ataupun masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerjanya beserta seluruh keluarganya.

Pertemuan antarkorporat dunia di Trinidad pada ISO/COPOCCO (ISO *Committee on Consumer Policy*) workshop 2002 di Port of Spain dalam pokok bahasan “CSR – *Concepts and Solutions*”, menegaskan kewajiban korporat yang tergabung dalam ISO untuk mensejahterakan komunitas di sekitar wilayah usaha. Agenda 21 menyarankan penggunaan empat pilar pembangunan berkelanjutan (Soemarwoto, 2003) yaitu pro lingkungan hidup, pro rakyat miskin, pro gender, dan pro lapangan kerja.

Farmer, et al., (1985) menyebut CSR sebagai aksi pertanggungjawaban sosial yang dilakukan oleh perusahaan sebagai upaya maksimal yang dapat dilakukan untuk menghasilkan barang dan jasa yang diinginkan (masyarakat) dengan biaya ekonomi dan sosial yang terdistribusi seadil mungkin, (apabila) dinilai oleh generasi mendatang. Sedangkan Mallen Baker dalam situs pribadinya mendefinisikan CSR sebagai kegiatan yang dilakukan perusahaan dalam rangka mengelola proses bisnisnya dengan tujuan menghasilkan nilai dan dampak positif bagi masyarakat. Lebih lanjut Mallen Baker

menyebut bahwa CSR adalah tentang bagaimana perusahaan mengelola proses bisnisnya sehingga akhirnya dapat menghasilkan dampak positif yang luas bagi masyarakat. Sehingga seluruh kinerja dan dampak perusahaan tersebut pada akhirnya akan dijadikan suatu masukan yang cukup berarti bagi analisis keuangan dalam menilai kinerja perusahaan sebagai indikator kinerja di samping laporan keuangan.

Business for Social Responsibility (BSR) melihat CSR sebagai seperangkat kebijakan komprehensif, kegiatan dan program yang diintegrasikan ke dalam operasi bisnis, rantai pasokan, dan proses pengambilan keputusan dalam perusahaan mencakup tanggung jawab atas kegiatannya dimasa lalu, kini, dan mendatang.

Tuntutan penerapan CSR oleh perusahaan semakin terlihat jelas dengan gambaran DR David Korten dalam buku "*When Corporations Rule the World*" yang melukiskan bahwa dunia bisnis setengah abad terakhir telah menjelma menjadi institusi paling berkuasa. Bahkan pengamat globalisasi, DR Noorena Herzt berpendapat perusahaan besar di berbagai negara telah mengambil alih kekuasaan politik dan politisi.

Pendekatan lain diperkenalkan oleh pakar marketing, Craig Semit (1994) yang merintis CSR yang ia sebut *The Corporate Philantropy*. Ia berpendapat bahwa CSR harus disikapi secara strategis dengan melakukan penyelarasan inisiatif CSR yang relevan dengan produk inti (*core product*) dan pasar inti (*core market*), membangun identitas merek, bahkan untuk menggaet pangsa pasar, atau menghancurkan pesaing (Yuswohady, Majalah Swa 12/2005).

Dari banyaknya definisi CSR, salah satu yang paling menggambarkan CSR di Indonesia adalah definisi Suharto (2008) yang menyatakan bahwa CSR adalah operasi bisnis yang berkomitmen tidak hanya untuk meningkatkan keuntungan perusahaan secara finansial, melainkan pula untuk pembangunan sosial-ekonomi kawasan secara

holistik, melembaga dan berkelanjutan. Dari definisi tersebut, dapat kita lihat bahwa salah satu aspek yang dilihat dalam pelaksanaan CSR adalah komitmen berkelanjutan dalam mensejahterakan komunitas lokal masyarakat sekitar. Hal inilah yang akan menjadi poin utama dalam pembahasan karya tulis ini.

II.1.2 Motivasi Penerapan CSR

Sebagai wujud pemenuhan tanggung jawab terhadap *stakeholder*-nya, banyak perusahaan melaksanakan aktivitas CSR. Namun dalam pelaksanaannya, sebenarnya terdapat beberapa motivasi yang mendorong perusahaan melakukan aktivitas CSR. PIRAC, lembaga yang sering melakukan riset mengenai konsep CSR, menyebutkan motivasi perusahaan untuk melakukan kegiatan CSR (Prabowo, 2006) adalah:

1. *Charity*

Perusahaan terdorong secara sadar dan sukarela melakukan berbagai kegiatan sebagai suatu bentuk kedermawanan perusahaan dan dilakukan tanpa mengharap imbalan apapun dari masyarakat.

2. *Promotion*

Kegiatan tanggung jawab sosial dilakukan sebagai bagian dari upaya perusahaan membangun imej dan citra yang baik sehingga dipandang secara positif oleh masyarakat, ini merupakan bagian dari bentuk pemasaran perusahaan.

3. *Facility*

Dengan melakukan tanggung jawab sosial tertentu perusahaan berharap memperoleh manfaat/ suatu fasilitas tertentu dari pemerintah maupun kelompok organisasi non-pemerintah.

4. *Security*

Ketika tanggung jawab sosial sudah dipenuhi, maka perusahaan menempatkan dirinya dalam posisi yang relatif aman dari kecaman masyarakat, sanksi pemerintah, maupun jeratan akibat pelanggaran hukum. Sehingga CSR sangat penting untuk dilakukan dengan tujuan utama menjauhkan perusahaan dari masalah dan tekanan.

5. *Money laundering*

Seringkali beberapa perusahaan hitam berlindung di balik aktivitas bertajuk sosial perusahaan dengan maksud mengelabui penegak hukum dan menutupi jejak pendapatan yang diperoleh melalui transaksi yang melanggar hukum.

Sedangkan Hamann & Acutt (2003) dalam Prabowo (2006) juga menyebut motivasi perusahaan dalam melakukan aktivitas CSR adalah untuk:

1. Akomodasi

Dengan memenuhi tanggung jawab sosial, merupakan cara perusahaan mengakomodasikan beberapa kepentingan yang berbeda, demi memperoleh citra yang baik. Namun tidak mengubah kebijakan perusahaan secara riil dalam tataran strategis dan tidak bertujuan menciptakan nilai/ manfaat jangka panjang.

2. Legitimasi

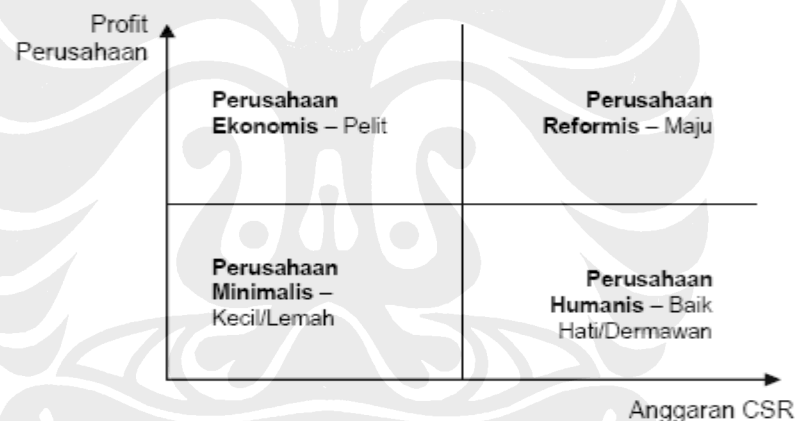
Dalam pandangan ini, aktivitas CSR yang dilakukan oleh organisasi tidak lebih sebagai persyaratan dalam upayanya memperoleh pengakuan dan legitimasi atas keberadaan organisasi tersebut dari *stakeholder*-nya.

Sebagaimana diungkapkan oleh Guthrie dan Parker (1989) dalam Tsang (1998) dimana agar legitimasi dari suatu entitas dapat diakui, maka harus ada upaya untuk menyelaraskan pelaksanaan aktivitas operasional dengan nilai dan norma sosial yang ada/ berlaku di dalam tatanan masyarakat.

II.1.3 Perusahaan dan CSR

Berkaitan dengan pelaksanaan CSR, Suharto (2008) mengelompokkan ke dalam beberapa kategori. Meskipun cenderung menyederhanakan realitas, pengelompokan ini menggambarkan kemampuan dan komitmen perusahaan dalam menjalankan CSR. Pengkategorian ini dapat memotivasi perusahaan dalam mengembangkan program CSR. Dapat pula dijadikan cermin dan *guideline* untuk menentukan model CSR yang tepat.

Dengan menggunakan dua pendekatan, sedikitnya ada delapan kategori perusahaan. Perusahaan ideal memiliki kategori reformis dan progresif. Dalam kenyataannya, kategori ini bisa saja saling bertautan.



Gambar 3-1

Kategori Perusahaan Berdasarkan Profit Perusahaan dan Anggaran CSR

Sumber: Suharto, “*CSR-What Is and Benefit for Corporate*”, Seminar Dua Hari, *Corporate Social Responsibility: Strategy, Management and Leadership*, 2008.

- Kategori berdasarkan proporsi keuntungan perusahaan dan besarnya anggaran CSR:

1. Perusahaan Minimalis.

Perusahaan yang memiliki profit dan anggaran CSR yang rendah.

Perusahaan kecil dan lemah biasanya termasuk kategori ini.

2. Perusahaan Ekonomis.

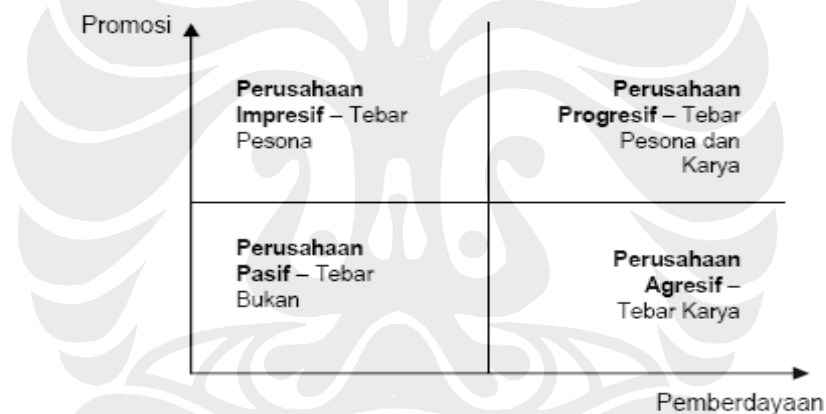
Perusahaan yang memiliki keuntungan tinggi, namun anggaran CSR-nya rendah. Perusahaan besar, namun pelit.

3. Perusahaan Humanis.

Meskipun profit perusahaan rendah, proporsi anggaran CSRnya relatif tinggi. Disebut perusahaan dermawan atau baik hati.

4. Perusahaan Reformis.

Perusahaan yang memiliki profit dan anggaran CSR yang tinggi. Perusahaan seperti ini memandang CSR bukan sebagai beban, melainkan sebagai peluang untuk lebih maju.



Gambar 3-2

Kategori Perusahaan Berdasarkan Tujuan CSR

Sumber: Suharto, “*CSR-What Is and Benefit for Corporate*”, Seminar Dua Hari, *Corporate Social Responsibility: Strategy, Management and Leadership*, 2008.

- Kategori berdasarkan tujuan CSR: apakah untuk promosi atau pemberdayaan masyarakat:

1. Perusahaan Pasif.

Perusahaan yang menerapkan CSR tanpa tujuan jelas: bukan untuk promosi, bukan pula untuk pemberdayaan. Sekadar melakukan kegiatan

karitatif. Perusahaan seperti ini melihat promosi dan CSR sebagai hal yang kurang bermanfaat bagi perusahaan.

2. Perusahaan Impresif.

CSR lebih diutamakan untuk promosi daripada untuk pemberdayaan. Perusahaan seperti ini lebih mementingkan "tebar pesona" ketimbang "tebar karya".

3. Perusahaan Agresif.

CSR lebih ditujukan untuk pemberdayaan ketimbang promosi. Perusahaan seperti ini lebih mementingkan karya nyata ketimbang tebar pesona.

4. Perusahaan Progresif.

Perusahaan menerapkan CSR untuk tujuan promosi dan sekaligus pemberdayaan. Promosi dan CSR dipandang sebagai kegiatan yang bermanfaat dan menunjang satu sama lain bagi kemajuan perusahaan.

II.1.4 Pentingnya CSR

Dewasa ini, CSR (*Corporate Social Responsibility*) telah menjadi salah satu perhatian penting dalam lingkungan bisnis dan industri. Menurut Suharto, lahirnya CSR dipengaruhi oleh fenomena DEAF (yang dalam Bahasa Inggris berarti tuli) di dunia industri. DEAF adalah akronim dari Dehumanisasi, Emansipasi, Aquariumisasi, dan Feminisasi (Suharto, 2007):

- Dehumanisasi industri.

Efisiensi dan mekanisasi yang semakin menguat di dunia industri telah menciptakan persoalan-persoalan kemanusiaan baik bagi kalangan buruh di perusahaan, maupun bagi masyarakat di sekitar perusahaan. "Merger mania" dan perampangan perusahaan telah menimbulkan gelombang PHK dan

pengangguran. Ekspansi dan eksploitasi industri telah melahirkan ketimpangan sosial, polusi dan kerusakan lingkungan yang hebat.

- Emansipasi hak-hak publik.

Masyarakat kini semakin sadar akan haknya untuk meminta pertanggungjawaban perusahaan atas berbagai masalah sosial yang seringkali ditimbulkan oleh beroperasinya perusahaan. Kesadaran ini semakin menuntut kepedulian perusahaan bukan saja dalam proses produksi, melainkan pula terhadap berbagai dampak sosial yang ditimbulkannya.

- Aquariumisasi dunia industri.

Dunia kerja kini semakin transparan dan terbuka laksana sebuah akuarium. Perusahaan yang hanya memburu rente ekonomi dan cenderung mengabaikan hukum, prinsip etis dan filantropis tidak akan mendapat dukungan publik. Bahkan dalam banyak kasus, masyarakat menuntut agar perusahaan seperti ini di tutup.

- Feminisasi dunia kerja. Semakin banyaknya wanita yang bekerja semakin menuntut penyesuaian perusahaan bukan saja terhadap lingkungan internal organisasi, seperti pemberian cuti hamil dan melahirkan, keselamatan dan kesehatan kerja, melainkan pula terhadap timbulnya biaya-biaya sosial, seperti penelantaran anak serta kenakalan remaja akibat berkurang atau hilangnya kehadiran ibu-ibu di rumah dan tentunya di lingkungan masyarakat. Pendirian fasilitas pendidikan, kesehatan dan perawatan anak (*child care*) atau pusat-pusat kegiatan olah raga dan rekreasi bagi remaja adalah beberapa bentuk respon terhadap isu ini.

Peran korporasi/ perusahaan yang semakin besar sangat mempengaruhi perkembangan CSR. Perusahaan dituntut untuk lebih berperan lebih dalam pengembangan dan pemberdayaan komunitas masyarakat dan lingkungan sekitar.

II.2 CSR BUMN

Badan Usaha Milik Negara (BUMN) pada dasarnya memiliki dua tanggung jawab, yaitu tanggung jawab kepada pemegang saham dan tanggung jawab kepada masyarakat. Tanggung jawab kepada pemegang saham dititikberatkan pada kinerja keuangan dan pertambahan nilai (*value creation*) perusahaan yang tergambar pada laporan keuangan perusahaan. Tanggung jawab masyarakat atau yang dikenal dengan istilah *corporate social responsibility* (CSR) merupakan bentuk kontribusi perusahaan pada pembangunan nasional sekaligus peningkatan kualitas hidup komunitas lokal dan masyarakat yang membutuhkan (Laporan Kinerja PKBL Tahun 2006).

Dalam mewujudkan tanggung jawab BUMN kepada masyarakat, sejak tahun 1989 pemerintah telah memulai sebuah program pemberdayaan masyarakat khususnya yang ditujukan bagi usaha kecil bernama Program Pembinaan Usaha Kecil dan Koperasi (PUKK). Namun, pedoman mengenai pelaksanaan program tersebut baru di disahkan pada tahun 1994 berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan Nomor: **316/KMK.016/1994**, tanggal 27 Juni 1994, tentang Pedoman Pembinaan Usaha Kecil dan Koperasi Melalui Pemanfaatan Dana Dari Bagian Laba BUMN. Keputusan tersebut antara lain mengatur:

- Kriteria usaha kecil dan koperasi yang menjadi sasaran pembinaan.
- Besarnya laba BUMN yang dialokasikan: **1% - 5%**.
- Pembinaan berupa: pendidikan, pelatihan, penelitian dan pemagangan, pinjaman modal kerja dan investasi, pemasaran dan promosi hasil

produksi, **pemberian jaminan** dalam rangka memperoleh kredit perbankan, **penyertaan pada perusahaan modal ventura** di Daerah Tingkat I yang membantu permodalan dan pinjaman kepada usaha kecil dan koperasi.

Pada tahun 1996 kembali terbit peraturan mengenai dana yang digunakan dalam PUKK, yang semula dialokasikan sebesar 1-5% menjadi 1-3% berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan Nomor: **60/KMK.016/1996**, tanggal 9 Februari 1996, tentang Perubahan Pasal 3 Keputusan Menteri Keuangan RI Nomor 316/KMK.016/1994. Selain itu, pada tahun 1997 terjadi perubahan Pasal 1 Keputusan Menteri Keuangan RI Nomor 316/KMK.016/1994 mengenai "pendefinisian usaha kecil sebagai mitra binaan dengan mengikuti definisi yang ada didalam Undang-undang Usaha Kecil yang berlaku" melalui Keputusan Menteri Pembina BUMN No. **266/KMK.016/1997**, tanggal 11 Juni 1997.

Untuk memperluas cakupan tanggung jawab sosial BUMN kepada masyarakat sekitar perusahaan, Program Pembinaan Usaha Kecil dan Koperasi (PUKK) akhirnya diubah menjadi Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) berdasarkan Keputusan Menteri BUMN Nomor **KEP-236/MBU/2003**, tanggal 17 Juni 2003, tentang **Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara Dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan** yang antara lain berisi:

- Mengatur dua program: Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Koperasi (PUKK) dan Program Bina Lingkungan (PBL) menjadi Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL).
- Adanya BUMN Koordinator.
- Diperbolehkannya kerjasama dengan BUMN lain.
- Diterbitkannya petunjuk teknis pelaksanaan pengelolaan dana PKBL.

Untuk memperbaiki pelaksanaan program kemitraan tersebut, pada tahun 2004 diterbitkan Surat Menteri BUMN nomor: **112/MBU.07/2004**, yang memerintahkan sebagian dana program kemitraan dialokasikan untuk jaminan (*substituted cash collateral*) atas Kredit Usaha Mikro – Layak Tanpa Agunan (KUM – LTA) yang ditempatkan di Bank Mandiri, dengan total Rp 200 miliar. Kedua peraturan inilah yang menjadi landasan pelaksanaan PKBL sampai sekarang.

Berdasarkan peraturan perundang-undangan tersebut, PKBL dilaksanakan dengan filosofi dasar sebagai berikut:

a. Kewajiban:

BUMN diwajibkan untuk melaksanakan PKBL yang dibiayai dari penyisihan sebagian laba bersih perusahaan.

b. Tugas sosial:

Pelaksanaan PKBL merupakan tugas sosial mengingat tugas ini bukan *core business* dari BUMN.

c. *Accountable*:

BUMN wajib melakukan pembukuan tersendiri (terpisah dari laporan keuangan perusahaan) atas program kemitraan dan program bina lingkungan serta menyampaikan laporan berkala, triwulanan dan tahunan yang telah diaudit oleh auditor independen, kepada Menteri/ pemegang saham untuk kemudian disahkan oleh Menteri/ RUPS. Kinerja pelaksanaan PKBL merupakan bagian dari penilaian kinerja perusahaan/ direksi yang tertuang dalam *Key Performance Indicator* (KPI).

d. *Corporate Action*:

Pelaksanaan PKBL merupakan *corporate action*, dimana selain organ BUMN, pihak mana pun dilarang campur tangan dalam pengurusan BUMN.

Program Kemitraan dan Bina Lingkungan merupakan salah satu instrumen perwujudan tanggung jawab sosial BUMN yang wajib dilaksanakan bagi seluruh BUMN sebagai wujud kontribusi perusahaan terhadap masyarakat. Program ini terbagi dalam dua subprogram yaitu program kemitraan dan program bina lingkungan. Program kemitraan ditujukan bagi para pengusaha menengah dan kecil agar mereka dapat meningkatkan kemampuan usahanya sehingga bisa menjadi tangguh dan mandiri melalui pemanfaatan bagian laba BUMN. Sedangkan program bina lingkungan ditujukan untuk memberikan manfaat kepada masyarakat sekitar wilayah usaha BUMN, namun jenis bantuan tertentu seperti korban bencana alam, pendidikan dan pelatihan masyarakat, kesehatan masyarakat, sarana/ prasarana umum dan sarana ibadah masyarakat dapat diperluas.

Secara konsep, PKBL merupakan salah satu bentuk tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) terhadap para pemangku kepentingan (*stakeholders*), baik internal (tenaga kerja dan manajemen perusahaan) maupun eksternal (masyarakat sebagai kelompok sasaran dan penerima manfaat). Melalui PKBL diharapkan terjadi peningkatan partisipasi BUMN untuk memberdayakan potensi dan kondisi ekonomi, sosial, dan lingkungan masyarakat. Fokus diarahkan pada pengembangan ekonomi kerakyatan untuk menciptakan pemerataan pembangunan. PKBL-BUMN sekaligus diharapkan mampu mewujudkan 3 pilar utama pembangunan (*triple tracks*) yang telah dicanangkan pemerintah dan merupakan janji politik kepada masyarakat, yaitu: (1) pengurangan jumlah pengangguran; (2) pengurangan jumlah penduduk miskin; dan (3) peningkatan pertumbuhan ekonomi (Muftie, 2007).

II.2.1 Program Kemitraan

Berdasarkan Keputusan Menteri BUMN NO. Kep-236/MBU/2003 mengenai Program Kemitraan dan Bina Lingkungan, yang dimaksud dengan Program Kemitraan (PK) adalah program untuk meningkatkan kemampuan usaha kecil menjadi tangguh dan mandiri melalui pemanfaatan dana dari bagian laba BUMN. Sedangkan yang dimaksud dengan kemitraan adalah kerjasama usaha antara usaha kecil dengan usaha menengah dan atau usaha besar (termasuk BUMN) disertai dengan pembinaan dan pengembangan oleh usaha menengah dan atau besar dengan memperhatikan prinsip saling memerlukan, saling memperkuat, dan saling menguntungkan.

Program Kemitraan dimulai sejak tahun 1989 yang dikenal dengan Program Pembinaan Pengusaha Golongan Ekonomi Lemah dan Koperasi (Pegelkop) dengan mengacu pada Keputusan Menteri Keuangan No. 1232/KMK.013/1989 tanggal 11 November 1989. Berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan No. 316/KMK.016/1994 tanggal 27 Juni 1994, nama program diubah menjadi Program Pembinaan Usaha Kecil dan Koperasi (PUKK) dan namanya kembali diubah serta menjadi bagian Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) berdasarkan Keputusan Menteri Negara Pendayagunaan BUMN/Kepala Badan Pembina BUMN No. Kep-216/M-PBUMN/1999 tanggal 28 September 1999. Selain aturan tersebut, pelaksanaan PKBL juga didasarkan pada Peraturan Bersama Menteri Negara BUMN RI Nomor: Kep-18/MBU/2005 dan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah RI Nomor 02/SKB/M.UKM/IV/2005.

Kinerja pelaksanaan Program Kemitraan dilihat dari indikator penyaluran (efektivitas) dan indikator pengembalian (kolektibilitas) menjadi salah satu indikator penilaian kinerja BUMN berdasarkan Keputusan Menteri Negara BUMN Nomor Kep-

100/MBU/2002, tanggal 4 Juni 2002 tentang Penilaian Tingkat Kesehatan Badan Usaha Milik Negara.

Sumber dana Program Kemitraan berasal dari penyisihan laba bersih perusahaan maksimum sebesar 2 (dua) persen dan diberikan dalam beberapa bentuk, yaitu:

- a) Pinjaman untuk membiayai modal kerja dan atau pembelian aktiva tetap dalam rangka meningkatkan produksi dan penjualan.
- b) Pinjaman khusus untuk membiayai kebutuhan dana pelaksanaan kegiatan usaha mitra binaan yang bersifat jangka pendek dalam rangka memenuhi pesanan dari rekanan usaha mitra binaan (MB).
- c) Biaya pembinaan yang bersifat hibah, yang meliputi biaya pendidikan, pelatihan, pemagangan, pemasaran, promosi, dan hal lain yang menyangkut peningkatan produktivitas mitra binaan serta untuk pengkajian/ penelitian yang berkaitan dengan Program Kemitraan.

Tujuan dari program kemitraan adalah untuk meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi pengusaha yang tangguh dan mandiri melalui pemanfaatan dana bagian laba BUMN, memperluas akses terhadap pembiayaan dan penjaminan bagi UMKM untuk keperluan investasi dan modal kerja, serta meningkatkan citra BUMN melalui program kemitraan ini. Sasaran yang ingin dicapai yaitu mengarahkan kemampuan usaha kecil agar menjadi usaha besar dan berkembang dengan meningkatkan kemampuan manajerial dalam kewirausahaan dan pemasaran dengan memberikan bimbingan, pinjaman modal kerja maupun investasi sehingga usaha kecil yang kurang sehat akan menjadi sehat, yang sehat akan menjadi tangguh mandiri dan berkembang menjadi sehat sekali yang akhirnya mampu mendapatkan pinjaman lembaga perbankan (*bankable*).

II.2.1.1 Definisi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Pada umumnya, negara-negara berkembang memiliki sektor informal dalam jumlah banyak, baik yang sudah terdaftar maupun yang belum berbadan hukum. Sektor informal ini merupakan penyumbang lapangan kerja terbesar di negara-negara berkembang dan menjadi salah satu penyumbang GDP negara-negara berkembang. Di negara-negara sedang berkembang 32% dari total nilai ekspor disumbang oleh sektor UKM selain 40% dari nilai output dari sektor industri manufaktur di negara tersebut. Di beberapa negara di kawasan Afrika, perkembangan dan pertumbuhan UKM, termasuk usaha mikro, sekarang diakui sangat penting untuk menaikkan output agregat dan kesempatan kerja (Tambunan, 2000).

Di Indonesia, usaha kecil menengah terdapat di berbagai sektor ekonomi. Data Kementerian Negara Koperasi dan Pengusaha Kecil dan Menengah (Menekop & PKM) menunjukkan bahwa pada tahun 2000, ada sekitar 38,99 juta usaha kecil dengan rata-rata penjualan per tahun kurang dari Rp 1 miliar, atau sekitar 99,85% dari jumlah perusahaan di Indonesia. Pada tahun yang sama, ada 55.061 perusahaan dari kategori usaha menengah (UM) dengan rata-rata penghasilan per tahun lebih dari Rp 1 miliar tetapi kurang dari Rp 50 miliar, atau sekitar 0,14% dari jumlah unit usaha.

UMKM di Indonesia memegang peranan sangat penting, terutama dalam hal penyediaan kesempatan kerja. Hal ini didasarkan pada fakta empiris bahwa kelompok usaha ini mempekerjakan lebih banyak orang daripada usaha besar. Tahun 2000, lebih dari 66 juta orang bekerja di usaha kecil, atau sekitar 99,44% dari jumlah kesempatan kerja. Jumlah ini mengalami peningkatan sebesar 12,04% atau sekitar 7,2 juta orang dibandingkan dengan tahun 1999. Di tahun 1999, ada sekitar 7,1 juta orang bekerja di kelompok usaha menengah, dan naik menjadi 6,49% atau hampir 460 ribu orang menjadi 7,5 juta orang di tahun 2000.

UMKM telah menjadi perhatian pemerintah dengan adanya sebuah kementerian tersendiri yang digabung dengan koperasi, yaitu Kementerian Koperasi dan UKM. Kementerian Koperasi dan UKM memberi definisi UMKM dengan kriteria sebagai berikut:

1. Usaha Mikro adalah kegiatan ekonomi rakyat berskala kecil dan bersifat tradisional dan informal, dalam arti belum terdaftar, belum tercatat dan belum berbadan hukum. Hasil penjualan bisnis tersebut paling banyak Rp 100.000.000,-
2. Usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang memenuhi kriteria, antara lain:
 - a. Usaha yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
 - b. Usaha yang memiliki penjualan tahunan paling banyak Rp 1.000.000.000,-
 - c. Usaha yang berdiri sendiri, bukan anak perusahaan maupun cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau terafiliasi baik secara langsung maupun tidak langsung dengan usaha menengah/ skala besar.
 - d. Berbentuk usaha yang dimiliki orang perorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum/ badan usaha yang berbadan hukum, termasuk koperasi.
3. Usaha Menengah adalah kegiatan ekonomi rakyat, dengan kriteria:
 - a. Usaha yang memiliki kekayaan bersih lebih besar dari Rp 200.000.000,- sampai dengan Rp 10.000.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan usaha.
 - b. Usaha yang berdiri sendiri, bukan perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau terafiliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha menengah/ skala besar.

- c. Berbentuk usaha yang dimiliki orang perorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum/ badan usaha yang berbadan hukum, termasuk koperasi.

Ketiga kelompok usaha itu mencerminkan bahwa bisnis tersebut bisa berpindah kelompok sesuai dengan pertumbuhan dan perkembangan bisnisnya.

Sedangkan Jebarus (1998) menyatakan berdasarkan survey yang dilakukan Lembaga Manajemen FEUI mengemukakan bahwa sektor usaha kecil di Indonesia memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1. Hampir setengah dari perusahaan kecil hanya mempergunakan 60% kapasitas terpasang atau kurang dari itu. Penyebabnya antara lain karena kesalahan dalam perencanaan (terbatasnya visi pengusaha atau sekadar ikut-ikutan) dan ketidakmampuan memperbesar pasar.
2. Lebih dari separuh sektor usaha kecil didirikan sebagai pengembangan dari usaha kecil-kecilan.
3. Masalah utama yang dihadapi berbeda menurut tahapan pengembangan usaha:
 - Pada masa persiapan (sebelum investasi) terdapat dua masalah yang menonjol yaitu permodalan dan kemudahan usaha (lokasi dan perizinan)
 - Tahap pengenalan usaha, masalah yang dihadapi ialah masalah pemasaran, permodalan, dan hubungan usaha.
 - Tahap peningkatan usaha, masalah yang dihadapi adalah pengadaan bahan baku.
4. Umumnya sukar untuk meningkatkan pangsa pasar bahkan cenderung mengalami penurunan usaha karena kekurangan modal, tidak mampu memasarkan dan kurang keterampilan teknis dan administrasi.

5. Tingkat ketergantungan terhadap bantuan pemerintah berupa permodalan, pemasaran, dan pengadaan barang/ bahan relatif tinggi.
6. Hampir 60% dari usaha kecil masih mempergunakan teknologi yang tradisional.
7. Hampir 70% dari usaha kecil melakukan pemasaran langsung kepada konsumen.
8. Sebagian besar pengusaha kecil dalam usaha memperoleh bantuan perbankan merasa terlalu rumit dan dokumen yang harus dipersiapkan sukar dipenuhi.

Dalam menentukan usaha kecil yang dapat menjadi mitra binaan BUMN untuk ikut serta dalam Program Kemitraan harus memenuhi kriteria sebagai berikut:

- a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000,- (dua ratus juta rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 1.000.000.000,- (satu miliar rupiah);
- c. Milik Warga Negara Indonesia;
- d. Berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau berafiliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Menengah atau Usaha Besar;
- e. Berbentuk usaha orang perseorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau badan usaha yang berbadan hukum, termasuk koperasi;
- f. Telah melakukan kegiatan usaha minimal 1 (satu) tahun serta mempunyai potensi dan prospek usaha untuk dikembangkan.

Kewajiban BUMN dalam membina usaha kecil dan koperasi antara lain menyusun *Standard Operating Procedure* (SOP) yang dituangkan dalam Surat Keputusan Direksi, menyusun Rencana Kerja dan Anggaran (RKA), melakukan

evaluasi dan seleksi atas kelayakan usaha dan menetapkan calon Mitra Binaan secara langsung, menyiapkan serta menyalurkan dana Program Kemitraan kepada Mitra Binaan, melakukan pemantauan dan pembinaan terhadap Mitra Binaan, mengadministrasikan kegiatan pembinaan, melakukan pembukuan atas Program Kemitraan, menyampaikan laporan pelaksanaan program yang meliputi laporan berkala baik triwulanan maupun tahunan kepada Menteri dan menyampaikan laporan berkala baik triwulanan maupun tahunan kepada Koordinator BUMN Pembina di wilayah masing-masing.

Selain pemberian pinjaman, BUMN juga wajib melakukan pembinaan dengan memberikan pelatihan manajerial dan pemasaran. Pembinaan terhadap usaha kecil diberikan untuk jangka waktu maksimal 5 tahun. Penggunaan dana program kemitraan tersebut diaudit dan dipertanggungjawabkan di RUPS.

Kewajiban mitra binaan terhadap BUMN pembina antara lain melaksanakan kegiatan usaha sesuai rencana yang telah disetujui oleh BUMN Pembina, menyelenggarakan pencatatan/ pembukuan dengan tertib, membayar kembali pinjaman secara tepat waktu sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati, dan menyampaikan laporan perkembangan usaha setiap triwulan.

II.2.1.2 Pola-pola Kemitraan Usaha

Berdasarkan Undang-undang Nomor 9 Tahun 1995 pasal 1 tentang Usaha Kecil, pengertian kemitraan adalah sebagai berikut ...“Kerjasama usaha antara Usaha Kecil dengan Usaha Menengah atau dengan Usaha Besar disertai dengan pembinaan dan pengembangan oleh Usaha Menengah atau Usaha Besar dengan memperhatikan prinsip saling memerlukan, saling memperkuat, dan saling menguntungkan.”

Dari definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa kemitraan merupakan tanggung jawab dari Usaha Besar atau menengah untuk membimbing dan membina sektor usaha kecil agar dapat mengembangkan usahanya sehingga memperoleh keuntungan secara konsisten, yang pada akhirnya segala kekurangan dan keterbatasan yang dialami dapat teratasi serta menjadi usaha yang tangguh.

Kemitraan menjadi salah satu faktor penting dalam mengembangkan sektor UMKM. Di mana masing-masing pihak saling menguntungkan. Bagi pengusaha besar, bahan baku terjamin baik secara kualitas maupun kuantitas, efisiensi biaya produksi, menghemat modal investasi karena perusahaan tidak perlu menguasai dari hulu ke hilir. Sedangkan bagi pengusaha kecil, manfaat kemitraan dapat meningkatkan pendapatan keluarga dan masyarakat sekitar, peningkatan kualitas penguasaan teknologi, penguasaan manajemen dan penyediaan lapangan kerja.

Kemitraan usaha ini mempunyai beberapa pola tertentu disesuaikan dengan sifat dan kondisi dari usaha yang dimitrakan. Secara garis besar, berikut ini adalah beberapa jenis pola kemitraan yang dikemukakan oleh Hafsah (1999):

1. Pola Intiplasma

Hubungan kemitraan usaha kecil dengan usaha besar/ menengah di mana usaha besar/ menengah bertindak sebagai inti dan usaha kecil sebagai plasma. Peranan sebagai inti ialah memberikan pembinaan, penyediaan sarana produksi, bimbingan dan pemasaran hasil produksi. Kemitraan ini juga berperan sebagai upaya pemberdayaan pengusaha kecil di bidang teknologi, modal, dan kelembagaan.

2. Pola Subkontrak

Hubungan antara usaha kecil dengan usaha besar/ menengah di mana usaha kecil memproduksi kebutuhan yang diperlukan perusahaan sebagai bagian dari

komponen produksinya. Ciri khas pola ini ialah membuat kontrak bersama yang mencantumkan volume, harga, dan waktu.

3. Pola Dagang Umum

Hubungan antara usaha kecil dengan usaha besar/ menengah dimana usaha besar/ menengah memasarkan hasil produksi usaha kecil sedangkan usaha kecil mensuplai kebutuhan yang diperlukan perusahaan sesuai dengan persyaratan yang telah ditetapkan perusahaan. Keuntungan dari pola ini ialah adanya jaminan harga produk yang dihasilkan dan kualitas sesuai dengan yang telah disepakati.

4. Pola Keagenan

Hubungan kemitraan dimana usaha kecil diberi hak untuk memasarkan barang/ jasa dari usaha besar/ menengah. Usaha besar bertanggung jawab atas produk yang dihasilkan dan usaha kecil memasarkan hasil produksinya disertai dengan target-target yang harus dicapai usaha kecil tersebut, nantinya usaha kecil akan mendapat fee atau komisi.

5. Waralaba

Kemitraan usaha kecil dengan usaha besar/ menengah yang memberikan hak lisensi, merek dagang dan saluran distribusi perusahaannya kepada usaha kecil tersebut sebagai penerima waralaba dan disertai pula dengan bimbingan manajemen.

6. Pola Pembinaan

Pola yang dikembangkan oleh pemerintah untuk memberi peluang usaha bagi pengusaha kecil yang memiliki potensi namun lemah dalam modal dan pemasaran.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat dilihat pola kemitraan yang digunakan dalam pelaksanaan Program Kemitraan oleh sebagian besar BUMN adalah pola inti-plasma dan pola pembinaan.

II.2.1.3 Pengukuran Kinerja Program Kemitraan

Berdasarkan Keputusan Menteri BUMN No. KEP-100/MBU/2002, efektivitas penyerapan dana dan tingkat kolektibilitas Program Kemitraan dapat dinilai dengan rumus sebagai berikut:

1. Efektivitas Penyaluran Dana

Rumus :
$$\frac{\text{Jumlah dana yang disalurkan} \times 100\%}{\text{Jumlah dana yang tersedia}}$$

Definisi :

- Jumlah dana tersedia adalah seluruh dana pembinaan yang tersedia dalam tahun yang bersangkutan yang terdiri atas:
 - Saldo awal
 - Pengembalian pinjaman
 - Setoran eks pembagian laba yang diterima dalam tahun yang bersangkutan (termasuk alokasi dari dana PUKK BUMN lain, jika ada)
 - Pendapatan bunga dari pinjaman PUKK
- Jumlah dana yang disalurkan adalah seluruh dana yang disalurkan kepada usaha kecil dan koperasi dalam tahun yang bersangkutan yang terdiri dari hibah dan bantuan pinjaman, termasuk dana penjaminan (dana yang dialokasikan untuk

menjamin pinjaman usaha kecil dan koperasi kepada Lembaga Keuangan).

2. Tingkat Kolektibilitas Pengembalian Pinjaman

Rumus :
$$\frac{\text{Rata-rata tertimbang kolektibilitas pinjaman PUKK} \times 100\%}{\text{Jumlah pinjaman yang disalurkan}}$$

Definisi :

- Rata-rata tertimbang kolektibilitas pinjaman PUKK adalah perkalian antara bobot kolektibilitas (%) dengan saldo pinjaman untuk masing-masing kategori kolektibilitas sampai dengan periode akhir tahun buku yang bersangkutan. Bobot masing-masing tingkat kolektibilitas adalah sebagai berikut:
 - Lancar 100 %
 - Kurang lancar 75 %
 - Ragu-ragu 25 %
 - Macet 0 %
- Jumlah pinjaman yang disalurkan adalah seluruh pinjaman kepada Usaha Kecil dan Koperasi sampai dengan periode akhir tahun buku yang bersangkutan.

II.2.2 Program Bina Lingkungan

Program Bina Lingkungan dilaksanakan pertama kali oleh BUMN pada tahun 1999 berdasarkan Keputusan Menteri Negara Pendayagunaan BUMN/ Kepala Badan Pembina BUMN No. Kep-216/MPBUMN/1999 tanggal 28 September 1999. Keputusan tersebut mengatur bahwa dana Program Bina Lingkungan dapat dipergunakan antara lain untuk pengentasan kemiskinan dan beasiswa.

Seiring dengan keluarnya Keputusan Menteri BUMN No.: Kep-236/MBU/2003 tanggal 17 Juni 2003 tentang PKBL, maka digabunglah Program Bina Lingkungan dengan Program Kemitraan yang semula bernama PUKK. Peraturan tersebut juga menyatakan bahwa bantuan Bina Lingkungan BUMN digunakan untuk tujuan yang memberikan manfaat kepada masyarakat di sekitar wilayah usaha BUMN, sedangkan jenis bantuan yang dapat diberikan diperluas, yaitu dalam bentuk:

- Bantuan Korban Bencana Alam
- Bantuan Pendidikan dan Pelatihan Masyarakat
- Bantuan Kesehatan Masyarakat
- Bantuan Sarana/ Prasarana Umum
- Bantuan Sarana Ibadah Masyarakat

Berdasarkan Peraturan Menteri Negara BUMN No. : Per-05/MBU/2007 tanggal 27 April 2007 tentang PKBL, jenis bantuan Bina Lingkungan diperluas dengan jenis bantuan pelestarian alam. Pelaksanaan penyaluran dilakukan secara langsung kepada objek penerima bantuan, namun tidak menutupi kemungkinan bekerjasama dengan pihak lain berdasarkan kondisi/ pertimbangan tertentu, misalnya keterbatasan SDM, keahlian/ pengetahuan, efisiensi biaya, dan sebagainya.

Bantuan diberikan berdasarkan proposal/ permohonan yang disampaikan masyarakat atas inisiatif/ program kerja BUMN itu sendiri. Terhadap objek bantuan, BUMN wajib melakukan survey untuk memastikan kebenaran, kebutuhan dan kewajaran permintaan bantuan. Mengingat dana yang terbatas, BUMN wajib pula memperhatikan azas pemerataan dalam penyalurannya.

Dalam pelaksanaan Program Bina Lingkungan (PBL), BUMN diberi kewenangan untuk mengatur sendiri objek dan besarnya bantuan Program Bina Lingkungan sesuai dengan dana yang tersedia dan kepentingan perusahaan.