

**UNIVERSITAS INDONESIA**

**PELAKSANAAN PROGRAM KEMITRAAN DAN BINA  
LINGKUNGAN (PKBL) PT TELKOM DENGAN  
MENGUNAKAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH  
(UMKM) BERPOLA KLASER**

**(Studi Kasus pada Mitra Binaan PT Telkom, Kube 115,  
Kampung Anyar, Kabupaten Bogor)**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana  
kesejahteraan sosial**

**EFRON GISYARD APITULEY  
0808463914**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
DEPARTEMEN ILMU KESEJAHTERAAN SOSIAL  
PROGRAM SARJANA REGULER  
DEPOK  
JUNI 2012**

## **HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

**Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri,  
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk  
telah saya nyatakan dengan benar.**

**Nama : Efron Gisyard Apituley**

**NPM : 0806463014**

**Tanda Tangan :** 

**Tanggal : 21 Juni 2012**

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :  
Nama : Efron Gisyard Apituley  
NPM : 0806463914  
Program Studi : Ilmu Kesejahteraan Sosial  
Judul Skripsi : Pelaksanaan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) PT Telkom Dengan Menggunakan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Berpola Klaster (Studi Kasus Mitra Binaan PT Telkom Kube 115, Kampung Anyar, Kabupaten Bogor)

**Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Kesejahteraan Sosial pada Program Studi Ilmu Kesejahteraan Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia**

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Bagus Aryo, Ph.D (.....)

Penguji : Arif Wibowo, S. Sos, S. Hum, M. Hum (.....)

Penguji : Dra. Ety Rahayu, M. Si (.....)

Penguji : Dra. Djoemeliarasanti Djoekardi, MA (.....)

Ditetapkan di : FISIP UI  
Tanggal : 21 Juni 2012

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan berkat karuniaNya kepada penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul: Pelaksanaan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) PT Telkom Dengan Menggunakan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Berpola Klaster (Studi Kasus Mitra Binaan PT Telkom Kube 115, Kampung Anyar, Kabupaten Bogor) dengan tepat waktu dan lancar.

Pada kesempatan ini Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak mulai dari masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi akan sulit bagi Penulis untuk dapat merampungkan dengan tepat waktu. Oleh karena itu Penulis ingin mengucapkan terima kasih atas segala bantuan yang telah diberikan. Ucapan terima kasih tersebut dipersembahkan kepada :

1. Bagus Aryo, Ph.D selaku dosen pembimbing, mulai dari pembimbing kapsel hingga skripsi, terimakasih atas waktu, pikiran, motivasi dan tenaga yang diberikan untuk dapat membantu Penulis merampungkan skripsi ini dengan tepat waktu ditengah kesibukan beliau.
2. Tim Penguji skripsi yang terdiri dari Penguji Ahli, Arif Wibowo, S. Sos, S. Hum, M. Hum, Ketua Sidang, Dra. Etty Rahayu, M. Si dan Sekretaris Sidang, Dra. Djomeliarasanti Djoekardi, MA yang memberikan masukan dan saran bagi perbaikan penelitian yang dibuat oleh Penulis.
3. Triyanti Anugrahini, S. Sos, M. Si selaku pembimbing akademis Penulis yang telah setia membimbing dan memberikan masukan dalam merancang perkuliahan mulai dari semester satu hingga semester akhir.
4. Keluarga besar Departemen Ilmu Kesejahteraan Sosial, dosen-dosen yang selama ini telah membimbing Penulis selama empat tahun menjalani perkuliahan. Terimakasih pula kepada Mba Iyen yang telah direpotkan untuk mengurus administrasi surat menyurat.
5. Jajaran Manajer dan staf Divisi *Community Development Center* (CDC) PT Telkom Divisi Regional II yang dengan kebaikan hatinya sudah membantu



Penulis menyelesaikan skripsi dengan lancar dan memberikan semangat kepada penulis mulai dari praktikum 2 hingga proses pencarian data skripsi.

6. Pengusaha rengginang dan dodol di Kube 115, Kabupaten Bogor yang telah menyediakan waktu dan membantu penulis dalam memberikan informasi yang dibutuhkan dalam menyelesaikan penulisan skripsi.
7. Kedua orangtua yang Penulis cintai dan banggakan, Arnoldus Ishak Apituley dan Emely Rolina Apituley-Siregar serta adik tersayang, Mahla Prita Apituley yang selalu memberikan dukungan, motivasi, doa, dan kasih sayang dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Keluarga besar Apituley-Siregar yang sangat mendukung Penulis untuk menyelesaikan proses skripsi. Semoga kita semua selalu sukses dan berada dalam penyertaan Tuhan.
9. Teman-teman di Kessos 2008, terimakasih untuk empat tahun yang indah bersama, khususnya lima orang sahabat terbaik: Ade, Tika, Mira, Isa, dan Rani, terimakasih untuk banyak pengalaman bersama kalian. Buat teman-teman yang juga menyelesaikan skripsi bersama-sama: Shinta, Nofan, Uchy, Madina, dan yang lainnya terimakasih buat sharingnya selama satu semester ini. Untuk teman-teman yang lain tetap semangat dan sukses selalu.
10. *My lovely #GT team, you guys rock!!!!!!* Terimakasih sudah mendukung Penulis dalam menyelesaikan skripsi dan selalu menjadi curahan hati saat merasa sedang jenuh ataupun letih mengerjakan skripsi.

Akhir kata, penulis hanya berharap segala kebaikan yang sudah kalian berikan mendapatkan balasan yang setimpal dari Tuhan Yang Maha Esa. Penulis mengharapkan bahwa penelitian ini dapat berguna bagi banyak orang di masa yang akan datang.

Depok, Juni 2012

Efron Gisyard Apituley

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

---

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Efron Gisyard Apituley  
NPM : 0806463914  
Program Studi : Sarjana Reguler Ilmu Kesejahteraan Sosial  
Departemen : Ilmu Kesejahteraan Sosial  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Jenis Karya : Skripsi


Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

“PELAKSANAAN PROGRAM KEMITRAAN DAN BINA LINGKUNGAN (PKBL) PT TELKOM DENGAN MENGGUNAKAN USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) BERPOLA KLASSTER” (Studi Kasus: Mitra Binaan PT Telkom Kube 115, Kampung Anyar, Kabupaten Bogor)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok  
Pada tanggal : Juni 2012  
Yang Menyatakan,



(Efron Gisyard Apituley)

## ABSTRAK

Nama : Efron Gisyard Apituley  
Program Studi : Ilmu Kesejahteraan Sosial  
Judul : Pelaksanaan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) PT Telkom dengan menggunakan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Berpola Klaster (Studi Kasus Mitra Binaan Telkom, Kube 115, Kampung Anyar, Kabupaten Bogor)

Skripsi ini bertujuan untuk menggambarkan pelaksanaan PKBL PT Telkom dalam mengembangkan UMKM berpola klaster yang dinamakan Kube 115 serta menggambarkan perubahan yang terjadi pada pengusaha Kube 115 dan warga Kampung Anyar setelah mengikuti program tersebut. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan proses pelaksanaan PKBL mengalami beberapa penyimpangan, seperti pelaksanaan monitoring yang tidak dilakukan secara berkala dan mitra binaan tidak mengikuti pembinaan. Selain itu beberapa pengusaha belum mengembangkan usaha, baik dilihat dari sisi pengelolaan keuangan, legalitas, pengemasan dan pemasaran hasil produksi, serta minimnya pemanfaatan pembangunan outlet hasil produksi.

Kata Kunci :  
Program Kemitraan, Bina Lingkungan, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM),  
UMKM berpola klaster

## **ABSTRACT**

Nama : Efron Gisyard Apituley  
Program Studi : Social Welfare Science  
Judul : Implementation of Partnership and Environment Development Program (PKBL) PT Telkom with SMEs Patterned Clusters (Case Studies Partners Patronage Telkom, Kube 115, Bogor)

This thesis aims to describe the implementation of PT Telkom PKBL patterned clusters of SMEs in developing Kube 115 and describe the changes in the Kube 115 businessmen and Kampung Anyar residents after attending the program. The approach used is qualitative research with type of case study research. The results show the process of implementing PKBL experience some irregularities, such as the monitoring implementation is not done regularly and some trained partners do not follow the guidance. In addition it is seen from the changes, some employers have not developed the business, in terms of financial management, legality, packaging and marketing production, and the lack of use of building products outlets.

**Keyword:**

Partnership Program, Community Development, Small and Medium Enterprises (SMEs), SMEs clusters

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK .....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
<b>1. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian.....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Signifikansi Penelitian .....	10
1.4.1 Signifikansi Akademis.....	10
1.4.1 Signifikansi Praktis.....	10
1.5 Metode Penelitian .....	11
1.5.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	11
1.5.2 Lokasi Penelitian .....	12
1.5.3 Teknik Pemilihan Informan.....	13
1.5.4 Teknik dan Waktu Pengumpulan Data.....	15
1.5.5 Keterbatasan Penelitian .....	17
1.5.6 Teknik Analisa Data .....	18
1.5.7 Teknik Meningkatkan Kualitas Data.....	19
1.6 Sistematika Penelitian .....	20
<b>2 KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>22</b>
2.1 Kesejahteraan Sosial dan Usaha Kesejahteraan Sosial.....	22
2.2 Pemberdayaan .....	25
2.2.1 Pengertian .....	25
2.2.2 Tahapan Pemberdayaan .....	26
2.2.3 Partisipasi Dalam Pemberdayaan.....	30

2.3 Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) .....	32
2.3.1 Program Kemitraan .....	32
2.3.1.1 Pengertian .....	32
2.3.1.2 Syarat Menjadi Mitra Binaan .....	34
2.3.1.3 Mekanisme Penyaluran Dana Program Kemitraan .....	35
2.3.2 Program Bina Lingkungan .....	36
2.3.2.1 Pengertian .....	36
2.3.2.2 Ruang Lingkup Bantuan Program Bina Lingkungan .....	36
2.3.2.3 Mekanisme Penyaluran Dana Program BL .....	36
2.4 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) .....	37
2.4.1 Pengertian .....	37
2.4.2 Manfaat dan Kelemahan UMKM .....	40
2.4.3 Strategi Pengembangan UMKM .....	42
2.4.4 UMKM Berpola Klaster .....	49
2.4.4.1 Pengertian .....	49
2.4.4.2 Manfaat dan Kelemahan UMKM Berpola Klaster .....	51
<b>3. GAMBARAN UMUM .....</b>	<b>54</b>
3.1 Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) PT Telkom .....	54
3.1.1 Regulasi Pelaksanaan PKBL PT Telkom .....	54
3.1.2 Visi dan Misi PKBL PT Telkom .....	54
3.1.3 Organisasi Pengelola PKBL PT Telkom .....	55
3.1.4 Wilayah Operasional PKBL PT Telkom .....	56
3.1.5 Pelaksanaan Program Kemitraan PT Telkom .....	57
3.1.5.1 Metode Penyaluran Program Kemitraan .....	57
3.1.5.2 Alur Penyaluran Program Kemitraan .....	57
3.1.5.3 Pembinaan Program Kemitraan .....	59
3.1.6 Pelaksanaan Program Bina Lingkungan PT Telkom .....	61
3.1.6.1 Metode Penyaluran Program Bina Lingkungan .....	61
3.1.6.2 Alur Penyaluran Program Bina Lingkungan .....	61
3.1.6.3 Pilar Program Bina Lingkungan .....	62
3.2 Profil Kampung Anyar, Desa Semplak Barat, Kabupaten Bogor .....	64
3.2.1 Karakteristik, Batas dan Kondisi Fisik Wilayah .....	64
3.2.2 Gambaran Umum Penduduk dan Sosial Masyarakat .....	65
3.2.3 Organisasi/Perkumpulan dan Hubungan Dengan Pihak Eksternal .....	68
3.2.4 Proses Pelaksanaan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan di Kube 115, Kampung Anyar, Kabupaten Bogor .....	70

#### **4. PELAKSANAAN PROGRAM KEMITRAAN DAN BINA LINGKUNGAN PT TELKOM DENGAN MENGGUNAKAN UMKM BERPOLA**

<b>KLASTER .....</b>	<b>72</b>
4.1 Pelaksanaan Program Kemitraan PT Telkom .....	73
4.1.1 Tahapan Perencanaan.....	73
4.1.2 Tahapan Persiapan .....	74
4.1.2.1 Pembinaan Relasi Pengusaha di Kampung Anyar dengan Pegawai CDC PT Telkom.....	74
4.1.2.2 Pengisian formulir pendaftaran sebagai Calon Mitra Binaan (CMB) Telkom .....	75
4.1.2.3 Survey lokasi CMB.....	76
4.1.2.4 Evaluasi dan penilaian hasil survey .....	77
4.1.3 Tahapan Pelaksanaan .....	78
4.1.3.1 Penetapan Mitra Binaan Telkom .....	78
4.1.3.2 Pembinaan yang diperoleh anggota Kube 115 setelah menjadi mitra binaan Telkom.....	81
4.1.4 Tahapan Monitoring dan Evaluasi .....	85
4.1.4.1 Monitoring .....	85
4.1.4.2 Evaluasi .....	88
4.2 Pelaksanaan Program Bina Lingkungan PT Telkom .....	93
4.2.1 Tahapan Perencanaan.....	93
4.2.1.1 Latar belakang pelaksanaan Program Bina Lingkungan .....	93
4.2.1.2 Alasan PT Telkom memberikan bantuan Bina Lingkungan kepada Kube 115 sekaligus menjadi Kampung Binaan Telkom .....	94
4.2.2 Tahapan Persiapan .....	96
4.2.2.1 Pengisian formulir permohonan bantuan Bina Lingkungan.....	96
4.2.2.2 Survey calon objek bantuan.....	96
4.2.2.3 Penetapan persetujuan objek bantuan.....	97
4.2.3 Tahapan Pelaksanaan .....	99
4.2.3.1 Proses pemberian bantuan Bina Lingkungan .....	99
4.2.3.2 Partisipasi yang diberikan Kampung Anyar dalam pemberian bantuan Program Bina Lingkungan PT Telkom.....	100
4.2.4 Tahapan Monitoring dan Evaluasi .....	102
4.2.4.1 Monitoring.....	102

4.2.4.2 Evaluasi .....	103
4.3 Perubahan yang terjadi pada pengusaha Kube 115 dan warga Kampung Anyar setelah menjadi mitra binaan dan mendapatkan bantuan Bina Lingkungan PT Telkom .....	107
4.3.1 Perubahan terhadap perkembangan usaha pengusaha Kube 115	107
4.3.1.1 Perubahan terhadap modal usaha .....	107
4.3.1.2 Perubahan terhadap kepemilikan aset .....	108
4.3.1.3 Perubahan terhadap penggunaan tenaga kerja.....	108
4.3.1.4 Perubahan terhadap pemasaran hasil produksi.....	109
4.3.1.5 Perubahan terhadap jumlah omzet.....	111
4.3.1.6 Perubahan terhadap kemampuan dan teknik produksi	111
4.3.1.7 Perubahan terhadap pengelolaan keuangan.....	113
4.3.1.8 Perubahan terhadap kerjasama dalam antar pengusaha	114
4.3.2 Perubahan terhadap lingkungan sosial dan ekonomi warga Kampung Anyar .....	122
4.3.2.1 Perubahan terhadap pembangunan sarana dan fasilitas Umum .....	122
4.3.2.2 Perubahan terhadap tingkat perekonomian warga Kampung Anyar.....	123
4.3.2.3 Perubahan terhadap peningkatan lapangan kerja bagi warga sekitar .....	124
4.4 Pembahasan.....	127
4.4.1 Latar belakang pelaksanaan PKBL PT Telkom.....	127
4.4.2 Pengisian Formulir .....	129
4.4.3 Survey Lapangan .....	131
4.4.4 Penilaian dan Hasil Survey .....	133
4.4.5 Penetapan Mitra Binaan dan Objek Bantuan PT Telkom.....	135
4.4.6 Pembinaan Program Kemitraan .....	137
4.4.7 Monitoring dan Evaluasi.....	139
4.4.8 Perubahan terhadap Perkembangan usaha .....	141
4.4.8.1 Modal usaha.....	141
4.4.8.2 Kepemilikan aset .....	142
4.4.8.3 Tenaga kerja .....	143
4.4.8.4 Omzet .....	143
4.4.8.5 Pemasaran hasil produksi .....	144
4.4.8.6 Teknik produksi.....	146
4.4.8.7 Pengelolaan Keuangan .....	148
4.4.8.8 Kerjasama antar pengusaha .....	149



4.4.9 Perubahan terhadap lingkungan sosial ekonomi.....	152
4.4.9.1 Pembangunan sarana dan fasilitas umum.....	152
4.4.9.2 Tingkat perekonomian daerah .....	153
4.4.9.3 Peningkatan lapangan pekerjaan bagi disekitar Kampung Anyar.....	154
<b>5. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>156</b>
5.1 Kesimpulan .....	156
5.1.1 Pelaksanaan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan PT Telkom .....	156
5.1.2 Perubahan yang terjadi pada pengusaha Kube 115 dan Warga Kampung Anyar setelah menjadi mitra binaan dan mendapatkan bantuan Bina Lingkungan PT Telkom .....	158
5.2 Saran .....	159
5.2.1 Saran untuk staf pegawai CDC PT Telkom .....	159
5.2.2 Saran untuk pengusaha Kube 115 .....	161
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>162</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	1.1	Penyaluran Dana Program Kemitraan tahun 2004-2009 .....	3
Gambar	1.2	Realisasi Penyaluran Pinjaman Menurut Sektor Usaha tahun 2004-2009 .....	3
Gambar	1.3	Penyaluran Dana Program Bina Lingkungan per tahun serta Akumulasi Dana Program Bina Lingkungan sampai dengan tahun 2009 .....	4
Gambar	1.4	Proses Analisis Data .....	18
Gambar	2.1	Pengembangan Program Kemitraan Melalui Pola CSR oleh Perusahaan Besar .....	34
Gambar	3.1	Struktur Organisasi CDC PT Telkom, Tbk .....	55
Gambar	3.2	Wilayah Operasional PKBL PT Telkom, Tbk.....	56
Gambar	3.3	Alur Penyaluran Program Kemitraan .....	59
Gambar	3.4	Alur Penyaluran Program Bina Lingkungan .....	62
Gambar	3.5	Denah Wilayah Desa Semplak Barat, Kabupaten Bogor .....	64
Gambar	3.6	Akses Jalan Menuju Rumah Produksi .....	65
Gambar	3.7	Kegiatan Produksi Rengginang Pengusaha Kube 115.....	67
Gambar	3.8	Kegiatan Menjemur Rengginang Pengusaha Kube 115 .....	68
Gambar	3.9	Mesin Penggilingan Kelapa Bantuan Kementrian Perdagangan.....	69
Gambar	3.10	Proses Pelaksanaan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan PT Telkom di Kube 115, Kampung Anyar, Kabupaten Bogor .....	71
Gambar	4.1	Pengemasan Hasil Produksi Rengginang dan Dodol .....	113
Gambar	4.2	Rumah Produksi Kube 115 .....	124

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kinerja Pengembangan Klaster Sapi Potong .....	9
Tabel 1.2 Kerangka Informan .....	14
Tabel 1.3 Waktu Penelitian .....	17
Tabel 2.1 Bentuk Partisipasi, Tipe Partisipasi, dan Peran Masyarakat Lokal....	31
Tabel 2.2 Definisi dan Kriteria UMKM dari berbagai sumber .....	38
Tabel 3.1 Komposisi Penduduk Kampung Anyar menurut Jenis Kelamin .....	66
Tabel 3.2 Komposisi Penduduk Kampung Anyar menurut Usia .....	66
Tabel 4.1 Pelaksanaan Program Kemitraan PT Telkom .....	91
Tabel 4.2 Pelaksanaan Program Bina Lingkungan PT Telkom .....	105
Tabel 4.3 Perubahan Jumlah aset, tenaga kerja, omzet serta kerjasama antar pengusaha Kube 115 .....	118
Tabel 4.4 Perubahan modal usaha, pemasaran hasil produksi, pengelolaan keuangan, dan teknik produksi pengusaha Kube 115 ....	120
Tabel 4.5 Perubahan terhadap lingkungan sosial ekonomi Kampung Anyar ....	126

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Pedoman Wawancara dan Observasi

Lampiran 2 Transkrip Wawancara Staf CDC PT Telkom dan Pengusaha Kube 115

Lampiran 3 Formulir Pinjaman Dana Program Kemitraan

Lampiran 4 Analisa Hasil Survey

Lampiran 5 Kuesioner Survey Opini dan Efektivitas Program Kemitraan

Lampiran 6 Kuesioner Survey Impact dan Efektivitas Kegiatan Bina Lingkungan



# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

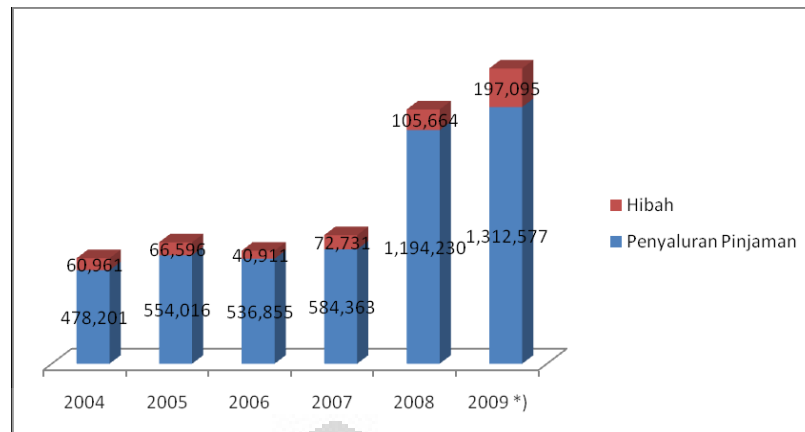
Terdapat berbagai pengertian mengenai kesejahteraan sosial. Menurut Midgley (2004), kesejahteraan sosial merupakan *“a state or condition of human well-being that exists when social problems are managed, when human needs are met, and when social opportunities are maximed”* (suatu keadaan atau kondisi kehidupan manusia yang tercipta ketika berbagai permasalahan sosial dapat dikelola dengan baik, ketika kebutuhan manusia dapat terpenuhi, dan ketika kesempatan sosial dapat dimaksimalkan).

Untuk mewujudkan suatu kondisi kesejahteraan sosial tentunya diperlukan upaya kerjasama tidak hanya dari pemerintah, namun juga masyarakat, khususnya dunia usaha. Hal ini tidak terlepas dari perhatian pemerintah dan masyarakat dalam mengupayakan kondisi kesejahteraan sosial yang diwujudkan dalam usaha kesejahteraan sosial. Usaha kesejahteraan sosial sendiri merupakan program atau kegiatan yang didesain secara konkrit untuk menjawab masalah, kebutuhan masyarakat ataupun meningkatkan taraf hidup masyarakat (Adi, 2005: 86). Usaha kesejahteraan sosial sendiri dapat dilakukan oleh berbagai pihak, mulai dari individu, keluarga, kelompok-kelompok dalam komunitas, ataupun komunitas secara keseluruhan.

Dari pernyataan diatas dapat dikatakan bahwa kesejahteraan sosial sebagai suatu kondisi kehidupan yang diharapkan masyarakat memerlukan adanya partisipasi seluruh pihak, baik pemerintah, organisasi non-pemerintah maupun dunia usaha. Jika dilihat pada Undang-undang RI Nomor 11 tahun 2009 tentang Kesejahteraan Sosial, pada pasal 38 dijelaskan bahwa masyarakat mempunyai kesempatan seluas-luasnya untuk berperan dalam penyelenggaraan kesejahteraan sosial, di dalam hal ini peran tersebut dapat dilakukan salah satunya oleh badan usaha. Sementara di pasal 40 dijelaskan bahwa peran badan usaha adalah menyelenggarakan kesejahteraan sosial sebagai tanggung jawab sosial dan lingkungan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Salah satu badan usaha yang menyelenggarakan usaha kesejahteraan sosial adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Adapun landasan upaya penyelenggarakan sosial BUMN adalah dalam bentuk Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) yang tertera dalam Peraturan Menteri Negara BUMN Nomor Per-05/MBU/2007 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan. Program kemitraan sendiri adalah program pemberdayaan usaha mikro dan/atau usaha kecil yang dilakukan BUMN dalam bentuk pemberian pinjaman dalam rangka perkuatan modal usaha yang disertai dengan kegiatan pendampingan. Kegiatan pendampingan diberikan dalam bentuk bantuan manajerial, bantuan produksi dan bantuan pemasaran.

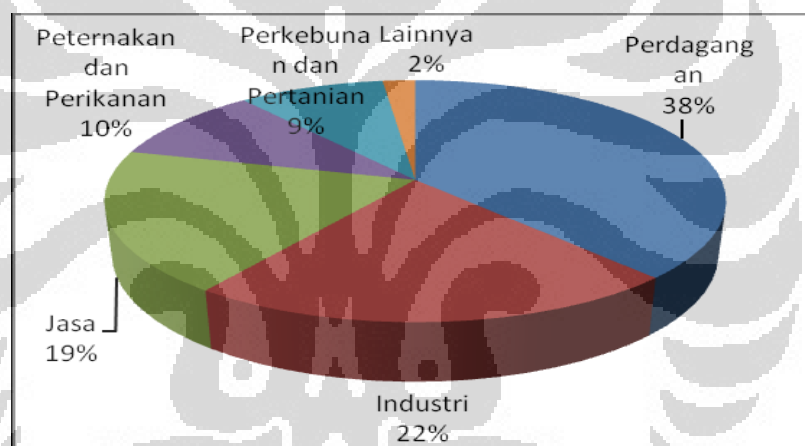
Program Kemitraan seperti dijelaskan sebelumnya, telah memberikan bantuan permodalan kepada para pengusaha kecil sahingga mereka memiliki kemampuan menjalankan usahanya dan memenuhi kebutuhan hidupnya. Selama ini Program Kemitraan yang sudah dilakukan oleh berbagai BUMN telah menunjukkan hasil yang positif. Jika diakumulasi sampai dengan tahun 2010, Kementerian BUMN mencatat dana PKBL yang disediakan seluruh BUMN mencapai Rp 14,67 triliun. Jika diperinci lebih lanjut, dana Program Kemitraan mencapai sebesar Rp12 triliun dan alokasi Program Bina Lingkungan senilai Rp 2,17 triliun dengan jangkauan 690.417 mitra binaan. Untuk 2011, dana PKBL bertambah Rp 4,92 triliun sehingga diperkirakan sampai dengan akhir tahun ini jumlah dana PKBL mencapai Rp 19,59 triliun. Berdasarkan data semester I tahun 2011 yang dihimpun dari 50 BUMN, Kementerian BUMN mencatat realisasi penyaluran dana PKBL mencapai Rp 680 miliar, dengan perincian Rp 470 miliar untuk program kemitraan dan Rp 210 miliar untuk Program Bina Lingkungan (Marcello, 2011).



**Gambar 1.1**

**Penyaluran Dana Program Kemitraan tahun 2004 – 2009**

Sumber : Masterplan BUMN Tahun 2010-2014 (2010)



**Gambar 1.2**

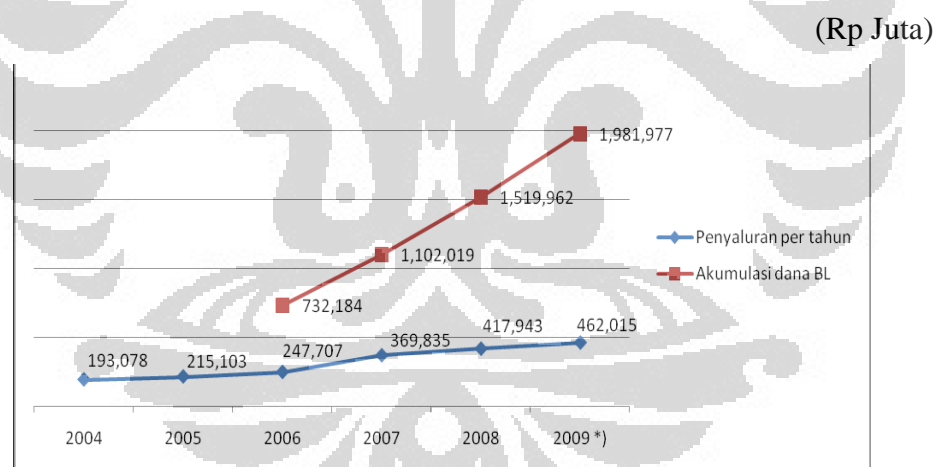
**Realisasi Penyaluran Pinjaman Menurut Sektor Usaha tahun 2004-2009**

Sumber : Masterplan BUMN Tahun 2010-2014 (2010)

Berdasarkan grafik diatas dapat dilihat bahwa program kemitraan tiap tahunnya telah memberikan banyak manfaat bagi para pengusaha kecil yang menjadi mitra binaannya. Jumlah mitra binaan maupun pinjaman yang semakin besar menunjukkan bahwa program tersebut memberikan manfaat yang sangat signifikan. Dalam grafik kedua juga dapat dilihat bahwa jenis usaha yang menjadi mitra dari BUMN semakin beragam, bukan lagi bidang perdagangan dan jasa. Artinya program PKBL yang dilakukan oleh berbagai BUMN telah menarik para pengusaha yang bergerak di berbagai macam bidang. Tidak hanya perdagangan

dan jasa yang bisa memanfaatkan program ini, pengusaha yang bergerak di bidang perikanan dan perkebunan pun memiliki kesempatan untuk mengembangkan usahanya.

Sementara Program Bina Lingkungan menurut Peraturan Menteri Negara BUMN Nomor Per-05/MBU/2007 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan merupakan program pemberdayaan kondisi sosial masyarakat oleh BUMN melalui pemanfaatan dana dari bagian laba BUMN yang terdiri dari beberapa sektor, seperti bantuan bencana alam, bantuan sarana umum, bantuan pendidikan dan pelatihan masyarakat, bantuan sarana ibadah, dan lainnya. Sama seperti program kemitraan, program bina lingkungan yang dilakukan oleh BUMN pun mampu memberikan manfaat bagi UMKM dalam mengembangkan usahanya. Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh Kementrian BUMN (2010) menunjukkan bahwa dalam kurun waktu 2004-2009, jenis bantuan bina lingkungan mengalami peningkatan baik dalam hal penyaluran dan akumulasi dana yang diberikan.



**Gambar 1.3**

**Penyaluran Dana Program Bina Lingkungan per tahun serta Akumulasi Dana Program Bina Lingkungan sampai dengan tahun 2009**

Sumber : Masterplan BUMN Tahun 2010-2014 (2010)

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Purwanto, menyatakan bahwa 100% UMKM yang berada di wilayah Cilacap mengalami kemajuan usaha khususnya dalam bentuk pengelolaan atau manajemen usaha dari adanya Proram Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) dari BUMN, dimana sekitar 83.3% UMKM menyatakan bahwa usaha mereka menjadi lebih maju setelah diberikan modal



usaha (Purwanto, 2008: 20). Hal tersebut menunjukkan bahwa program kemitraan yang dilakukan oleh berbagai UMKM memberikan pengaruh positif bagi pengembangan UMKM, khususnya dalam bentuk bantuan permodalan usaha.

Sementara melalui penelitian yang dilakukan oleh Herawati (2011) menyatakan bahwa adanya kemitraan UMKM yang menjadi mitra salah satu BUMN, yaitu PT Indofood Sukses Makmur Tbk Divisi Bogasari Flour Mills memperoleh berbagai keuntungan, seperti adanya bantuan permodalan untuk mengembangkan usaha, keterampilan sumber daya manusia yang meningkat berkat mengikuti berbagai pelatihan keterampilan yang diselenggarakan PT ISM, serta promosi usaha yang meningkat yang disebabkan oleh semakin baiknya kualitas produk yang dihasilkan sehingga semakin banyaknya permintaan dari konsumen.

Salah satu bentuk UMKM yang berkembang adalah UMKM berpola kluster. Kluster adalah konsentrasi geografis antara perusahaan-perusahaan yang saling terkait dan bekerjasama, diantaranya melibatkan pemasok barang, penyedia jasa, industri yang terkait, serta sejumlah lembaga yang secara khusus berfungsi sebagai penunjang dan atau pelengkap (Djamhari, 2006: 83). Sebesar kemunculan UMKM berpola kluster di Indonesia berakar pada ekonomi dan budaya lokal (Sato, 2000). Kondisi tersebut menyebabkan keputusan pelaku UMKM untuk mendirikan usaha dan berlokasi di dalam kluster hanya didasarkan pada motivasi untuk melanjutkan usaha keluarga atau untuk meniru keberhasilan masyarakat sekitar, bukan didasari oleh motif mendapatkan keuntungan yang lebih.

Pengembangan UMKM berpola kluster ini tidak terlepas dari berbagai permasalahan yang terjadi dari UMKM yang bersifat individual. Pada dasarnya permasalahan UMKM adalah sulitnya akses pendanaan, kesulitan memperoleh bahan baku dan pemasaran produk UMKM, belum siap menghadapi persaingan yang bersifat global, masih rendahnya akses informasi (pasar, teknologi, desain), dan juga rendahnya penguasaan teknologi (Nasution, 2003). Program UMKM berpola kluster tentunya akan memberikan keuntungan dibandingkan UMKM individual karena selain dari efisiensi biaya, tetapi juga ekonomi eksternal. Seperti contohnya pemusatan UMKM berdasarkan wilayah geografis akan meningkatkan

kesadaran usaha-usaha memasok produk-produk yang diperlukan. Selain itu pemasaran dan pembelian secara kolektif menjadi keuntungan lainnya (Sallatu dan Suhab, 2003).

Manfaat keberadaan klaster secara teoretik maupun empirik telah dikemukakan dalam sejumlah publikasi (Porter, Scorsone, Rahardjo, dalam Djamhari, 2006 : 83). Klaster industri akan meningkatkan produktivitas karena kebutuhan UMKM dalam mengakses atau memperoleh sumber daya dapat terkonsentrasi di satu tempat. Hal ini membantu meringankan biaya transaksi (*transaction costs*). Sumber daya produktif yang dimaksud dapat berupa teknologi, informasi, sumber daya manusia, kapital, atau sumber daya lainnya. Selain itu, konsentrasi dan interaksi yang tinggi antar sesama UMKM dalam klaster akan memperlancar proses penyebaran dan pertukaran informasi, pertukaran pengalaman dan sebagainya.

Salah satu BUMN yang melakukan Program Kemitraan adalah PT Telkom, Tbk. PT Telkom sendiri merupakan salah satu BUMN yang memiliki alokasi PKBL dan mitra binaan cukup besar. Berdasarkan data yang dikeluarkan Kementerian BUMN, dari jumlah 142 BUMN hingga tahun 2009 telah menyalurkan dana PKBL sebesar Rp 9,693 triliun dengan total 653.000 mitra binaan, dimana lima BUMN terbesar yang salah satunya adalah PT Telkom telah menyalurkan Rp 2,76 triliun atau 28,47% total penyaluran seluruh BUMN (Masterplan BUMN, 2010). Selain itu kinerja PKBL PT Telkom telah diapresiasi melalui beberapa penghargaan, seperti pada *Indonesia Corporate Social Relationship Award (ICA)* 2011 untuk aktivitas *Corporate Social Responsibility (CSR)*, sedangkan dalam anugerah BUMN terbaik tahun 2011, PT Telkom mendapatkan penghargaan untuk kategori inovasi PKBL terbaik. Selain itu Telkom juga mendapatkan penghargaan dari kementerian BUMN sebagai Perusahaan Terbaik Pemberdaya Koperasi, Usaha Mikro dan Usaha Kecil tahun 2009 (Penghargaan untuk Telkom, 2011).

PT Telkom telah merealisasikan penyaluran Dana Program Kemitraan tidak kurang dari Rp 154 miliar untuk 6.799 mitra binaan pada 2009. Kemudian pada 2010 meningkat menjadi sekitar Rp 297.7 miliar yang disalurkan untuk 9.918 mitra binaan. Sejak 2001 hingga 31 Desember 2010 dalam kerangka Program

Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL), PT Telkom telah menyalurkan bantuan pinjaman kepada 71.619 binaan. Realisasi pinjaman tersebut didistribusikan ke sektor-sektor industri, jasa, perdagangan, peternakan, perikanan, pertanian, perkebunan, serta jasa lainnya. Tahun 2011, sesuai amanat Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan, disetujui alokasi dana PKBL sebesar Rp 115,53 miliar untuk Program Kemitraan dan Rp 115,37 miliar untuk Program Bina Lingkungan (Kiprah Telkom Memberdayakan, 2011).

## 1.2 Pertanyaan Penelitian

Bentuk Program Kemitraan PT Telkom tidak hanya diperuntukkan bagi UMKM yang bersifat individual, tetapi juga bisa diperuntukkan kepada kelompok pengusaha yang disebut juga dengan UMKM berpola kluster. Berdasarkan wawancara awal yang dilakukan kepada manajer CDC Divisi Regional 2 PT Telkom, Bapak Jaenuddin, pengembangan UMKM menjadi kelompok pengusaha dan membentuk UMKM yang berpola kluster tentunya melalui berbagai tahapan. Biasanya pembentukan UMKM berpola kluster berawal dari beberapa mitra binaan yang berada dalam satu lokasi dan memiliki potensi perkembangan usaha yang cukup baik. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Taufik (2004) yang menyatakan bahwa UMKM yang bersifat individual akan sulit menghadapi persaingan dan fenomena global. UMKM dengan pola kluster menjadi pendekatan kelembagaan yang mensinergikan kekuatan yang ada dari berbagai sektor dan menjadi alternatif dalam meningkatkan daya saing dan daya kompatibilitas UMKM.

Upaya pembentukan UMKM berpola kluster selama ini adalah koordinasi dari berbagai *stakeholder*, mulai dari pemerintah, bank, asosiasi usaha, hingga perguruan tinggi. Dalam penelitian yang dilakukan Karsidi (2005: 14) mengenai pendampingan yang dilakukan oleh BDS LPPM UNS bekerja sama dengan Bank Bukopin dan Koperasi Bulakan untuk melakukan pembinaan dan penguatan permodalan terhadap pengrajin meubel di Bulakan, Sukoharjo akhirnya berhasil mendirikan sentra meubel yang mempekerjakan kurang lebih 1500 pengrajin meubel, namun keterlibatan masing-masing *stakeholder* kurang integratif satu sama lain. Sementara penelitian ini menggambarkan bagaimana upaya PT Telkom

melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) terhadap pengembangan UMKM berpola klaster, dimana dalam hal ini PT Telkom sebagai pelaku utama pengembangan UMKM berpola klaster dan bekerja sama dengan pihak-pihak tertentu sebagai pelaku pendukung.

PT Telkom sendiri telah membina beberapa UMKM yang berpola klaster yang bertujuan untuk menjadikan kelompok usaha tersebut sebagai Kampung Binaan Telkom yang memiliki komoditas produksi unggulan yang menjadi ciri khas kelompok usaha tersebut. Selain itu, apabila daerah tersebut berkembang, maka Program Bina Lingkungan PT Telkom pun bisa diberikan seperti pembangunan sarana dan fasilitas umum untuk mengembangkan perekonomian masyarakat wilayah tersebut. Tentunya pemberian program Kemitraan dan Bina Lingkungan akan memberikan dampak dan peranan bagi pengembangan kelompok usaha tersebut. Salah satunya pengembangan usaha tersebut dapat dilihat pada Kube 115. Wilayah ini yang pada awalnya hanya terdiri dari sepuluh pengusaha rengginang dan dodol namun setelah menjadi mitra binaan Telkom berkembang menjadi kelompok pengusaha yang berjumlah 176 pengusaha dan memproduksi hasil yang sama, yaitu rengginang dan dodol.

Berkembangnya wilayah Kube 115, Kabupaten Bogor hingga menjadi Kampung Binaan Telkom tentunya memberikan berbagai macam keuntungan. Dikarenakan para pengusaha memiliki hasil produksi yang sama maka pembelian bahan baku pun dialokasikan dalam satu tempat. Selain itu setelah menjadi mitra binaan Telkom, beberapa pengusaha pun mengikuti pelatihan, seperti wirausaha, pelatihan keuangan dan mengikuti pameran yang tentunya sangat menguntungkan proses pemasaran hasil produksinya. Menurut studi yang dilakukan oleh Weijland (1999) tentang kluster industri tradisional di pedesaan Indonesia terlihat bahwa ada beberapa keuntungan potensial pengklusteran. Jika diukur dari kapasitas perusahaan individunya, industri tradisional pedesaan melalui pengembangan jaringan perdagangan dan kluster dapat memecahkan permasalahan teknologi dan pemasarannya. Penyatuan produksi (*joint production*) akan mengurangi biaya-biaya transaksi pembelian input dan biaya memasarkan output, dan oleh karena itu akan menarik minat pedagang. Untuk kluster yang lebih maju, aspek teknologi

meningkat semakin penting dimana peralatan yang lebih mahal dan keterampilan khusus bisa dipakai bersama.

Sementara penelitian yang dilakukan oleh Lestari (2010) terdapat contoh pengembangan UMKM berpola klaster yang sudah memberikan manfaat kepada UKM individu serta masyarakat pada umumnya. Salah satu contohnya dilakukan oleh *Collaboration for Regional Business Environment Strengthening* (Corebest) adalah pendampingan dan kolaborasi dengan Pemda Tegal dalam pembentukan klaster enjin aplikasi Kabupaten Tegal. Program pengembangan klaster sapi potong di Kabupaten Tegal sampai dengan tahun 2004 mengalami perkembangan yang cukup pesat dalam mendukung peningkatan populasi dan produksi daging di Kabupaten Tegal. Hal ini dapat dilihat pada beberapa parameter diantaranya produksi daging dan kebutuhan konsumsi daging meningkat dalam kurun waktu tiga tahun terakhir. Demikian pula dengan jumlah dan pendapatan peternak sapi potong rata-rata naik 4 persen dan 4,5 persen. Hasil pencapaian kinerja pengembangan klaster sapi potong dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 1.1 Kinerja Pengembangan Klaster Sapi Potong**

Uraian Indikator	Satuan	Capaian Kinerja		
		2002	2003	2004
Populasi sapi potong	Ekor	6.406	6.454	6.646
Produksi daging	Kg	7.845.200	8.076.400	8.121.320
Kebutuhan konsumsi daging	Kg	13.700.852	14.544.652	15.442.721
Jumlah peternak sapi potong	KK	2.176	2.272	2.291
Pendapatan peternak sapi potong	Rp/thn	6.660.000	6.900.000	7.250.000

Sumber: Lestari (2010), diolah kembali

Berdasarkan keterangan diatas penulis tertarik untuk meneliti bagaimana pelaksanaan PKBL yang dilakukan oleh PT Telkom dalam mengembangkan UMKM berpola klaster dan perubahan yang dirasakan oleh mitra binaan dan masyarakat pada umumnya. Dari ketertarikan tersebut akhirnya dibuat satu

pertanyaan umum, yaitu : **Bagaimana Pelaksanaan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan PT TELKOM dengan Menggunakan UMKM Berpola Klaster?** Dari satu pertanyaan tersebut akan dibagi kedalam beberapa pertanyaan kecil, antara lain :

1. Bagaimana proses pelaksanaan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan PT Telkom dalam mengembangkan pengusaha di wilayah Kampung Anyar, Kabupaten Bogor menjadi UMKM berpola klaster yang dinamakan Kube 115?
2. Perubahan apa yang terjadi pada pengusaha Kube 115 dan warga Kampung Anyar setelah menjadi mitra binaan dan mendapatkan bantuan Bina Lingkungan PT Telkom?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Menggambarkan proses pelaksanaan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan PT Telkom dalam mengembangkan pengusaha di wilayah Kampung Anyar, Kabupaten Bogor menjadi UMKM berpola klaster yang dinamakan Kube 115
2. Menggambarkan perubahan yang terjadi pada pengusaha Kube 115 dan warga Kampung Anyar setelah menjadi mitra binaan dan mendapatkan bantuan Bina Lingkungan PT Telkom

### **1.4 Signifikansi Penelitian**

#### **1.4.1 Signifikansi Akademis**

Penelitian ini menggambarkan pelaksanaan pemberian Program Kemitraan dan Bina Lingkungan kepada UMKM, khususnya yang berada dalam satu wilayah/pola klaster. Selain itu penelitian ini juga menggambarkan perubahan yang terjadi pada pengusaha yang telah mendapatkan PKBL dari PT Telkom. Diharapkan penelitian ini dapat menambah literatur Program Studi Ilmu Kesejahteraan Sosial, khususnya mengenai UMKM berpola klaster dan pengembangan usaha mikro. Selain itu juga dapat memperkaya pengetahuan

mengenai mata kuliah “Kesejahteraan Sosial Industri”, khususnya mengenai tanggung jawab sosial perusahaan.

#### 1.4.2 Signifikansi Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi para pelaksana PT Telkom sebagai pelaksana Program PKBL, dan insitusi/lembaga lainnya yang memiliki program yang sama, khususnya dalam pengembangan UMKM berpola klaster.

### 1.5 Metode Penelitian

#### 1.5.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Menurut Neuman (2006: 157), pendekatan kualitatif merupakan pendekatan yang memandang kehidupan sosial dari berbagai sudut pandang dan menjelaskan bagaimana masyarakat membentuk suatu konstruksi sosial. Penelitian kualitatif lebih kepada untuk memahami bagaimana pengalaman hidup orang lain, menginterpretasi makna dan fenomena sosial, serta menjelajahi konsep dan mengembangkan teori baru (Alston dan Bowles, 1998: 7-9). Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk memahami fenomena secara deskriptif melalui kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus secara ilmiah. Secara deskriptif artinya data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Laporan penelitian akan berisi kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut, melalui naskah wawancara, catatan lapangan, foto, videotape, dokumen pribadi, catatan/memo, atau dokumen resmi lainnya (Moleong, 2007: 11)

Sementara itu, jenis penelitian ini berdasarkan tujuannya termasuk dalam jenis penelitian studi kasus. Menurut Neuman (2006: 40) penelitian studi kasus adalah merupakan penelitian yang meneliti kejadian dalam suatu kasus yang berlangsung dalam durasi waktu tertentu. Kasus dapat bersifat individual, kelompok, organisasi, pergerakan, kejadian atau unit geografis. Peneliti secara intensif menginvestigasi satu atau dua kasus atau membandingkan suatu kasus yang fokus kepada beberapa faktor. Studi kasus ini dapat menghubungkan level

mikro atau aksi individu masyarakat pada level makro atau struktur sosial masyarakat yang lebih besar.

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dimana peneliti mencoba menafsirkan data dan informasi yang ada di lapangan untuk membantu menggambarkan gejala atau fenomena di lapangan secara sistematis, dalam hal ini adalah PT Telkom sebagai suatu lembaga yang turut berperan serta dalam pengembangan UMKM melalui pemberian pinjaman modal dan bantuan bina lingkungan serta upaya mencoba mengembangkan UMKM yang berbentuk kelompok usaha yaitu UMKM berpola klaster. Sementara penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian studi kasus, dimana penelitian dilakukan pada wilayah yang memiliki karakteristik unik yaitu Kube 115 yang memiliki perkembangan usaha rengginang dan dodol hingga menjadi Kampung Binaan Telkom yang terdiri atas 176 pengusaha.

#### 1.5.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi di Kube 115, Bogor. Pada awalnya tempat ini hanya terdiri dari sepuluh pengusaha dan mendapatkan bantuan pinjaman modal dari PT Telkom memberikan bantuan awal sebesar 115 juta dan akhirnya dinamakan Kube 115 Semplak, Bogor. Saat ini Kube 115 juga dijadikan sebagai kampung binaan PT Telkom. Selain itu pada saat ini sudah terdapat sekitar 176 pengusaha rengginang dan dodol yang juga menjadi mitra binaan Telkom. PT Telkom sendiri memiliki mitra binaan yang merupakan kumpulan pengusaha yang berpola klaster yang tersebar di wilayah Bogor, Tangerang, dan Bekasi.

Alasan pemilihan lokasi di Kube 115, Kabupaten Bogor adalah tempat ini merupakan wilayah UMKM berpola kluster unggulan yang dimiliki oleh PT Telkom, dimana Kube 115 memiliki lebih dari satu produk unggulan, seperti rengginang, renggining, dan dodol yang sudah dijual hingga ke luar negeri, seperti Singapura dan Hongkong. Selain itu Kube 115 baru saja mendapatkan penghargaan CSR Award dari ajang Gelar Karya Pemberdayaan Masyarakat Expo & Award 2011 *CSR Best Practice for MDG's in Conjunction with Indonesia Millenium Development Goals* kategori "GOLD" MDG's tujuan-1 dalam pemberdayaan usaha mikro rumah tangga miskin pada bulan September 2011.



### 1.5.3 Teknik Pemilihan Informan

Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Menurut Neuman (2006: 222), metode *purposive sampling* merupakan suatu metode sampling yang digunakan pada situasi yang bersifat unik, dimana dalam teknik ini siapa yang akan menjadi sampel ditentukan sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian. Peneliti juga tidak akan pernah mengetahui sampel yang terpilih akan mewakili populasi yang ada. Dengan demikian setiap populasi tidak mendapatkan kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi informan. Berdasarkan pengertian tersebut maka yang akan menjadi informan dalam penelitian ini adalah pihak-pihak yang memenuhi kriteria sebagai berikut :

#### 1. Lembaga/Insititusi (PT Telkom)

- a. Memahami Program Kemitraan dan Bina Lingkungan PT Telkom, mulai dari tahapan perencanaan, detail pelaksanaan program di lapangan, hingga monitoring dan evaluasi terhadap program
- b. Memahami tahapan-tahapan kegiatan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan PT Telkom di komunitas sasaran, serta hambatan-hambatan yang terjadi dalam pelaksanaan tahapan kegiatan tersebut.
- c. Mengenal dan memiliki hubungan baik dengan anggota Kube 115 secara khusus dan warga Kampung Anyar Desa Semplak Barat, Kabupaten Bogor secara umum

#### 2. Komunitas Sasaran (Kube 115)

- a. Menjadi anggota Kube 115 dan telah mengikuti Program Kemitraan PT Telkom (menjadi mitra binaan Telkom)
- b. Mengetahui dampak pelaksanaan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan PT Telkom terhadap keberlangsungan usahanya, khususnya setelah berubah menjadi Kube 115 Semplak
- c. Mengetahui dampak pelaksanaan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan PT Telkom terhadap lingkungan Kampung Anyar Desa Semplak Barat

Informan dari pihak Telkom dipilih dua orang staf baik dari Program Kemitraan maupun Bina Lingkungan yang secara khusus menangani sub wilayah Bogor, wilayah tempat Kube 115 berada. Hal ini dilakukan karena staf tersebut yang paling memahami pelaksanaan PKBL yang dilakukan dan memiliki hubungan dekat dengan para pengusaha Kube 115. Sementara untuk komunitas sasaran dari Kube 115 yang menjadi pengurus kelompok maupun anggota kelompok Kube 115 yang aktif menjalankan PKBL dan memiliki perkembangan usaha yang beranekaragam untuk memperkaya keragaman data.

**Tabel 1.2 Kerangka Informan**

Informan yang ingin dicari	Jenis Informan	Jumlah Informan
1. Latar belakang pelaksanaan Program Kemitraan PT Telkom 2. Pelaksanaan/tahapan Program Kemitraan PT Telkom 3. Perubahan yang dirasakan pengusaha setelah menjadi mitra binaan dan dibentuknya Kube 115	Sub Manajer Program Kemitraan atau staf Program Kemitraan untuk wilayah Bogor	1
1. Latar belakang pelaksanaan Program Bina Lingkungan PT Telkom 2. Alasan pemilihan Kube 115, Kabupaten Bogor sebagai objek koordinasi antara Program Kemitraan – Bina Lingkungan PT Telkom 3. Pelaksanaan/tahapan Program Bina Lingkungan PT Telkom 4. Perubahan yang dirasakan warga Kampung Anyar setelah mendapatkan bantuan Bina Lingkungan PT Telkom	Sub Manajer Program Bina Lingkungan atau staf Program Bina Lingkungan untuk wilayah Bogor	1
1. Pelaksanaan/tahapan Program Kemitraan PT Telkom	Anggota Kube 115, Kabupaten Bogor	10

2. Pelaksanaan/tahapan Program Bina Lingkungan PT Telkom		
3. Perubahan terhadap perkembangan usaha pengusaha Kube setelah menjadi mitra binaan Telkom		
4. Perubahan yang dirasakan warga Kampung Anyar setelah diberikan bantuan Bina Lingkungan		

Sumber : Olahan Peneliti

#### 1.5.4 Teknik dan Waktu Pengumpulan Data

Terdapat beberapa teknik-teknik yang digunakan dalam pengumpulan data dalam penelitian ini, antara lain :

##### 1. Kajian Literatur

Pengumpulan data ini dilakukan melalui kajian literatur dan studi kepustakaan lainnya yang berkaitan dengan teori yang digunakan pada penelitian ini. Menurut Moleong (2007: 159) kajian literatur merupakan sumber tertulis yang terdiri dari sumber buku dan majalah ilmiah, arsip, dokumen pribadi serta dokumen resmi. Adapun dalam penelitian ini menggunakan kajian literatur dari buku, disertasi, jurnal ilmiah mengenai pelaksanaan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) serta UMKM berpola klaster. Hal ini akan ditunjang dengan penggunaan dokumen resmi, seperti dokumen perusahaan dan UU/Permen yang menjadi pedoman pelaksanaan PKBL yang dikeluarkan pemerintah.

##### 2. Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam menurut Moleong (2007: 186) adalah pertemuan antara dua orang untuk bertukar informasi atau ide melalui tanya jawab sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut. Adapun wawancara mendalam dilakukan kepada pihak PT Telkom sebagai pelaksana PKBL dan pengusaha dari Kube 115 sebagai mitra binaan sekaligus objek

bantuan program PKBL PT Telkom. Wawancara mendalam dilakukan untuk memperoleh data terkait tujuan penelitian yang meliputi pelaksanaan program Kemitraan dan Bina Lingkungan PT Telkom serta perubahannya terhadap keberlangsungan usaha pengusaha Kube 115 dan lingkungan sosial ekonomi Kampung Anyar, Kabupaten Bogor.

### 3. Observasi

Menurut Moleong (2007: 175), pengamatan dilakukan untuk mengoptimalkan kemampuan peneliti dari segi motif, kepercayaan kebiasaan; memungkinkan untuk melihat arti fenomena dan pandangan subjek penelitian; memungkinkan merasakan pengalaman subjek penelitian, serta membentuk pengetahuan bersama. Observasi dilakukan di lokasi mitra binaan Telkom, yaitu Kube 115, Kampung Anyar, Kabupaten Bogor. Pada dasarnya observasi dilakukan untuk melihat secara langsung kenyataan di lapangan sebagai perbandingan dari hasil wawancara. Adapun hal-hal yang akan diobservasi antara lain :

- a. Sarana dan fasilitas umum penunjang produksi di Kampung Anyar, Kabupaten Bogor
- b. Proses produksi para pengusaha di Kube 115, mulai dari pengolahan bahan baku hingga pengemasan hasil produksi
- c. Interaksi antara pengusaha Kube 115, antara pengusaha dengan tenaga kerja yang dipekerjakan, antara pengusaha dengan konsumen rengginang dan dodol

Tabel 1.3 Waktu Penelitian

No.	Tahapan/Kegiatan Penelitian	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun
1.	Penyusunan Proposal								
2.	Sidang Proposal								
3.	Revisi Proposal								
4.	Administrasi Perizinan Penelitian								
5.	Pedoman Wawancara								
6.	Studi Kepustakaan								
7.	Wawancara dan Observasi Informan								
8.	Analisis Data								
9.	Penyusunan Laporan Penelitian								

Sumber : Olahan Peneliti

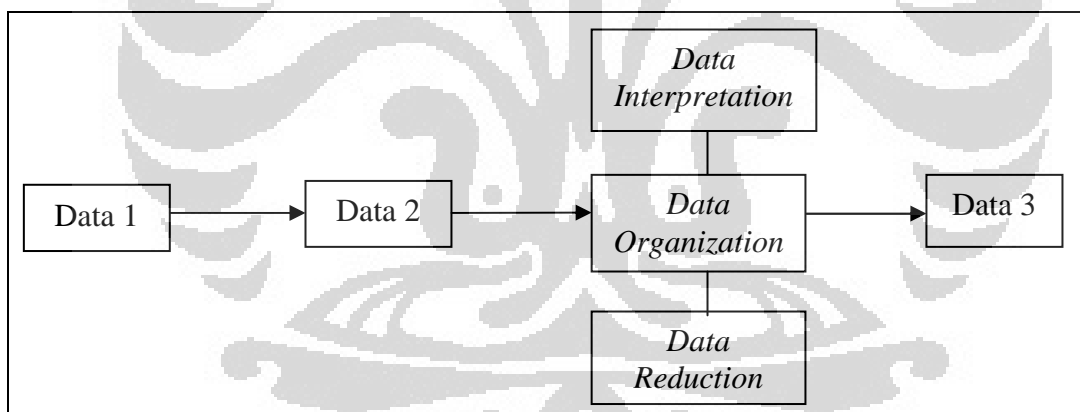
#### 1.5.5 Keterbatasan Penelitian

Salah satu tujuan penelitian ini adalah untuk melihat perubahan yang terjadi pada pengusaha Kube 115 dan warga Kampung Anyar sebelum dan sesudah mengikuti pelaksanaan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan PT Telkom. Hal tersebut dapat dilihat dari data awal (sebelum menjadi mitra binaan Telkom) dan data saat ini (setelah menjadi mitra binaan Telkom). Data diambil melalui metode wawancara mendalam dengan teknik *recall*, yaitu mencoba mengingat kembali kejadian yang sudah terjadi sebelumnya. Keterbatasan penelitian ini adalah kemungkinan data yang diperoleh tidak valid karena adanya kemungkinan informan yang diwawancarai tidak mengingat sepenuhnya kondisi awal yang ditanyakan.

### 1.5.6 Teknik Analisa Data dan Keterbatasan Penelitian

Data yang sudah terkumpul kemudian dilakukan proses analisis. Sarantakos, sebagaimana dikutip oleh Alston dan Bowles (1998: 195), mengemukakan bahwa dalam analisis data kualitatif terdapat tiga tahapan, yaitu:

1. Reduksi data (*data reduction*), yaitu membuat data berdasarkan instrument penelitian dan memasukkan serta memilih jawaban masing-masing informan berdasarkan tema.
2. Menggabungkan data (*data organization*), yaitu mengelompokkan jawaban dari tiap-tiap informan berdasarkan tema yang sama. Data yang telah dipilih dari tiap informan kemudian dikelompokkan berdasarkan tema yang sama.
3. Menjelaskan data (*data interpretation*), yaitu membuat kesimpulan dari jawaban-jawaban yang diberikan informan mengenai suatu tema. Setelah data diorganisir berdasarkan suatu tema maka dilakukan pembuatan kesimpulan dari jawaban-jawaban yang diberikan informan.



**Gambar 1.4 Proses Analisis Data**

Sumber: Alston dan Bowles, 1998: 195

Dalam penelitian yang akan dilakukan, data 1 merupakan data yang berasal dari literatur kepustakaan mengenai data-data mengenai program PKBL dan UMKM, penelitian dengan tema sejenis, serta kegiatan PKBL yang dilakukan oleh PT Telkom. Selain itu juga data ini berisi kerangka teori yang dapat digunakan untuk menganalisa hasil temuan lapangan, yang terdiri dari pengertian kesejahteraan sosial, usaha kesejahteraan sosial, PKBL, serta UMKM berpola klaster. Data 2 merupakan data hasil wawancara dan pengamatan di lapangan

dengan informan yang telah dipilih-pilih berdasarkan kriteria dan tujuan penelitian. Kemudian data yang terpilih diorganisasikan dan dianalisa berdasarkan teori yang digunakan sebagai literatur atau kepustakaan. Data 3 merupakan hasil analisa dari penelitian guna menjawab permasalahan dan tujuan dari penelitian.

#### 1.5.7 Teknik Meningkatkan Kualitas Data

Triangulasi menurut Neuman (2006: 149) merupakan suatu teknik memeriksa kebenaran dari sudut pandang yang berbeda, dimana teknik ini bertujuan untuk melihat sesuatu dari berbagai pandangan dibandingkan hanya melalui satu sudut pandang. Terdapat beberapa jenis triangulasi, yang pertama adalah triangulasi pengukuran. Melalui pengukuran suatu fenomena lebih dari satu cara, peneliti akan melihat seluruh aspek dalam pengukuran tersebut. Yang kedua adalah triangulasi sumber, artinya peneliti akan melakukan wawancara kepada beberapa orang yang tentunya memiliki perspektif, latar belakang, serta karakteristik yang berbeda untuk mengurangi keterbatasan informasi. Sementara yang ketiga adalah triangulasi teori, dimana peneliti akan menggunakan beberapa perspektif teori untuk melakukan interpretasi terhadap data. Sementara jenis triangulasi yang terakhir adalah triangulasi teknik, dimana peneliti akan menggunakan lebih dari satu teknik dalam menginterpretasi data, seperti penggunaan wawancara dan survey melalui kuesioner.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua jenis triangulasi yaitu triangulasi sumber dan teknik. Pada triangulasi sumber, praktikan akan mencari data dan informasi dari berbagai informan yang ditetapkan sesuai dengan tujuan penelitian, seperti pihak CDC PT Telkom sebagai penanggung jawab PKBL PT Telkom serta masyarakat Kampung Anyar, baik yang menjadi mitra binaan Telkom maupun masyarakat umum. Sementara untuk triangulasi sumber, peneliti akan mendapatkan informasi dan data melalui berbagai teknik, seperti wawancara mendalam dan observasi partisipatoris, yaitu melakukan observasi dengan cara ikut serta dalam proses produksi rengginang dan dodol.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Adapun penelitian ini akan dipaparkan menjadi lima (5) bab, yang terdiri dari:

### BAB 1 PENDAHULUAN

Menguraikan tentang kerangka dasar penelitian yang terdiri dari latar belakang permasalahan yang berisikan tentang BUMN sebagai salah satu pilar masyarakat yang bertanggung jawab terhadap terwujudnya suatu kondisi kesejahteraan sosial melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL), rumusan permasalahan yang berisi tentang peranan PKBL yang dilakukan oleh PT Telkom sebagai salah satu upaya pengembangan UMKM yang berpola klaster yang sebagai topik penelitian yang diangkat, tujuan penelitian, signifikansi penelitian yang terdiri atas signifikansi praktis dan akademis, metode penelitian yang meliputi pendekatan penelitian, jenis penelitian, lokasi penelitian, teknik pemilihan informan, teknik pengolahan data, teknik analisa data, dan strategi meningkatkan kualitas penelitian, serta sistematika penulisan.

### BAB 2 KAJIAN PUSTAKA

Berisikan tentang kerangka konseptual dan teoritis dari para ahli yang akan dijadikan dasar dalam pola pemikiran peneliti, terdiri dari konsep mengenai kesejahteraan sosial dan usaha kesejahteraan sosial, pemberdayaan, PKBL, serta UMKM. Kerangka konseptual bertujuan memperluas wawasan dan kajian teoritis digunakan untuk menganalisa data.

### BAB 3 GAMBARAN UMUM

Lokasi dan Program, menguraikan tentang gambaran umum Kube 115, Kabupaten Bogor sebagai lokasi penelitian yang terdiri dari kondisi geografis wilayah dan gambaran keadaan penduduk. Gambaran keadaan penduduk yang dimaksud adalah kepadatan dan persebaran penduduk, tingkat pendidikan, pekerjaan, kesehatan, dan lingkungan fisik. Selain itu



dalam bab ini juga akan dipaparkan gambaran umum Program Kemitraan dan Bina Lingkungan PT Telkom, khususnya yang diberikan kepada Kube 115 sebagai upaya pengembangan UMKM.

#### **BAB 4 TEMUAN LAPANGAN DAN PEMBAHASAN**

Menguraikan temuan-temuan di lapangan selama penelitian berlangsung tentang pelaksanaan PKBL PT Telkom dalam mengembangkan Kube 115 menjadi UMKM yang berpola kluster, serta kondisi Kube 115 setelah menjadi mitra binaan dan menerima bantuan Bina Lingkungan PT Telkom. Pada bab ini juga akan menguraikan tentang analisis dan pembahasan dari hasil-hasil temuan lapangan dan dikaitkan dengan kerangka pemikiran.

#### **BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN**

Kesimpulan berisi mengenai rangkuman secara singkat penelitian yang dilakukan dan saran diberikan untuk meningkatkan kualitas pelayanan PT Telkom sebagai pelaksana PKBL.

## BAB 2

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1 Kesejahteraan Sosial dan Usaha Kesejahteraan Sosial

Terdapat berbagai pengertian mengenai kesejahteraan sosial. Menurut Suharto (2005), kesejahteraan sosial didefinisikan sebagai arena atau domain utama tempat berkiprahnya pekerja sosial. Pemaknaan kesejahteraan sosial diartikan sebagai alat (*means*) untuk mencapai tujuan pembangunan. Pengertian lain mengenai kesejahteraan sosial juga dapat dilihat Undang-undang No. 11 tahun 2009 tentang Kesejahteraan Sosial, pasal 1 nomor 1: “Kesejahteraan sosial adalah Kesejahteraan Sosial adalah kondisi terpenuhinya kebutuhan material, spiritual, dan sosial warga negara agar dapat hidup layak dan mampu mengembangkan diri, sehingga dapat melaksanakan fungsi sosialnya”. Kesejahteraan menurut DiNitto dalam Adi (2005: 18) adalah segala sesuatu yang dipilih pemerintah untuk dilaksanakan atau tidak dilaksanakan, yang mempengaruhi kualitas hidup masyarakat ... Kebijakan Kesejahteraan Sosial meliputi hampir berbagai macam hal yang dilakukan pemerintah, mulai dari perpajakan, pertahanan nasional, konversi energi, hingga pelayanan kesehatan, perumahan dan bantuan sosial.

Di Indonesia, konsep kesejahteraan merujuk pada konsep pembangunan kesejahteraan sosial, yakni serangkaian aktivitas yang terencana dan melembaga yang ditujukan untuk meningkatkan standar dan kualitas kehidupan manusia. Sebagai sebuah proses untuk meningkatkan kondisi sejahtera, istilah kesejahteraan sejatinya tidak perlu pakai kata “sosial” lagi, karena sudah jelas menunjuk pada sektor atau bidang yang termasuk dalam wilayah pembangunan sosial. Sektor pendidikan dan kesehatan juga termasuk dalam wilayah pembangunan sosial. Di negara lain, istilah yang banyak digunakan adalah ‘*welfare*’ (kesejahteraan) yang secara konseptual mencakup segenap proses dan aktivitas mensejahterakan warga negara dan menerangkan sistem pelayanan sosial dan perlindungan sosial bagi kelompok yang kurang beruntung (Suharto, 2005).

Dalam mendorong terciptanya kondisi kesejahteraan sosial, diperlukan adanya upaya-upaya yang disebut dengan Usaha Kesejahteraan sosial. Usaha kesejahteraan sosial sendiri merupakan program atau kegiatan yang didesain secara konkrit untuk menjawab masalah, kebutuhan masyarakat ataupun meningkatkan taraf hidup masyarakat (Adi, 2005: 86). Usaha kesejahteraan sosial sendiri dapat dilakukan oleh berbagai pihak, mulai dari individu, keluarga, kelompok-kelompok dalam komunitas, ataupun komunitas secara keseluruhan. Menurut Undang-undang Republik Indonesia No. 11 Tahun 2009 mengenai Kesejahteraan Sosial, usaha-usaha kesejahteraan sosial adalah semua upaya, program dan kegiatan yang ditujukan untuk mewujudkan, membina, memelihara, memulihkan dan mengembangkan kesejahteraan sosial.

Beberapa karakteristik usaha kesejahteraan sosial antara lain:

1. Menanggapi kebutuhan manusia.
2. Usaha kesejahteraan sosial diorganisir guna menanggapi kompleksitas masyarakat perkotaan yang modern.
3. Kesejahteraan sosial mengarah kespesialisasi, sehingga lembaga kesejahteraan sosialnya juga menjadi terspesialisasi.
4. Usaha kesejahteraan sosial menjadi sangat luas

Usaha kesejahteraan sosial perlu dilakukan untuk mewujudkan kondisi kehidupan yang diharapkan oleh masyarakat. Usaha kesejahteraan sosial dilakukan oleh organisasi yang menyediakan layanan sosial yang sering disebut organisasi pelayanan masyarakat (biasa disingkat HSO). HSO terdiri dari organisasi pemerintah (*government organizations*), organisasi non pemerintah (*non-government organizations*) maupun pihak swasta (*private organizations*) yang memperhatikan masalah sosial (Sumarnonugroho, 1987).

Terdapat beberapa jenis usaha kesejahteraan sosial yang ditawarkan kepada masyarakat dalam Adi (2005: 89), antara lain :

1. Layanan yang ditujukan langsung ke kelompok atau komunitas sasaran yang dikenal sebagai *Direct Services*. Misalnya suatu lembaga pelayanan masyarakat mengembangkan program pengembangan modal usaha dan berbagai macam model pemberian bantuan keuangan untuk komunitas (*income generating activities*), program beasiswa untuk anak yang tidak

mampu, dan sebagainya. Disini, semua layanan yang dilakukan oleh lembaga ditujukan langsung pada komunitas sasaran.

2. Layanan yang tidak langsung diarahkan pada komunitas sasaran, tetapi bantuan diberikan pada lembaga yang mempunyai program langsung ke komunitas sasaran, biasa dikenal sebagai *Indirect Services*. Misalnya suatu lembaga donor internasional dalam rangka mengurangi angka kemiskinan dan angka kematian bayi maka lembaga tersebut mengkontak berbagai organisasi pelayanan masyarakat yang memiliki program langsung kemasyarakatan, kemudian memberikan bantuan finansial pada berbagai HSO di Indonesia untuk disampaikan langsung ke komunitas sasaran.

Berdasarkan beberapa pengertian diatas, peneliti menggunakan pengertian kesejahteraan sosial menurut Midgley (2004) yang menyatakan kesejahteraan sosial sebagai suatu keadaan atau kondisi kehidupan manusia yang tercipta ketika berbagai permasalahan sosial dapat dikelola dengan baik, ketika kebutuhan manusia dapat terpenuhi, dan ketika kesempatan sosial dapat dimaksimalkan. Sementara pengertian Usaha Kesejahteraan Sosial (UKS), sebagaimana dijelaskan oleh Adi (2005: 86) merupakan suatu program dan kegiatan yang ditujukan untuk menjawab masalah dan kebutuhan yang berada dalam masyarakat dan untuk mewujudkan suatu kondisi kesejahteraan sosial. UKS sendiri hadir sebagai alat untuk mencapai kondisi kesejahteraan sosial dan tentunya dilakukan oleh berbagai pihak, seperti pemerintah, lembaga swasta, termasuk didalamnya adalah perusahaan. Dalam penelitian ini PT Telkom melakukan bentuk UKS sebagai salah satu BUMN yang menjadi “alat” dalam menciptakan kondisi kesejahteraan sosial bagi masyarakat, khususnya melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL).

## 2.2 Pemberdayaan

### 2.2.1 Pengertian

Terdapat beberapa pengertian pemberdayaan, seperti yang dikemukakan Payne dalam Adi (2008: 77) menyatakan pemberdayaan sebagai pada intinya adalah suatu kegiatan yang ditujukan guna membantu klien memperoleh daya

untuk mengambil keputusan dan menentukan tindakan yang akan ia lakukan yang terkait oleh diri mereka, termasuk mengurangi efek hambatan pribadi dan sosial dalam melakukan tindakan. Hal ini dilakukan melalui peningkatan kemampuan dan rasa percaya diri untuk menggunakan daya yang ia miliki, antara lain melalui transfer daya dari lingkungannya.

Ife (1995: 182) memberikan batasan pemberdayaan sebagai upaya penyediaan kepada orang-orang atas sumber, kesempatan, pengetahuan, dan keterampilan untuk meningkatkan kemampuan mereka menentukan masa depannya dan untuk berpartisipasi di dalam dan mempengaruhi kehidupan komunitas mereka. Sementara Barker dalam Zastrow (2008: 55) mendefinisikan pemberdayaan sebagai proses bantuan kepada individu, keluarga, kelompok dan masyarakat untuk meningkatkan kekuatan pribadi, antar pribadi, sosial, ekonomi, dan politik mereka, dan untuk membangun pengaruh yang mengarah kepada peningkatan keadaan mereka. Orientasi pemberdayaan masyarakat seperti dikemukakan oleh Sikhondze (1999) harus membantu masyarakat agar mampu mengembangkan diri atas dasar inovasi-inovasi yang ada, ditetapkan secara partisipatoris, yang metodenya berorientasi pemenuhan kebutuhan masyarakat sasaran dan hal-hal yang bersifat praktis, baik dalam bentuk layanan individu maupun kelompok. Peran petugas pemberdayaan masyarakat sebagai outsider dapat dibedakan menjadi tiga bagian, seperti peran konsultan, peran pembimbing, dan peran penyampaian informasi. Dengan demikian peran serta kelompok sasaran (masyarakat) tetap lebih dominan.

Menurut Adi (2008: 83), pemberdayaan dilihat dari keberadaannya bisa dilihat sebagai program maupun sebagai proses. Pemberdayaan sebagai program dijalankan melalui tahapan-tahapan guna mencapai suatu tujuan dan biasanya sudah ditentukan jangka waktunya. Bila program tersebut selesai maka dianggap pemberdayaan telah selesai. Biasanya program pemberdayaan dilakukan oleh lembaga pemerintah maupun non-pemerintah dimana satu proyek dengan proyek lainnya tidak berhubungan. Sementara pemberdayaan sebagai proses merupakan sesuatu yang berkesinambungan dan tidak berhenti dalam satu poin saja. Namun baik pemberdayaan sebagai program maupun proses memiliki kesamaan dimana terdapat peran yang harus dijalankan oleh pelaku perubahan yakni pemercepat

perubahan atau fasilitator. Artinya sebagai fasilitator, pelaku perubahan harus dapat mengembangkan kelompok sasaran dan mampu mengembangkan komunikasi yang baik sehingga dapat berdiskusi secara konstruktif dan mampu mengatasi permasalahan yang ada.

Dari penjelasan diatas dapat dikatakan bahwa pemberdayaan sebagaimana dijelaskan Adi (2008: 77) merupakan suatu usaha untuk meningkatkan daya kepada masyarakat untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam memecahkan permasalahan dan memenuhi kebutuhan mereka sendiri. Tentunya pemberdayaan merupakan unsur penting dalam mewujudkan suatu kondisi kesejahteraan sosial melalui daya dan usaha mereka sendiri. Pada penelitian ini digambarkan pelaksanaan proses pemberdayaan yang dikategorikan sebagai program oleh salah satu BUMN, yaitu Program Kemitraan dan Bina Lingkungan PT Telkom.

### 2.2.2 Tahapan Pemberdayaan

Adi (2008: 244) mengemukakan tahapan pengembangan masyarakat yang biasa dilakukan oleh Organisasi Pelayanan Masyarakat sebagai salah satu bentuk pemberdayaan masyarakat, antara lain:

#### 1. Tahap Persiapan

##### a. Persiapan petugas

Pada tahapan ini petugas sebagai pelaku perubahan (*community worker*) perlu menyamakan persepsi antar anggota tim mengenai pendekatan yang akan diambil dalam melakukan pengembangan masyarakat. Penyamaan persepsi akan lebih diperlukan saat petugas pengembangan masyarakat berasal dari latar belakang yang berbeda satu sama lain.

##### b. Persiapan lapangan

Pada persiapan lapangan, *community worker* harus melakukan studi kelayakan terhadap daerah yang akan dijadikan sasaran, bagaimana daerah tersebut dapat menembus perizinan dan sudah menjalin kontak dengan tokoh-tokoh formal maupun informal wilayah tersebut. Pada tahapan inilah terjadi “kontrak” dengan kelompok sasaran dan terjadi kedekatan antara *community worker* dengan kelompok sasaran atau

biasa disebut tahap *Engagement*. Pada tahapan ini *community worker* dapat melakukan kegiatan-kegiatan yang bertujuan untuk mendekatkan hubungan dengan masyarakat. Kegiatan yang dilakukan juga dapat dirancang bersama-sama dengan kelompok sasaran.

## 2. Tahap *Assesment*

Pada tahapan ini dilakukan identifikasi permasalahan, kebutuhan (baik kebutuhan yang dirasakan atau *felt needs* dan kebutuhan yang diekspresikan atau *expressed needs*), maupun sumber daya yang dimiliki oleh komunitas sasaran. Terdapat beberapa teknik dalam melakukan *assessment*, seperti analisis SWOT yang melibatkan masyarakat sehingga mereka benar-benar mengetahui permasalahan yang terjadi. Selain itu dapat pula pelaku perubahan memfasilitasi kelompok sasaran untuk menyusun prioritas permasalahan dan dapat ditentukan langkah selanjutnya dalam tahap perencanaan. *Assesment* tidak hanya dilakukan secara individual oleh anggota masyarakat ataupun tokoh masyarakat tertentu, namun juga dapat dilakukan secara berkelompok, seperti metode diskusi kelompok.

## 3. Tahap Perencanaan Alternatif Program atau Kegiatan

Pada tahapan ini pelaku perubahan berusaha mengatasi permasalahan dalam kelompok sasaran dan melibatkan pula masyarakat untuk memikirkan alternatif rencana atau kegiatan yang dapat dilakukan. Pelaku perubahan dalam tahapan ini bisa menjadi fasilitator dalam diskusi kelompok sasaran dalam memikirkan program yang akan dilaksanakan.

## 4. Tahap Pemformulasian Rencana Aksi

Pada tahapan ini pelaku perubahan membantu menentukan dan merumuskan program dan kegiatan yang akan dilakukan guna mengatasi permasalahan yang ada, biasanya terjadi apabila kelompok sasaran tidak memiliki usulan yang tidak bisa dituntaskan. Selain itu pelaku perubahan bisa memformulasikan rumusan program dan kegiatan tersebut dalam bentuk tertulis, seperti dalam bentuk proposal kedalam penyandang dana.

#### 5. Tahap Pelaksanaan

Pada tahapan ini kegiatan dan program yang sudah dirumuskan diimplementasikan pada kelompok sasaran. Pada tahap ini terdapat kemungkinan adanya pertentangan dari kelompok sasaran yang dapat menghambat pelaksanaan program. Selain itu terdapat kemungkinan kurangnya partisipasi kelompok sasaran dalam pelaksanaan program. Jika hal itu terjadi, *community worker* harus kembali kedalam tahap persiapan lapangan dan menjalin kontak lebih intens dengan pihak yang menghambat pelaksanaan program. Dalam melakukan upaya pengembangan masyarakat, peran masyarakat sebagai kader harus diupayakan agar keberlangsungan program tetap dikembangkan.

#### 6. Tahap Evaluasi

Evaluasi merupakan proses pengawasan dari petugas dan anggota masyarakat terhadap proses pengembangan masyarakat. Sangat penting untuk melibatkan masyarakat pada tahap ini agar dapat membentuk suatu sistem dalam komunitas untuk melakukan pengawasan secara internal dan masyarakat semakin “mandiri” dengan memanfaatkan sumber daya yang ada. Evaluasi dapat digunakan sebagai pemberian umpan balik yang berguna bagi perbaikan program maupun kegiatan di waktu yang akan datang.

#### 7. Tahap Terminasi

Tahap ini merupakan selesainya hubungan formal antara komunitas sasaran dengan pelaku perubahan. Terminasi biasa terjadi bukan hanya karena masyarakat sudah dianggap “mandiri” namun juga terjadi karena kelebihan jangka waktu ataupun anggaran yang tidak mencukupi. Namun biasanya *community worker* tetap menjalin komunikasi tidak rutin hingga benar-benar terlepas dari kelompok sasaran.



Sementara Karsidi (2005: 11) mengatakan untuk mengatasi kurangnya integrasi dalam praktek pemberdayaan UKM, perlu dilakukan langkah-langkah tahapan pemberdayaan UKM untuk menggugah partisipasi masyarakat, antara lain:

1. Identifikasi Potensi

Identifikasi potensi dimaksudkan untuk mengetahui karakteristik Sumberdaya Manusia (SDM) UKM dan lingkungan internalnya baik lingkungan sosial, ekonomi dan Sumberdaya Alam (SDA) khususnya yang terkait dengan usahanya, maupun lingkungan eksternal UKM. Dengan langkah ini diharapkan setiap gerak kemajuan dapat bertumpu dan memanfaatkan kemampuan dan potensi wilayah masing-masing. Dalam identifikasi ini melibatkan stakeholder UKM dan tokoh masyarakat maupun instansi terkait.

2. Analisis Kebutuhan

Tahapan analisis ini dilakukan oleh perwakilan UKM yang dapat difasilitasi oleh Perguruan Tinggi/LSM/Swasta, maupun instansi terkait tentang berbagai kebutuhan dan kecenderungan produk dan pasar. Dengan pola analisis kebutuhan semacam ini diharapkan mampu mendorong terwujudnya manifestasi kebutuhan UKM selaku individu pengusaha dan sebagai anggota kelompok. Dengan demikian antara individu pelaku UKM dan kelompok dapat diharapkan saling beriringan dan saling mendukung dalam mencapai tujuan kemajuan bersama.

3. Rencana Kerja Bersama

Setelah kebutuhan dapat ditentukan maka kemudian disusun sebuah rencana program kerja bersama untuk mencapai kondisi yang diinginkan berdasarkan skala prioritas yang ditetapkan bersama. Dalam tahap ini baik Perguruan Tinggi/LSM/Swasta, maupun instansi terkait sebagai fasilitator.

4. Pelaksanaan Program Kerja Bersama

Jikalau program kerja telah disepakati maka langkah berikutnya adalah pelaksanaan program kerja. Dalam tahap ini fungsi instansi pemerintah terkait selaku fasilitator, sedangkan Perguruan Tinggi/LSM/Swasta dapat

bertindak selaku pemberi jasa konsultansi. Sebagai konsultan, idealnya Perguruan Tinggi harus mendapatkan jasa dari layanan yang diberikan kepada UKM

#### 5. Monitoring dan Evaluasi.

Berfungsi tidak saja untuk mengetahui hasil pelaksanaan program kerja bersama apakah yang dikerjakan sudah sesuai dengan program kerja yang telah ditetapkan bersama, namun juga untuk membuat penyesuaian-penyusuaian jika diperlukan sesuai dengan perubahan kondisi lingkungan.

Berdasarkan penjelasan diatas, peneliti menggunakan tahapan pemberdayaan menurut Adi (2008:244) yang menyatakan bahwa terdapat beberapa tahapan pemberdayaan yang meliputi persiapan, *assessment*, perencanaan alternatif program, formulasi rencana aksi, pelaksanaan, evaluasi serta terminasi. Adapun tahapan tersebut digunakan untuk mengkaji tahapan pelaksanaan Program Kemitraan dan PT Telkom.

#### 2.2.3 Partisipasi Dalam Pemberdayaan

Dalam proses pemberdayaan tidak terlepas dari proses partisipasi masyarakat didalamnya. Beberapa pengertian tentang partisipasi dikemukakan oleh Mikkelsen (2005: 53-54) antara lain partisipasi merupakan proses menjembatani dialog antara komunitas lokal dan pihak penyelenggara proyek dalam rangka persiapan, pengimplementasian, pemantauan, dan pengevaluasian staf agar dapat memperoleh informasi tentang konteks sosial ataupun dampak sosial proyek terhadap masyarakat. Selain itu partisipasi dapat diartikan sebagai keterlibatan masyarakat secara sukarela dalam perubahan yang ditentukan sendiri oleh masyarakat.

Sementara itu Adi (2008: 110) mengungkapkan partisipasi masyarakat diartikan sebagai adanya keikutsertaan ataupun keterlibatan masyarakat dalam proses pengidentifikasian masalah, pengidentifikasian potensi yang ada di masyarakat, pemilihan dan pengambilan keputusan alternatif sebagai solusi penanganan masalah, pengambilan upaya mengatasi masalah, dan juga keterlibatan masyarakat dalam proses mengevaluasi perubahan yang terjadi.

Partisipasi ini sangat penting dilakukan agar membuat masyarakat semakin berdaya dan memiliki ketahanan menghadapi perubahan, sebaliknya jika partisipasi tidak dikembangkan maka masyarakat cenderung menjadi *dependent* (bergantung) dari pelaku perubahan.

Terdapat beberapa pendapat mengenai bentuk-bentuk partisipasi. Menurut Chambers dalam Mikkelsen (2005: 54) terdapat tiga tipe partisipasi, yaitu *cosmetic label*, partisipasi sering digunakan agar proyek yang diusulkan terlihat lebih cantik sehingga pihak donor maupun pihak pemerintah mau membiayai proyek tersebut; *coopting practices*, partisipasi digunakan untuk memobilisasi tenaga di tingkat lokal dan mengurangi pembiayaan proyek; serta *empowering process*, partisipasi digunakan untuk memampukan masyarakat lokal melakukan analisis terhadap masalah mereka, cara untuk mengatasi masalah, kepercayaan diri dalam mengatasi masalah, serta mengambil keputusan sendiri mengenai alternative pemecahan masalah yang akan diambil. Menurut Syahtuti (2006) terdapat enam bentuk partisipasi masyarakat lokal, yang terdiri dari :

**Tabel 2.1 Bentuk Partisipasi, Tipe Partisipasi, dan Peran Masyarakat Lokal**

Bentuk Partisipasi	Tipe Partisipasi	Peran Masyarakat
<i>Co-option</i>	Tidak ada input apapun dari masyarakat lokal yang dijadikan bahan	Subjek
<i>Co-operation</i>	Terdapat intensif namun proyek telah didesain oleh pihak luar yang menentukan seluruh agenda dan proses secara langsung	<i>Employees</i> atau subordinat
<i>Consultation</i>	Opini masyarakat ditanya namun pihak luar menganalisis informasi sekaligus menentukan bentuk aksinya sendiri	<i>Clients</i>
<i>Collaboration</i>	Masyarakat lokal bekerja sama dengan pihak luar untuk menentukan prioritas dan pihak luar bertanggung jawab kepada proses	<i>Collaborators</i>
<i>Co-learning</i>	Masyarakat lokal dan luar saling membagi	<i>Partners</i>

	pengetahuannya untuk saling memperoleh pengertian dan bekerja sama merencanakan aksi, sementara pihak luar hanya memfasilitasi	
<i>Collective action</i>	Masyarakat lokal menyusun dan melaksanakan agendanya sendiri, pihak luar absen sama sekali	<i>Directors</i>

Sumber: Syahtuti, 2006

Berdasarkan penjelasan diatas maka penelitian ini menggunakan pengertian partisipasi menurut Adi (2008: 110) yang menyatakan pemberdayaan sebagai adanya keikutsertaan ataupun keterlibatan masyarakat dalam proses pengidentifikasian masalah, pengidentifikasian potensi yang ada di masyarakat, pemilihan dan pengambilan keputusan alternatif sebagai solusi penanganan masalah, pengambilan upaya mengatasi masalah, dan juga keterlibatan masyarakat dalam proses mengevaluasi perubahan yang terjadi. Sementara penelitian ini menggunakan bentuk partisipasi menurut Syahtuti (2006) untuk mengkaji partisipasi yang diberikan oleh pengusaha Kube 115 dan masyarakat Kampung Anyar secara umum.

## 2.3 Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL)

### 2.3.1 Program Kemitraan

#### 2.3.1.1 Pengertian

Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil yang selanjutnya disebut Program Kemitraan dalam Peraturan Menteri Negara BUMN Nomor Per-05/MBU/2007 adalah program untuk meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi tangguh dan mandiri melalui pemanfaatan dana dari bagian laba BUMN. Pihak yang menjadi penerima bantuan program kemitraan disebut Mitra Binaan, yaitu pihak yang memiliki usaha kecil yang mendapatkan pinjaman dari Program Kemitraan. Program Kemitraan selain dilaksanakan melalui penyaluran dana bergulir juga pemberian dukungan non material kepada para mitra binaannya diantaranya yaitu:

1. Pembentukan *cluster* mitra binaan
2. Pemberian dukungan pelatihan dan keterampilan

3. Pemberian kesempatan untuk melakukan promosi pada *event-event* nasional maupun internasional.

Kemitraan juga dapat berarti suatu strategi bisnis yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih dalam jangka waktu tertentu untuk meraih keuntungan bersama dengan prinsip saling membutuhkan dan saling membersarkan (Hafsah, 2000: 43). Selain itu terdapat prinsip-prinsip penting dalam kemitraan seperti yang dikemukakan Wibisono (2007: 103-104), yaitu:

1. Kesetaraan atau keseimbangan (*equity*)

Pendekatannya bukan *top-down* atau *bottom-up*, bukan pula atas dasar kekuasaan semata, namun hubungan yang saling menghormati, saling menghargai dan saling percaya. Untuk menghindari antagonisme perlu dibangun rasa saling percaya

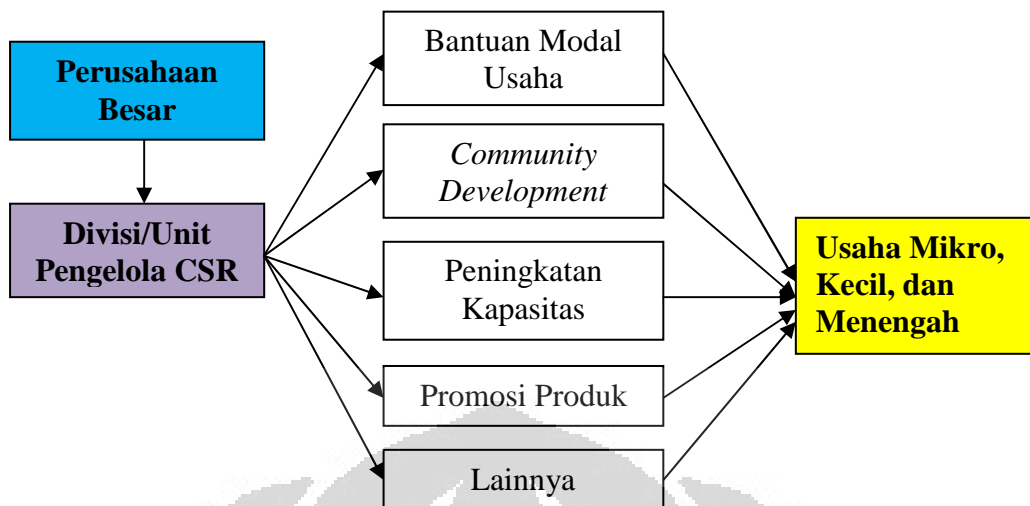
2. Transparansi

Diperlukan untuk menghindari rasa saling curiga antar mitra kerja

3. Saling menguntungkan

Suatu kemitraan harus membawa manfaat bagi semua pihak yang terlibat

Selain kemitraan yang didasarkan pada relasi atau keterkaitan/usaha, di banyak negara juga dikembangkan program kemitraan yang dilatarbelakangi oleh kepedulian perusahaan besar untuk membina perusahaan kecil, khususnya usaha mikro dan kecil. Pola kepedulian perusahaan seperti ini yang sering disebut *Corporate Social Responsibility (CSR)*. CSR sebagai salah satu solusi kemitraan dapat memperkuat daya saing UMKM. Pengembangan program kemitraan dengan pola CSR ini dapat dilakukan dalam berbagai pola, seperti *community development*, peningkatan kapasitas, promosi produk, bahkan perkuatan permodalan bagi Usaha Mikro dan Kecil. CSR bisa diarahkan agar UMKM bisa dibantu dalam inovasi *packaging*, inovasi *branding*, inovasi produk, serta penampilan produk. Selain hal-hal tersebut, bentuk program CSR lainnya yang juga bisa dilakukan adalah pengembangan lembaga layanan bisnis dan yayasan lain yang intinya diarahkan untuk pengembangan UMKM (Ali, 2007).



**Gambar 2.1 Pengembangan Program Kemitraan Melalui Pola CSR oleh Perusahaan Besar**

Sumber : Ali (2007), diolah kembali

#### 2.3.1.2 Syarat Menjadi Mitra Binaan

Adapun sektor usaha yang dapat diberikan bantuan pinjaman adalah Industri, Jasa, Perdagangan, Peternakan, Perikanan, Pertanian, Perkebunan dan Jasa lainnya. Usaha Kecil yang dapat ikut serta dalam Program Kemitraan adalah sebagai berikut :

1. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp.200.000.000,- (dua ratus juta rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
2. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 1.000.000.000,- (satu milyar rupiah);
3. Milik Warga Negara Indonesia;
4. 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;
5. Berbentuk usaha orang perseorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau badan usaha yang berbadan hukum, termasuk koperasi.
6. Telah melakukan kegiatan usaha minimal 1 (satu) tahun serta mempunyai potensi dan prospek usaha untuk dikembangkan.

### 2.3.1.3 Mekanisme Penyaluran Dana Program Kemitraan

1. Calon Mitra Binaan menyampaikan rencana penggunaan dana pinjaman dalam rangka pengembangan usahanya untuk diajukan kepada BUMN Pembina atau BUMN Penyalur atau Lembaga Penyalur, dengan memuat sekurang-kurangnya data sebagai berikut :
  - a. Nama dan alamat unit usaha
  - b. Nama dan alamat pemilik/pengurus unit usaha
  - c. Bukti identitas diri pemilik/pengurus
  - d. Bidang usaha
  - e. Izin usaha atau surat keterangan usaha dari pihak yang berwenang
  - f. Perkembangan kinerja usaha (arus kas, perhitungan pendapatan dan beban, neraca atau data yang menunjukkan keadaan keuangan serta hasil usaha)
  - g. Rencana usaha dan kebutuhan dana.
2. BUMN Pembina atau BUMN Penyalur atau Lembaga Penyalur melaksanakan evaluasi dan seleksi atas permohonan yang diajukan oleh calon Mitra Binaan
3. Calon Mitra Binaan yang layak bina, menyelesaikan proses administrasi pinjaman dengan BUMN Pembina atau BUMN Penyalur atau Lembaga Penyalur bersangkutan
4. Pemberian pinjaman kepada calon Mitra Binaan dituangkan dalam surat perjanjian/kontrak yang sekurang-kurangnya memuat :
  - a. Nama dan alamat BUMN Pembina atau BUMN Penyalur atau Lembaga Penyalur dan Mitra Binaan;
  - b. Hak dan kewajiban BUMN Pembina atau BUMN Penyalur atau Lembaga Penyalur dan Mitra Binaan;
  - c. Jumlah pinjaman dan peruntukannya;
  - d. Syarat-syarat pinjaman (jangka waktu pinjaman, jadual angsuran pokok dan jasa administrasi pinjaman).
5. BUMN Pembina atau BUMN Penyalur atau Lembaga Penyalur dilarang memberikan pinjaman kepada calon Mitra Binaan yang menjadi Mitra

Binaan BUMN Pembina atau BUMN Penyalur atau Lembaga Penyalur lain.

### 2.3.2 Program Bina Lingkungan

#### 2.3.2.1 Pengertian

Menurut Peraturan Menteri Negara BUMN Nomor Per-05/MBU/2007 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan program Bina Lingkungan, yang selanjutnya disebut Program BL, adalah program pemberdayaan kondisi sosial masyarakat oleh BUMN melalui pemanfaatan dana dari bagian laba BUMN.

#### 2.3.2.2 Ruang Lingkup Bantuan Program Bina Lingkungan

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;
7. Ruang lingkup bantuan Program BL BUMN Peduli ditetapkan oleh Menteri.

#### 2.3.2.3 Mekanisme Penyaluran Dana Program Bina Lingkungan

1. BUMN Pembina terlebih dahulu melakukan survei dan identifikasi sesuai dengan kondisi dan kebutuhan di wilayah usaha BUMN Pembina setempat;
2. Pelaksanaan Program BL dilakukan oleh BUMN Pembina yang bersangkutan.



## 2.4 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

### 2.4.1 Pengertian

Terdapat beberapa pengertian dan kriteria mengenai UMKM, salah satunya adalah menurut Undang-undang Nomor 20 tahun 2008 tentang UMKM, antara lain :

1. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria Usaha Mikro antara lain memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
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 antara lain memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).
3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-undang. Kriteria Usaha Menengah adalah memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari

Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Sementara itu Longenecker, dkk (2001: 15) mengatakan UKM (Usaha Kecil Menengah) adalah usaha yang berpendapatan pertahun 100 juta sampai dengan 200 juta dengan tenaga kerja kurang dari 100 orang, sedangkan Ball, dkk (2001: 494) menambahkan bahwa UKM adalah yang memiliki omset lebih dari 300 juta dengan karyawan lebih dari 100, dengan kekayaan bersih 100 juta (di luar tanah dan bangunan). Berbagai definisi dan kriteria UMKM dapat dilihat dalam tabel berikut :

**Tabel 2.2 Definisi dan Kriteria UMKM dari berbagai sumber**

Organisasi	Jenis Usaha	Kriteria
Biro Pusat Statistik (BPS)	Usaha Mikro	Jumlah tenaga kerja < 5, termasuk dengan tenaga kerja keluarga
	Usaha Kecil	Tenaga kerja 5-19 orang
	Usaha Menengah	Tenaga kerja 20-99 orang
Bank Indonesia (BI)	Usaha Mikro	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Usaha yang dijalankan oleh rakyat miskin, atau mendekati miskin</li> <li>• Dimiliki oleh keluarga sumber daya lokal dan teknologi sederhana</li> <li>• Lapangan usaha mudah untuk exit dan entry</li> </ul>
	Usaha Kecil	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aset &lt; 299 juta rupiah</li> <li>• Omzet &lt; 1 miliar rupiah</li> </ul>
	Usaha Menengah	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aset &lt; 5 miliar rupiah untuk industri</li> <li>• Aset &lt; 600 juta juta rupiah duluar tanah dan bangunan</li> <li>• Omzet tahunan &lt; 3 miliar rupiah</li> </ul>
Bank Dunia	Usaha Mikro	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pekerja &lt; 10 orang</li> <li>• Aset &lt; \$ 100 ribu</li> </ul>

Organisasi	Jenis Usaha	Kriteria
		• Omzet < \$ 100 ribu per tahun
	Usaha Kecil	• Pekerja < 50 orang • Aset < \$ 3 juta • Omzet < \$ 3 juta per tahun
	Usaha Menengah	• Pekerja < 300 orang • Aset < \$ 15 juta • Omzet < \$ 15 juta
Kementrian Koperasi dan UKM (UU Nomor 20 tahun 2008)	Usaha Mikro	• Aset < 50 juta rupiah, diluar tanah dan bangunan • Omzet < 300 juta rupiah
	Usaha Kecil	• Aset 50 - 500 juta rupiah, diluar tanah dan bangunan • Omzet 300 – 2,5 miliar rupiah per tahun
	Usaha Menengah	• Aset 500 juta – 10 miliar, diluar tanah dan bangunan • Omzet 2,5 – 50 miliar per tahun

Sumber : Sriyana, 2010, diolah kembali

Menurut Kuncoro (2007) ada empat karakteristik yang dimiliki oleh kebanyakan UMKM di Indonesia. Pertama, tidak adanya pembagian tugas yang jelas antara bidang administrasi dan operasi. Kebanyakan industri kecil dikelola oleh perorangan yang merangkap sebagai pemilik sekaligus pengelola perusahaan yang memanfaatkan tenaga kerja dari keluarga dan kerabat dekatnya atau bersifat tradisional. Kedua, rendahnya akses terhadap lembaga-lembaga kredit formal sehingga mereka cenderung menggantungkan pembiayaan usahanya dari modal sendiri atau sumber-sumber lain seperti keluarga, kerabat, pedagang, perantara, bahkan rentenir. Ketiga, sebagian besar usaha ini belum memiliki status badan hukum. Keempat, hampir sepertiga UMKM bergerak pada kelompok usaha makanan, minuman, tembakau, barang galian bukan logam, tekstil, dan industri kayu, bambu, rotan, rumput, dan sejenisnya termasuk perabot rumah tangga.

#### 2.4.2 Manfaat dan Kelemahan UMKM

Menurut Griffin dan Ebert (1996), UMKM sendiri memiliki tiga peran penting dalam sistem perekonomian suatu negara, yaitu menciptakan lapangan pekerjaan, sumber inovasi, dan pendukung usaha besar. Kenyataan yang terjadi di berbagai negara menunjukkan bahwa lapangan pekerjaan baru justru diciptakan oleh UMKM daripada usaha besar. Peran penting lainnya adalah inovasi-inovasi baru yang banyak berasal dari hasil UMKM. Terdapat pula tiga alasan mengapa keberadaan UMKM sangat diperlukan, pertama, kinerja UMKM cenderung lebih baik dalam menghasilkan tenaga kerja yang produktif. Kedua, UMKM sering meningkatkan produktivitasnya melalui investasi dan aktif mengikuti perubahan teknologi. Ketiga, UMKM diyakini memiliki keunggulan dalam fleksibilitas dibandingkan usaha besar (Berry, Rodriquez & Sandeem, 2001).

Kehadiran UMKM sangat erat kaitannya proses pengembangan ekonomi lokal/daerah. Seperti yang dikemukakan oleh Sulistyastuti (2004: 146), dengan beberapa keunggulannya, UKM memiliki posisi yang strategis bagi pengembangan ekonomi regional. Hal ini menjadikan posisi UKM sangat penting untuk mewujudkan pengembangan perekonomian daerah dan pemberdayaan masyarakat. Relevansi pengembangan UKM dalam pembangunan ekonomi tersebut makin relevan dengan tujuan untuk mengatasi kemiskinan, ketimpangan dan pengangguran. Sementara menurut Tambunan (2000), disebutkan bahwa di Indonesia, di lihat dari jumlah unit usahanya yang sangat banyak yang terdapat di semua sektor ekonomi dan kontribusinya yang besar terhadap kesempatan kerja dan pendapatan, khususnya di daerah perdesaan dan bagi keluarga berpendapatan rendah, tidak dapat diingkari betapa pentingnya UKM bagi pembangunan ekonomi nasional. Selain itu, selama ini kelompok usaha tersebut juga berperan sebagai suatu motor penggerak yang sangat krusial bagi pembangunan ekonomi dan komunitas lokal.

Hayter (2000) menambahkan adanya dampak positif yang berlanjut dari keberadaan UKM dalam pembangunan daerah. Kontribusinya terhadap pembangunan lokal/daerah adalah kemampuannya menggali potensi daerah sekaligus menentukan pola pembangunan ekonominya. Sedangkan menurut Suparyanto (2012: 32) UMKM juga berperan terhadap kesempatan kerja. Hal ini

dilihat lebih dari 32 juta orang Indonesia yang bekerja pada sektor usaha kecil. Pada saat kesempatan kerja yang dirasakan semakin terbatas dibuktikan dengan tingginya angka pengangguran, usaha kecil telah mampu berperan dalam menekan angka pengangguran tersebut. Tangan-tangan terampil karyawan yang sudah terlatih dan berpengalaman secara turun temurun telah membantu pemerintah dalam mengurangi pengangguran dan menyerap tenaga kerja.

Menurut Suparyanto (2012: 38) terdapat beberapa kelemahan pada UMKM, salah satunya adalah hanya memasarkan produk ke satu pasar. Kebanyakan pengusaha kecil hanya menjual barang dagangannya pada satu penjual/pasar, hal ini sangat berbahaya terutama bila pasar tidak lagi menerima produk yang dihasilkan oleh pengusaha kecil tertentu dengan alasan misalnya mereka mendapatkan sumber produk lain dengan harga lebih murah, lebih baik kualitas produknya atau karena alasan lainnya maka secara sepihak pasar akan menghentikan pesanan dari pengusaha yang bersangkutan. Kelemahan lainnya adalah menjual produk yang tidak sesuai pesanan. Hal ini kebanyakan disebabkan oleh peralatan yang digunakan untuk memproduksi cenderung sederhana, bahkan kebanyakan barang tidak diproduksi menggunakan alat atau mesin muktahir. Hal ini menyebabkan tidak adanya standar suatu barang yang diproduksi satu pengusaha dengan pengusaha lainnya.

Penggunaan mesin yang relatif sederhana juga mempengaruhi kualitas dan kuantitas produk yang dihasilkan. Kualitas yang dihasilkan cenderung rendah dan kuantitasnya sedikit, hal ini berpengaruh pada harga pokok produksi yang tinggi. Harga produksi tinggi menyebabkan harga jual ke konsumen tinggi dan kalah bersaing dengan barang hasil impor negara lain. (Suparyanto, 2012: 50). Kelemahan lainnya adalah pengusaha kecil tidak melakukan pencatatan padahal pencatatan merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan dari aktivitas sehari-hari, seperti digunakan menjadi alat perencanaan untuk penentuan kebijakan dimasa yang akan datang, mengukur kinerja usaha yang dilakukan pada periode tertentu sehingga dapat mengetahui apabila sedang mengalami kesulitan keuangan, kelengkapan dalam memberikan laporan tertulis kepada pihak terkait, seperti persyaratan dalam mengajukan kredit (Suparyanto, 2012: 61).

Berdasarkan beberapa pengertian diatas, dapat dikatakan bahwa UMKM merupakan usaha yang didirikan oleh perseorangan tanpa berbadan hukum yang memiliki kriteria-kriteria khusus, seperti memiliki total aset tidak melebihi 200 juta rupiah serta omset pertahun maksimal berjumlah satu miliar rupiah. Pada dasarnya UMKM sangat berperan penting dalam kehidupan perekonomian karena menciptakan industri kreatif dan lapangan pekerjaan baru, namun tetap memiliki hambatan, seperti kurangnya modal, masih bersifat tradisional, minimnya teknologi yang dapat dipakai, serta pemasaran yang masih sangat lokal. Pada penelitian ini ditekankan pada usaha mikro pengusaha rengginang dan dodol di wilayah Kabupaten Bogor yang mendapatkan PKBL dan upaya dalam membentuk UMKM berpola klaster.

#### 2.4.3 Strategi Pengembangan UMKM

Terdapat beberapa strategi yang dapat dilakukan dalam mengembangkan UMKM yang dikaitkan dengan pelaksanaan UU Nomor 20 tahun 2008 menurut Dipta (2009: 13-25) dalam berbagai aspek, antara lain :

##### 1. Aspek Pendanaan

Bagian terpenting dari pemberdayaan UMKM adalah terkait pembiayaan, penjaminan serta pengembangan kemitraan. Dalam hal pendanaan, produk jasa lembaga keuangan sebagian besar masih berupa kredit modal kerja, sedangkan kredit investasi masih sangat terbatas. Bagi UMKM, keadaan ini sulit untuk meningkatkan kapasitas usaha ataupun mengembangkan produk-produk yang mampu bersaing di pasar. Disamping persyaratan pinjamannya yang tidak mudah dipenuhi, seperti jumlah jaminan; serta adanya paradigma pada dunia perbankan yang memandang UMKM sebagai kegiatan yang beresiko tinggi. (Dipta, 2008)

Pembiayaan dan penjaminan menjadi penting mengingat sebagian besar dari pelaku UMKM adalah usaha mikro dan kecil yang memiliki keterbatasan dalam kolateral sebagai salah satu persyaratan penting guna mendapatkan akses pada kredit perbankan. Dukungan pemerintah dan pemerintah daerah serta penyediaan sumber pembiayaan dari BUMN/BUMD untuk pengembangan usaha mikro dan kecil juga perlu

mendapatkan perhatian. Terdapat beberapa strategi yang dapat dilakukan terkait penyediaan dana bagi UMKM, antara lain :

- a. Memperluas sumber pendanaan dan memfasilitasi UMKM untuk dapat mengakses kredit perbankan dan lembaga keuangan bukan bank;
- b. Memperbanyak lembaga pembiayaan dan memperluas jaringan sehingga dapat diakses oleh UMKM;
- c. Memberikan kemudahan memperoleh pendanaan secara cepat, tepat, mudah, murah dan tidak diskriminatif dalam pelayanan sesuai peraturan perundangan yang berlaku; dan
- d. Membantu para UMKM mendapatkan pembiayaan dan jasa/produk keuangan lain yang disediakan perbankan dan lembaga keuangan bukan bank, baik menggunakan sistem konvensional maupun sistem syariah dengan jaminan yang disediakan pemerintah.

Baik pemerintah, pemerintah daerah, dunia usaha dan masyarakat diharapkan memfasilitasi, mendukung, dan menstimulasi kegiatan kemitraan, untuk mewujudkan kemitraan yang saling membutuhkan, memperkuat, saling menguntungkan dan memberikan perlindungan kepada UMKM. Kemitraan usaha dalam hal ini bisa terjadi antar dan antara Usaha Mikro, Kecil, Menengah dan Usaha Besar mencakup proses alih keterampilan dibidang produksi dan pengolahan, pemasaran, permodalan, sumber daya manusia dan teknologi.

## 2. Pelatihan dan Pemasaran

Secara umum UMKM biasanya selalu sanggup memproduksi berbagai produk namun kualitas, desain, dan harga seringkali tidak cocok dengan selera dan kemampuan konsumen. Mengatasi hal itu diperlukan pelatihan keterampilan dan manajemen untuk meningkatkan kemampuan UMKM dalam memproduksi produk yang berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Disamping pelatihan, temu bisnis dan pameran didalam dan luar negeri perlu terus digalakkan dalam rangka memperkenalkan produk yang dihasilkan oleh UMKM. Pada sisi lain, pengembangan lembaga pendukung pemasaran produk seperti *trading*

*house* atau rumah dagang dan pusat-pusat pemasaran produk UMKM lainnya seperti *trading board* sangat penting dikembangkan, mulai dari tingkat kabupaten/kota, provinsi, pusat sampai diluar negeri. Berkaitan dengan hal tersebut, maka pengembangan UMKM bidang pemasaran yang perlu dilakukan meliputi:

- a. Melaksanakan penelitian dan pengkajian pemasaran;
- b. Menyebarluaskan informasi pasar;
- c. Meningkatkan kemampuan manajemen dan teknik pemasaran;
- d. Menyediakan sarana pemasaran yang meliputi penyelenggaraan ujicoba pasar, lembaga pemasaran, penyediaan rumah dagang, dan promosi bagi Usaha Mikro dan Kecil;
- e. Memberikan dukungan promosi produk, jaringan pemasaran, dan distribusi; dan
- f. Menyediakan tenaga konsultan profesional dibidang pemasaran.

Sementara menurut Sriyana (2010: 100), upaya pengembangan jaringan pemasaran dapat dilakukan dengan berbagai macam strategi misalnya kontak dengan berbagai pusat-pusat informasi bisnis, asosiasi-asosiasi dagang baik di dalam maupun di luar negeri, pendirian dan pembentukan pusat-pusat data bisnis UKM serta pengembangan situs-situs UKM di seluruh kantor perwakilan pemerintah di luar negeri.

### 3. Pengembangan kemampuan teknologi produksi

Secara umum, UMKM biasanya selalu sanggup memproduksi berbagai produk. Namun, kualitas, desain, dan harga sering kurang cocok dengan selera dan kemampuan konsumen. Masalah ini berdampak pada kurang lakunya produk UMKM, baik dipasar domestik dan internasional. Mengatasi hal ini, diperlukan pelatihan keterampilan dan manajemen untuk meningkatkan kemampuan UMKM dalam memproduksi produk yang berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan konsumen (Dipta, 2008: 61). Berkaitan dengan pengembangan dalam bidang teknologi, upaya yang dilakukan meliputi:

- a. Meningkatkan kemampuan dibidang desain dan teknologi produksi serta pengendalian mutu;



- b. Meningkatkan kerjasama dan alih teknologi;
- c. Meningkatkan kemampuan Usaha Kecil dan Menengah dibidang penelitian untuk mengembangkan desain dan teknologi baru;
- d. Memberikan insentif kepada UMKM yang mengembangkan teknologi dan melestarikan lingkungan hidup; dan
- e. Mendorong UMKM untuk memperoleh sertifikat hak atas kekayaan intelektual.

Sriyana (2010: 101) menambahkan, strategi yang perlu dilakukan dalam peningkatan akses teknologi bagi pengembangan usaha kecil menengah adalah memotivasi berbagai lembaga penelitian teknologi yang lebih berorientasi untuk peningkatan teknologi sesuai kebutuhan UKM, pengembangan pusat inovasi desain sesuai dengan kebutuhan pasar, pengembangan pusat penyuluhan dan difusi teknologi yang lebih tersebar ke lokasi-lokasi Usaha Kecil Menengah dan peningkatan kerjasama antara asosiasi-asosiasi UKM dengan perguruan tinggi atau pusat-pusat penelitian untuk pengembangan teknologi UKM.

Ada beberapa strategi yang perlu terus dikembangkan oleh UMKM agar menjadi pelaku usaha yang kompetitif menurut Jauhari (2009: 33), yaitu:

- a. Melakukan upaya inovasi untuk menghasilkan produk yang unik dari berbagai dimensi produk baik fungsi produk, pernik-pernik maupun modelnya (*fashionable*).
- b. Melakukan strategi *pricing* yang tepat. Pelaku UMKM dapat mengkombinasikan dua cara penetapan harga jual yaitu penetapan harga berdasarkan metode *mark up pricing*, maupun melalui pendekatan berkompetisi (*competitive pricing*).
- c. Merespon dengan cepat terhadap perubahan permintaan konsumen mancanegara melalui berbagai cara, salah satunya mengikuti kecenderungan (*trend*) pasar melalui upaya memanfaatkan informasi pasar yang akurat terpercaya.

- d. Membangun jejaring dengan pemasok bahan baku maupun dengan pelanggan. Penggunaan teknologi informasi dan komunikasi sangat membantu perusahaan memperkuat kedua jejaring tersebut.

Dalam mengembangkan teknologi produksi, salah satu hal yang perlu diperhatikan adalah aspek legalitas. Aspek legalitas, atau biasa disebut merek produk erat kaitannya dan bermanfaat bagi perlindungan dan pengembangan pasar, penjagaan mutu dan kualitas serta persaingan sehat yang akan menghasilkan penguatan iklim perdagangan karena adanya kekurangan pemahaman terhadap beberapa hal seperti : persyaratan dan prosedur pendaftaran HKI (merek), pentingnya hubungan merek (logo) dengan perlindungan dan pengembangan pasar, dan pentingnya pemakaian merek sendiri secara terus menerus untuk menumbuhkan *brand image* bagi mereknya. (Adriyani, 2005: 61). Merek selain berfungsi untuk perlindungan produk, juga dapat dimanfaatkan untuk pengembangan pasar dan persaingan sehat, sehingga akhirnya terjalin iklim usaha yang kondusif bagi pengembangan UKM.

#### 4. Pengembangan Kewirausahaan

Jiwa dan semangat kewirausahaan yang dimiliki oleh UMKM Indonesia secara umum juga masih rendah. Rendahnya kewirausahaan UMKM dapat dilihat dari kurangnya kreativitas dan inovasi serta keberanian dalam pengambilan keputusan. Secara umum, UMKM Indonesia besar karena ketergantungan dari program pemerintah. Secara singkat, beberapa upaya penting yang perlu terus digalakkan untuk pengembangan UMKM dalam bidang sumberdaya manusia adalah:

- a. Memasyarakatkan dan membudayakan kewirausahaan;
- b. Meningkatkan keterampilan teknis produksi dan manajerial;
- c. Membentuk dan mengembangkan lembaga pendidikan dan pelatihan serta lembaga lainnya untuk melakukan pendidikan dan pelatihan, motivasi dan kreativitas bisnis, dan penciptaan wirausaha baru.

#### 5. Sarana dan Prasarana

Komponen penting dalam usaha pemberdayaan UKM adalah pembangunan prasarana produksi dan pemasaran. Tersedianya prasarana

pemasaran dan atau transportasi dari lokasi produksi ke pasar, akan mengurangi rantai pemasaran dan pada akhirnya akan meningkatkan penerimaan petani dan pengusaha mikro, pengusaha kecil, dan pengusaha menengah. Artinya, dari sisi pemberdayaan ekonomi, maka proyek pembangunan prasarana pendukung desa tertinggal, memang strategis (Sriyana, 2010: 99). Kelancaran beroperasinya kluster UKM ditentukan oleh tersedianya infrastruktur fisik (utamanya fasilitas jalan aspal, listrik dan saluran telepon) secara memadai. Kegiatan produksi, dengan demikian berlangsung hampir tanpa hambatan yang berarti. Namun dalam kegiatan distribusi dan lebih-lebih pemasaran, kesulitan yang dihadapi seringkali berkait langsung dengan ketiadaan infrastruktur (Djamhari, 2006: 86).

6. Ketersediaan sumber daya manusia/tenaga kerja

Menurut Tambunan (2000), tenaga kerja yang diperlukan oleh industri kecil tidak menuntut pendidikan formal/tinggi tertentu. Sebagian besar tenaga kerja yang diperlukan oleh industri kecil didasarkan atas pengalaman (*learning by doing*) yang terkait dengan faktor historis (*path dependence*). Selain itu Porter (1998: 166-167) pun berpendapat bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi terciptanya keunggulan kompetitif dari sebuah kluster industri adalah *Factor Conditions*, yaitu posisi dari faktor produksi yang tersedia, seperti tenaga kerja yang memiliki keahlian atau infrastruktur yang dapat mendukung industri.

7. Pengembangan jaringan usaha

Upaya mengembangkan jaringan usaha ini dapat dilakukan dengan berbagai macam pola jaringan misalnya dalam bentuk jaringan sub kontrak maupun pengembangan kluster. Meskipun sayangnya banyak industri kecil yang justru tidak memiliki jaringan sub kontrak dan keterkaitan dengan perusahaan-perusahaan besar sehingga eksistensinya pun menjadi sangat rentan. Sedangkan pola pengembangan jaringan melalui pendekatan kluster, diharapkan menghasilkan produk oleh produsen yang berada di dalam kluster bisnis sehingga mempunyai peluang untuk menjadi produk yang mempunyai keunggulan kompetitif dan dapat bersaing di pasar global. (Sriyana, 2010: 100)

Strategi pengembangan UKM dapat didasarkan pada sumber daya internal yang dimiliki (*resource-based strategy*). Strategi ini memanfaatkan sumber daya lokal yang superior untuk menciptakan kemampuan inti dalam menciptakan nilai tambah (*value added*) untuk mencapai keunggulan komparatif dan keunggulan kompetitif. Akibatnya, perusahaan kecil tidak lagi tergantung pada kekuatan pasar seperti monopoli dan fasilitas pemerintah. Dalam strategi ini, UKM mengarah pada keterampilan khusus yang secara internal bisa menciptakan produk inti yang unggul untuk memperbesar pangsa manufaktur (Suryana, 2001). Salah satu strategi pengembangan UKM yang sangat baik untuk diterapkan di negara-negara berkembang adalah pengelompokan (*clustering*). Kerja sama dan sekaligus persaingan antarsesama UKM di subsektor yang sama di dalam suatu kelompok (klaster) akan meningkatkan efisiensi bersama (*collective efficiency*) dalam proses produksi, spesialisasi yang fleksibel (*flexible specialization*), dan pertumbuhan yang tinggi (Tambunan, 2002).

Berdasarkan pemahaman diatas dapat dikatakan bahwa strategi pengembangan UMKM lebih diarahkan pada permodalan karena masalah biaya biasanya menjadi masalah utama UMKM. Permodalan yang diberikan biasanya melalui bantuan modal langsung yang diberikan oleh perusahaan pemberi modal. Tidak hanya permodalan, pengembangan UMKM juga diarahkan dalam hal pengembangan usaha, seperti ketrampilan produksi (teknik dan perlindungan produk) dan pemasaran. Selain itu strategi yang dilakukan adalah mengembangkan sumber daya lokal dengan membentuk UMKM berpola klaster sehingga terdapat spesialisasi hasil produksi dan tidak lagi tergantung pada kekuatan pasar maupun pemerintah. Pada penelitian ini membahas strategi pengembangan UMKM baik melalui permodalan, teknik produksi, pemasaran, tenaga kerja melalui Program Kemitraan PT Telkom dan koordinasi PKBL PT Telkom dalam strategi mengembangkan UMKM berpola klaster dikarenakan lokasi para pengusaha yang berdekatan, yaitu Kube 115.

#### 2.4.4 UMKM Berpola Klaster

##### 2.4.4.1 Pengertian

Klaster menurut Djamhari (2006: 83) adalah konsentrasi geografis antara perusahaan-perusahaan yang saling terkait dan bekerjasama, diantaranya melibatkan pemasok barang, penyedia jasa, industri yang terkait, serta sejumlah lembaga yang secara khusus berfungsi sebagai penunjang dan atau pelengkap. Hubungan antar perusahaan dalam klaster dapat bersifat horisontal atau vertikal. Bersifat horisontal melalui mekanisme produk jasa komplementer, penggunaan berbagai input khusus, teknologi atau institusi. Sedangkan sifat vertikalnya dilakukan melalui rantai pembelian dan penjualan. Pengembangan klaster diarahkan pada pengelompokkan berbagai industri, baik industri inti maupun industri pelengkap. Industri inti sendiri adalah industri yang berkaitan dengan industri lain dan mempengaruhi perkembangan klaster tersebut. Sementara industri pendukung adalah industri yang menghasilkan bahan baku dan menjadi penolong industri inti.

Menurut Porter (1998), klaster merupakan konsentrasi geografis perusahaan dan institusi yang saling berhubungan pada sektor tertentu. Mereka berhubungan karena kebersamaan dan saling melengkapi. Klaster mendorong industri untuk bersaing satu sama lain. Selain industri, klaster termasuk juga pemerintah dan industri yang memberikan dukungan pelayanan seperti pelatihan, pendidikan, informasi, penelitian dan dukungan teknologi. Raines (2002) menambahkan bahwa klaster menginterpretasikan jaringan yang terbentuk dan menjadi semakin kokoh dengan sendirinya tidak hanya oleh firm dalam klaster tetapi oleh organisasi yang lain yang terkait sehingga menciptakan kolaborasi dan kompetisi dalam tingkatan yang tinggi sehingga dapat meningkatkan daya saing berdasarkan keunggulan kompetitif.

Pengertian klaster (JICA, 2004) juga dapat didefinisikan sebagai pemusatan geografis industri-industri terkait dan kelembagaannya. Perkembangan sarana transportasi dan telekomunikasi telah mengurangi pentingnya kedekatan secara geografis, oleh karena itu batasan geografi menjadi fleksibel tergantung dari kepentingannya, yaitu:

1. Merujuk dari segi usaha (*business*), klaster diidentifikasi atas daerah yang luas di sepanjang pertalian-pertalian industri. Ini artinya bisa

mencakup satu desa, kabupaten, provinsi bahkan lintas provinsi yang berkaitan

2. Sedangkan dipandang dari kepentingan pembangunan daerah, batasan geografis dipergunakan dalam konteks kontribusinya terhadap ekonomi daerah dan kesejahteraan penduduknya.

Klaster dapat pula diartikan sebagai pusat perekonomian dalam suatu wilayah yang merupakan kelompok perusahaan, yang ditandai oleh tumbuhnya pengusaha-pengusaha yang menggunakan teknologi lebih maju, berkembang spesialisasi proses produksi pada perusahaan-perusahaan dan kegiatan ekonominya saling terkait dan saling mendukung. Dalam klaster yang telah berkembang dengan baik, kelompok usaha yang terdapat dalam kesatuan geografis bukan saja melibatkan usaha yang saling terkait mulai dari hulu sampai hilir, tetapi juga terdapat aktivitas-aktivitas jasa yang menunjang seperti lembaga penelitian dan pengembangan yang menunjang aktivitas usaha dalam klaster (Taufik, 2004: 65).

Menurut Wirabrata (2000), klaster merupakan pengelompokan suatu kegiatan yang sejenis dalam lingkup wilayah tertentu. Dalam pengertian yang lebih sempit, klaster diterjemahkan pula dalam bahasa Indonesia sebagai sentra industri, yang merupakan aglomerasi kegiatan industri sejenis. Sejalan dengan perubahan lingkungan global, maka pengertian konsep klaster menjadi berkembang dan makin luas lingkupnya. Sehingga klaster industri tidak dapat lagi dipandang sebagai sentra industri, yang menekankan pada lokasi atau status demografi.

Klaster dapat dikembangkan dari yang sebelumnya sudah ada semacam sentra, misalnya sentra produksi komoditi tertentu, atau ditumbuhkan dari kondisi tidak terdapat sentra tetapi punya potensi cukup baik. Khusus klaster yang dikembangkan dari sentra, telah ditentukan kriterianya. Kriteria sentra yang dapat difasilitasi untuk ditumbuhkembangkan menjadi klaster sesuai dengan Kepmen Koperasi dan UKM No. 32/Kep/M.KUKM/IV/2003 ditetapkan adalah:

1. terdapat sejumlah UKM, dengan kapasitas produksi yang memadai dalam kawasan sentra yang memiliki prospek untuk berkembang menjadi klaster UKM dengan *market share* yang layak

2. mempunyai omset penjualan minimal mencapai Rp 200 juta/bulan
3. mempunyai prospek pasar yang berkelanjutan
4. mempunyai jaringan kemitraan dalam pengadaan bahan baku maupun pemasaran
5. mampu menyerap tenaga kerja minimal 40 orang dalam sentra
6. mengutamakan bahan baku lokal
7. menggunakan teknologi yang berpotensi meningkatkan mutu produk
8. tersedianya sarana dan prasarana pendukung

Berdasarkan beberapa pengertian diatas, dapat dikatakan bahwa UMKM yang berpola klaster merupakan kumpulan pengusaha kecil yang berada dalam satu wilayah geografis yang sama dengan hasil produksi yang sama pula. Seperti halnya Djamhari (2006: 83) mengatakan bahwa UMKM berpola klaster merupakan kerjasama geografis yang meliputi pemasok barang, penyedia jasa, industri yang terkait, serta sejumlah lembaga yang secara khusus berfungsi sebagai penunjang dan atau pelengkap. Pada penelitian ini akan dijelaskan dalam membentuk UMKM berpola klaster, PT Telkom bekerjasama dengan berbagai lembaga/institusi untuk melakukan berbagai aktivitas, salah satunya adalah pendampingan.

#### 2.4.4.2 Manfaat dan Kelemahan UMKM Berpola Klaster

Menurut Scorsone (2002) klaster UMKM yang berbasis pada komunitas publik memiliki manfaat baik bagi UMKM itu sendiri maupun bagi perekonomian di wilayahnya. Bagi UMKM, klaster membawa keuntungan sebagai berikut :

1. Lokalisasi ekonomi. Melalui klaster, dengan memanfaatkan kedekatan lokasi, UMKM yang menggunakan input (informasi, teknologi atau layanan jasa) yang sama dapat menekan biaya perolehan dalam penggunaan jasa tersebut. Misalnya pendirian pusat pelatihan di klaster akan memudahkan akses UMKM pelaku klaster tersebut.
2. Pemusatan tenaga kerja. Klaster akan menarik tenaga kerja dengan berbagai keahlian yang dibutuhkan klaster tersebut, sehingga memudahkan UMKM pelaku klaster untuk memenuhi kebutuhan tenaga kerjanya dan mengurangi biaya pencarian tenaga kerja.

3. Akses pada pertukaran informasi dan patokan kinerja. UMKM yang tergabung dalam klaster dapat dengan mudah memonitor dan bertukar informasi mengenai kinerja supplier dan nasabah potensial. Dorongan untuk inovasi dan teknologi akan berdampak pada peningkatan produktivitas dan perbaikan produk.
4. Produk komplemen. Karena kedekatan lokasi, produk dari satu pelaku klaster dapat memiliki dampak penting bagi aktivitas usaha UMKM yang lain. Disamping itu kegiatan usaha yang saling melengkapi ini dapat bergabung dalam pemasaran bersama.

Sementara menurut Roselnfeld (1997), manfaat klaster UMKM bagi perekonomian wilayah diantaranya adalah :

1. Klaster UMKM yang saling terhubung cenderung untuk memiliki produktivitas yang lebih tinggi dan kemampuan untuk membayar upah lebih tinggi.
2. Dampak penyerapan tenaga kerja dan pendapatan wilayah dari klaster umumnya lebih besar dibanding bentuk ekonomi lainnya. Sedangkan keberhasilan klaster dapat dilihat dari beberapa faktor penentu kekuatan klaster, antara lain spesialisasi, kapasitas penelitian dan pengembangan, pengetahuan dan keterampilan, pengembangan SDM, jaringan kerjasama dan modal sosial, kedekatan dengan pemasok, ketersediaan modal, jiwa kewirausahaan, serta kepemimpinan dan visi bersama.

Selain itu menurut Soetrisno (2000: 10), UMKM berpola klaster merupakan kegiatan produktif yang riil yang tumbuh di masyarakat dengan memanfaatkan potensi dan sumberdaya yang ada. Potensi dan sumberdaya tersebut merupakan aset yang dimiliki daerah sehingga pengembangan sentra/klaster merupakan strategi untuk mempercepat terwujudnya otonomi dalam pembangunan ekonomi daerah. Dengan demikian pengembangan sentra/klaster disetiap daerah diharapkan akan menjadi titik pertumbuhan (*growth point*) yang dapat memberikan dampak antara lain:

1. peningkatan produktivitas UKM;
2. menjadi salah satu alternatif penyerapan tenaga kerja lokal;



3. mengurangi tingkat kemiskinan pada daerah setempat, mengingat semakin luasnya ketersediaan kegiatan produktif,
4. mengurangi tingkat urbanisasi dengan semakin banyaknya ketersediaan kesempatan kerja pada sentra/klaster sebagai pusat pertumbuhan,
5. meningkatkan pendapatan asli daerah dari hasil pertumbuhan sehingga secara bertahap memperkuat otonomi daerah.

Walaupun memiliki beberapa manfaat, terdapat pula beberapa kelemahan UMKM berpola klaster, seperti dikemukakan oleh JICA (2004) mengenai kondisi klaster di Indonesia, antara lain:

1. Kebanyakan UMKM berpola klaster merupakan usaha-usaha mikro yang memiliki ketergantungan kuat terhadap pengumpul lokal sehingga kurang memiliki jiwa kewirausahaan
2. Produk-produknya ditujukan untuk pasar-pasar yang tidak terlalu menuntut teknologi dan kualitas
3. Sebagian UMKM berpola klaster tidak memiliki keterikatan internal satu sama lain sehingga upaya membangun kepercayaan (*trust building*) sulit dilakukan.
4. Rendahnya keterkaitan dengan industri dan institusi terkait merupakan kendala yang sering ditemui sehingga upaya pengklusteran sulit dilakukan
5. Sebagian besar klaster memiliki struktur sosial yang mudah bercerai berai dan masih berkuat pada strategi untuk mempertahankan hidup.

Dapat dikatakan UMKM berpola klaster merupakan jawaban dari beberapa permasalahan yang dihadapi oleh UMKM yang bersifat individual. Manfaat utama yang didapat dengan menggunakan UMKM berpola klaster adalah menciptakan lapangan pekerjaan yang baru, pengurangan biaya produksi dan pemasaran karena biasanya bergabung menjadi satu bersama seluruh pengusaha, dan perluasan akses dalam bertukar informasi dan teknologi. Tentunya dengan manfaat-manfaat yang telah disebutkan, tingkat perekonomian dan kesejahteraan masyarakat UMKM berpola klaster lebih meningkat. Penelitian ini juga menggambarkan perubahan-perubahan apa saja yang dirasakan pengusaha dalam UMKM berpola klaster yang telah terbentuk, baik dari sisi perkembangan usaha pengusaha tersebut, maupun lingkungan tempat usahanya.

## BAB 3

### GAMBARAN UMUM

#### 3.1 Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) PT Telkom

##### 3.1.1 Regulasi Pelaksanaan PKBL PT Telkom, Tbk

Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) merupakan pelaksanaan dari Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara Nomor : PER-05/ MBU/2007 tanggal 27 April 2007 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan, pada Bab II pasal 2 ayat (2) yang berbunyi : “Perseroan Terbuka dapat melaksanakan Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan dengan berpedoman pada peraturan ini yang ditetapkan berdasarkan keputusan Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS)”. Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan di PT Telkom Indonesia Tbk., selanjutnya dikelola oleh unit yang disebut *Community Development Center* (CDC).

##### 3.1.2 Visi dan Misi PKBL PT Telkom

###### 1. Visi PKBL

Menjadi Perusahaan terbaik di dunia dalam membangun komunitas demi keberlanjutan bisnis dan reputasi perusahaan”

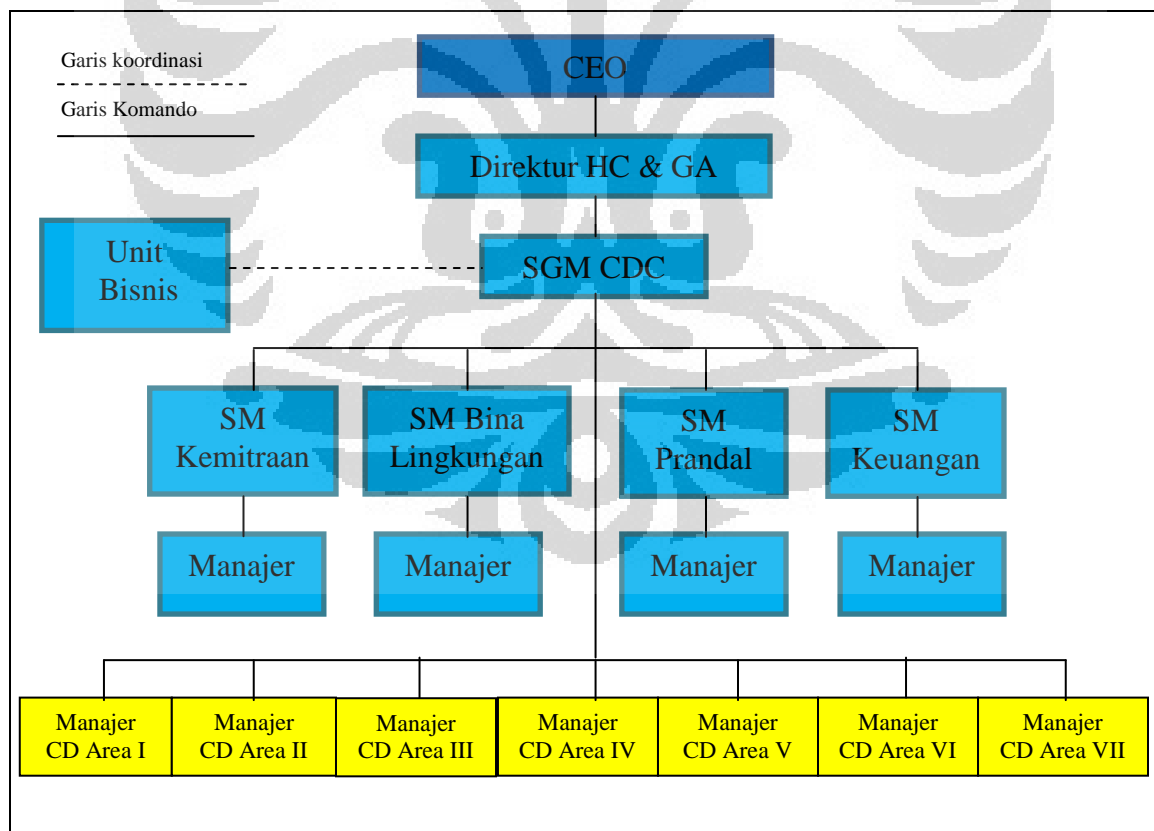
###### 2. Misi PKBL :

- a. Membentuk atau memberdayakan komunitas Akses yang berhubungan dengan bisnis *Telecommunication, Information, Media, Edutainment* (TIME);
- b. Membentuk atau memberdayakan komunitas Konten yang berhubungan dengan bisnis *Telecommunication, Information, Media, Edutainment* (TIME);
- c. Membentuk atau memberdayakan komunitas Sosial, Ekonomi dan Lingkungan.

### 3.1.3 Organisasi Pengelola PKBL PT Telkom

TELKOM *Community Development Center* (CDC), dibentuk berdasarkan Keputusan Direksi Nomor: KD 12/PS150/cop-B0030000/2008, adalah unit bisnis yang bertanggung jawab terhadap terselenggaranya pelaksanaan Program Kemitraan dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan (PKBL) di PT Telkom dengan Struktur Organisasi sebagai berikut :

1. Pimpinan CDC yaitu *Senior General Manager* CDC;
2. Pengelola Fungsi dukungan manajemen, yaitu :
  - a. *Senior Manager* Perencanaan dan Pengendalian; dan
  - b. *Senior Manager* Keuangan;
3. Pengelola Operasional, yaitu :
  - a. *Senior Manager* Program Kemitraan;
  - b. *Senior Manager* Program Bina Lingkungan; dan
  - c. *Manager Community Development* (CD) Area (Area I sd VII).



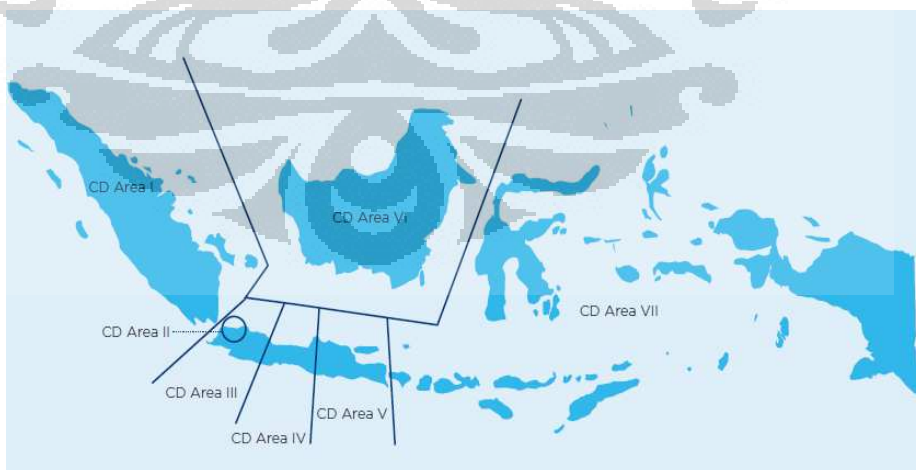
**Gambar 3.1 Struktur Organisasi CDC PT Telkom**

Sumber : Laporan PKBL PT Telkom, 2010, diolah kembali

### 3.1.4 Wilayah Operasional PKBL PT Telkom, Tbk

PT Telkom, Tbk memiliki kantor pusat yang berlokasi di Bandung. Namun untuk jangkauan pelayanan PT Telkom tersebar di seluruh wilayah Indonesia dan dibagi kedalam 7 *Community Development* (CD) area, antara lain:

1. CD area 1, meliputi wilayah Aceh, Sumatera Utara, Sumatera Barat, Riau, Kepulauan Riau, Bangka Belitung, Sumatera Selatan, Jambi, Lampung
2. CD area 2, meliputi wilayah Jakarta, Depok, Bogor, Tangerang, Bekasi, Serang, Karawang, Purwakarta
3. CD area 3, meliputi wilayah Bandung, Cirebon, Tasikmalaya, Cianjur, Rangkasbitung, Garut, Sukabumi
4. CD area 4, meliputi wilayah Semarang, Pekalongan, Purwokerto, Yogyakarta, Solo
5. CD area 5, meliputi wilayah Surabaya barat, Surabaya timur, Malang, Madiun, Jember
6. CD area 6, meliputi wilayah Balikpapan, Samarinda, Pontianak, Banjarmasin, Palangkaraya, Tarakan
7. CD area 7, meliputi wilayah Makasar, Kendari, Palu, Pare-pare, Luwuk, Poso, Manado, Gorontalo, Denpasar, Mataram, Kupang, Ambon, Ternate, Tual, Sorong, Papua, fakfak, Merauki, Manokwari, Biak



**Gambar 3.2 Wilayah Operasional PKBL PT Telkom, Tbk**

Sumber : Laporan PKBL PT Telkom, 2010

### 3.1.5 Pelaksanaan Program Kemitraan PT Telkom

#### 3.1.5.1 Metode Penyaluran Program Kemitraan

Metode penyaluran program Kemitraan dilakukan TELKOM melalui CD Area dan mengacu pada struktur organisasi CDC beserta jenis programnya, untuk memudahkan metode penyaluran program-program CDC. Berdasarkan struktur organisasi dan program, penyaluran bantuan Program Kemitraan TELKOM dilaksanakan melalui dua metode penyaluran, yaitu :

1. Penyaluran Aktif, penyaluran bantuan dilakukan berdasarkan proposal yang disampaikan oleh Calon Mitra Binaan; dan
2. Penyaluran Proaktif, penyaluran bantuan dilakukan berdasarkan aktivitas pencarian Calon Mitra Binaan oleh TELKOM.

#### 3.1.5.2 Alur Penyaluran Program Kemitraan

Terdapat tujuh tahapan dalam penyaluran program kemitraan, yaitu :

##### 1. Proposal

Proposal merupakan kelengkapan data administratif yang selanjutnya akan diisi oleh Calon Mitra Binaan yang memuat :

- a. Data pribadi sesuai KTP
- b. Data Usaha (Bentuk Usaha, alamat Usaha lengkap RT/RW, Desa/Kelurahan, Kecamatan, Kabupaten/Kota, Propinsi, Mulai Mendirikan Usaha, Jumlah Tenaga Kerja)
- c. Data Keuangan meliputi Laporan Keuangan/Catatan Keuangan 3 bulan terakhir, Rencana Penggunaan Dana Pinjaman, serta lampiran yang terdiri dari:
  - 1) FC KTP Suami/Istri atau identitas lainnya.
  - 2) FC Kartu Keluarga.
  - 3) Pas Photo ukuran 3X4
  - 4) Surat Keterangan mendirikan usaha dari Kelurahan.
  - 5) Gambar / Denah Lokasi Usaha.
  - 6) FC Rekening Bank / Buku Tabungan Mandiri
- d. Laporan Keuangan Praktis (diisi pada formulir aplikasi).

- e. Surat Pernyataan tidak sedang mendapatkan pinjaman dari BUMN/ perusahaan lain
  - f. Agunan (bisa berupa surat sertifikat tanah atau kendaraan)
2. Pencatatan dan Evaluasi Proposal  
Setelah dilakukan pengisian oleh CMB, para staf program kemitraan akan segera melakukan input data proposal dan mengevaluasi kelengkapannya.
  3. Survey Calon Mitra Binaan (CMB)  
Tahapan selanjutnya adalah melakukan survey oleh tim surveyor dari Telkom yang bertujuan untuk melihat kesesuaian antara isi formulir pendaftaran dengan keadaan yang sebenarnya. Survey yang dilakukan berupa observasi langsung dan wawancara. Formulir tersebut juga berisi tentang hasil wawancara. Wawancara tidak hanya dilakukan kepada calon mitra binaan secara langsung tetapi juga kepada keluarga, tetangga, dan masyarakat sekitar lokasi usaha.
  4. Evaluasi dan Penilaian Hasil Survey  
Setelah dilakukan survey maka hasil survey akan dinilai dan dievaluasi, dimana terdapat formulir analisis survey berisi kesesuaian antara data di proposal sebelumnya dengan keadaan nyata di lapangan, biasanya akan dilakukan penilaian dalam bentuk angka, antara 1-10
  5. Penetapan Persetujuan Calon MB  
Selanjutnya pihak Telkom akan menentukan siapa saja yang akan menjadi MB Telkom dan seberapa besar pinjaman yang akan diterima oleh MB Telkom
  6. Surat Perjanjian Pinjaman MB  
Surat Perjanjian Pinjaman (SPP) berisikan ketentuan dan kewajiban yang harus ditaati tiap MB beserta dengan sanksi yang harus dijalankan apabila tidak menaati SPP sebagaimana ditetapkan. Seluruh MB biasanya akan dikumpulkan dalam acara pembekalan awal dan penandatanganan SPP.

## 7. Penyerahan Dana Pinjaman MB

Setelah ditentukan siapa saja yang menjadi MB Telkom maka akan diserahkan dana pinjaman kepada rekening masing-masing MB



**Gambar 3.3 Alur Penyaluran Program Kemitraan**

Sumber : Laporan PKBL PT Telkom, 2010

### 3.1.5.3 Pembinaan Program Kemitraan

Terdapat empat rangkaian pembinaan yang diterima oleh MB Telkom, antara lain:

#### 1. Sarasehan

Seluruh mitra binaan Telkom yang sudah mengikuti pembekalan dan penandatanganan SPP akan mengikuti acara Sarasehan, yaitu gelar diskusi secara langsung dengan para peserta Sarasehan mengenai permasalahan yang di hadapi oleh Mitra Binaan di lapangan dan juga dukungan yang diharapkan guna memperlancar angsuran pinjaman. Dalam acara ini para peserta berbagi kiat-kiat keberhasilannya dalam menjalankan usaha. Selain itu diberikan juga materi mengenai materi Pembukuan sederhana dan masalah tentang HAKI dari mahasiswa co-op. Acara ini tidak diselenggarakan bersamaan seluruh mitra binaan Telkom tetapi bergantian sesuai dengan area binaannya.

## 2. Pelatihan

Kepada mitra binaan Telkom yang dalam tiga bulan mampu membayarkan cicilan dengan tepat waktu dan menunjukkan perkembangan usaha yang positif akan diikutkan pelatihan. Pelatihan ini bersifat lebih fokus, seperti meningkatkan kegiatan wirausahaan seperti melatih bagaimana cara melakukan pembukuan yang lebih baik, bagaimana cara meningkatkan pemasaran, dan sebagainya. Pelatihan ini merupakan bentuk reward pihak Telkom kepada mitra binaannya yang mampu membayar angsuran pinjaman tepat waktu

## 3. Pameran

Ini juga merupakan bentuk *reward* lain yang diberikan pihak Telkom. Mitra binaan akan diklasifikasikan kedalam tiga bentuk pameran sesuai dengan keberhasilan usahanya, mulai dari yang tingkat eksklusif (dilakukan di JCC atau Ecopark Alam Sutera), menengah (di kementerian BUMN atau kedaerahan), dan lokal (di kantor Telkom atau bazaar).

## 4. Pemagangan

Pemagangan dilakukan oleh mahasiswa yang masuk melalui program Co-op. Program Co-op (*Cooperative Academic Education*) TELKOM Group 2010 adalah program belajar bekerja terpadu yang dilaksanakan PT TELKOM bersama Anak Perusahaan (PT Telkomsel dan PT Infomedia) yang bekerja sama dengan dunia pendidikan guna mewujudkan kerjasama sinergis antara lembaga pendidikan, penelitian serta riset, dan dunia Industri. Adapun keuntungan dari program ini bagi Mahasiswa antara lain adalah tercatat pada daftar alumni Co-op TELKOM Group yang akan dimanfaatkan sebagai *database* rekrutmen calon karyawan TELKOM. Di samping itu, Mahasiswa juga akan mendapatkan honorarium dan sertifikat Co-op. Pelaksanaan Co-op TELKOM Group diselenggarakan selama 3 bulan.



### 3.1.6 Pelaksanaan Program Bina Lingkungan PT Telkom

#### 3.1.6.1 Metode Penyaluran Program Bina Lingkungan

Program Bina Lingkungan, penyaluran dilaksanakan oleh Telkom, melalui CD Pusat dan CD Area. Terdapat dua metode penyaluran, yaitu:

1. Penyaluran aktif dilakukan secara langsung berdasarkan proposal yang disampaikan oleh Calon Obyek Bantuan;
2. Penyaluran proaktif dilakukan berdasarkan aktivitas pencarian Calon Obyek Bantuan oleh Telkom; dan
3. Penyaluran melalui Program BUMN Peduli, yaitu penyaluran Program Bina Lingkungan yang dilakukan bersama-sama dengan BUMN lain.

#### 3.1.6.2 Alur Penyaluran Program Bina Lingkungan

Terdapat enam tahapan alur penyaluran program Bina Lingkungan, antara lain :

1. Proposal  
Setiap calon objek penerima bantuan wajib mengisi formulir proposal pendaftaran sebagai kewajiban administratif.
2. Pencatatan dan Evaluasi Proposal  
Setelah calon objek bantuan mengisi proposal kemudian dikumpulkan ke staf program Bina Lingkungan dan kemudian akan diinput dan dilakukan pengecekan proposal
3. Survey Calon Objek Bantuan  
Sama seperti program kemitraan, tim surveyor PT Telkom, Tbk selanjutnya melakukan survey sebagai dasar verifikasi kesamaan data di proposal dan di lapangan. Proposal pun juga dilakukan dalam bentuk observasi dan wawancara.
4. Evaluasi dan Penilaian Hasil Survey  
Setelah dilakukan survey maka hasil survey akan dinilai dan dievaluasi, dimana terdapat formulir analisis survey berisi kesesuaian antara data di proposal sebelumnya dengan keadaan nyata di lapangan, biasanya akan dilakukan penilaian dalam bentuk angka, antara 1-10

### 5. Penetapan Persetujuan Bantuan

Selanjutnya pihak Telkom akan menentukan siapa saja yang akan menjadi objek bantuan dan seberapa besar pinjaman yang akan diterima pihak tersebut

### 6. Penyerahan Dana Bantuan

Pihak Telkom akan menyerahkan dana bantuan, biasanya dalam bentuk proyek bantuan, misalnya penyerahan dana bantuan perbaikan sarana ibadah ditandai dengan peletakan batu pertama pembangunan Masjid.



**Gambar 3.4 Alur Penyaluran Program Bina Lingkungan**

Sumber : Laporan PKBL PT Telkom, 2010

#### 3.1.6.3 Pilar Program Bina Lingkungan

Terdapat tujuh pilar yang menjadi bentuk pemberian program Bina Lingkungan PT Telkom, antara lain :

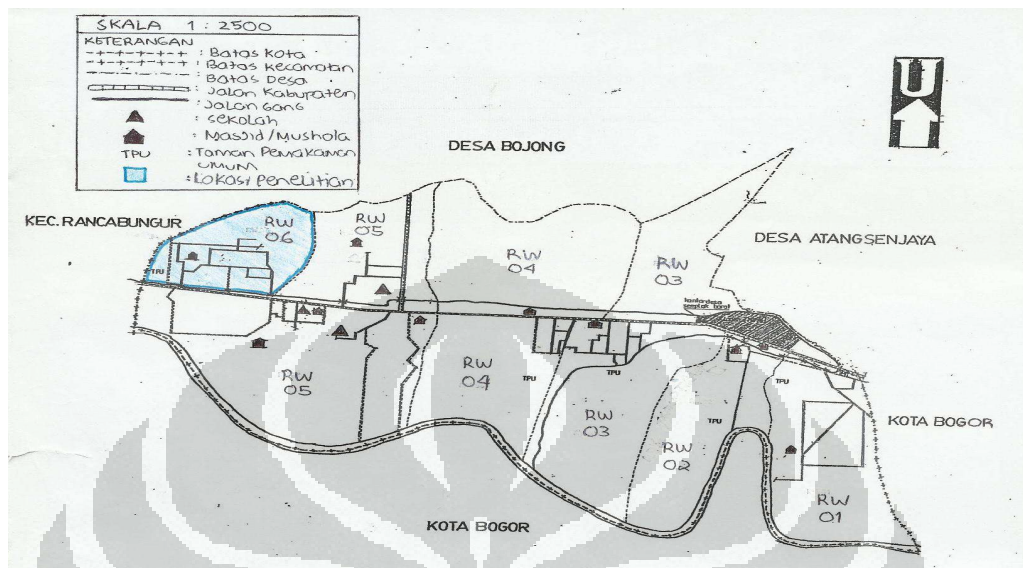
##### 1. BBA (bantuan kepada korban bencana alam)

PT Telkom memberikan bantuan kepada para korban bencana alam, seperti makanan, air bersih, pakaian, obat-obatan, dan lainnya

2. BPP (bantuan peningkatan pendidikan dan pelatihan masyarakat)  
PT Telkom memberikan bantuan, baik dalam bentuk penyediaan sarana pendidikan, pelatihan kepada tenaga pendidikan di daerah terpencil, yang terkait dengan produk Telkom, yaitu TIME (*Technology, Information, Media, Education*).
3. BKM (bantuan peningkatan kesehatan masyarakat)  
PT Telkom memberikan bantuan pelayanan kesehatan, baik pendirian balai kesehatan, penyuluhan mengenai hidup sehat, pemberian asupan gizi dan obat-obatan, dan pemeriksaan kesehatan.
4. BSU (bantuan pengembangan prasarana dan sarana umum masyarakat)  
PT Telkom memberikan bantuan pada pendirian gedung-gedung sarana umum warga, atupun jalanan umum.
5. BSI (bantuan peningkatan kegiatan keagamaan dan sarana ibadah masyarakat)  
PT Telkom memberikan bantuan berupa pendirian maupun perbaikan sarana ibadah dan kelengkapan peribadahan lainnya
6. BPA (bantuan pelestarian alam)  
PT Telkom memiliki program “*Telkom Go Green*” sebagai bentuk kepedulian terhadap salah satu isu lingkungan, yaitu pemanasan global, dimana bentuk programnya adalah mendukung program pemerintah yaitu penanaman satu juta pohon, PT Telkom sendiri sudah menanam 40.000 pohon dibantaran sungai untuk mencegah abrasi. Selain itu program lainnya adalah “*paperless office*”, yaitu penggunaan seminimal mungkin kertas di kantor.
7. BBP (bantuan BUMN peduli)  
Program ini merupakan program dibawah Kementrian BUMN, dimana PT Telkom berkoordinasi dengan BUMN lain untuk melaksanakan program terkait dengan isu yang diberikan Kementrian BUMN, seperti saat PT Telkom bersama dengan Forum BUMN mendirikan posko bencana alam bagi korban bencana Gunung Merapi.

### 3.2 Profil Kampung Anyar, Desa Semplak Barat, Kabupaten Bogor

#### 3.2.1 Karakteristik, Batas dan Kondisi Fisik Wilayah



**Gambar 3.5 Denah Wilayah Desa Semplak Barat, Kabupaten Bogor**

Sumber : Desa Semplak Barat, diolah kembali

Kube 115 berada di Kampung Anyar, Desa Semplak Barat, Kecamatan Kemang, Kabupaten Bogor. Kampung Anyar sendiri terdiri atas satu RW, yaitu RW 06. RW 06 terbagi atas tiga RT, yaitu RT 01, 02, dan 03. Adapun batas-batas wilayah Kampung Anyar antara lain untuk batas sebelah utara berbatasan dengan Kampung Panihsan, Kecamatan Rancabungur. Batas sebelah barat berbatasan dengan Desa Bantarsari, Kecamatan Rancabungur. Batas sebelah timur berbatasan dengan Kampung kandang, Kecamatan Kemang. Sedangkan batas sebelah selatan berbatasan dengan Kampung Kandang, Kecamatan Kemang. Jika dilihat pada denah diatas, maka lokasi Kampung Anyar (RW 06) berada di pojok kiri atas.

Akses untuk menuju Kampung Anyar sendiri tidaklah terlalu sulit karena lokasi yang berada di pinggir jalan raya Semplak dan tidak terlalu jauh dari pusat Kota Bogor. Banyaknya transportasi umum yang melintasi jalan raya Semplak memudahkan warga yang akan bepergian dan tidak memiliki kendaraan pribadi. Namun transportasi umum yang melewati daerah tersebut hanyalah angkot. Alternatif transportasi lain dapat yang digunakan adalah ojeg. Dikarenakan lokasi

yang berada di pinggir jalan raya, Kampung Anyar sendiri memiliki kolasi yang strategis berdekatan dengan beberapa fasilitas umum yang terdapat disekitar jalan raya semplak, seperti Kantor Desa Semplak Barat, Puskesmas Semplak, juga terdapat beberapa minimarket disepanjang jalan raya tersebut.

Didalam Kampung Anyar sendiri terdapat beberapa fasilitas yang biasa digunakan warga setempat, seperti Masjid, TPA, lapangan, pemakaman umum, rumah produksi, dan outlet produksi. Kebanyakan fasilitas tersebut merupakan hasil program Bina Lingkungan yang diberikan PT Telkom. Sedangkan untuk fasilitas kesehatan terdapat satu Posyandu yang berada di wilayah RT 02 dirumah salah satu warga dan dikelola oleh ibu-ibu. Kegiatan yang dilakukan di Posyandu tersebut adalah menimbang berat badan bayi dan memberikan vitamin pada anak. Selain itu jalanan di sepanjang Kampung Anyar hampir semua sudah menggunakan aspal walaupun jalanan tersebut cukup sempit hanya cukup untuk motor ataupun pejalan kaki.



**Gambar 3.6 Akses Jalan**

Sumber : Dokumentasi Peneliti

### 3.2.2 Gambaran Umum Penduduk dan Sosial Masyarakat

Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh Desa Semplak Barat, jumlah penduduk Kampung Anyar jika diklasifikasikan menurut jenis kelamin adalah sebagai berikut :

**Tabel 3.1 Komposisi Penduduk Kampung Anyar menurut Jenis Kelamin**

	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
RT 01	114	124	238
RT 02	92	107	199
RT 03	98	108	206
Total	204	339	643

Sumber : Data PPS Desa Semplak Barat, diolah kembali

Dari data tersebut jumlah penduduk di tiap wilayah RT tidak jauh berbeda, namun komposisi penduduk berada di wilayah RT 01. Sementara jika dilihat dari jenis kelamin, penduduk dengan jenis kelamin perempuan lebih banyak, bahkan di tiap wilayah RT walaupun perbedaannya tidak terlalu jauh. Jumlah penduduk Kampung Anyar jika dilihat dari jenis agama yang dianut, 100% penduduk menganut agama Muslim. Penduduk Kampung Anyar sendiri memiliki kegiatan-kegiatan keagamaan yang dilakukan secara rutin, seperti pengajian untuk bapak-bapak setiap Sabtu malam dan pengajian untuk ibu-ibu dilakukan setiap hari Minggu. Selain itu terdapat TPA yang dilakukan setiap hari. Sementara untuk kegiatan keagamaan untuk memperingati hari besar Umat Muslim, biasanya warga Kampung Anyar memiliki acara khusus setiap Maulid Nabi dan Israj Miraj. Biasanya kegiatan diawali dengan pengajian dan diakhiri dengan perayaan, seperti makan malam bersama dan acara dangdutan. Kegiatan-kegiatan tersebut dikelola oleh Dewan Kemakmuran Masjid (DKM) setempat dan untuk urusan perijinan melalui ketua RT dan RW.

**Tabel 3.1 Komposisi Penduduk Kampung Anyar menurut Usia**

RT	Usia Produktif	Usia Non Produktif	Jumlah
RT 01	168	70	238
RT 02	130	69	199
RT 03	138	68	206
Total	436	207	643

Sumber : Data Kependudukan RW 06, diolah kembali

Jumlah penduduk Kampung Anyar jika dilihat dari jenis pekerjaan dapat terlihat dari tabel diatas bahwa angka untuk usia produktif warga Kampung Anyar adalah 436 penduduk atau kurang lebih 67,8% total penduduk kampung Anyar. Tentunya jenis pekerjaan utama warga Kampung Anyar adalah pengusaha rengginang dan dodol. Sekitar 176 warga yang memiliki usaha rengginang dan dodol sekaligus menjadi mitra binaan Telkom. Untuk usaha rengginang dan dodol sendiri kebanyakan dikelola oleh ibu-ibu, sementara suaminya memiliki pekerjaan lain, seperti pegawai negeri, buruh, karyawan swasta, dan buruh. Namun terdapat pula usaha rengginang dan dodol yang dikelola oleh suami istri dan menjadi sumber pendapatan utama. Beberapa warga memiliki usaha lain, seperti warung yang menjual barang kebutuhan sehari-hari. Dikarenakan usaha rengginang dan dodol menjadi usaha utama warga, hampir di setiap rumah warga Kampung Anyar memiliki dapur khusus untuk mengelola rengginang dan dodol. Usaha ini juga merupakan usaha rumahan dan bersifat turun-temurun keluarga sehingga hampir seluruh anggota keluarga terjun langsung untuk memproduksi rengginang dan dodol, beberapa pengusaha pun mempekerjakan warga dari kampung lain untuk membantu memproduksi rengginang dan dodol.

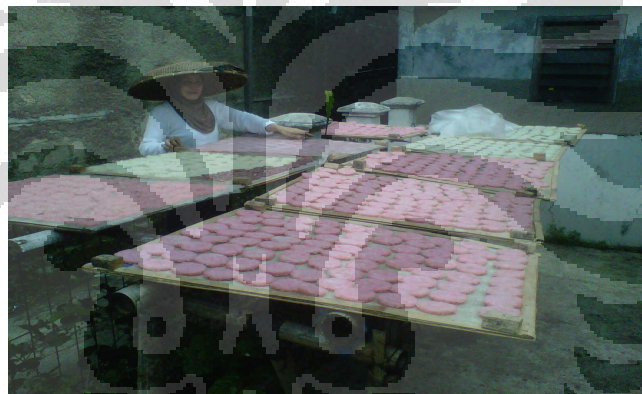


**Gambar 3.7 Kegiatan Produksi Rengginang Pengusaha Kube 115**

Sumber : Dokumentasi Peneliti



Aktivitas yang biasa dilakukan oleh warga Kampung Anyar setiap harinya biasa diawali setelah bangun tidur dan sholat subuh, warga mulai mengerjakan produksi rengginang dan dodol sampai para bapak berangkat bekerja dan anak-anak pergi sekolah. Sang ibu pun tetap melanjutkan proses produksi hingga pukul sembilan. Biasanya aktivitas yang dilakukan selanjutnya adalah merapikan rumah dan mulai pergi ke pasar. Pada saat siang hari para ibu biasanya menjemput anaknya yang bersekolah dan berkumpul dengan ibu-ibu lainnya. Pada saat sore hari biasanya para ibu mengambil rengginang yang biasa dijemur diluar sambil mengurus rumah hingga suaminya pulang dari bekerja. Dikarenakan para ibu berprofesi sebagai ibu rumah tangga merangkap pengusaha rengginang dan dodol, biasanya mereka memiliki waktu senggang siang hari setelah selesai produksi rengginang dan dodol serta mengurus rumah tangga masing-masing.



**Gambar 3.8 Kegiatan Menjemur Rengginang Pengusaha Kube 115**

Sumber : Dokumentasi Peneliti

### 3.2.3 Organisasi/Perkumpulan dan Hubungan Dengan Pihak Eksternal

Kube 115 Semplak merupakan perkumpulan paling besar yang berada di Kampung Anyar. Perkumpulan kelompok pengusaha rengginang dan dodol ini diketuai oleh Ibu Mimi dan sudah berdiri sejak tahun 2005 atau tepatnya saat mulai menjadi mitra binaan PT Telkom. Saat ini perkumpulan tersebut sudah mencakup 167 pengusaha rengginang dan dodol yang semuanya berlokasi di Kampung Anyar. Sampai saat ini belum ada pelatihan yang khusus diberikan oleh PT Telkom untuk Kube, pelatihan maupun pameran diberikan bersamaan dengan mitra binaan Telkom lainnya. Perkumpulan ini tidak memiliki jadwal pertemuan



rutin, biasanya para pengusaha berkumpul yang bersifat non-formal dan membicarakan mengenai perkembangan usaha, sekaligus bertukar informasi mengenai kiat-kiat berjualan, pemasaran, dan lainnya. Perkumpulan ini menggantikan organisasi Fajar Makmur yang sebelumnya mengelola para pengusaha rengginang dan dodol yang ada. Selain itu terdapat DKM (Dewan Keamanan Masjid) yang mengelola kegiatan keagamaan Kampung Anyar.

Selain menjadi mitra binaan dan menjadi penerima bantuan Program Bina Lingkungan dari PT Telkom, Kampung Anyar, atau Kube 115 Semplak khususnya, juga memiliki hubungan kerjasama dengan lembaga/institusi lainnya. Salah satunya adalah Kementerian Perdagangan yang membantu memberikan peralatan produksi rengginang dan dodol. Selain itu Kube 115 Semplak juga bekerjasama dengan Pemda Kabupaten Bogor untuk memberikan pelatihan kewirausahaan. Selain itu Kube 115 juga pernah mendapatkan pendampingan dari kerjasama antara Sampoerna Foundation dan PT Telkom. Untuk bantuan fisik sendiri, Kampung Anyar pernah mendapatkan bantuan sarana umum berupa jalan melalui program PNPM Mandiri yang diselenggarakan pemerintah.



**Gambar 3.9 Mesin Penggilingan Kelapa Bantuan Kementerian Perdagangan**

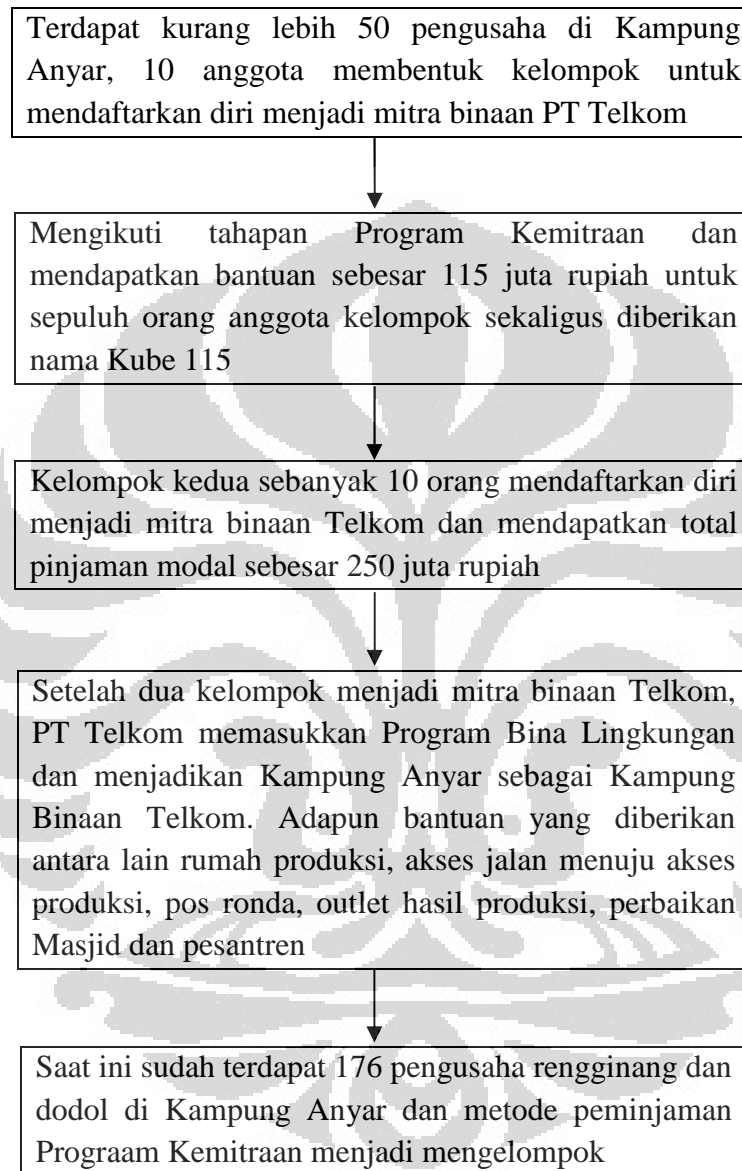
Sumber : Dokumentasi Peneliti

### 3.2.4 Proses Pelaksanaan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan di Kube 115, Kampung Anyar, Kabupaten Bogor

Pada awalnya, terdapat sekitar lima puluh pengusaha rengginang dan dodol yang berada di wilayah Kampung Anyar. Sepuluh diantaranya merupakan kelompok pertama yang menjadi mitra binaan PT Telkom, dimana salah satu pengusaha yang kemudian menjadi ketua kelompok mengikuti pelatihan wirausaha di Bandung dan bertemu dengan Manajer Program Kemitraan *Community Development Center* (CDC) Divisi Regional 2 PT Telkom. Alasan awal para pengusaha membentuk kelompok tersebut adalah mempermudah mereka untuk mendapatkan pinjaman. Setelah mengikuti tahapan-tahapan menjadi mitra binaan Telkom, akhirnya Telkom memberikan bantuan sebesar 115 juta rupiah kepada sepuluh anggota kelompok tersebut dan menamakannya Kube 115. Ternyata hal ini menarik minat pengusaha lainnya, akhirnya kelompok yang kedua mendaftarkan diri untuk menjadi mitra binaan Telkom pada periode berikutnya. Mereka pun berhasil mendapatkan total pinjaman sebesar 250 juta rupiah untuk sepuluh orang anggotanya.

Setelah duapuluh pengusaha Kube 115 menjadi mitra binaan Telkom, PT Telkom pun memiliki gagasan untuk mengkoordinasikan Program Kemitraan dengan Program Bina Lingkungannya sekaligus menjadikan Kampung Anyar sebagai Kampung Binaan Telkom. Hal ini terjadi karena melihat adanya potensi perkembangan usaha mitra binaan di Kube 115 dan bertambahnya jumlah pengusaha dodol dan rengginang didalam Kampung Anyar. Akhirnya Program Bina Lingkungan sendiri memberikan bantuan pendirian sarana dan fasilitas umum dan ibadah, diantaranya rumah produksi, akses jalan menuju rumah produksi, pos ronda, outlet hasil produksi, serta perbaikan Masjid dan Pesantren. Saat ini terdapat 176 pengusaha rengginang dan dodol di Kampung Anyar dan daerah ini terkenal sebagai penghasil rengginang dan dodol karena pemasarannya tidak lagi di sekitar Kampung Anyar, namun sudah meliputi luar propinsi bahkan luar negeri. Selain itu metode peminjaman modal Program Kemitraan mengalami perubahan setelah kelompok kedua, dimana peminjaman tidak lagi dilakukan berkelompok melainkan secara individual per pengusaha. Yang membedakan adalah tiap pengusaha menyediakan agunan sendiri dan jumlah pinjaman tidak

dibagi-bagi dengan pengusaha lain. Peminjaman ini disebut peminjaman mengelompok. Untuk memperjelas dapat dilihat pada bagan dibawah ini:



Sumber : Olahan Peneliti

**Gambar 3.10 Proses Pelaksanaan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan di Kube 115, Kampung Anyar, Kabupaten Bogor**

## **BAB 4**

### **PELAKSANAAN PROGRAM KEMITRAAN DAN BINA LINGKUNGAN PT TELKOM DENGAN MENGGUNAKAN UMKM BERPOLA KLASTER**

Pada bagian pertama Bab 4 mengemukakan hasil temuan lapangan yang diperoleh selama proses penelitian yang akan digunakan untuk menerangkan tujuan penelitian, yaitu menggambarkan proses pelaksanaan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan PT Telkom dalam mengembangkan pengusaha di wilayah Kampung Anyar, Kabupaten Bogor menjadi UMKM berpola klaster yang dinamakan Kube 115 dan perubahan yang terjadi pada pengusaha Kube 115 dan warga Kampung Anyar setelah menjadi mitra binaan dan mendapatkan bantuan Bina Lingkungan PT Telkom.

Hasil temuan lapangan sendiri diperoleh melalui proses pengumpulan data yang dilakukan antara lain melalui proses wawancara mendalam yang melibatkan sepuluh orang pengusaha Kube 115 yang sekaligus menjadi mitra binaan Telkom serta satu informan tambahan yang juga merupakan mitra binaan Telkom dan memiliki usaha warung yang menyediakan kebutuhan bahan baku para pengusaha Kube 115. Selain itu wawancara mendalam juga dilakukan kepada staf Program Kemitraan dan Bina Lingkungan PT Telkom, khusus untuk Program Kemitraan dilakukan kepada staf yang menangani area Bogor. Pengumpulan data juga dilakukan melalui observasi, baik observasi proses produksi para pengusaha Kube, jenis bantuan dan pemanfaatan fasilitas bantuan Bina Lingkungan PT Telkom. Selain itu peneliti juga menggunakan data sekunder, seperti dokumentasi mengenai proses produksi dan bantuan Bina Lingkungan yang telah diberikan PT Telkom kepada warga Kampung Anyar.

Temuan lapangan sendiri akan dibagi kedalam empat bagian sesuai dengan tujuan penelitian yang tersedia. Di tiap akhir temuan lapangan per tujuan penelitian terdapat tabel dan bagan sebagai rangkuman dari temuan lapangan yang sudah dibuat.

## 4.1 Pelaksanaan Program Kemitraan PT Telkom

### 4.1.1 Tahapan Perencanaan

Pelaksanaan Program Kemitraan PT Telkom dilatarbelakangi dua hal, yaitu :

1. Implementasi Permen BUMN Nomor 5 Tahun 2001

Pelaksanaan Program Kemitraan PT Telkom mulai dilakukan pada sekitar tahun 2002 dan pada dasarnya dilatarbelakangi oleh keputusan Kementrian BUMN yang tertera pada Keputusan Menteri Nomor 5 Tahun 2001 dan wajib dilaksanakan oleh seluruh BUMN.

“Program kemitraan mulai dibentuk pada tahun 2001 dan mulai dilaksanakan pada tahun 2002, merupakan implementasi dari Keputusan Menteri Nomor 5 Tahun 2001, dimana pelaksanaan Peraturan Menteri ini sebenarnya gak hanya PT Telkom yang melakukan PKBL, melainkan oleh seluruh BUMN.” (Pak Dr, 9 Maret 2012)

2. Memberdayakan masyarakat melalui pinjaman modal sekaligus sebagai publikasi produk-produk PT Telkom

Selain merupakan implementasi dari Kepmen BUMN, PT Telkom sendiri memiliki alasan khusus dalam melaksanakan Program Kemitraan, selain untuk memberdayakan masyarakat pengusaha dengan memberikan pinjaman modal. Hal ini dilakukan agar mereka memiliki tambahan biaya dalam mengelola usahanya dan mengurangi tingkat pengangguran. Program Kemitraan juga sekaligus menjadi bentuk publikasi serta promosi produk-produk yang dihasilkan PT Telkom kepada masyarakat mitra binaannya.

“PT Telkom sendiri memiliki tujuan khusus pelaksanaan program kemitraan, yaitu sebagai bentuk publikasi nama Telkom di tengah masyarakat dengan cara memberikan bantuan pinjaman modal (ekonomi), diharapkan melalui pinjaman ini mereka bisa mengembangkan usahanya dan mengurangi pengangguran. Namun bukan hanya mengejar masalah finansial tapi juga publikasi nama Telkom melalui produk-produknya.” (Pak Dr, 9 Maret 2012)

**Universitas Indonesia**

“Yah bisa juga sebagai bentuk promosi produk mereka gitu mas, namanya kan mereka udah bantu modal pengusaha disini nah timbal baliknya mereka promosi dengan harapan mitra nya menggunakan produk dari Telkom, misalnya rata-rata mitra pasti pake Flexi untuk memudahkan komunikasi sama CDC.” (Ibu Ng, 6 Maret 2012)

#### 4.1.2 Tahapan Persiapan

##### 4.1.2.1 Pembinaan Relasi Pengusaha di Kampung Anyar Dengan Pegawai CDC PT Telkom

Tahapan dalam menjadi mitra binaan PT Telkom diawali dengan adanya relasi salah satu pengusaha di Kampung Anyar dengan salah satu manajer senior Divisi *Community Development Center* (CDC) PT Telkom sebagai pelaksana PKBL PT Telkom, yaitu Pak Hr di Bandung saat berlangsung pelatihan pengusaha. Selanjutnya pengusaha tersebut mengungkapkan keinginannya untuk meminjam modal kepada pihak Telkom secara berkelompok. Pertama kali meminjam modal kepada Telkom terdapat satu kelompok yang terdiri dari sepuluh pengusaha. Akhirnya Pak Harmon memiliki ketertarikan dengan kondisi pengusaha tersebut dan menawarkan untuk mengikuti Program Kemitraan

“Pada awalnya salah satu pengusaha di Kampung Anyar yaitu Ibu Mm mendatangi PT Telkom untuk mengikuti pelatihan pengusaha sekaligus memberikan informasi mengenai kondisi Kampung tersebut yang terdiri 10 pengusaha rengginang dan dodol dan membicarakan adanya kemungkinan untuk dapat pinjaman modal.” (Pak Dr, 9 Maret 2012)

“Yang pertama sih karena kita berkelompok jadi ada ketua kelompoknya datang ke Telkom untuk ngasitau permohonan buat dapet modal, terus pihak Telkomnya tertarik dan dia langsung nyuruh Bu Mm buat daftar ngisi formulir gitu.” (Ibu Eu, 7 Maret 2012)

“Waktu itu mah ibu masih yang berkelompok, ketua kelompoknya kan ibu Mimi. Jadi waktu itu ibu ketemu sama Pak Hr (eks Manajer Prog Kemitraan PT Telkom) di Bandung untuk pelatihan pengusaha kecil, dari situ Ibu Mm

ngobrol tentang pengusaha yang ada di Kube dan nanya ada peluang untuk dapet pinjaman modal.” (Ibu Li, 19 Maret 2012)

#### 4.1.2.2 Pengisian formulir pendaftaran sebagai Calon Mitra Binaan (CMB) Telkom

Sama seperti UMKM yang bersifat individual, tahapan program kemitraan selanjutnya adalah melengkapi berkas-berkas administratif, seperti fotokopi KK, KTP, surat usaha serta agunan untuk melengkapi persyaratan sebagai Calon Mitra Binaan Telkom (CMB). Hal ini terkait dengan pemilihan mitra binaan sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan PT Telkom seperti omzet tidak lebih dari satu miliar per tahun, memiliki agunan, aset maksimal 200 juta rupiah diluar tanah dan bangunan serta memiliki usaha lebih dari satu tahun. Persyaratan tersebut merupakan standar yang diberikan oleh Kementrian BUMN, yang membedakan PT Telkom dengan BUMN lainnya adalah masalah agunan. Agunan sendiri akan diberikan kepada pihak Telkom selama periode menjadi mitra binaan dan agunan yang diberikan Perbedaannya adalah agunan yang diberikan kepada PT Telkom tidak sebanyak jumlah anggota kelompok melainkan hanya satu agunan untuk satu kelompok.

“Ya kan Telkom memiliki kriteria-kriteria khusus, seperti omzet tidak lebih dari satu miliar per tahun, memiliki agunan, aset maksimal 200 juta diluar tanah dan bangunan serta memiliki usaha lebih dari satu tahun. Khusus untuk agunan itu persyaratan khusus dari Telkom, bisa setifikat tanah atau mobil, nanti akan dikembalikan setelah periode pinjaman berakhir. Kriteria tersebut dapat dilihat dari pengisian formulir pinjaman, disitu akan terlihat bagaimana perkembangan usaha CMB, sekaligus ada kelengkapan administratif kayak KTP, KK, denah wilayah, laporan keuangan, dan lain-lain.” (Pak Dr, 9 Maret 2012)

“Ngumpulin berkas-berkas, formulir kayak KK, surat nikah, KTP. Nah waktu itu saya ikut yang kelompok pertama jadi emang dalam satu kelompok itu untuk agunannya cuma satu, terus jumlah uangnya nanti dikasih rata buat semua anggota.” (Ibu Nn, 6 Maret 2012)

“Yang pasti kan kita harus ngumpulin berkas-berkas formulir, kayak KK, terus KTP, terus kan harus nyertain agunan kalo saya sih waktu itu kasih akte tanah. Waktu itu saya kan masi berkelompok jadi ngurusnya emang buat satu kelompok, tapi bukan saya yang ngurus waktu itu.” (Ibu At, 7 Maret 2012)

#### 4.1.2.3 Survey lokasi CMB

Tahapan selanjutnya adalah proses survey yang dilakukan oleh tim surveyor PT Telkom. Adapun tujuan survey tersebut adalah untuk melihat kesesuaian antara data-data administratif yang sudah dikumpulkan dengan kenyataan di lapangan. Adapun hal-hal yang diamati saat survey antara lain lokasi rumah dan usaha, produksi yang dihasilkan, omzet, pemasaran dan lainnya. Selanjutnya hal-hal tersebut akan dinilai sesuai dengan lembar penilaian yang ada. Selain penilaian juga ada catatan-catatan (deskripsi) khusus berdasarkan kategori-kategori yang telah ditetapkan selama survey dilakukan.

“Selanjutnya PT Telkom mendatangi lokasi Kampung Anyar untuk melakukan survey lokasi dan berdiskusi dengan para pengusaha untuk dijadikan sebagai kelompok usaha. Survey itu berdasarkan tempat usaha dan tempat tinggal, kita melihat status tempat milik atau sewa, walaupun sewa harus ada ijin sewa. Yang lain adalah sisi keuangan untuk menentukan kemampuan untuk mengangsur ke Telkom. Yang ketiga adalah keberadaan agunan. Nah abis itu ada lembar penilaiannya ada kategori 1-10 sesuai indikator tadi, ada juga catatan-catatan khusus dari tim survey. (Pak Dr, 9 Maret 2012)”

“Selanjutnya mereka datang kesini buat mantau gimana usaha kita pasti dia mau mastiin sama pendaftaran yang udah kita kumpulin, beneran gak kita jualan rengginang sama dodolnya biar mastiin ntar duitnya ga disalahgunakan.” (Ibu Sm, 7 Maret 2012)

“Abis itu Telkom survey kesini ya dilihat lokasi produksi pembuatan dodol, produksinya gimana, difoto-foto tuh sama orang Telkom.” (Ibu Wt, 15 Maret 2012)



#### 4.1.2.4 Evaluasi dan penilaian hasil survey

Hasil survey tersebut kemudian dijadikan dasar sebagai bahan evaluasi pihak Telkom untuk menentukan siapa saja CMB yang akan ditetapkan menjadi mitra binaan Telkom dan seberapa besar jumlah pinjaman yang akan diberikan kepada pengusaha tersebut bersama dengan mitra binaan Telkom lainnya. Hasil dari evaluasi tersebut ditetapkan bahwa kelompok pengusaha di Kampung Anyar mendapatkan bantuan sebesar 115 juta rupiah dan diberi nama kelompok “Kube 115”

“Setelah itu pihak Telkom melakukan evaluasi berdasarkan hasil survey untuk menentukan estimasi berapa nilai nominal yang akan didapatkan oleh kelompok pengusaha tersebut. Akhirnya diputuskan dari evaluasi tersebut bahwa mereka akan mendapatkan jumlah pinjaman modal sebesar 115 juta rupiah sekaligus diberikan nama yaitu Kube 115 Semplak, Kabupaten Bogor.” (Pak Dr, 9 Maret 2012)

“Setelah itu kan mereka menilai hasil survey yang udah dilakukan dan akhirnya ditentukan kelompok pertama mendapatkan total pinjaman sebesar 115 juta dan dibentuk Kube 115. Alasannya sih karna sejumlah pengusaha sejenis dalam wilayah tertentu, itu kayak jadi ciri khas kami.” (Ibu Sr, 13 Maret 2012)

Salah satu hasil evaluasi survey adalah pembentukan Kube 115. Adapun hal-hal yang melatarbelakangi pembentukan Kube 115 tentunya dilatarbelakangi, antara lain :

1. Penyatuan karakteristik beberapa pengusaha dalam satu wilayah tertentu

Menurut pihak Telkom, banyaknya pengusaha dalam wilayah Kampung Anyar dalam menjadi mitra binaan Telkom tentunya akan merepotkan proses administrasi. Selain itu tentunya banyaknya pengusaha menunjukkan banyaknya “karakteristik” yang perlu dikelola sehingga pembentukan kelompok akan mengorganisasi kepentingan para pengusaha tersebut.

“Pada dasarnya tujuan pembentukan Kube adalah mempermudah mengelola sejumlah pengusaha yang berada di satu lokasi. Kan sebenarnya pengusaha itu macem-macam karakteristiknya sehingga apabila dibentuk kelompok akan lebih terorganisir.” (Pak Dr, 9 Maret 2012)

## 2. Memajukan usaha rengginang dan dodol di Kampung Anyar

Selain itu alasan lainnya adalah untuk memajukan pengusaha di Kampung Anyar sebagai penghasil rengginang dan dodol. Potensi berkembangnya jumlah pengusaha akhirnya menjadi ciri khas wilayah tersebut sehingga masyarakat pun semakin mengenal wilayah Kampung Anyar sebagai wilayah yang khusus memproduksi rengginang dan dodol dan pada akhirnya diharapkan menjadi model bagi wilayah-wilayah lain yang memiliki sejumlah pengusaha dengan jenis usaha yang serupa.

“Selain itu hal ini bertujuan untuk mengangkat nama Kube tersebut sebagai penghasil rengginang dan dodol, jadi masyarakat bisa tau kalo ada ciri khas produksi dari Kampung Anyar itu sendiri. Bahkan Kube ini kan udah pernah dapet penghargaan dari Kementrian BUMN, yang waktu itu di JCC. Nah dengan penghargaan itu kan Kube jadi semakin dikenal luas oleh masyarakat dan pada akhirnya bisa jadi contoh buat wilayah-wilayah lain, kayak saat ini yang sedang dikembangkan Telkom di daerah Bantarkambyung, di Bogor juga.” (Pak Dr, 9 Maret 2012)

### 4.1.3 Tahapan Pelaksanaan

#### 4.1.3.1 Penetapan Mitra Binaan Telkom

Setelah rapat evaluasi tersebut, kelompok Kube 115 bersama dengan mitra binaan Telkom yang terpilih lainnya diundang ke kantor Telkom pusat untuk mengikuti acara penetapan sebagai mitra binaan Telkom. Acara tersebut biasa dikenal dengan nama “Sarasehan”. Dalam Sarasehan tersebut para mitra binaan terpilih mengikuti berbagai rangkaian acara, seperti:

### 1. Pembekalan awal

Dalam pembekalan tersebut para mitra binaan tersebut akan diberikan pemahaman mengenai bagaimana menjadi wirausaha dan kiat-kiat dalam mengembangkan usaha tersebut serta pedoman teknis dalam melakukan pembayaran angsuran tiap bulannya.

“Sama seperti mitra binaan terpilih, para anggota Kube 115 datang ke Telkom untuk mengikuti pembekalan awal yang disebut sebagai sarasehan sekaligus tahapan pencairan dana secara simbolis. Pembekalan yang dimaksud adalah pemberian pengarahan oleh Manajer CDC Telkom mengenai bagaimana kita berwirausaha.” (Pak Dr, 9 Maret 2012)

“Abis itu diundang sama Telkom buat ikut sarasehan sekalian penyerahan uang, dia cerita-cerita lah tentang usaha, terus biasa lah pulangnya dapet uang transport.” (Ibu Sm, 7 Maret 2012)

### 2. Penandatanganan PKS (Perjanjian Kerjasama)

PKS merupakan surat perjanjian antara pihak pertama yaitu pihak Telkom dan pihak kedua yaitu Kube 115 yang diwakili oleh ketua Kube dan berisikan tentang ketentuan-ketentuan yang menjadi hak dan kewajiban pengusaha dalam bermitra dengan Telkom. Saat para mitra datang mereka langsung menemui pegawai CDC Telkom sub area masing-masing untuk menandatangani PKS tersebut. Hal yang biasa menjadi perhatian dalam PKS tersebut adalah mengenai cara pembayaran dan ketentuan agunan.

“Selain pembekalan dilakukan pula penandatanganan PKS itu kayak surat perjanjian kedua pihak, yaitu si pengusaha dan pihak Telkom. Disitu banyak pasal-pasal yang mengatur berlangsungnya program kemitraan, hak dan kewajiban dari kedua belah pihak, biasanya sih kalo penandatanganan sebelum Sarasehan mulai itu masing-masing dateng ke staf yang menangani wilayah mereka, kayak pengusaha Kube ke saya. Nanti dijelaskan juga isi dari PKS itu, kayak cara bayar

**Universitas Indonesia**

sama agunan biasanya, soalnya banyak kasus mengenai agunan karna para mitra gak baca PKS dengan jelas.” (Pak Dr, 9 Maret 2012)

“Setelah dikasitau kita disuruh ke Jakarta ikut sarasehan itu lah, disitu dikasitau cara pembayaran biar ga telat, gitu-gitu lah, terus disuruh tandatangan surat perjanjian sama Telkom, PKS namanya, disitu banyak dijelasin tentang pembayaran trus agunan juga.” (Ibu Wt, 15 Maret 2012)

“Pertamanya kita dikasi pengarahannya gimana nanti cara bayarnya kan nanti modalnya disetor ke rekening nah bayarnya pun harus melalui bank tiap tanggal 5.” (Ibu Li, 19 Maret 2012)

### 3. Penyerahan modal pinjaman secara simbolis

Biasanya beberapa pengusaha dari berbagai sub area binaan PT Telkom melakukan proses penyerahan modal yang diberikan langsung oleh manajer CDC Divre 2 PT Telkom secara simbolis, selanjutnya modal pinjaman tersebut akan diserahkan ke rekening para mitra binaan, biasanya satu minggu setelah acara Sarasehan berlangsung.

“Nah diakhir Sarasehan biasanya ada acara penyerahan dana pinjaman secara simbolis dilakukan biasanya sih oleh manajer CDC, selanjutnya baru beberapa hari kemudian barulah disetor ke rekening masing-masing.” (Pak Dr, 9 Maret 2012)

“Ada penyerahan dana secara simbolis baru lah setelah itu dana nya disetor ke rekening masing-masing sesuai jumlah pinjaman yang didapat, kalo saya dulu kan 115 juta buat satu kelompok 10 orang.” (Ibu El, 15 Maret 2012)

#### 4.1.3.2 Pembinaan yang diperoleh anggota Kube 115 setelah menjadi mitra binaan Telkom

Setelah menjadi mitra binaan Telkom, salah satu hak yang diperoleh adalah mengikuti pembinaan. Pembinaan yang didapatkan oleh para mitra binaan meliputi pelatihan, pameran, *study tour* dan pendampingan. Tentunya untuk dapat mengikuti pelatihan tersebut para mitra binaan harus melakukan pembayaran cicilan dengan tepat waktu selama tiga bulan awal periode, selanjutnya pihak Telkom akan mengundang mitra untuk melakukan pembinaan secara bergiliran, biasanya berdasarkan sub area mitra binaan.

“Saat ini anggota Kube 115 sudah mencapai 176 pengusaha, PT Telkom belum pernah memberikan pelatihan khusus untuk 176 pengusaha tersebut sehingga pelatihan diberikan bersamaan dengan mitra binaan Telkom lainnya. Secara umum, anggota Kube 115 sudah mengikuti pembekalan awal, yaitu sarasehan. Sama seperti mitra binaan lain, pembinaan yang diberikan apabila pengusaha bayar cicilannya selalu tepat waktu, seenggaknya tiga bulan pertama, barulah dari pihak Telkom akan mengundang mereka biasanya per sub area, gak bisa barengan kan.” (Pak Dr, 9 Maret 2012)

##### 1. Pelatihan

Adapun pembinaan yang diberikan kepada anggota Kube 115 tentunya bervariasi, seperti pelatihan pada umumnya diberikan pelatihan kewirausahaan yang didalamnya terdapat pembukuan, cara produksi, pengemasan, dan lainnya. Selama ini pelatihan diselenggarakan bersamaan dengan mitra binaan yang lain, belum ada pelatihan yang khusus dibuat untuk pengusaha Kube 115. Sementara pelatihan yang bersifat khusus seperti ekspor impor ataupun *e-commerce* hanya diberikan kepada beberapa pengusaha karena pelatihan tersebut hanya diperuntukkan bagi mitra yang skala usahanya sudah sangat tinggi dan memiliki akses internet. Salah satu pengusaha Kube ternyata belum pernah mengikuti pelatihan dari Telkom, hanya mengikuti pembekalan awal/Sarasehan. Alasannya adalah beliau tidak memerlukan pelatihan karena menurutnya lebih baik

**Universitas Indonesia**

memproduksi rengginang dan dodol yang mendapatkan keuntungan lebih daripada pelatihan yang uang transportnya tidak begitu besar. Menurutnya apabila tidak mengikuti pelatihan bias menanyakan pada pengusaha yang lain.

“Pelatihan yang pernah diberikan kepada anggota Kube adalah kewirausahaan yang meliputi pembukuan sederhana, *packaging*, pemasaran, dan sebagainya. Sementara untuk pelatihan ekspor impor atau *e-commerce* hanya diikuti oleh beberapa pengusaha Kube yang terpilih, hal ini dikarenakan pelatihan tersebut hanya diperuntukkan mitra binaan yang skala usahanya sudah besar dan memang dipilih mitra yang mempunyai akses dan dapat menggunakan internet dengan baik” (Pak Dr, 9 Maret 2012)

“Kalo saya mah gak ikut pelatihan mas, cuma ikut sarasehan aja. Sering sih disuruh sama Telkom buat ikut macem-macem, tapi saya pikir mending saya dirumah aja jualan rengginang sama dodol, toh kalo pelatihan kayak gitu mah bias nanya sama pengusaha lain, kalo saya dirumah kan bias terus produksi, lagian biaya transport buat latihan juga ga terlalu gede, mending buat produksi.” (Ibu Sm, 7 Maret 2012)

“Pelatihan saya waktu itu di Sukabumi, dimana gitu kan itu tergantung Telkomnya. Pelatihannya ya sama aja, tentang kita ngerjain produksi, pembukuan, buat kemasan, harus pake label, bikin dodolnya harus kreatif, ya gimana sih kalo dagang.. Tapi kalo disini banyakan yang ga make, Cuma bu Nining aja tuh dia packagingnya bagus dia mah, dodolnya tuh dibikin kecil2 dimasukin box mika, dipitain, gitu bagus cantik diliat. Pokoknya latihannya mah sama aja materinya, waktu itu saya di Lido, di kantor Telkomnya, di hotel apa gitu, tapi itu uda lama, sekarang saya udah gapernah ikutan lagi.” (Ibu Nn, 13 Maret 2012)

## 2. Pameran

Sementara untuk pameran sendiri dilakukan untuk membantu pengusaha memasarkan hasil produksi usahanya. Pameran dilakukan diberbagai level lokasi sesuai dengan perkembangan usaha mitra binaan, seperti untuk level lokal diadakan di Kantor pusat PT Telkom atau bazaar, level menengah di Kementrian atau di Kabupaten, level yang eksklusif di expo ataupun JCC. Pengusaha Kube 115 sendiri sudah mengikuti pameran diberbagai lokasi, mulai dari di Universitas Indonesia, kantor PT Telkom, kantor Kabupaten Bogor bahkan beberapa pengusaha pernah mengikuti pameran di luar kota. Namun terdapat satu pengusaha yang belum sama sekali mengikuti pameran sama sekali karena menganggap sudah mendapatkan untung hanya dengan berjualan di rumah, kurangnya hasil produksi, dan belum mendapat giliran dari Telkom.

“Sementara untuk pameran juga diikuti oleh beberapa pengusaha Kube, seperti pameran di UI di fakultas ekonomi, Pemda Bogor memperingati Hari Jadi Kota Bogor, serta bazaar lokal di Telkom dalam rangka HUT Serikat Karyawan (Sekar) Telkom. Sama seperti mitra binaan lain, kesempatan ikut pameran kan dilihat dari perkembangan usaha mereka, jadi biasanya dalam satu kelompok itu bergantian yang ikut pameran.” (Pak Dr, 9 Maret 2012)

“Terus pernah ikut pameran, waktu itu di UI, di Pemda juga pernah dapet, di Jawa juga, alhamdulillah sih. Alhamdulillah udah banyak pelatihan yang didapat.” (Ibu Ng, 6 Maret 2012)

“Pelatihan mah macem-macam, kayak bikin kemasan, pembukuan pernah, terus produksinya, ya macem-macemlah. Kalo pameran ibu gak ikut yah, kadang ga kebagian, kadang emang barangnya juga ga ada tapi gamasalah lah ga dibawa ke pameran, sama aja lah disini juga udah ada pelanggan.” (Ibu Sr, 13 Maret 2012)

### 3. *Study Tour*

Beberapa pengusaha juga mengikuti *study tour* yang diselenggarakan oleh Telkom keluar kota, melalui *study tour* tersebut pengusaha Kube tidak hanya belajar mengenai proses produksi namun juga manajemen dan penggunaan tenaga kerja. Kunjungan dilakukan ke tempat yang memiliki jenis usaha sejenis.

“Kita pernah ada kunjungan semacam *study tour* kalo anak sekolahan, waktu itu saya sama beberapa pengusaha Kube kita ke Garut disitu ketemu sama pengusaha dodol yang udah sukses, banyak belajar gimana mereka produksi dodol yang baik.” (Ibu Li, 19 Maret 2012)

“Oia pernah juga mas kita kayak *study tour* gitu ke dodol Garut sana, kita ketemu sama pengusaha dodol, diajarin manajemen, cara produksi, kayak dodol kan pake gaji biar keras luarnya.” (Ibu Nn, 13 Maret 2012)

### 4. Pendampingan

PT Telkom bekerjasama dengan berbagai institusi dan lembaga untuk melakukan pendampingan kepada mitra binaannya. Untuk Kube 115 sendiri PT Telkom bekerja sama dengan Sampoerna Foundation dalam memberikan pendampingan pembukuan keuangan. Selain itu PT Telkom memberikan kesempatan mahasiswa Co-op (mahasiswa magang) untuk melakukan pendampingan terhadap pengusaha Kube, pendampingan yang diberikan pun mengenai pembuatan laporan keuangan sederhana.

“Untuk pendampingan sendiri kami kerjasama sama pihak luar, kayak waktu itu proyek kerjasama Telkom dan Sampoerna buat ngasi pendampingan mengenai pembukuan. Selain itu kan tiap tahunnya Telkom selalu buka kesempatan mahasiswa untuk magang, namanya Co-op, nah disitu mahasiswa bisa ngasih pendampingan apa aja tergantung kebutuhan disana, kalo yang angkatan 2010-2011 sih bikin pelatihan laporan keuangan sederhana di Kube.” (Pak Dr. 9 Maret 2012)



“Untuk pelatihan pembukuan waktu itu ada dari Sampoerna yang datang kesini mereka ngasi pelatihan pembukuan buat anggota Kube, diajarin macem-macam laporan keuangan gitu.” (Ibu Ik, 6 Maret 2012)

“Pernah juga sih ada mahasiswa yang magang buat ngajarin kita pembukuan keuangan, mereka datang beberapa kali, wawancara dulu barulah kita diajarin pembukuan.” (Ibu Li, 19 Maret 2012)

#### 4.1.4 Tahapan Monitoring dan Evaluasi

##### 4.1.4.1 Monitoring

Monitoring atau pengawasan merupakan tahapan selanjutnya yang dilakukan PT Telkom untuk melihat perkembangan usaha para mitra binaan Telkom, termasuk para pengusaha Kube 115. Adapun terdapat tiga jenis monitoring yang dilakukan, antara lain :

##### 1. *Reminding Call*

Metode monitoring melalui telepon yang dilakukan secara berkala khususnya untuk melakukan pengecekan pembayaran pada mitra binaan yang terlambat membayar cicilan pinjaman. Hampir semua pengusaha Kube mengatakan bahwa kebanyakan monitoring dilakukan melalui telepon, itupun juga bila mereka telat membayar.

“Monitoring yang dilakukan terdiri dari *remending call*, monitoring secara berkala melalui telepon. Monitoring jenis ini lebih diperuntukkan mengenai penagihan pembayaran, khususnya mitra binaan yang pembayaran cicilan pinjamannya bermasalah. (Pak Dr, 9 Maret 2012)

“Mereka monitoring kesini kunjungan gitu lah nanya-nanya pemasarannya gimana terus usahanya maju gak, kalo yang ditelepon sih biasanya mitra yang kurang lancar bayarnya kan biasanya bates bayarnya tanggal 5, terus biasanya kalo ada kendala dalam usaha ditanya kendalanya apa.” (Ibu El, 15 Maret 2012)

## 2. Kunjungan lapangan

Sementara jenis yang kedua adalah monitoring kunjungan lapangan, yaitu mengunjungi lokasi usaha mitra binaan untuk mengetahui perkembangan pemasaran, penambahan omzet ataupun tenaga kerja. Terkadang monitoring dilakukan dengan kunjungan pihak Telkom dan mengumpulkan anggota kelompok Kube sekaligus *sharing* atau diskusi mengenai perkembangan usaha masing-masing. Kunjungan seharusnya dilakukan tiap triwulan sekali. Namun kenyataannya kunjungan ke lapangan hanya dilakukan beberapa kali, biasanya saat mulai akan mendaftar menjadi mitra binaan lagi. Staf dari Telkom pun membenarkan bahwa selama ini monitoring kebanyakan dilakukan melalui telepon dikarenakan terbatasnya SDM yang tidak sebanding dengan luasnya daerah binaan PT Telkom.

“Sementara monitoring jenis kedua adalah kunjungan, dimana staf program kemitraan Telkom mendatangi lokasi pengusaha untuk melihat perkembangan usaha para anggota Kube, apakah ada peningkatan omzet, tenaga kerja ataupun pemasaran. Tapi kalo jenis yang kedua ini tidak rutin dilakukan harusnya kan tiap tiga bulan soalnya memang para staf pegawai Telkom sangat sibuk, sementara untuk wilayah Bogor sendiri hanya satu orang, yaitu saya yang pegang sehingga monitoring tidak bisa dilakukan dengan rutin. Jadi selama ini lebih banyak melalui telepon.” (Pak Dr, 9 Maret 2012)

“Oh kalo monitoring kayak gitu pernah tapi ga pasti lah yah waktunya ga rutin, biasanya sih dateng ke rumah-rumah para pengusaha paling ditanyain gimana usahanya terus pembayarannya lancar gak.” (Ibu At, 7 Maret 2012)

“Kalo kesini mereka ngontrol usaha rengginang dan telkom maju gak usahanya, kan kalo maju kan enak bayar ke merekanya lancar. Kalo waktu sih ga rutin, udah lama banget, kadang dateng ngontrol kesini tapi jarang. Gini kalo ibu bayarnya lancar-lancar aja mereka ga dateng kesini, kan ibu selalu lancar alhamdulillah, kalo ga lancar

**Universitas Indonesia**

baru mereka dateng, udah gitu doang. Dia dateng-dateng lagi kalo mau minjem lagi.” (Ibu Sm, 7 Maret 2012)

### 3. Pengisian lembar perkembangan usaha

Sementara untuk tipe monitoring ketiga adalah pengisian lembar perkembangan usaha yang wajib diisi oleh tiap mitra setiap triwulan periode berjalan. Adapun hal-hal yang dilaporkan antara lain perkembangan omzet, aset, laba, dan jumlah produksi yang dihasilkan. Lembar perkembangan usaha ini dapat dijadikan bahan evaluasi oleh pihak Telkom sebagai pelaksana Program Kemitraan dan sebagai bentuk transparansi dari pengusaha untuk menghindari adanya kesalahan pemakaian modal pinjaman. Laporan diisi sendiri oleh masing-masing mitra binaan, hal ini sekaligus dilakukan untuk melatih mereka membuat laporan keuangan. Namun tidak semua pengusaha rutin membuat laporan tersebut karena memang dari pihak Telkomnya tidak menuntut dan memastikan mitra binaan membuat laporan perkembangan tiap triwulan.

“Ada juga kita mengharuskan mitra untuk bikin laporan perkembangan usaha, itu isinya laporan tentang perubahan aset, omzet, laba, jumlah produksi yang dihasilkan, itu biasanya dilakukan tiap tiga bulan sekali dan dikumpulin ke staf sub area masing-masing. Metode monitoring ini bertujuan untuk mengetahui gimana sih perkembangan pengusaha setelah bermitra sama Telkom secara transparan, bisa dijadiin bahan evaluasi juga kalo ada yang justru malah menurun. Melalui laporan ini juga kita bisa mencegah adanya mitra yang telat bayar. Pengusaha juga kan menjadi terbiasa membuat laporan seperti ini.” (Pak Dr, 9 Maret 2012)

“Ada sih kita disuruh bikin laporan perkembangan usaha mitra, gimana perubahan omzet, modal, laba yang dihasilkan. Tapi kalo saya sih ga tiap triwulan ngasih laporan karna emang dari Telkomnya ga ngecek kita harus bikin laporan, jadi kalo emang ga diminta saya ga buat laporan itu.” (Ibu Sm, 7 Maret 2012)

#### 4.1.4.2 Evaluasi

Evaluasi merupakan tahapan yang dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh efektivitas dan efisiensi Program Kemitraan yang dilakukan kepada seluruh mitra binaan dan mengetahui seberapa jauh keberhasilan yang diraih oleh para pengusaha mitra binaan setelah mengikuti Program Kemitraan PT Telkom. Terdapat dua jenis evaluasi, antara lain :

##### 1. Pengisian lembar evaluasi

Evaluasi jenis ini dilakukan secara rutin tiap tiga bulan sekali dengan mengundang beberapa mitra binaan Telkom, yang diundang tidak semua mitra melainkan perwakilan secara bergantian dari tiap-tiap sub area binaan. Selanjutnya para pengusaha akan diberikan lembar evaluasi dan akan dipandu oleh pegawai CDC Telkom untuk melakukan pengisian lembar evaluasi.

“Kalo untuk internal biasanya dilakukan tiga bulan sekali, biasanya pihak Telkom mengundang beberapa mitra dari masing-masing wilayah untuk melakukan pengisian lembar evaluasi mengenai efektivitas dan efisiensi Program Kemitraan, biasanya lembarannya banyak maka itu semua mitra dikumpulkan dan dipandu cara melakukan pengisiannya.” (Pak Dr, 9 Maret 2012)

“Waktu itu sih kita diundang sama Telkom buat ngisi lembaran evaluasi ada beberapa lembar banyak pertanyaannya, kayak perubahan terhadap usaha kita, terus gimana hubungan kita sama pegawai Telkom, terus pembinaannya kayak gimana, macem-macem lah.” (Ibu Ik, 6 Maret 2012)

##### 2. Evaluasi bersama pihak eksternal

Selain itu proses evaluasi yang dilakukan oleh pihak Telkom adalah bekerjasama dengan institusi atau lembaga eksternal untuk menjamin profesionalitas dan transparansi perusahaan. Beberapa institusi dan lembaga yang pernah bekerjasama melakukan evaluasi adalah Sampoerna Foundation. Adapun hasil dari evaluasi tersebut adalah pihak Sampoerna Foundation melakukan pendampingan terhadap seluruh anggota Kube dan

**Universitas Indonesia**

memberikan pelatihan dalam mengembangkan usahanya. Selain itu hasil evaluasi lainnya adalah mendirikan outlet untuk pemasaran hasil produksi yang berkoordinasi dengan Program Bina Lingkungan.

“Evaluasi dilakukan oleh auditor eksternal untuk menjamin transparansi pelaksanaan CDC. Selain itu kita juga melakukan evaluasi dengan pihak eksternal seperti PT Sampoerna Foundation dan hasil dari evaluasi tersebut anggota Kube memerlukan pelatihan dan pendampingan, khususnya mengenai pembukuan. Outlet produksi itu juga hasil dari evaluasi kami.” (Pak Dr, 9 Maret 2012)

“Ada juga sih evaluasi pihak Telkom sama pihak lain, kayak waktu itu barengan dengan PT Sampoerna Foundation, dari hasil evaluasi tersebut akhirnya kita dapet pendampingan dari mereka.” (Ibu El, 15 Maret 2012)

### 3. Perbedaan sistem peminjaman setelah menjadi Kube 115

Setelah melakukan evaluasi terhadap metode peminjaman dua kelompok sebelumnya, akhirnya metode peminjaman dirubah. Awalnya sistem peminjaman secara berkelompok dilakukan sebanyak dua periode, yaitu bantuan 115 juta dan 250 juta, setelah itu diputuskan untuk meminjam sendiri-sendiri dengan menggunakan agunan sendiri dan mengurus formulir persyaratan sendiri sehingga jumlah uang yang diberikan tidak lagi dibagi dengan anggota kelompok dan para pengusaha bertanggung jawab terhadap kelancaran pembayaran cicilannya masing-masing. Metode ini dinamakan peminjaman mengelompok, artinya peminjaman dilakukan sendiri-sendiri oleh pengusaha yang berada dalam satu wilayah. Hal ini dilakukan berdasarkan evaluasi yang dilakukan oleh dua kelompok sebelumnya dimana pembagian jumlah pinjaman tidak rata, pengusaha yang mengurus administrasi peminjaman akan mendapat lebih banyak dan hal ini menimbulkan kecemburuan pengusaha lain.

“Dulu kan dua kali pinjamannya secara berkelompok, yang pertama 115 juta untuk 1 kelompok dan kedua 250 juta satu kelompok lagi.

Namun setelah itu berubah jadi minjem sendiri-sendiri, sekarang sistem pinjamannya mengelompok biar agunannya satu-satu karena terkadang terjadi kesalahan agunan ataupun pembayaran. Soalnya suka ada masalah ntar pembagiannya gak rata, yang ngurus biasanya lebih besar, kalo sendiri-sendiri kan lebih *fair*. Kalo dulu berkelompok sekarang namanya pinjaman mengelompok, artinya mereka ada dalam satu wilayah tapi minjemnya sendiri-sendiri.” (Pak Dr, 9 Maret 2012)

“Tapi kalo sekarang sih mas udah sendiri-sendiri ngurusnya. Dulu kan kelompok saya minjem pertama dapet 115 terus periode berikutnya dapet 250. Nah semenjak itu mulai sendiri-sendiri, agunannya sendiri dan jumlahnya juga buat masing-masing pengusaha. Soalnya dulu ada pengalaman pas bagi-bagi uang, orang yang ngurus ke Telkom mau lebih, belum lagi ngurus ntar agunannya, jadi lebih baik sendiri aja.” (Ibu Ng, 6 Maret 2012)

**Tabel 4.1 Pelaksanaan Program Kemitraan PT Telkom**

No	Tahapan	Kegiatan	Keterangan
1	Perencanaan	Latar belakang pelaksanaan Program Kemitraan PT Telkom	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Implementasi Permen BUMN No 5 Tahun 2001.</li> <li>- Alasan khusus, yaitu memberdayakan masyarakat melalui pinjaman modal dan publikasi produk-produk PT Telkom</li> </ul>
2	Persiapan	Pembinaan relasi dengan pihak CDC PT Telkom	Salah satu pengusaha di daerah Kampung Anyar mengikuti pelatihan kewirausahaan di Bandung dan bertemu manajer Program Kemitraan PT Telkom

Universitas Indonesia

No	Tahapan	Kegiatan	Keterangan
			Divre II
		Pengisian formulir peminjaman dana Program Kemitraan	Melengkapi formulir pendaftaran beserta persyaratan administratif seperti data pribadi seperti KTP dan KK, data usaha, laporan keuangan untuk tiap anggota kelompok dan satu agunan untuk satu kelompok
		Survey lokasi Calon Mitra Binaan (CMB)	Melihat lokasi usaha dan tempat tinggal, pemasaran usaha saat itu, jumlah omzet, penggunaan tenaga kerja dan lainnya didalam lembar survey
		Evaluasi dan penilaian hasil survey	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ditetapkan menjadi mitra binaan dengan total pinjaman sebesar 115 juta rupiah untuk 10 orang pengusaha dan dibentuk Kube 115</li> <li>- Alasan pembentukan kube yaitu penyatuan karakteristik anggota kelompok dan memajukan usaha rengginang dan dodol di wilayah Kampung Anyar</li> </ul>
3	Pelaksanaan	Penetapan mitra binaan Telkom	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pembekalan awal</li> <li>- Penandatanganan PKS (Perjanjian Kerjasama)</li> <li>- Penyerahan modal pinjaman secara simbolis</li> </ul>
		Pembinaan selama menjadi mitra binaan Telkom	- Pelatihan kewirausahaan, seperti pengemasan produk, pembukuan, label produksi

No	Tahapan	Kegiatan	Keterangan
			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pameran, diselenggarakan diberbagai tempat seperti Kantor PT Telkom, Pemda Bogor, Universitas Indonesia, hingga diluar kota</li> <li>- Study tour ke produksi dodol di Garut</li> <li>- Pendampingan, dilakukan oleh Sampoerna Foundation dan mahasiswa Co-op mengenai pembukuan keuangan</li> <li>- Beberapa mitra binaan tidak mengikuti pembinaan karena merasa lebih untung produksi dirumah</li> </ul>
4	Monitoring dan Evaluasi	Monitoring	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Reminding call</i>, monitoring melalui telepon biasanya untuk mengecek pembayaran cicilan pinjaman, dilakukan secara intens</li> <li>- Kunjungan lapangan setiap triwulan, mengunjungi lokasi usaha mitra binaan, dilakukan sangat jarang karena kurang SDM</li> <li>- Pengisian laporan perkembangan usaha tiap triwulan yang meliputi perkembangan aset, omzet, laba, jumlah produksi</li> </ul>
		Evaluasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pengisian lembar evaluasi oleh mitra binaan</li> <li>- Bekerja sama dengan pihak</li> </ul>



No	Tahapan	Kegiatan	Keterangan
			eksternal, seperti Sampoerna Foundation - Perbedaan metode peminjaman setelah dua kelompok adalah menggunakan agunan pribadi dan modal pinjaman untuk pribadi (peminjaman secara mengelompok)

Sumber : Olahan Peneliti

## 4.2 Pelaksanaan Program Bina Lingkungan PT Telkom

### 4.2.1 Tahapan Perencanaan

#### 4.2.1.1 Latar belakang pelaksanaan Program Bina Lingkungan PT Telkom:

##### 1. Implementasi Kepmen BUMN 236

Pelaksanaan Program Bina Lingkungan (BL) Telkom PT Telkom juga dilandasi oleh Keputusan Menteri BUMN 236 mengenai pelaksanaan PKBL BUMN, dimana BL merupakan kepedulian sosial perusahaan terhadap masyarakat disekitar melalui pemberian charity ataupun bentuk bantuan sosial lainnya. Sama halnya dengan program Kemitraan, BL sendiri memiliki cakupan wilayah Jabodetabeksekapur (Jakarta, Depok, Bogor, Tangerang, Serang, Karawang, dan Purwakarta). Sementara cakupan bantuannya sesuai dengan Keputusan Menteri diantaranya bencana alam, pendidikan dan pelatihan, kesehatan masyarakat, sarana umum, sarana ibadah, dan peningkatan lingkungan.

“Merupakan implementasi dari Keputusan Menteri 236 mengatur tentang pelaksanaan PKBL, dimana Bina Lingkungan atau biasa disingkat BL merupakan suatu kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sekitar tempat tersebut berada, biasanya bantuan yang dikasih kepada lingkungan itu dalam bentuk *charity* atau bentuk bantuan sosial lainnya. BL di PT Telkom sendiri mencakup wilayah Jabodetabeksekapur (Jakarta, Depok, Bogor, Tangerang, Bekasi,

Serang, Karawang, dan Purwakarta). Bantuan BLnya terdiri dari enam aznab (pilar), antara lain: bencana alam, pendidikan dan pelatihan, kesehatan masyarakat, sarana umum, sarana ibadah, dan peningkatan lingkungan.” (Pak Hn, 9 Maret 2012)

“Setau saya sih kan Telkom termasuk perusahaan milik negara jadi ngasi bantuan pembangunan sarana dan fasilitas umum gini merupakan kewajiban mereka sebagai perusahaan milik Negara. (Ibu At, 7 Maret 2012)

## 2. Bentuk kegiatan CSR

Sementara PT Telkom sendiri memiliki alasan khusus dalam menjalankan program BL, yaitu sebagai bentuk *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan dalam rangka meningkatkan kualitas lingkungan tempat perusahaan beroperasi dan mengurangi dampak negatif yang ditimbulkan perusahaan dan meningkatkan hasil bagian untuk kepentingan masyarakat tersebut.

“Selain itu alasan khusus PT Telkom sendiri adalah menjadi suatu keharusan suatu perusahaan melakukan kegiatan Bina Lingkungan sebagai salah satu bentuk kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dimana dengan keberadaan perusahaan itu tidak membuat dampak negatif terhadap lingkungannya dan tidak merasa dirugikan, ada hasil bagian perusahaan yang diperuntukkan bagi masyarakat.” (Pak Hn, 9 Maret 2012)

### 4.2.1.2 Alasan PT Telkom memberikan bantuan Bina Lingkungan kepada Kampung Anyar sekaligus menjadi Kampung Binaan Telkom

#### 1. Potensi perkembangan pengusaha Kube 115

Adapun yang menjadi alasan PT Telkom mengkoordinasikan program BL dengan Kemitraan dan menjadikan Kube 115 sebagai Kampung Binaan Telkom adalah melihat adanya potensi yang besar dari Kampung Anyar sebagai tempat usaha Kube 115 dimana terdapat ratusan pengusaha dengan jenis usaha yang sama dan berkelompok. Pengusaha

yang banyak tentunya akan meningkatkan omzet dan perekonomian Kampung Anyar sehingga seimbang dengan bantuan yang diberikan.

“Pertamanya adalah melihat prospek usaha anggota Kube yang sangat menjanjikan karena sudah mengelompok sehingga lebih mudah dialokasikan kedaerah tersebut. Prospek yang menjanjikan artinya dalam wilayah itu terdapat banyak pengusaha sehingga jumlah bantuan BL yang diberikan seimbang dengan jumlah omzet yang dihasilkan wilayah kube tersebut.” (Pak Hn, 9 Maret 2012)

“Telkom kan udah kerjasama dengan pengusaha Kube dua kali dari hasil kerjasama menjadi mitra pengusaha Kube nunjukkin perkembangan usaha, diliat dari jumlah pengusahanya aja kan makin banyak. Makanya dari situ Telkom mau masukin Bina Lingkungan buat ngebagusin wilayah sini.” (Ibu Ng, 6 Maret 2012)

## 2. Pemberian suntikan semangat untuk membayar cicilan dengan tepat waktu

Alasan lainnya adalah untuk memberikan suntikan semangat kepada pengusaha Kube untuk terus mengembangkan usahanya dan pembayaran cicilan pinjaman ke Telkom selalu lancar, diharapkan dengan adanya bantuan Bina Lingkungan akan menambah semangat mereka untuk selalu membayar cicilan pinjaman dengan tepat waktu.

“Memberikan spirit atau semangat bagi mereka yang sudah diberikan bantuan, mengharapkan dengan diberikannya bantuan tersebut berdampak pada peningkatan pendapatan atau pembayaran ke Telkomnya lancar.” (Pak Hn, 9 Maret 2012)

“Dikasih bantuan sarana gitu mah buat jadi kita mitra Kube bayarnya jadi lancar, kan udah dikasih rumah produksi pasti produksinya meningkat walaupun selama ini rata-rata pengusaha Kube mah ga pernah telat bayar Telkom sih.” (Ibu El, 15 Maret 2012)

#### 4.2.2 Tahapan Persiapan

##### 4.2.2.1 Pengisian formulir permohonan bantuan Bina Lingkungan

Meskipun rencana pemberian bantuan Bina Lingkungan merupakan ide awal dari pihak Telkom, namun warga Kampung Anyar tetap memenuhi persyaratan administratif dengan melakukan pengisian formulir permohonan pinjaman bantuan. Persyaratan yang diperlukan antara lain profil wilayah yang meliputi denah, jumlah KK, dan sarana umum yang dimiliki.

“Pada dasarnya program BL untuk Kampung Anyar merupakan koordinasi dengan program Kemitraan karena adanya potensi dari pengusaha Kube yang terus berkembang. Namun secara teknis tetap ada persyaratan administratif sebagai bentuk formalitas aja. Biasanya sih selain formulir menyertakan profil wilayah kayak denah jumlah KK sama fasilitas umum yang ada.” (Pak Hn, 9 Maret 2012)

“Sebelumnya kan kita ngasi proposal, kayak perbaikan Mesjid itu. Itu sebagai syarat formalitas aja kalo kita menjadi objek bantuan program Bina Lingkungan.” (Ibu Wt, 15 Maret 2012)

##### 4.2.2.2 Survey calon objek bantuan

Setelah mengumpulkan formulir permohonan, pihak Telkom akan melakukan survey lapangan yang bertujuan untuk melihat kesesuaian antara formulir permohonan dan kenyataan lapangan. Melalui survey ini juga akan ditentukan bantuan BL apa yang akan diberikan kepada warga Kampung Anyar.

“Setelah itu pihak Telkomnya melakukan survey untuk melihat wilayahnya sekalian diskusi sama pengurus Kube mengenai kebutuhan apa yang dirasa paling penting, kurang lebih sama kayak Kemitraan. Tahap selanjutnya yah kita analisis dari hasil survey sekaligus menentukan berapa jumlah bantuan yang akan diberikan.” (Pak Hn, 9 Maret 2012)

“Tahapan setelah pihak Telkom datang, terus ngasi pemberitahuan kalo Kube alhamdulillah dapet Bina Lingkungan, terus mereka melakukan survey,

difoto lingkungan kampung sini, dikasi pengarahannya ke kita apa kira-kira yang mau dibantu.” (Ibu Ik, 6 Maret 2012)

“Setau saya sih mereka ngasi Bina Lingkungan karna ngeliat potensi Kube banyak pengusahanya jadi bisa berkembang, mereka dateng kesini buat liat kondisi wilayah Kampung Anyar sekalian nanya-nanya perlu apa disini.” (Ibu El, 15 Maret 2012)

#### 4.2.2.3 Penetapan persetujuan objek bantuan

Program Bina Lingkungan mulai diberikan kepada warga Kampung Anyar setelah pengusaha Kube 115 menjadi mitra binaan Telkom selama dua periode, yaitu bantuan 115 dan 250 juta. Saat itu pihak Telkom melihat adanya potensi positif untuk menjadikan Kampung Anyar sebagai Kampung Binaannya, potensi positif yang dimaksud adalah jumlah perputaran uang yang sangat tinggi mengingat jumlah pengusaha yang semakin banyak sehingga sangat terbuka potensi untuk mengembangkan wilayah ini sebagai wilayah yang khusus penghasil rengginang dan dodol. Akhirnya diputuskan program BL dimasukkan kedalam masyarakat Kampung Anyar sekaligus menjadikan sebagai Kampung Binaan Telkom.

“Setelah melihat dua kelompok bermitra, pihak Telkom melihat adanya potensi wilayah Kube 115 untuk diberikan bantuan BL mengingat jumlah pengusaha yang semakin banyak tentunya perputaran uang disana kan makin besar. Biasanya besarnya program BL itu 10% dari total perputaran uang wilayah bantuannya, nah bisa diliat berarti memang di Kube sangat berkembang, apalagi jika ditambah sama BL. Akhirnya ditetapkan bahwa bantuan BL itu dikasih setelah pengusaha Kube menjadi mitra binaan Telkom sebanyak dua periode, nah bantuan pertama yang dikasih itu dalam bentuk dana hibah yaitu rumah produksi sebesar 100 juta. Pembangunan itu juga sekaligus menjadi awal dari usaha PT Telkom menjadikan Kampung Anyar sebagai Kampung Binaan Telkom.” (Pak Hn, 9 Maret 2012)

### 1. Sosialisasi terhadap pengusaha Kube 115

Setelah Kampung Anyar ditetapkan menjadi salah satu objek bantuan Program BL, pihak Telkom melakukan sosialisasi kepada seluruh warga, khususnya anggota Kube yang diwakili oleh pengurus Kube dan ketua RT dan RW Kampung Anyar. Sosialisasi tersebut juga sekaligus digunakan untuk merancang acara simbolis penyerahan bina lingkungan PT Telkom kepada Kampung Anyar.

“Disitu kami langsung menginformasikan kepala daerah kayak ketua RT dan RW bahwa mengingat adanya potensi yang baik akhirnya menjadikan Kampung Anyar sebagai Kampung Binaan Telkom dan selanjutnya merencanakan acara penyerahan bantuan.” (Pak Hn, 9 Maret 2012)

“Kalo pertamanya kan mereka komunikasi ke ketua Kube, mereka ngasi informasi kalo pihak Telkom akan datang dan ngasi bantuan bina lingkungan, dari ketuanya dikasitau ke anggota sama pengurus kube lainnya. Mereka kan datang sendiri kesini karena melihat potensi dari pengusaha-pengusaha di kube yang pembayarannya lancar jadi dikasi bantuan bina lingkungan.” (Ibu Ik, 6 Maret 2012)

“Iya mereka datang kesini menginformasikan ke pengurus kalo Kampung Anyar dapet BL terus dikasitau bantuan apa aja yang mau dikasih, dulu kan yang pertama itu dapet rumah produksi.” (Ibu Li, 19 Maret 2012)

### 2. Jenis bantuan Bina Lingkungan yang diberikan PT Telkom kepada warga Kampung Anyar

Adapun bantuan Bina Lingkungan yang diberikan oleh PT Telkom adalah bantuan pembangunan dan perbaikan sarana umum dan sarana ibadah yang meliputi pembangunan sarana jalan umum dari depan jalan raya menuju rumah produksi, rumah produksi, outlet sebagai tempat pemasaran hasil produksi, pos ronda, serta renovasi Masjid dan Pondok Pesantren.

“Beberapa obyek yang diberikan dalam bentuk sarana umum yaitu pembuatan jalanan umum dengan konblok mulai dari depan sampe rumah produksi, pembangunan outlet penjualan hasil produksi mitra binaan, membangun pos ronda utk kamanan lingkungan, membantu renovasi Masjid dan sarana meubeler Pesantren, dan membangun rumah produksi untuk pengolahan rengginang dan dodol. Rumah produksi diberikan dalam bentuk dana hibah sebesar 100 juta dilakukan sebagai transparansi dan seremonial kepada masyarakat untuk memberitahukan bahwa bantuan Telkom diberikan sebesar jumlah tersebut.” (Pak Hn, 9 Maret 2012)

“Yang pasti pertamanya perbaikan jalan sama outlet yang didepan itu, perbaikan jalannya dari depan kampung sama outlet itu terus ke rumah produksinya,. Selain itu mah rumah produksi dalam bentuk dana hibah, perbaikan mesjid sama Pondok Pesantren, sama pos ronda juga.” (Ibu At, 7 Maret 2012)

“Untuk yang pertama kan rumah produksi, terus ada akses jalan dari depan ke rumah produksi, pos ronda, outlet, Masjidnya direnovasi, sama Pesantren dikasih meubel yang baru.” (Ibu Li, 19 Maret 2012)

#### 4.2.3 Tahapan Pelaksanaan

##### 4.2.3.1 Proses pemberian bantuan Bina Lingkungan

Setelah dilakukan sosialisasi dan menetapkan jenis bantuan yang diberikan, pihak Telkom mendatangi wilayah Kampung Anyar untuk menyelenggarakan acara peresmian bantuan Bina Lingkungan, bertempat di rumah Bapak Lurah/Kepala Desa Semplak Barat. Acara ini dimaksudkan sebagai seremonial pemberian bantuan Bina Lingkungan kepada Kampung Anyar sekaligus menjadikan wilayah tersebut sebagai Kampung Binaan Telkom.

“Telkom mengajak satu vendor untuk merencanakan pembangunan rumah produksi yang diketahui objek bantuan, yang menunjuk pembangunan rumah produksi yah anggota kube sendiri, karena dari Telkom sendiri kan sebenarnya dalam bentuk uang. Ada juga acara seremonial penyerahan

**Universitas Indonesia**

bantuan berupa uang sebesar 100 juta untuk pembangunan rumah produksi di rumah kepala desa disaksikan oleh seluruh mitra binaan dan tokoh masyarakat di wilayah tersebut dan diserahkan langsung oleh SM Bina Lingkungan PT Telkom.” (Pak Hn, 9 Maret 2012)

“Tahapannya sih kurang tau, pokoknya yang saya tau mereka datang ke rumah kepala desa, mereka bilang mau ngasih ini itu.” (Ibu Sr, 13 Maret 2012)

“Waktu itu kan mereka ngasi jalan pertama kali ke baregbeg, kan itu namanya baregbeg, apa si rumah produksi itu,hehe.. nah pas itu pihak Telkomnya datang ke rumah kepala desa mengundang kita anggota kube kesana terus mereka ngasitau bahwa mau ngasi bantuan bina lingkungan, peresmian gitu.” (Ibu Nn, 13 Maret 2012)

#### 4.2.3.2 Partisipasi yang diberikan warga Kampung Anyar dalam pemberian bantuan Bina Lingkungan PT Telkom

PT Telkom sedari awal sudah mengikutsertakan warga Kampung Anyar dalam mencari kebutuhan dari para pengusaha dan masyarakat pada umumnya serta membantu menentukan bantuan apa saja yang akan diberikan. Adapun partisipasi yang diberikan antara lain :

##### 1. Diskusi saat survey lapangan pihak Telkom

PT Telkom melakukan diskusi dengan tokoh masyarakat seperti Ketua RT dan TW beserta dengan pengurus Kube 115. Diskusi tersebut dilakukan saat PT Telkom melakukan survey terhadap keberadaan wilayah Kampung Anyar. Diskusi dilakukan untuk menanyakan kebutuhan dari masyarakat, khususnya pengusaha Kube 115 dan sarana umum apa saja yang kira-kira diperlukan untuk dibangun.

“Sebelum memberikan bantuan, kita terlebih dulu mengadakan survey ke lingkungan kube, kita menanyakan kepada lingkungan, tokoh masyarakat, bahkan kepala desa di wilayah tersebut, apa saja yang memungkinkan disinergikan bantuan kedaerah tersebut. Setelah mendapatkan masukan dari kepala desa, tokoh masyarakat, dan mitra

**Universitas Indonesia**



binaan di lokasi tersebut, barulah ditentukan bantuan-bantuan apa saja yang akan diberikan kepada Kampung Anyar.” (Pak Hn, 9 Maret 2012)

“Mereka sih ada ngomong-ngomong sama kelompok itu, dari pihak Telkom itu melihat kan akses jalan dari depan kerumah produksi itu kan kurang baik, mungkin apa namanya, ngomongnya sama pihak yang bersangkutan, ama kelompok itu sendiri gak seluruh warga kampung diajak ngomong. Kelompoknya maksudnya ketua kelompok kube, sama bendahara, gitu. Mereka nanya kira-kira yang dibutuhkan tuh apa. Selain itu mereka juga nanya ketua RT sama RW, kan mereka yang paling tau kondisi kampung sini.” (Ibu Ng, 6 Maret 2012)

“Mereka nanya-nanya dulu ke pengurus kube apa aja yang dibutuhin di kampung ini, diskusinya kan ke pengurus, waktu itu mah memang pengusaha sini butuh tempat produksi yang lebih luas trus kan selama ini alat produksinya masih terbatas.” (Ibu Nn, 13 Maret 2012)

## 2. Pembangunan sarana umum yang diberikan PT Telkom

Selain partisipasi dalam bentuk diskusi dalam menentukan bantuan BL yang akan diberikan, masyarakat Kampung Anyar juga terlibat dalam pembangunan sarana yang diberikan PT Telkom, seperti pembangunan sarana jalanan dan rumah produksi. Warga dilibatkan mulai dari perencanaan bangunan hingga membangun bangunan tersebut dari awal. Sistem tersebut dinamakan sebagai sistem swadaya masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan rasa kepemilikan (*sense of belonging*) warga Kampung Anyar sehingga mereka semakin peduli dengan bantuan yang sudah diberikan dengan cara memeliharanya

“Selain itu partisipasi warga Kampung Anyar juga terlihat dari sistem swadaya masyarakat dalam pembangunan sarana umum di lokasi tersebut, artinya pihak Telkom menawarkan pada warga lokasi

itu untuk sama-sama membangun sarana-sarana umum yang dikasih. Tujuan sih untuk lebih meningkatkan *sense of belonging* mereka, jadi mereka lebih peduli sama bantuan-bantuan BL yang udah dikasih. Jadi saat itu pihak Telkom bekerja sama dengan masyarakat untuk sama-sama membangun sarana tersebut.” (Pak Hn, 9 Maret 2012)

“Trus juga nanya lokasi kayak rumah produksi itu cocoknya dimana. Baru lah pas mulai bangun warga juga diajak untuk sama-sama bangun rumah produksi, ibaratnya dari kita untuk kita lah.” (Ibu Nn, 13 Maret 2012)

“Saya juga bahkan bantuin pembangunan rumah produksi tuh, waktu itu ngangkat-ngangkat batu,hehehehe. Seneng sih bisa bantu-bantu gitu, apalagi itu kan memang bantuan buat kita, pastilah harus partisipasi gimana ngebuat lingkungan sini makin bagus.” (Ibu Wt, 15 Maret 2012)

#### 4.2.4 Tahapan Monitoring dan Evaluasi

##### 4.2.4.1 Monitoring

Untuk monitoring sendiri dilakukan pada saat proses pembangunan apakah pembangunan dilakukan sesuai dengan perencanaan sebelumnya, baik dari sisi bangunan, bahan bangunan yang dipakai, keuangan, dan sebagainya. Monitoring juga dilakukan untuk melakukan pengecekan terhadap pembangunan sarana umum yang telah diberikan, bagaimana pemeliharaan yang dilakukan oleh warga Kampung Anyar, serta melihat adanya kepentingan untuk memperbaiki sarana yang rusak. Biasanya pihak Telkom melakukan monitoring melalui pengamatan dan biasanya berkoordinasi dengan ketua RT maupun RW untuk melihat sejauh mana masyarakat Kampung Anyar memanfaatkan bantuan BL yang sudah diberikan.

“Monitoring dilakukan sejauh mana pelaksanaan yang sudah dilakukan apakah sesuai dengan yang diharapkan dalam bentuk bangunannya, dalam artian uang yang disalurkan apakah sesuai dengan yang direncanakan, bukti-

bukti yang dilakukan dalam bentuk faktur-faktur pembelian itu dicek semua, sekaligus pembangunan yang dibuat sesuai dengan harapan. Selain itu monitoring juga dilakukan untuk ngecek bantuan yang sudah diberikan, bagaimana warga wilayah tersebut memelihara sarana yang sudah diberikan, kalo misalnya ada yang rusak langsung diperbaiki, kayak waktu itu gapura lambang Telkom sama outlet hasil produksi. Dalam melakukan monitoring juga kami bekerjasama dengan ketua RT dan RW untuk menanyakan bagaimana pemanfaatan sarana dan fasilitas yang digunakan, bagaimana masyarakat melakukan pemanfaatan fasilitas tersebut, termasuk didalamnya mereka biasanya akan memberitahu kalau ada sarana yang rusak.” (Pak Hn, 9 Maret 2012)

“Kalo untuk itu mereka sering datang melakukan kunjungan, kalo misalkan ada sarana atau fasilitas yang rusak terus nanti dibenerin sama pihak Telkomnya. Kadang-kadang juga gak sengaja suka datang pengen tau outletnya udah diisi barang, terus jalanan yang rusak, plang di Garuda depan juga kan pernah rusak terus diganti sama mereka, logo Telkomnya apa sih dulu bentuknya, terus diganti sama logo yang sekarang, yang gambar tangan itu.” (Ibu Ik, 6 Maret 2012)

“Dateng-dateng gitu sih mas, mereka ngecek kayak outlet itu udah diisiin sama barang produksi anggota kube gak, terus waktu itu pernah gapura rusak langsung dibenerin sama mereka.” (Ibu Eu, 7 Maret 2012)

#### 4.2.4.2 Evaluasi

Sementara untuk evaluasi sendiri dilakukan dengan melakukan pengisian lembar evaluasi layaknya Program Kemitraan. Perbedaannya adalah pengisian lembar evaluasi juga menyertakan tokoh masyarakat seperti ketua RT dan RW serta masyarakat Kampung Anyar secara umum. Dari hasil evaluasi yang dilakukan ternyata program BL pun turut membantu kelancaran usaha pengusaha Kube sehingga hasil produksi pun semakin banyak dan kepercayaan konsumen meningkat. Penyediaan sarana dan fasilitas umum dan terjaganya lingkungan yang baik tentunya dapat meningkatkan kepercayaan konsumen untuk membeli hasil

produksi di Kube 115 dan otomatis akan meningkatkan jumlah produksi dan pendapatan para pengusaha Kube.

“Evaluasi biasanya dilakukan dengan melakukan pengisian lembar evaluasi yang dilakukan bersamaan dengan Program Kemitraan, namun bedanya target kita ga hanya pengusaha tapi juga tokoh masyarakat seperti ketua RT dan RW serta masyarakat umum. Dari hasil evaluasi sih pembangunan sarana umum juga membantu kelancaran usaha pengusaha Kube. Hasil produksi mereka meningkat, kepercayaan konsumen atau pembeli hasil produksi meningkat, sudah tentunya omzet dan kepercayaan konsumen menjadi modal mengembangkan usaha. Hal ini bisa diliat dari lengkapnya fasilitas dan sarana, kayak ada rumah produksi, akses jalannya bagus, otomatis konsumen akan percaya sama kualitas barang yang dihasilkan, kalo lingkungannya kotor kan juga males mereka. Kepercayaan konsumen itu bisa meningkatkan jumlah hasil produksi yang dibeli dan pendapatan mereka jadi meningkat.” (Pak Hn, 9 Maret 2012)

“Sama kayak Kemitraan, evaluasi BL juga kita mengisi lembar efektifitas Program Bina Lingkungan, cuma bedanya pengisian Program Bina Lingkungan juga diikutsertakan tokoh formal Kampung Anyar, seperti Ketua RT dan RW.” (Ibu Ik, 6 Maret 2012)

**Tabel 4.2 Pelaksanaan Program Bina Lingkungan PT Telkom**

No	Tahapan	Kegiatan	Keterangan
1	Perencanaan	Latar belakang pelaksanaan Program Bina Lingkungan PT Telkom	- Implementasi Kepmen BUMN 236 - Alasan khusus, yaitu sebagai bentuk kepedulian sosial perusahaan
		Alasan memasukkan Program Bina Lingkungan di	- Potensi perkembangan usaha pengusaha Kube 115 - Pemberian suntikan

No	Tahapan	Kegiatan	Keterangan
		Kampung Anyar dan menjadikan sebagai Kampung Binaan PT Telkom	semangat untuk membayar cicilan dengan tepat waktu
2	Persiapan	Pengisian formulir permohonan bantuan Bina Lingkungan	Persyaratan yang diperlukan antara lain profil wilayah yang meliputi denah, jumlah KK, dan sarana umum yang dimiliki
		Survey lokasi Calon Objek Bantuan	Survey dilakukan menentukan bantuan Bina Lingkungan yang diberikan, menyertakan tokoh masyarakat hingga masyarakat dalam menentukan sarana yang dibutuhkan
		Penetapan persetujuan objek bantuan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Melakukan sosialisasi kepada Ketua RT, RW, serta pengurus Kube sekaligus menentukan acara peresmian</li> <li>- Bantuan Bina Lingkungan yang diberikan antara lain perbaikan Masjid dan Pesantren, rumah produksi, akses jalan, pos ronda, outlet hasil produksi</li> </ul>
3	Pelaksanaan	Proses pemberian bantuan Bina Lingkungan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pihak Telkom mengunjungi rumah Kepala Desa Semplak Barat dan menyerahkan uang sebesar 100 juta untuk pembangunan rumah produksi dan sebagai</li> </ul>

No	Tahapan	Kegiatan	Keterangan
4	Monitoring dan Evaluasi		seremonial pemberian bantuan Bina Lingkungan
		Partisipasi yang diberikan Kampung Anyar dalam pemberian bantuan program Bina Lingkungan PT Telkom	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diskusi saat survey lapangan</li> <li>- Sistem swadaya masyarakat, yaitu mengikutsertakan seluruh warga Kampung Anyar dalam proses pembangunan sarana umum dan ibadah untuk meningkatkan <i>sense of belonging</i></li> </ul>
		Monitoring	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Proses pembangunan apakah sesuai perencanaan, hingga monitoring terhadap pemeliharaan sarana dan mengecek apabila ada sarana yang rusak</li> <li>- Monitoring dari masyarakat hanya sebatas memberitahu apakah ada sarana yang rusak kepada pihak Telkom, tidak ada usaha mandiri masyarakat</li> </ul>
		Evaluasi	Pengisian lembar evaluasi yang menyertakan tokoh dan warga masyarakat

Sumber : Olahan Peneliti

### **4.3 Perubahan yang terjadi pada pengusaha Kube 115 dan warga Kampung Anyar setelah menjadi mitra binaan dan mendapatkan bantuan Bina Lingkungan PT Telkom**

#### **4.3.1 Perubahan terhadap perkembangan usaha pengusaha Kube 115**

##### **4.3.1.1 Perubahan terhadap modal usaha**

Perubahan terbesar yang dirasakan oleh pengusaha Kube 115 setelah menjadi mitra binaan Telkom adalah mendapatkan bantuan pinjaman modal yang sangat bermanfaat dalam membantu proses produksi rengginang dan dodol mereka. Hampir semua informan menyatakan sebelumnya tidak memiliki sumber modal sebelumnya, namun setelah bermitra dengan Telkom mendapatkan bantuan pinjaman modal untuk mengembangkan usahanya. Melalui bantuan modal tersebut bisa meningkatkan usaha maupun menambah jumlah produksi. Terdapat pengusaha yang awalnya adalah tenaga kerja dari pengusaha lain namun setelah bermitra dengan Telkom bisa membangun usaha barunya. Pengusaha lain pun menyatakan sulitnya untuk membuat produksi rengginang dan dodol dalam jumlah banyak karena terbatasnya modal namun setelah mendapat pinjaman modal dari Telkom bisa memproduksi dalam jumlah banyak sehingga tidak pernah kekurangan stok produksi. Beberapa pengusaha juga merasa terbantu dengan pemberian pinjaman modal dari PT Telkom dan dapat digunakan untuk kebutuhan sehari-hari.

“Jelas mas perbedaannya, dulu sebelum sama Telkom saya cuma jadi kuli, kerja sama orang, sebenarnya sih usaha rengginang sama dodol ini udah puluhan taun cuman dulu kan bantuin bikin aja dikasih duit. Tapi baru ada usaha sendiri setelah dapet pinjaman modal dari Telkom.” (Ibu At, 7 Maret 2012)

“Yang pasti kalo sekarang mah untuk jumlah biaya produksi aja masi ada sisa buat anak sekolahan kebutuhan hari-hari, kalo dulu sebelum ama Telkom kan pake modal sendiri jadi ngepas buat kebutuhan rumah tangga, kalo sekarang kan dibantu sama Telkom jadi bisa muter uangnya ampe bisa ada untungnya, yah yang pasti buat pendidikan anak dulu lah, sisanya bisa buat tabungan.” (Ibu Eu, 7 Maret 2012)

“Paling utama yah dapet bantuan modal mas, itu bantu banget. Dulu dapet pesanan 1000 bungkus rengginang misalnya gabisa dibikin langsung karna ga ada modal, kalo sekarang modal ada jadi bisa nyetok dulu biar pesanan selanjutnya selalu ada stok. Untuk beli bahan baku kayak ketan bikin yang banyak kan bisa tahan lama.” (Ibu Li, 19 Maret 2012)

#### 4.3.1.2 Perubahan terhadap kepemilikan aset

Setelah mengikuti Program Kemitraan, para pengusaha Kube 115 pun memiliki perubahan terhadap kepemilikan jumlah aset. Dikarenakan modal yang bertambah dan jumlah produksi yang meningkat, para pengusaha akhirnya menambah aset produksi mereka, seperti dandang, kuali, cetakan rengginang, hingga memiliki mesin penggilingan kelapa dan tepung sendiri. Sebelum bermitra dengan Telkom, hampir seluruh pengusaha menggunakan satu mesin untuk banyak pengusaha. Salah satu pengusaha juga menambah aset dengan membangun lahan atas bagian rumahnya yang digunakan untuk menjemur rengginang.

“Dulu aset saya cuma kuali sama wajan, tapi setelah sama Telkom udah punya mesin penggilingan tepung ama kelapa itu punya sendiri, kuali juga nambah banyak sama cetakan.” (Ibu Ik, 6 Maret 2012)

“Palingan wajan sama cetakan, sekitar dua puluh, kalo sekarang wajan udah nambah satu, mesin gilingan kelapa sama tepung, terus saya bikin lahan diatas rumah buat ngejemur rengginang soalnya kalo diluar lahannya kan sempit.” (Ibu Wt, 15 Maret 2012)

#### 4.3.1.3 Perubahan terhadap penggunaan tenaga kerja

Perubahan lain yang terjadi adalah penambahan tenaga kerja. Mulai dari modal yang bertambah dan hasil produksi yang dihasilkan semakin banyak, tentunya berpengaruh terhadap penambahan jumlah tenaga kerja. Hampir seluruh pengusaha Kube mengalami kenaikan tenaga kerja, beberapa pengusaha awalnya tidak memiliki tenaga kerja karena hanya memproduksi usahanya secara berkeluarga, namun setelah bermitra dengan PT Telkom mulai mencari tenaga



kerja dari luar. Jumlah tenaga kerja biasanya akan bertambah banyak apabila saat menjelang Hari Raya Lebaran karena pesanan rengginang dan dodol pun semakin meningkat. Sedangkan salah satu pengusaha justru mengalami pengurangan tenaga kerja karena hasil produksi yang dihasilkan juga semakin sedikit. Hal ini dikarenakan pengusaha sudah berusia lanjut dan merasa perlu memperkecil anggaran untuk tenaga kerja. Perubahan yang terjadi bukan hanya terhadap jumlah, tetapi juga jenis tenaga kerja yang didapat. Setelah menjadi mitra binaan Telkom pengusaha mulai mencari tenaga kerja profesional yang berasal dari luar Kampung Anyar, tidak lagi secara tradisional dengan memanfaatkan anggota keluarga.

“Kalo dulu saya cuman satu orang karna kan saya sama suami juga ngerjain kalo sekarang cuma nambah satu doang, tapi biasanya sih kalo Lebaran lebih banyak lagi. Jadi emang kalo setelah sama Telkom udah bias pake tenaga profesional ga ngandelin tenaga keluarga aja.” (Ibu Ik, 6 Maret 2012)

“Tenaga kerja saya dulu empat, tapi sekarang cuma dua orang abis kan sayanya juga udah tua, udah gitu biaya tenaga kerja mahal.” (Ibu Sm, 7 Maret 2012)

“Saya dulu pake dua orang buat giling sama ngaduk, sekarang nambah jadi empat, itupun kalo Lebaran biasanya makin banyak karna pengusaha disini kan produksinya juga makin besar.” (Ibu Nn, 13 Maret 2012)

#### 4.3.1.4 Perubahan terhadap pemasaran hasil produksi

Selain itu perubahan lain yang dirasakan oleh pengusaha Kube 115 adalah bentuk pemasaran dan skala usaha rengginang dan dodol mereka. Terdapat beberapa pengusaha yang awalnya memasarkan hasil produksi mereka di lingkup wilayah Jadebotabek, namun setelah menjadi mitra binaan Telkom sudah merambah luar pulau Jawa bahkan luar negeri, seperti Singapura dan Hongkong. Selain itu para pengusaha merasa terbantu pemasarannya karena nama besar “PT Telkom” atau meningkatnya kepercayaan pelanggan karena merupakan mitra binaan BUMN besar di Indonesia, selain itu juga para pengusaha terkadang

melakukan promosi dengan mitra binaan lain saat mengikuti pelatihan ataupun pegawai CDC Telkom yang membantu promosi hasil produksi mereka.

“Kalo pemasaran sih saya lumayan berkembang soalnya kan semakin dikenal setelah jadi Kube kan dibina sama Telkom, apalagi juga suka promosi sama mitra binaan lain kalo lagi ketemu pas pembinaan. Kadang-kadang juga pihak Telkomnya bantuin promosi gitu.” (Ibu Ik, 6 Maret 2012)

“Ya Alhamdulillah ada. Pemasaran Alhamdulillah menjadi besar, bahkan saya sudah memasuki pasaran luar, yaitu di Hongkong. Sebelum masuk Telkom baru Jadebotabek, setelah masuk Telkom udah merambah pasaran Hongkong.” (Ibu Ng, 6 Maret 2012)

“Pemasaran saya sih masih disekitar sini aja, tapi kalo sekarang mah udah banyak orang yang dateng kesini alhamdulillah makin banyak aja yang dateng buat beli hasil produksi saya, apalagi kan setelah jadi Kampung Binaan Telkom kampung sini makin rame, makin terkenal lah.” (Ibu Eu, 7 Maret 2012)

Sementara itu usaha PT Telkom untuk membantu pemasaran hasil produksi dengan mendirikan outlet pemasaran sepertinya belum berjalan dengan baik. Hal ini dikarenakan para pengusaha merasa lebih untung apabila pemasaran dilakukan sendiri-sendiri karena mereka sudah memiliki langganan masing-masing, sementara apabila dijadikan satu di outlet tentunya pelanggan akan kebingungan karena kebanyakan pengusaha memang tidak mencantumkan label produksi atau nama/profil usahanya.

“Untuk tahapan pemasaran sendiri Telkom sudah membangun outlet untuk membantu memasarkan produksi pengusaha Kube dan sempat berjalan beberapa saat, namun sekarang sudah gak jalan soalnya menurut para pengusaha lebih untung kalo memasarkan sendiri dagangannya.” (Pak Dr, 9 Maret 2012)

“Yang bikin outlet itu kan belum jalan sebenarnya buat pemasaran, tapi kan itu susah karena produknya dicampur ya pelanggan lebih mending beli

langsung kesini, soalnya kan emang tiap pengusaha kan rasanya beda-beda.”  
(Ibu Sr, 13 Maret 2012)

#### 4.3.1.5 Perubahan terhadap jumlah omzet

Selain itu perubahan setelah menjadi mitra binaan Telkom adalah kenaikan omzet para pengusaha Kube. Kenaikan jumlah omzet dipengaruhi oleh semakin banyaknya jumlah rengginang dan dodol yang diproduksi dan bertambahnya langganan. Namun terdapat satu pengusaha yang mengakui bahwa omzetnya justru turun setelah bermitra dengan Telkom. Namun hal ini lebih disebabkan karena kondisi fisik yang semakin tua dan sudah ditinggalkan oleh suaminya. Hal ini menyebabkan pengusaha tersebut memproduksi rengginang dan dodol dalam jumlah yang lebih sedikit.

“Kalo saya sih Alhamdulillah berkembang awalnya cuma duapuluh jutaan karna kan saya produksi tuh dari dulu ga banyak, cuma sekarung-sekarung aja, kalo sekarang bisalah lah ampe duapuluhlima juta, tapi kalo Lebaran bisa ampe tiga puluhan.” (Ibu Ik, 6 Maret 2012)

“Alhamdulillah lah menjadi lebih besar, kalo diitung sebulan yah kurang lebih 30an. Sebenarnya sih hampir sama kayak dulu sebelum sama Telkom.” (Ibu Sr, 13 Maret 2012)

“Kalo omzet saya dulunya mah sekitar tiga puluh per bulan, tapi kalo sekarang nurun lumayan lah, kalo sekarang kan ibu udah tua make tenaga kerja juga kan perlu biaya lagi. Kalo dulu kan masih dibantuin sama bapak, kalo sekarang bahan baku juga udah makin mahal, jadi produksinya lebih sedikit.” (Ibu Sm, 7 Maret 2012)

#### 4.3.1.6 Perubahan terhadap kemampuan dan teknik produksi

Perubahan teknik produksi dan kemampuan dalam membuat rengginang dan dodol pun dirasakan pengusaha Kube. Mereka memiliki ilmu baru untuk melakukan inovasi dalam memproduksi rengginang maupun dodol, seperti menambah varian rasa dodol ataupun menggunakan bahan baku lain untuk rengginang. Selain itu perubahan lainnya adalah dalam hal pengemasan, seperti

**Universitas Indonesia**

pentingnya mengemas produksi dodol secara kreatif maupun pentingnya membuat cap halal baik dari Depkes maupun MUI agar produksinya terjamin dan meningkatkan kepercayaan konsumen.

“Ada sih perubahannya jadi lebih ngerti cara *packaging* produk kita, apalagi sekarang pemasaran saya udah ampe keluar jadi harus paham apa-apa aja yang ada di kemasan, kayak tanda halal.” (Ibu At, 7 Maret 2012)

“Jelas ada mas, kayak misalnya cara *packaging* dodol udah macem-macem gacuma dibungkus dengan ukuran gede aja. Tapi kalo saya sih lebih ke inovasi rengginang yang tadinya cuma warna item putih doang, sekarang ada yang warna ijo dari pandan, terus ada yang pake bawang putih. Sementara kalo dodol ada yang rasa duren, itu emang dapet ilmunya dari Telkom.” (Ibu Li, 19 Maret 2012)



**Gambar 4.1 Pengemasan Hasil Produksi Rengginang dan Dodol**

Sumber : Dokumentasi Peneliti

Perubahan mengenai kemampuan dan teknik produksi tidak terlalu dirasakan oleh beberapa pengusaha, seperti pencantuman label produksi yang sudah diberikan pelatihan dan didesain oleh PT Telkom tetap tidak dilakukan dengan alasan menyesuaikan dengan permintaan konsumen. Hal ini juga dikemukakan oleh staf program kemitraan PT Telkom dimana kemauan para pengusaha untuk mengembangkan usaha rengginang dan dodol masih kecil karena mereka hanya melihat ada untung saja sudah cukup tanpa perlu ada inovasi produksi. Untuk mengikuti pelatihan yang diselenggarakan PT Telkom saja masih

**Universitas Indonesia**

ada yang berpikir rugi karena tidak bisa memproduksi rengginang dan dodol. PT Telkom menginginkan jangkauan pemasaran yang lebih luas dan sudah masuk segmen pasar swalayan namun karena kebanyakan pengusaha tidak menginginkan adanya label produksi.

“Kalo teknik produksi mah paling diliat dari kita cara bungkus produksi kan ada syarat-syaratnya, tapi kalo saya mah untuk cap produksi ga pake, padahal sebenarnya udah dibilangin sama pihak Telkomnya cuman gimana mas emang langganan maunya tanpa label kan kalo pake label pasti dianggepnya lebih mahal.” (Ibu Eu, 7 Maret 2012)

“Ada juga sih, kan dapet ilmu seenggaknya cara bikin dodol yang baik tuh kayak gimana, terus biar dodolnya tahan lama. Tapi sebenarnya juga saya jarang ikut pelatihan abis sayang kan waktunya yang harus bisa produksi banyak, dapet transport juga kan gak seberapa.” (Ibu Sr, 13 Maret 2012)

“Namun hal yang masih sulit dikembangkan adalah motivasi mereka buat maju. Buat ikut pelatihan aja nganggepnya rugi karna lebih baik bikin dodol rengginang dirumah. Namun kita udah kasi pendekatan untuk di stok aja produksinya jadi tetep bisa ikut pelatihan. Kebanyakan pengusaha kayak gitu cepet puas, yang penting untung yaudah gitu aja. Kan dari pihak Telkom pengennya produksi mereka meningkat, pasarannya juga jangan disitu-situ aja, kayak bisa masuk Carrefour misalnya. Padahal udah dikasi pelatihan buat bikin kemasan sekalian tulis label produksi cap halal, buat label aja kita udah bikinin koordinasi sama mitra binaan lain yang usaha bikin label cuma tetep aja mereka ga make alesan permintaan konsumen kayak gitu.” (Pak Dr, 9 Maret 2012)

#### 4.3.1.7 Perubahan terhadap pengelolaan keuangan

Sementara untuk masalah pengelolaan pembukuan keuangan, hanya satu dari sepuluh pengusaha yang merasa sangat terbantu dan sampai saat ini menggunakan pembukuan keuangan walaupun hanya sederhana. Sementara pengusaha lainnya tetap tidak menggunakan pembukuan karena merasa pelatihan pembukuan yang diberikan terlalu rumit dan kebanyakan dari mereka tidak

memiliki waktu untuk menghitung dan melapor pemasukan dan pengeluaran tiap harinya. Bagi mereka asalkan ada uang sisa penjualan tiap harinya dijadikan sebagai keuntungan.

“Pembukuan sih saya ikut, ngerti sih ngerti mas, tapi emang kurang respon yah soalnya kita agak repot kalo make pembukuan keuangan gitu jadi taro di otak aja semuanya yang penting tau duit keluar duit masuk kayak gimana.” (Ibu At, 7 Maret 2012)

“Ibu mah ribet kan tiap hari harus nulis pemasukan berapa pengeluaran berapa, kadang kan pasti ntar lupa nulisnya, sebenarnya udah tuh dibantu sama anak, dikasitau nulis-nulisnya gimana. Padahal mah harus ada kan ibu suka lupa-lupa, apalgi kalo Lebaran orderan banyak jadi lupa kalo ada duit masuk duit keluar, tapi yah pengennya mah ada yang bantu khusus, jadi kan ketauan posisi duit kita.” (Ibu Sr, 13 Maret 2012)

“Kalo saya pribadi sih Alhamdulillah ada mas, biarpun cuma sederhana, cuma ada uang masuk berapa uang keluar berapa, simpanan berapa saya juga mau bikin. Karena emang saya kan butuh, ada uang dapur, uang usaha rengginang dodol, uang arisan Masjid, uang buat sekolah, itu kan ribet jadi emang perlu dicatat, yang penting mah keliatan duit masuk dan keluar.” (Ibu Li, 19 Maret 2012)

#### 4.3.1.8 Perubahan terhadap kerjasama antar pengusaha

Setelah dibentuknya Kube pengusaha merasa berkembangnya kerjasama antar pengusaha apabila mereka kehabisan stok bisa menggunakan hasil produksi anggota kelompok yang lain. Selain itu dengan adanya Kube 115 mereka selalu melakukan *sharing* secara informal mengenai perkembangan usaha dan saling memberitahu strategi baru dalam mengembangkan usaha, khususnya apabila terdapat pengusaha yang sudah mengikuti pelatihan tertentu. Perubahan lainnya adalah lebih mudah dalam mendapatkan bahan baku disekitar lokasi. Selain itu pengusaha merasa terbantu dengan adanya satu tempat yang dikhususkan untuk menyediakan bahan baku. Mereka tidak perlu pergi jauh-jauh ke pasar karena harga yang ditawarkan sangat bersaing. Keuntungan lainnya adalah apabila

mereka membutuhkan bahan baku dalam jumlah banyak sementara uang untuk membayar belum mencukupi mereka diperbolehkan untuk berhutang.

“Kalo dari bentuk usaha, dulu kita sendiri pergaulan kurang, kalo dibentuk kelompok jadi lebih luas gitu, kayak misalnya pelatihan kan biasanya diundang per kelompok, jadi kita bertukar informasi kan kadang misalnya di tempat pelatihan kita ngobrol sama mitra lain, terus dikasi info misalnya ada gula ato beras yang harganya murah gitu.” (Ibu Ik, 6 Maret 2012)

“Kalo bedanya sama sekarang yang pasti kalo sekarang kita bisa menuhin pesanan pelanggan kalo misalnya over pesanan sementara stok produksi kita kurang kan bisa kerjasama sekalian pengusaha lain juga untung. Selain itu setelah dibentuk kelompok kan kita ikut pelatihan terus bisa berbagi informasi tentang gimana nyari pelanggan baru, terus harga-harga bahan baku yang murah kita bisa joinan gitu.” (Ibu Eu, 7 Maret 2012)

“Perubahannya sih sekarang lebih kompak jadi bisa saling bantu, kan di kelompok ada yang usahanya lebih besar ada yang kecil, jadi bisa saling kasi masukan, terus juga kalo ada barangnya kurang, bisa minta dulu ke yang lain. Terus juga kan disini ada yang nyediain bahan baku, tuh warungnya H Abbad, lebih gampanglah, udah gitu kalo emang belum ada modal, kita bisa ambil dulu bahan bakunya” (Ibu El, 15 Maret 2012)

Sementara itu dalam wawancara yang dilakukan oleh penyedia bahan baku bagi para pengusaha Kube 115 menyatakan bahwa seiring dengan dibentuknya Kube 115 usaha warungnya menjadi laku keras. Awalnya yang hanya menjual barang kebutuhan sehari-hari, namun melihat perkembangan jumlah pengusaha yang semakin banyak akhirnya beliau mengambil inisiatif untuk menyediakan bahan baku untuk produksi rengginang dan dodol. Hasilnya pun sangat baik karena pendapatannya jauh meningkat karena hasil penjualan untuk bahan baku produksi 2-3 kali lipat lebih besar daripada barang kebutuhan sehari-hari.

“Saya sih terimakasih sama Telkom usaha warung saya makin berkembang, dulu mah saya mah cuma warung sembako aja cuman setelah ada Kube pengusahanya makin banyak, permintaan buat bahan baku jadi besar.

**Universitas Indonesia**

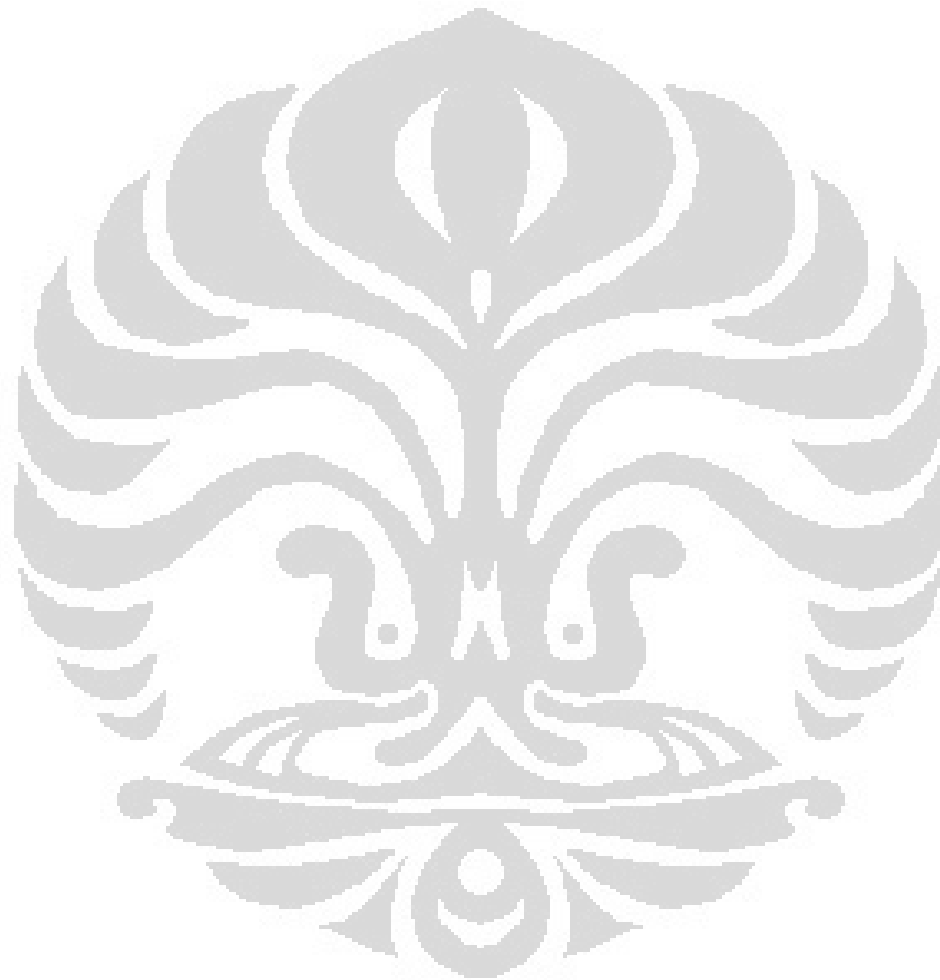
Akhirnya saya nyediain lah buat lebih dari 150 pengusaha kayak gula beras, apalagi kan mereka sekali beli langsung banyak. Malah sekarang penghasilan warung banyakan dari bahan baku rengginang sama dodol, bisa 2-3 kali lipat lebih gede.” (Pak Ab, 16 Maret 2012)

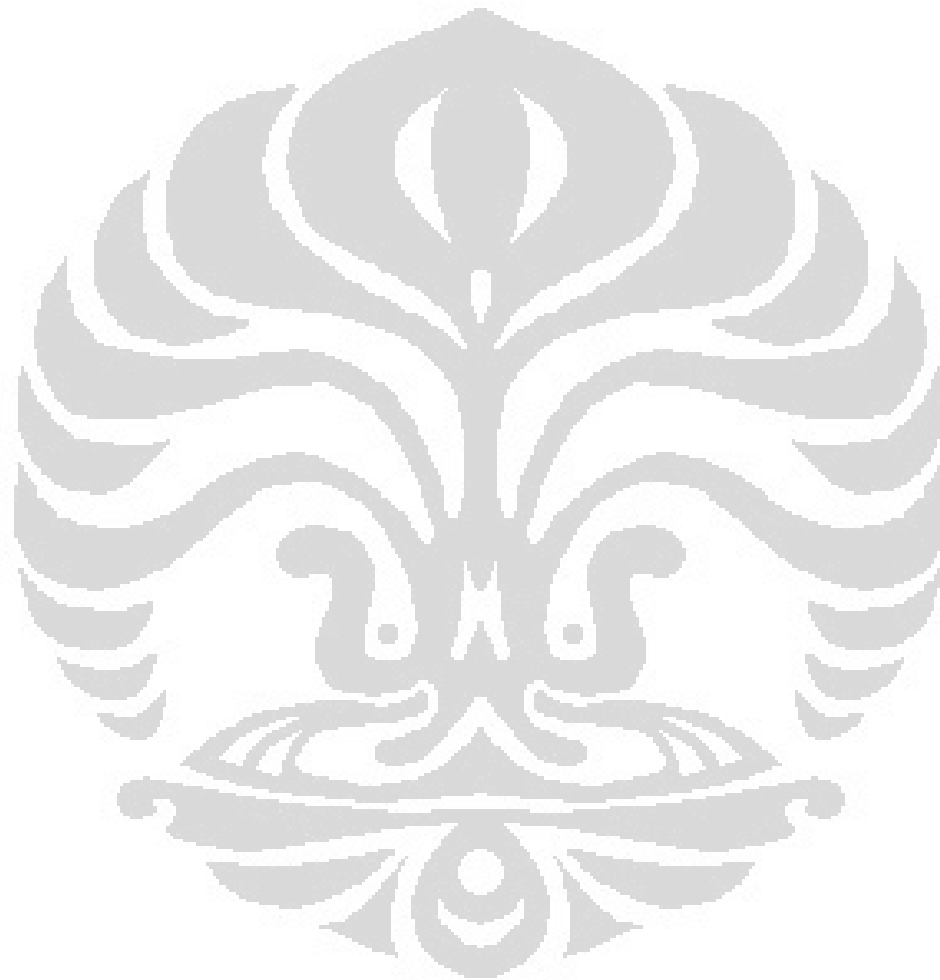
Kerjasama antar pengusaha Kube 115 juga terlihat dari adanya kesepakatan antara pengusaha dan difasilitasi oleh pihak Telkom mengenai penyamarataan harga produksi rengginang dan dodol. Para pengusaha Kube 115 bersepakat untuk mematok harga produksi rengginang dan dodol sebesar Rp 8.000,- untuk harga jual rengginang dan RP 15.000,- untuk harga jual rengginang. Hal ini dilakukan untuk menghindari adanya kemungkinan persaingan harga yang berbeda diantara para pengusaha Kube 115. Penentuan harga dilakukan dengan cara diskusi antara pengusaha Kube 115 dengan salah satu staf Program Kemitraan PT Telkom. Kemudian para pengusaha Kube 115 mengadakan perjanjian untuk mematok harga sesuai diskusi namun selama ini belum ditentukan sanksi apabila terdapat pengusaha yang berlaku curang karena memang selama ini pengusaha Kube 115 menghargai keputusan tersebut.

“Pihak Telkom menyadari adanya resiko persaingan harga mengingat terdapat ratusan pengusaha dengan jenis usaha yang sama dan di wilayah yang sama pula. Untuk itu pihak Telkom mengadakan diskusi dengan beberapa pengurus Kube untuk bersama-sama menentukan harga jual dari masing-masing hasil produksi. Selanjutnya para pengusaha sepakat dan dijadikan sebagai perjanjian bersama. Namun ampe sekarang belum ditentukan sanksi apabila ada yang melanggar karena pengusaha disini ga pernah ada sirik-sirikan dan bersaing sehat.” (Pak Dr, 9 Maret 2012)

“Kalo disini mah gak ada persaingan harga mas, kita disini mah udah sama harga rengginang sama dodolnya, coba tanya aja sama seluruh pengusaha Kube disini pasti harganya sama, itu emang udah dipikirin bersama Telkom biar ga ada saing-saingan harga jadi adil untuk semua. (Ibu Wt, 15 Maret 2012)







**Tabel 4.3 Perubahan jumlah aset, tenaga kerja, omzet, serta kerjasama antar pengusaha Kube 115**

Mitra Binaan	Aset		Tenaga Kerja		Omzet (Rupiah)		Kerjasama antar Pengusaha
	Sebelum	Sesudah	Sebelum	Sesudah	Sebelum	Sesudah	
Ibu Ng	Kuali 1 buah, dandang, cetakan rengginang	Kuali bertambah jadi 2 buah, sudah memiliki mesin penggilingan kelapa dan tepung	3	10	300.000.000	450.000.000	Saling melengkapi stok barang, penentuan harga jual
					Kenaikan sebesar 33.33%		
Ibu Ik	Kuali dan wajan 1 buah, cetakan rengginang	Mesin penggilingan kelapa dan tepung, kuali 2 buah	1	2	259.000.000	330.000.000	Saling tukar informasi saat ikut pelatihan tertentu
					Kenaikan sebesar 21.51%		
Ibu At	Kuali 2 buah, dandang, cetakan rengginang	Kuali 10 buah, memiliki mesin penggilingan kelapa dan tepung	4	12	286.000.000	485.000.000	Kemudahan dalam meminjam modal, penentuan harga jual
					Kenaikan sebesar 41.03%		
Ibu Eu	Kompor 1 buah, dandang kecil, cetakan rengginang 20 buah	Kompor 2 buah, dandang besar, cetakan 100 buah	-	2	320.000.000	358.000.000	Saling melengkapi stok barang, pertukaran informasi
					Kenaikan sebesar 10.61%		
Ibu Sm	Dandang 4 buah, kuali, dan cetakan rengginang	Dandang 4 buah, mesin penggilingan kelapa dan tepung	4	2	360.000.000	280.000.000	Kemudahan dalam meminjam modal
					Penurunan sebesar 28.57%		
Ibu Nn	Wajan 1 buah, alat gilingan rengginang	Wajan 2 buah, alat gilingan rengginang 2 buah	4	6	240.000.000	285.000.000	Peluang pemasaran melalui outlet, pertukaran ilmu
					Kenaikan sebesar 15.79%		

Mitra Binaan	Aset		Tenaga Kerja		Omzet (Rupiah)		Kerjasama antar Pengusaha
	Sebelum	Sesudah	Sebelum	Sesudah	Sebelum	Sesudah	
Ibu Sr	(tidak ada perubahan)		2	4	360.000.000	386.000.000	Kemudahan memperoleh bahan baku, melengkapi stok produksi, tukar info
					Kenaikan sebesar 6.73%		
Ibu Wt	Wajan 1 buah, kualiti, cetakan rengginang	Wajan 2 buah, mesin penggilingan kelapa dan tepung, lahan untuk menjemur rengginang	-	2	320.000.000	380.000.000	Kebersamaan antar pengusaha, tukar informasi, penentuan harga jual
					Kenaikan sebesar 15.79%		
Ibu El	Wajan 1 buah, dandang 1 buah, cetakan 15 buah	Wajan 2 buah, dandang 2 buah, cetakan 40 buah	3	5	320.000.000	386.000.000	Saling memberi masukan untuk perkembangan pengusaha, kemudahan memperoleh bahan baku
					Kenaikan sebesar 17.09%		
Ibu Li	Dandang dan kualiti 1 buah	Kualiti 2 buah dan mesin penggilingan tepung dan kelapa	3	5	480.000.000	600.000.000	Sharing antar pengusaha, kemudahan memperoleh bahan baku
					Kenaikan sebesar 20%		

Sumber : Olahan Peneliti

**Tabel 4.4 Perubahan modal usaha, pemasaran hasil produksi, pengelolaan keuangan, dan teknik produksi Pengusaha Kube 115**

Mitra Binaan	Modal Usaha		Pemasaran Hasil Produksi		Pengelolaan Keuangan	Teknik Produksi
	Sebelum	Sesudah	Sebelum	Sesudah		
Ibu Ng	Hanya memproduksi rengginang, renggining dan dodol dalam jumlah kecil	Jumlah produksi rengginang dan dodol bertambah, menambah jenis produksi yaitu bepang dan kue satu	Area pemasaran Jadebotabek	Area pemasaran sudah seluruh Indonesia dan mencapai Hongkong	-	Pengemasan, varian rasa produksi rengginang dengan bawang putih, cap produksi dan halal
Ibu Ik	Usaha rengginang dan dodol, pendapatan pas untuk biaya hidup saja	Pendapatan bertambah, bisa beli rumah, usaha renggining	Pemasaran hanya melalui mulut kemulut	Jumlah produksi meningkat karena adanya kemudahan promosi kepada mitra binaan lain dan dibantu pemasaran oleh pegawai Telkom	-	Cara pengemasan produk
Ibu At	Dulu hanya jadi kuli	Udah punya usaha dikelola sendiri rengginang sama dodol	Area pemasaran Jadebotabek	Area pemasaran sudah mencapai Hongkong dan Singapura	-	Pengemasan produk, cap halal dan produksi

Universitas Indonesia

Mitra Binaan	Modal Usaha		Pemasaran Hasil Produksi		Pengelolaan Keuangan	Teknik Produksi
	Sebelum	Sesudah	Sebelum	Sesudah		
Ibu Eu	Pendapatan hanya untuk biaya hidup sehari-hari	Bisa ada tambahan pendapatan untuk biaya pendidikan anak dan tabungan	Area pemasaran lokal sekitar Kube	Jumlah pelanggan bertambah karena nama besar “PT Telkom”	-	Cap produksi, tidak mencantumkan nama usaha karena sesuai permintaan pelanggan
Ibu Sm	Produksi rengginang dan dodol 1-2 adukan	Produksi rengginang dan dodol 3-4 adukan	-	-	-	-
Ibu Nn	Hanya mengandalkan usaha rengginang dan dodol	Hasil produksinya bertambah yaitu renggining, memiliki usaha tambahan dari warung sembako	Jumlah pelanggan sekitar 1-2	Jumlah langganan menjadi lima, memiliki strategi memasarkan dagangan di pasar kaget Pemda	-	Pembuatan dodol berbagai bentuk, pengemasan dengan pita namun hanya saat ada permintaan
Ibu Sr	Dimana-mana punya utang, buat membeli bahan baku	Sudah tidak pernah memiliki hutang lagi	-	-	-	Pembuatan dodol yang tahan lama, namun kurang

Mitra Binaan	Modal Usaha		Pemasaran Hasil Produksi		Pengelolaan Keuangan	Teknik Produksi
	Sebelum	Sesudah	Sebelum	Sesudah		
	berhutang dulu					tertarik mengikuti pelatihan karna lebih untung jika produksi dirumah
Ibu Wt	Tidak punya modal saat Lebaran, padahal pesanan meningkat	Modal selalu tersedia tiap sat, termasuk saat Lebaran	-	-	-	Pengemasan produk khusus untuk pelanggan kantor
Ibu El	Produksi rengginang dan dodol terbatas karena kekurangan modal	Hasil produksi rengginang dan dodol meningkat	Jumlah pelanggan 1-2	Jumlah langganan bertambah menjadi 10	-	Pengemasan produk, namun disesuaikan permintaan, lebih banyak minta bungkus biasa
Ibu Li	Saat ada pesanan banyak tidak bisa langsung diproduksi karena tidak ada modal	Selalu bisa memproduksi rengginang dan dodol berapapun jumlah, stok bahan baku	Area pemasaran Jadebotabek	Area pemasaran sudah di Pulau Jawa, pelanggan di daerah Parung bertambah jadi tiga	Memiliki pembukuan keuangan untuk uang masuk dan keluar dari usaha maupun rumah tangga	Varian rasa rengginang dengan bawang putih, dodol warna hijau

Sumber: Olahan Peneliti

#### 4.3.2 Perubahan terhadap lingkungan sosial dan ekonomi warga Kampung Anyar

##### 4.3.2.1 Perubahan terhadap pembangunan sarana dan fasilitas umum

Bantuan sarana umum yang telah diberikan PT Telkom ternyata membawa perubahan sendiri terhadap kemudahan warga dalam melakukan aktivitas mereka. Dari sisi pengusaha Kube dapat memanfaatkan rumah produksi, khususnya saat menjelang Hari Lebaran pesanan mereka bisa bertambah dua kali lipat, selain itu karena rumah produksinya sudah lengkap peralatannya dan kapasitasnya bisa membuat proses produksi lebih cepat. Selain itu jalan yang rapi juga membantu proses distribusi hasil produksi ke jalan raya. Sementara untuk perbaikan Masjid dan pembangunan pos ronda juga membuat kenyamanan dalam beribadah dan melakukan ronda malam meningkat, bahkan sudah menjadi tempat tukang ojeg, atau dapat dikatakan menimbulkan lapangan pekerjaan baru.

“Oohhh jelas mas, kayak Masjid setelah diperbaiki kan jadi lebih bagus sekarang ada pengajian jadi rutin, terus juga pos ronda dulunya mah jelek banget sekarang udah bagus malah pos ronda jadi bisa buat tukang ojeg mangkal disitu soalnya tempatnya nyaman. Rumah produksi apalagi bisa dipake kapan aja kalo pesenannya lagi banyak dan butuh tempat lebih gede, tapi kalo saya mah cukup dirumah aja soalnya lumayan jauh kesana.” (Ibu Eu, 7 Maret 2012)

“Pastinya berubah, kayak pembuatan rumah produksi itu manfaat banget. Apalagi kalo Lebaran kita produksi bisa berkali-kali lipat. Kayak gula aja satu karung 10 kilo, saya nyiapin 50 karung, berarti kan saya aja gunain 500 kilo kalo Lebaran. Kan disana tempatnya gede lengkap juga, saya aja suka ngegiling disana, tapi yah kadang-kadang doang soalnya jauh, tapi buat yang gapunya tempat itu bermanfaat banget.” (Ibu Nn, 13 Maret 2012)

“Perubahannya mah akses jalan lebih nyaman, kalo misalnya mau distribusi barang keluar ga perlu becek-becekan lagi, apalagi rumah produksi sekarang bisa dipake kapan aja, kalo sarana udah lengkap kan produksi jadi makin banyak, pendapatan juga makin bertambah.” (Ibu Li, 19 Maret 2012)





**Gambar 4.2 Rumah Produksi Kube 115**

Sumber : Dokumentasi Peneliti

#### 4.3.2.2 Perubahan terhadap tingkat perekonomian warga Kampung Anyar

Untuk tingkat perekonomian warga Kampung Anyar semakin meningkat, alasannya adalah semakin banyaknya pengusaha Kube 115 dan hasil produksinya semakin bertambah sehingga usahanya berkembang. Usaha yang berkembang menjadikan Kampung Anyar semakin dikenal, tidak hanya sebagai penghasil rengginang dan dodol tetapi juga peluang lapangan pekerjaan baru. Otomatis pendapatan juga semakin meningkat dan tingkat perekonomian menjadi tinggi. Pihak Telkom sendiri menambahkan jumlah pengusaha yang meningkat dan terbukanya lapangan pekerjaan baru tentunya akan meningkatkan penghasilan warga, kebutuhan hidup terpenuhi dan kualitas hidup akan semakin meningkat. Pihak Telkom juga menambahkan pembangunan sarana umum di Kampung Anyar selain membantu proses produksi pengusaha Kube 115 juga menambah kepercayaan konsumen terhadap kualitas produksi karena lingkungan yang nyaman dengan sarana umum yang baik.

“Pengusahanya kan makin banyak, hasil produksi rengginang sama dodol juga makin banyak, otomatis lah mas perekonomian Kube semakin meningkat, warga sini jadi makin sejahtera.” (Ibu Ik, 6 Maret 2012)

“Berubah lah mas kan dulu sebelum sama Telkom pengusaha disini dikit banget tapi sekarang orang jadi kenal Kampung sini pengusaha rengginang dodol ya berarti makin banyak yang beli dan perekonomiannya meningkat.” (Ibu El, 15 Maret 2012)

“Selain itu juga pengusaha yang jumlahnya meningkat, lapangan pekerjaan pun semakin terbuka, banyak tenaga kerja yang tadinya pengangguran bahkan berasal dari kampung sekitar bisa memperoleh pekerjaan baru. Intinya adalah mengangkat derajat masyarakat dari tidak mampu menjadi mampu, menambah penghasilan masyarakat setempat dan mengurangi kemiskinan dan pengangguran. Dari segi keamanannya bagus, pendidikan agama bagus, jalan dan rumah produksi lengkap, masyarakat pun ketenangannya makin baik kualitas kehidupannya meningkat.” (Pak Hn, 9 Maret 2012)

#### 4.3.2.3 Perubahan terhadap peningkatan lapangan kerja bagi warga sekitar Kampung Anyar

Perubahan terhadap peningkatan lapangan kerja dirasakan sangat besar karena para pengusaha rata-rata pasti menggunakan lebih dari satu tenaga kerja yang tidak hanya berasal dari dalam Kampung Anyar, tetapi juga wilayah sekitar Kampung Anyar. Kebanyakan dari tenaga kerja tersebut adalah pengangguran, terdapat pula yang memang ingin menambah penghasilan. Apalagi menjelang Hari Lebaran dimana pesanan rengginang dan dodol meningkat pesat sehingga Kampung Anyar sudah sangat terkenal sebagai pusat lapangan pekerjaan bagi masyarakat di wilayah sekitar Kampung Anyar, hal ini terlihat dari banyaknya masyarakat sekitar yang mendatangi Kampung Anyar untuk menjadi tenaga kerja.

“Saya sih ada dua, dari kampung sini, kalo dari kampung lain sih mereka yang nyari kalo tenaga kerja dari sini mah saya yang nyari soalnya kan udah kenal. Wah kalo Kampung Anyar mah terkenal banget, apalagi kalo lagi menjelang Lebaran teh banyak kerjaan. Orang-orang mah berlomba-lomba pada mau nyari kerjaan disini, di kampung sebelah waktu itu bilang teh mau dibantuin ngaduk gak? Ya saya bilang ntar yah seminggu sebelum Lebaran, nah itu mereka kan pada nyari artinya. Kalo menjelang Lebaran mah biasanya orang2nya pada nyari tambahan, kan lumayan mas sehari bisa 4 kali bikin, sekalnya kan 35.000 rupiah.” (Ibu Nn, 7 Maret 2012)

“Kalo pesenan lagi banyak mah ada beberapa, biasanya dari kampung sebelah, mereka yang datang kesini banyakan soalnya kan sini udah terkenal pengusaha rengginang dodol jadi ada aja yang nanya, tadinya sih mereka pengangguran.” (Ibu Wt, 15 Maret 2012)

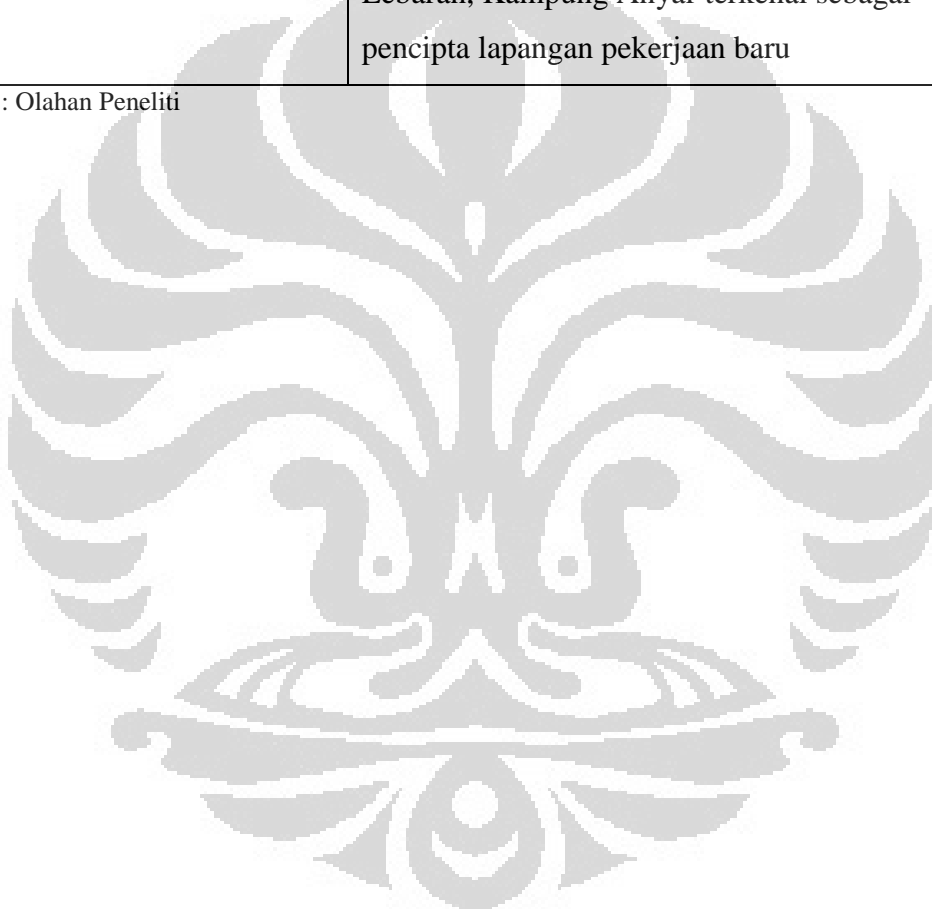
“Nah udah dapet modal, apalagi tempat produksinya ada, jelas mempengaruhi jumlah produksi yang banyak juga, nah itu ga mungkin kan bisa di *handle* sendiri, apalagi kalo udah jelang Lebaran rame-rame orang datang dari mana-mana buat kerja disini. Saya sih buat hari-hari ada lima, semua dari kampung sini jadi udah kenal. Kalo menjelang Lebaran tuh saya nambah tenaga kerja, mereka yang pada nyari kesini. Kan kalo udah banyak tenaga kerja kan berarti menciptakan lapangan pekerjaan, tingkat penganggurannya juga jadi semakin kecil.” (Ibu Li, 19 Maret 2012)

**Tabel 4.6 Perubahan terhadap lingkungan sosial ekonomi Kampung Anyar**

Aspek Perubahan	Perubahan yang terjadi
Pembangunan sarana dan fasilitas umum	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pengusaha tidak kekurangan tempat untuk melakukan proses produksi karena pembangunan rumah produksi yang besar dan lengkap</li> <li>- Akses jalan yang nyaman, dapat membantu kelancaran distribusi hasil produksi ke depan jalan</li> <li>- Kegiatan ronda malam menjadi lebih nyaman, membuka lapangan pekerjaan baru (banyak tukang ojeg)</li> <li>- Kenyamanan dalam beribadah, dimulainya kegiatan pengajian</li> </ul>
Tingkat pendapatan dan perekonomian warga Kampung Anyar	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Semakin banyak pengusaha, semakin banyak hasil produksi yang dihasilkan, semakin besar pula pendapatan yang</li> </ul>

Aspek Perubahan	Perubahan yang terjadi
	diterima - Terbukanya lapangan pekerjaan baru, penghasilan meningkat, pemenuhan kebutuhan hidup terpenuhi
Penyerapan tenaga kerja dari Kampung Anyar dan wilayah sekitar	Hampir seluruh pengusaha menggunakan tenaga kerja, baik dari dalam maupun luar Kampung Anyar, terutama menjelang Hari Lebaran, Kampung Anyar terkenal sebagai pencipta lapangan pekerjaan baru

Sumber : Olahan Peneliti



#### 4.4 Pembahasan

Pada bagian ini akan dilakukan analisis temua lapangan melalui beberapa konsep yang telah dipaparkan di Bab 2. Pembahasan ini akan terdiri atas dua bagian, yaitu pelaksanaan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) PT Telkom di Kube 115 dan perubahan yang dirasakan pengusaha Kube 115 maupun masyarakat Kampung Anyar secara umum terhadap pelaksanaan PKBL tersebut. Untuk tujuan pertama mengenai pembahasan pelaksanaan PKBL akan digabung antara Program Kemitraan dan Bina Lingkungan karena memiliki tahapan pelaksanaan yang hampir sama.

##### 4.4.1 Latar belakang pelaksanaan PKBL PT Telkom

Pelaksanaan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan PT Telkom sama-sama dilandasi oleh Peraturan Pemerintahan, untuk Program Kemitraan dilandasi oleh Peraturan Menteri Negara BUMN Nomor Per-05/MBU/2007 yang ditujukan untuk membantu pengusaha-pengusaha kecil dalam menjalankan usahanya melalui bantuan pinjaman modal. Sedangkan untuk Program Bina Lingkungan dilandasi Keputusan Menteri BUMN 236 mengenai Bina Lingkungan sebagai pemberdayaan sosial masyarakat binaan perusahaan. Tidak hanya pelaksanaan terhadap peraturan yang berlaku, PT Telkom sendiri memiliki alasan khusus untuk menjalankan Program Kemitraan yaitu sebagai bentuk promosi terhadap penggunaan produk-produk PT Telkom. Sedangkan Program Bina Lingkungan dilaksanakan sebagai bentuk kepedulian sosial perusahaan PT Telkom dengan memberikan manfaat lebih dan mengurangi dampak negatif dari perusahaan.

Apabila dilihat dalam pemberdayaan masyarakat menurut Adi (lihat Bab 2 hal 25), pelaksanaan PKBL PT Telkom merupakan bentuk pemberdayaan sebagai suatu program, dimana pemberdayaan masyarakat dijalankan dalam berbagai tahap dan dilakukan dalam jangka waktu tertentu maka program tersebut sudah selesai dilakukan. Demikian pula yang terjadi pada Program Kemitraan PT Telkom yang memiliki periode waktu selama dua tahun dan setelah itu setiap pengusaha bisa mendaftar lagi untuk mengikuti program yang sama. Dikarenakan pemberdayaan sebagai program, tentunya program tersebut harusnya memberikan dampak kepada pelaksana program, dalam hal ini PT Telkom, yaitu setiap mitra

binaan PT Telkom secara tidak langsung “diarahkan” untuk menggunakan produk-produk hasil PT Telkom. Sedangkan untuk Program Bina Lingkungan dianggap selesai saat pembangunan sarana dan fasilitas sudah terselasaikan.

Program Kemitraan PT Telkom pada dasarnya membantu pembiayaan modal para pengusaha UMKM. Permodalan merupakan salah satu masalah terbesar bagi UMKM, seperti yang dikemukakan oleh Kuncoro (lihat Bab 2 hal 39) dimana salah satu permasalahan UMKM yaitu rendahnya akses kepada lembaga kredit formal sehingga biasanya mereka mengandalkan pembiayaan secara mandiri, yang tentunya tidak begitu besar. Program Kemitraan PT Telkom tentunya dapat membantu pembiayaan para pengusaha dengan biaya administrasi yang lebih kecil dan diarahkan untuk pembinaan mitra binaan. Dilihat dari perbandingan mereka yang sudah mengikuti program peminjaman modal melalui lembaga perbankan mereka lebih merasa biaya administrasi Program Kemitraan PT Telkom lebih ringan. Artinya pengusaha yang mengikuti Program Kemitraan PT Telkom tidak akan dirugikan dengan pemungutan biaya administrasi karena hal itu diperuntukkan bagi perkembangan usaha mereka.

PT Telkom memiliki beberapa alasan mengkoordinasikan Program Kemitraan dengan Bina Lingkungan, antara lain melihat adanya potensi positif perkembangan jumlah pengusaha dan berkembangnya hasil produksi di Kube 115 serta meningkatkan semangat para mitra binaan dalam mengembalikan cicilan pinjaman dari Program Kemitraan. Dari alasan tersebut dapat dikatakan bahwa PT Telkom sudah melihat adanya perkembangan para mitra binaan Telkom sehingga perlu adanya bantuan pembangunan sarana yang dapat memfasilitasi usaha produksi dan meningkatkan lingkungan sosial wilayah Kube 115 berada. Koordinasi Program Kemitraan dan Bina Lingkungan inilah yang menjadi landasan adanya pembentukan UMKM berpola klaster. Menurut Wirabrata (lihat Bab 2 hal 50) klaster merupakan pengelompokan suatu kegiatan yang sejenis dalam lingkup wilayah tertentu. Dilihat dari alasan koordinasi Program Kemitraan dan Bina Lingkungan adalah melihat potensi perkembangan usaha rengginang dan dodol, dimana dalam satu wilayah terdapat beberapa pengusaha dengan jenis hasil produksi yang sama. Hal ini merupakan cikal bakal pembentukan UMKM berpola klaster untuk memajukan suatu usaha dalam satu wilayah tertentu. Selain itu

bentuk koordinasi Program Kemitraan dan Bina Lingkungan PT Telkom juga sesuai dengan pendapat Ali (lihat Bab 2 hal 34) dimana kemitraan dapat pula dikembangkan dengan menggunakan pola CSR, dimana pada hal ini PT Telkom tidak hanya memberikan bantuan modal usaha saja, melainkan memberikan pula peningkatan kapasitas dan promosi produk melalui pembinaan Program Kemitraan dan pemberian bantuan fasilitas dan sarana pendukung melalui Program Bina Lingkungan.

#### 4.4.2 Pengisian formulir

Tahapan pertama dalam pelaksanaan Program Kemitraan PT Telkom adalah pengisian formulir pendaftaran dan proposal pengajuan dana menjadi mitra binaan PT Telkom. Dalam tahapan ini diawali dengan adanya relasi salah satu pengusaha rengginang dan dodol di wilayah Kampung Anyar, Kabupaten Bogor dengan manajer Program Kemitraan PT Telkom. Adanya relasi tersebut dimanfaatkan oleh pengusaha tersebut untuk menceritakan kondisi sejumlah pengusaha rengginang dan dodol dalam wilayah yang sama dan mengutarakan ketertarikan untuk mengikuti Program Kemitraan. Ketertarikan dirasakan oleh manajer Program Kemitraan sehingga menawarkan kelompok pengusaha tersebut untuk mengikuti Program Kemitraan PT Telkom. Kemudian manajer menjelaskan bagaimana hal-hal yang diperlukan dalam menjalani program tersebut dan tentunya hal-hal yang dapat diberikan oleh Calon Mitra Binaan PT Telkom. Interaksi dan relasi awal inilah yang disebut oleh Adi (lihat Bab 2 hal 27) dalam tahapan pengembangan masyarakat tahap *Engagement*. Dalam tahap ini pelaku perubahan berusaha melakukan pendekatan kepada komunitas sasaran dengan melakukan interaksi-interaksi yang berusaha mengembangkan ketertarikan komunitas sasaran. Pendekatan tersebut dapat dilihat dari interaksi berupa penjelasan dari manajer Program Kemitraan mengenai bagaimana cara mengikuti Program Kemitraan dan hal-hal apa saja yang dapat didapat oleh pengusaha tersebut. Melalui penjelasan tersebut tentunya akan menimbulkan ketertarikan para pengusaha untuk mengikuti Program Kemitraan PT Telkom.

Selanjutnya pengusaha tersebut melengkapi formulir permohonan peminjaman dana program kemitraan PT Telkom. Pada Peraturan Menteri Negara BUMN Nomor Per-05/MBU/2007 ditetapkan langkah pertama yang harus dilakukan adalah melengkapi permohonan pengajuan pinjaman yang memuat data-data, seperti data pribadi, lokasi usaha, izin usaha beserta jumlah pinjaman yang diinginkan. Pada formulir pinjaman dana yang dikeluarkan oleh PT Telkom terdapat identitas diri dan kelengkapannya, seperti KTP, KK, surat nikah, rekening; lokasi usaha; laporan keuangan; serta agunan. Isi dari formulir tersebut akan digunakan untuk melihat keadaan Calon Mitra Binaan (CMB) apakah sesuai dengan persyaratan mengikuti program kemitraan, seperti memiliki kekayaan aset paling banyak dua ratus juta rupiah diluar tanah dan bangunan, omset paling banyak satu miliar rupiah per tahun, menjalankan usaha minimal satu tahun serta memiliki agunan. Persyaratan agunan merupakan persyaratan khusus yang dibuat oleh PT Telkom sebagai jaminan menjadi mitra binaan Telkom selama periode berjalan, dapat berupa surat tanah ataupun sertifikat rumah/kendaraan yang akan dikembalikan setelah masa periode program berakhir.

Formulir pendaftaran sebagai CMB tentunya sangat penting sebagai kelengkapan administratif sekaligus menyaring pengusaha yang sesuai dengan persyaratan yang tersedia. Seperti kriteria UMKM menurut UU No 20 Tahun 2008 tentang UMKM maka pengusaha Kube 115 termasuk kedalam usaha mikro, dimana kekayaannya tidak melebihi lima puluh juta rupiah dan omzet yang tidak melebihi lima ratus juta rupiah pertahun. Namun perlu diperhatikan konten-konten dalam proposal tersebut agar tidak menyulitkan para pengusaha, mengingat kebanyakan pengusaha bukan berasal dari latar belakang pendidikan yang tinggi. Hal ini dapat dilihat dari laporan keuangan yang harus diisi para pengusaha harus dibuat sederhana mungkin dan dapat dijadikan sebagai edukasi mereka dalam mengikuti program kemitraan, seperti bagaimana mereka melatih kemampuan dalam membuat laporan keuangan usaha mereka secara sederhana sebagai salah satu persyaratan dalam formulir permohonan peminjaman dana. Dalam hal ini tentunya perlu adanya perhatian dari staf program kemitraan untuk membantu pengisian formulir sehingga dapat mengurangi adanya kesalahan dalam pengisian formulir dalam permohonan pinjaman dana.



Sama halnya dengan Program Kemitraan, Program Bina Lingkungan pun mengharuskan adanya pengisian formulir permohonan sebagai calon objek bantuan. Walaupun pelaksanaan BL di Kampung Anyar merupakan inisiatif PT Telkom namun tetap harus melengkapi formulir permohonan bantuan yang memuat banyak informasi, seperti lokasi wilayah, kelengkapan sarana dan fasilitas yang ada, dan persyaratan lainnya. Kelengkapan tersebut tentunya dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam PT Telkom dalam memberikan sarana dan fasilitas kepada wilayah Kampung Anyar.

#### 4.4.3 Survey lapangan

Tahap selanjutnya adalah survey CMB yang bertujuan mengecek kebenaran dari formulir peminjaman dana yang sudah dikumpulkan dengan kenyataan yang ada di lapangan. Hal ini sangat penting untuk dilakukan agar dapat memastikan bahwa CMB yang terdaftar sesuai dengan persyaratan dan memiliki kondisi usaha yang tepat layaknya dicantumkan dalam formulir peminjaman dana. Pada saat survey, tim survey dari Telkom akan diberikan lembaran survey dan akan dinilai sesuai dengan indikator-indikator, seperti kondisi usaha, penggunaan tenaga kerja, pemasaran, jumlah pendapatan dan omzet, dan lain-lain. Dalam survey yang dilakukan pihak Telkom tidak hanya melakukan pengamatan dan wawancara kepada pemilik usaha, namun juga kepada tetangga untuk memastikan informasi yang didapat adalah valid dan memiliki tingkat kebenaran yang tinggi. Jika dikaitkan oleh tahapan pengembangan masyarakat menurut Adi (lihat Bab 2 hal 27) survey yang dilakukan oleh PT Telkom dapat dikatakan sebagai tahapan *Assessment*, yaitu mengidentifikasi kebutuhan serta sumber daya komunitas sasaran. Begitu pula survey yang dilakukan pihak Telkom dilakukan untuk melihat bagaimana kondisi awal pengusaha yang menjadi CMB Program Kemitraan PT Telkom dan identifikasi sumber daya yang ada, seperti penggunaan alat produksi maupun tenaga kerja yang dipekerjakan.

Identifikasi potensi dimaksudkan untuk melihat lingkungan internal maupun eksternal suatu UMKM seperti yang dikemukakan Karsidi (lihat Bab 2 hal 29), dalam hal ini survey juga bertujuan untuk melihat bagaimana pemasaran yang dilakukan oleh pengusaha tersebut dan seberapa banyak pelanggan hasil

produksinya (lingkungan eksternal) dan bagaimana lokasi usaha pembuatan hasil produksi, seperti dari sisi kebersihan dan kelengkapan peralatan produksi (lingkungan internal). Pengamatan tersebut akan memperlihatkan seberapa besar usaha yang sudah dijalankan dan berpengaruh terhadap kemampuan pengusaha tersebut dalam mengembalikan pinjaman yang diberikan. Apabila pemasarannya kecil ataupun hasil produksinya sedikit namun meminta pinjamannya sangat besar tentunya dikhawatirkan mereka tidak menggunakan dana pinjaman tersebut untuk pengembangan usaha ataupun kemungkinan telat membayar cicilan pinjaman.

Survey Objek Calon Bantuan dalam Program BL pada dasarnya memiliki tujuan yang sama dengan survey dalam Program Kemitraan, yaitu mengidentifikasi potensi dan kebutuhan warga Kampung Anyar. Tidak hanya mencari informasi mengenai sarana dan fasilitas yang sudah ada, pihak surveyor PT Telkom juga mencari informasi mengenai kebutuhan apa yang diperlukan para pengusaha Kube maupun warga Kampung Anyar secara umum, seperti kebutuhan pengusaha memiliki tempat produksi yang lebih luas dan lengkap peralatan produksinya. Survey yang dilakukan juga dilakukan kepada tokoh-tokoh masyarakat karena mereka merupakan tokoh formal yang paling mengetahui kondisi wilayah sasaran sekaligus sebagai bentuk perijinan.

Dalam survey ini dapat dikatakan PT Telkom memberikan kesempatan warga Kampung Anyar untuk menentukan sarana dan fasilitas apa saja yang diperlukan, seperti yang dikatakan Adi (lihat Bab 2 hal 30) partisipasi warga Kampung Anyar sudah terlihat mulai dari survey yang dilakukan oleh PT Telkom. Partisipasi ini sangat penting dilakukan karena merekalah yang paling mengetahui kebutuhan dan permasalahan yang terjadi sehingga PT Telkom sangat perlu mengikutsertakan dalam penentuan sarana dan fasilitas yang akan diberikan. Hal ini dapat hasil wawancara yang dilakukan dimana beberapa pengusaha mengeluhkan mengenai tempat produksi yang terbatas dan kepemilikan alat produksi yang sederhana, tentunya keluhan tersebut menjadi masukan bagi PT Telkom untuk mendirikan rumah produksi sehingga memudahkan proses produksi pengusaha Kube. Sementara dilihat dari jenis partisipasi yang diberikan menurut Syahtuti (lihat Bab 2 hal 31) maka termasuk kedalam jenis partisipasi *Consultation* dimana masyarakat akan ditanya opini tertentu namun pihak luar

yang akan menentukan bantuan yang diberikan, peran masyarakat sendiri adalah sebagai *Client*. Demikian pula dalam survey Program BL pihak Telkom menanyakan kebutuhan sarana dan fasilitas umum apa yang diperlukan oleh masyarakat Kampung Anyar, selanjutnya akan dianalisis dan bantuan ditetapkan oleh hasil analisis pihak Telkom.

#### 4.4.4 Penilaian dan hasil survey

Setelah melihat lingkungan serta potensi dari CMB akan ditentukan siapa saja yang menjadi mitra binaan serta jumlah pinjaman yang akan diberikan. Pada tahap ini pulalah diputuskan bahwa kelompok pengusaha tersebut diberikan jumlah pinjaman 115 juta untuk sepuluh orang dan dinamakan Kube 115. Keputusan tersebut diambil melihat dari hasil pengisian lembar survey yang sudah dilakukan pada tahapan sebelumnya. Berdasarkan observasi yang dilakukan penulis saat mengikuti praktikum di Telkom, evaluasi dilakukan oleh seluruh staf program kemitraan dan terdapat data seluruh CMB berikut dengan hasil analisis survey, jumlah pinjaman yang diminta, serta kemampuan bayar mereka dilihat dari laporan keuangan yang telah dikumpulkan. Pemilihan mitra binaan biasanya diprioritaskan bagi pengusaha yang sebelumnya pernah mengikuti program kemitraan dan melihat perkembangan usahanya, begitu pula umlah dana pinjaman modal yang akan diberikan juga tidak selalu sama dengan jumlah yang diminta. Misalnya terdapat beberapa CMB yang dari hasil wawancara surveyor PT Telkom memiliki hutang dengan pihak lain biasanya tidak diikutkan pada program kemitraan atau calon mitra binaan sebenarnya laba dan omzetnya tidak terlalu besar namun meminta jumlah pinjaman modal yang besar. Hal ini harus dipastikan oleh tim surveyor mengingat banyak kejadian sebelumnya dana pinjaman yang diterima bukan digunakan untuk keperluan usaha, melainkan untuk keperluan pribadi.

Jika dilihat dari tahapan pengembangan masyarakat menurut Adi (lihat Bab 2 hal 27) dikategorikan sebagai tahapan pemformulasian rencana aksi. Dari hasil survey tersebut PT Telkom menemukan adanya potensi perkembangan usaha dari kelompok pengusaha tersebut karena mereka memproduksi hasil produksi yang sama dan berlokasi di tempat yang sama pula. Itulah yang menjadi alasan pihak

PT Telkom dalam mengembangkan Kube 115 dan menjadi UMKM berpola klaster. Pemformulasian rencana tersebut tentunya dapat menjawab hasil potensi dan kebutuhan yang ada pada pengusaha Kube 115. Potensi Kube 115 yang memproduksi jenis hasil produksi yang sama dan berada dalam lokasi yang sama merupakan potensi positif yang juga menjadi manfaat adanya UMKM berpola klaster, seperti dijelaskan oleh Scorsone (lihat Bab 2 hal 51), yaitu lokalisasi ekonomi dan pemusatan tenaga kerja. Melalui lokalisasi ekonomi maka akan sangat menguntungkan bagi pengusaha dalam memperoleh informasi maupun badan pelaksana PKBL, dalam hal ini PT Telkom dalam memberikan pelatihan. Lokalisasi ekonomi ini juga dapat menjadikan wilayah Kube 115 sebagai wilayah penghasil rengginang dan dodol, wilayah ini juga akan semakin berkembang dan dikenal masyarakat luas sebagai wilayah penghasil rengginang dan dodol. Sementara untuk pemusatan tenaga kerja sangat terbuka lebar mengingat terdapat banyak pengusaha dalam satu wilayah dan tiap pengusaha menggunakan setidaknya lebih dari satu tenaga kerja maka kesempatan untuk menciptakan lapangan pekerjaan yang baru sangat terbuka.

Sementara dalam analisis yang sudah dilakukan untuk Program BL, bantuan yang akan diberikan adalah bantuan sarana ibadah dan sarana umum, yang meliputi akses jalan, Masjid, pesantren, rumah produksi, pos ronda, maupun outlet hasil produksi. Tentunya pendirian fasilitas tersebut tidak hanya membantu proses produksi pengusaha Kube melalui rumah produksi dan outlet namun juga bagi masyarakat Kampung Anyar. Dalam pembentukan UMKM berpola klaster, keberadaan fasilitas dan sarana umum tentunya menjadi faktor penting karena dapat membantu proses produksi hingga pemasaran produk. Menurut Djamhari (lihat Bab 2 hal 47), kelancaran beroperasinya klaster UKM ditentukan oleh tersedianya infrastruktur fisik (utamanya fasilitas jalan aspal, listrik dan saluran telepon) secara memadai. Kegiatan produksi, dengan demikian berlangsung hampir tanpa hambatan yang berarti. Namun dalam kegiatan distribusi dan lebih-lebih pemasaran, kesulitan yang dihadapi seringkali berkait langsung dengan ketiadaan infrastruktur. Pemberian bantuan infrastruktur tidak hanya berguna bagi kelancaran produksi para pengusaha namun juga diberikan dalam pengembangan lingkungan Kampung Anyar, wilayah dimana Kube 115 berada. Seperti misalnya

pembangunan akses jalan dari rumah produksi menuju jalan raya tentunya akan memperlancar proses distribusi hasil produksi rengginang dan dodol.

#### 4.4.5 Penetapan mitra binaan dan objek bantuan PT Telkom

Setelah ditetapkan mitra binaan terpilih, mereka dikumpulkan di kantor pusat untuk namun beberapa acara, seperti pembinaan awal, penandatanganan secara simbolis dan penjelasan PKS (Perjanjian Kerjasama). PKS ini merupakan perjanjian kewajiban dan hak yang diperoleh, baik oleh PT Telkom sebagai pelaksana Program Kemitraan maupun pengusaha sebagai penerima program kemitraan. Penjelasan tersebut sangatlah penting khususnya bagi mitra binaan yang baru pertama kali mengikuti program kemitraan. Dari hasil observasi mengikuti acara penetapan mitra binaan terlihat bahwa penjelasan PKS lebih ditekankan pada pemberian informasi mengenai cara membayar cicilan pinjaman, yaitu ditetapkan setiap tanggal lima dan cicilan dibayarkan melalui rekening Bank Mandiri. Dijelaskan pula bahwa lebih baik pengusaha tidak melakukan pembayaran tunai ke Bank karena banyak kasus pengusaha lupa tanggal batas akhir pembayaran dan akhirnya sudah tercatat dalam sistem program kemitraan Telkom dengan status “pembayaran macet”. Hal ini akan sangat berdampak bagi peluang dan kesempatan pengusaha untuk mengikuti pembinaan karena kesempatan tersebut dilihat dari ketepatan dalam membayar cicilan pinjaman. Oleh karena itu lebih baik pengusaha sudah menyediakan cukup uang di rekening sehingga saat tiba tanggal pembayaran, jumlah rekening otomatis berpindah ke rekening program kemitraan PT Telkom.

Dalam penjelasan tersebut ditekankan pentingnya pengusaha menggunakan rekening atas namanya sendiri dan tidak menumpang rekening orang lain karena apabila mereka membayar menggunakan rekening orang lain dan tidak mengkonfirmasi kepada staf CDC PT Telkom maka pengusaha tersebut tetap tidak tercatat telah melakukan pembayaran dan staf akan mengalami kesulitan mengetahui asal dari pembayaran tersebut. Penjelasan ini memang perlu diberikan mengingat rata-rata pengusaha Kube 115 memiliki usaha yang bersifat mikro dan tidak memiliki sistem pengelolaan keuangan yang besar. Penjelasan ini juga dapat menjadi edukasi untuk para mitra binaan terpilih dalam melakukan pengelolaan

keuangan lebih baik dan terbiasa untuk menyimpan uang ditempat yang aman sehingga dapat mengetahui secara pasti posisi keuangan mereka.

Selain penjelasan mengenai cara pembayaran cicilan pinjaman, hal yang penting pula adalah penjelasan mengenai agunan. Tidak seperti persyaratan yang diajukan dalam Permen BUMN Nomor 5 tahun 2007, persyaratan agunan merupakan persyaratan khusus yang ditetapkan oleh PT Telkom (lihat Bab 3 hal 57). Dalam PKS dijelaskan pentingnya mitra binaan terpilih untuk memastikan adanya pihak yang bertanggung jawab diluar pengusaha yang menjadi mitra binaan terhadap agunan yang akan diberikan kepada PT Telkom selama program kemitraan berlangsung. Hal ini disebabkan terdapat kasus mitra binaan yang telah meninggal dunia dan tidak memberitahu masalah agunan, seperti surat sertifikat rumah yang berada ditangan PT Telkom kepada keluarganya. Akan berakibat buruk karena pada akhirnya keluarga yang ditinggalkan tidak mengetahui informasi dan akan kesulitan apabila terdapat urusan yang berkaitan dengan sertifikat rumah tersebut. Sama halnya dengan pengusaha Kube 115 yang menyerahkan satu agunan untuk satu kelompok harus dipastikan semua anggota mengembalikan pinjaman selalu tepat waktu karena apabila macet hingga agunannya terus ditahan oleh PT Telkom hingga periode pembayaran berakhir, maka sang pemilik agunan tidak dapat meminta kembali agunan yang ditahan oleh pihak PT Telkom.

Sementara untuk penetapan objek bantuan Program Bina Lingkungan ditandai dengan pemberian bantuan sarana dan fasilitas umum bagi masyarakat Kampung Anyar yang meliputi akses jalan, rumah produksi, outlet hasil produksi, pos ronda, serta perbaikan Masjid dan pesantren. Dalam proses pembangunan sarana dan fasilitas tersebut terdapat partisipasi yang diberikan oleh masyarakat Kampung Anyar yang dinamakan sistem swadaya masyarakat dimana masyarakat turut serta dalam pembangunan fasilitas tersebut. Jika dikaitkan dengan bentuk partisipasi menurut Syahtuti (lihat Bab 2 hal 31) maka partisipasi tersebut dinamakan *Co-learning*, dimana masyarakat lokal maupun pihak luar sama-sama berbagi pengetahuan dan bekerjasama dan peran masyarakat lokal adalah sebagai *partner*. Partisipasi jenis ini mencerminkan adanya peran serta masyarakat secara

seimbang dan hal ini perlu ditingkatkan agar rasa *sense of belonging* warga Kampung Anyar terjaga dalam hal pemeliharaan sarana dan fasilitas tersebut.

#### 4.4.6 Pembinaan Program Kemitraan

Setelah menjadi mitra binaan, salah satu hal yang menjadi hak tiap mitra binaan adalah mengikuti rangkaian pembinaan. Untuk mengikuti pembinaan sendiri PT Telkom menetapkan syarat, seperti pembayaran cicilan pinjaman tepat waktu selama tiga bulan pertama periode pembayaran (lihat Bab 4 hal 81). Adapun pembinaan yang sudah diterima oleh pengusaha Kube 115 antara lain pelatihan kewirausahaan yang terdiri dari pelatihan teknik melakukan proses produksi, seperti pengemasan, pemberian cap label produksi dan cap halal, serta pelatihan pembukuan keuangan. Selain itu tiap mitra juga diberikan kesempatan untuk mengikuti pameran untuk membantu memasarkan hasil produksinya, *study tour* untuk melihat proses produksi pengusaha diberbagai wilayah, serta adanya pendampingan yang dilakukan melalui kerjasama dengan pihak eksternal seperti Sampoerna Foundation ataupun mahasiswa magang yang disebut mahasiswa Co-op. Pendampingan yang diberikan sendiri lebih kepada pengembangan kemampuan keuangan pengusaha. Pelatihan sendiri merupakan aspek yang penting dalam hal mengembangkan usaha. Hal ini sesuai dengan pendapat Dipta (lihat Bab 2 hal 44) yang menyatakan perlu adanya pelatihan keterampilan dan manajemen untuk meningkatkan kemampuan UMKM dalam memproduksi produk yang berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Di samping pelatihan, temu bisnis dan eksibisi di dalam dan luar negeri perlu terus digalakkan dalam rangka memperkenalkan produk yang dihasilkan oleh UMKM. Setiap mitra binaan Telkom akan mendapatkan pelatihan teknik produksi hingga membantu pemasaran hasil produksi melalui pameran tentu akan membantu pengusaha tersebut dalam memproduksi barangnya secara lebih baik dan produknya dapat dikenal dan membantu proses pemasaran hasil produksi.

Dilihat dari jenis pembinaan yang diberikan oleh PT Telkom sesuai dengan isi dari Permen BUMN Nomor 5 tahun 2007, Program Kemitraan merupakan pemanfaata laba BUMN yang dialokasikan melalui penyaluran dana bergulir dan dukungan non-material seperti dukungan pelatihan dan keterampilan untuk

peningkatan produktivitas mitra tersebut (lihat Bab 2 hal 32). Pelatihan tersebut tentunya dapat membantu para pengusaha dalam mengembangkan usahanya karena kebanyakan pengusaha, khususnya yang berada di Kube 115 adalah pengusaha rumah tangga yang secara kemampuan usahanya masih kecil. Pelatihan ini juga merupakan bentuk pemberdayaan yang diberikan oleh PT Telkom kepada para pengusaha, seperti yang dikemukakan oleh Ite (lihat Bab 2 hal 25) dimana pemberdayaan merupakan suatu upaya penyediaan sumber, kesempatan, pengetahuan, dan keterampilan untuk meningkatkan kemampuan mereka menentukan masa depannya. Demikian pula yang diberikan PT Telkom melalui Program Kemitraan tentunya kesempatan para pengusaha dalam meningkatkan pengembangan usaha mereka sangat tinggi. Serangkaian pembinaan mulai dari pelatihan dasar proses produksi, pameran, hingga pendampingan tentunya mampu mengembangkan kemampuan mereka sehingga pada saat Program Kemitraan PT Telkom berakhir pengusaha memiliki pengetahuan dan keterampilan yang dapat digunakan sebagai pengembangan usaha.

Motivasi untuk meningkatkan pengembangan usaha sudah dapat dilihat dari persyaratan yang diberikan PT Telkom, dimana setiap pengusaha yang ingin mengikuti pembinaan harus melakukan pembayaran pinjaman secara tepat waktu. Dari persyaratan tersebut tentunya dapat melatih motivasi para pengusaha untuk melakukan berbagai usaha untuk mengembangkan usahanya, hal itu bisa dilihat mulai dari hal yang sederhana, seperti mengikuti persyaratan melakukan pembayaran dengan tepat waktu. Hal ini juga dapat melatih mereka untuk bertanggung jawab dalam menjalankan suatu program. Dari temuan lapangan dijelaskan bahwa salah satu mitra tidak mengikuti pembinaan karena merasa lebih baik diam dirumah memproduksi rengginang dan dodol dibandingkan mengikuti pelatihan yang biaya transportnya tidak begitu besar. Artinya pengusaha tersebut hanya menanggapi pelatihan dilihat dari biaya transportnya saja, bukan manfaat yang akan didapat setelah mengikuti pelatihan tersebut. Apabila tidak mengikuti pelatihan yang sebenarnya menjadi hak mitra binaan, pengusaha tidak akan mendapatkan pengetahuan dan keterampilan demi pengembangan usaha mereka. Menurut Dipta (lihat Bab 2 hal 46) pendidikan dan latihan diperlukan pengusaha UMKM dalam mengembangkan kewirausahaan sehingga inovasi, kreativitas dan



berani mengambil keputusan. Artinya mengikuti pembinaan berkaitan dengan pengembangan kewirausahaan mereka.

#### 4.4.7 Monitoring dan evaluasi

Terdapat tiga tipe monitoring dalam Program Kemitraan PT Telkom, yaitu *reminding call*, pengecekan yang dilakukan secara berkala melalui telepon yang lebih dikhususkan untuk mengecek tentang pembayaran cicilan pinjaman. Tipe yang kedua adalah kunjungan lapangan, dimana staf program kemitraan akan melihat perkembangan usaha para mitra binaan, seperti bagaimana perkembangan omzet, aset, penambahan tenaga kerja, jumlah produksi, dan lainnya. Tidak hanya monitoring aktif yang dilakukan oleh pihak Telkom, namun pihak pengusaha juga diwajibkan untuk memberikan laporan perkembangan usaha yang kontennya sama dengan monitoring kunjungan lapangan yang dilakukan pihak Telkom. Jika dilihat dari tahapan pengembangan masyarakat yang dikemukakan oleh Adi (lihat Bab 2 hal 28) maka tahapan ini juga disebut monitoring dimana dilakukan adanya pengawasan dan kontrol dari pihak pelaksana program dan penerima program. Kontrol pelaksana program dalam hal ini PT Telkom adalah untuk melihat sejauh mana perkembangan usaha dan penggunaan modal pinjaman yang digunakan oleh mitra binaan Telkom sebagai penerima program. Dapat dilihat dari monitoring yang dilakukan oleh pihak Telkom juga menyertakan masyarakat melalui pengisian laporan perkembangan usaha. Hal ini sesuai dengan pendapat Adi dimana pengawasan juga perlu melibatkan masyarakat sehingga mereka menjadi mandiri dan dapat terbentuk sistem pengawasan internal yang dapat mengontrol pelaksanaan program kemitraan. Adanya peran para pengusaha untuk menyerahkan laporan perkembangan usaha mereka secara tidak langsung akan memotivasi mereka untuk mengembangkan usaha ataupun mencari alternatif strategi untuk meningkatkan usahanya apabila dalam laporan tersebut ternyata usaha mereka menurun.

Demikian pula monitoring yang dilakukan pada Program Bina Lingkungan, dimana PT Telkom melakukan kunjungan saat monitoring Program Kemitraan dan melakukan pengecekan mengenai bagaimana pemanfaatan sarana dan fasilitas umum yang telah diberikan. Dalam melakukan monitoring PT Telkom juga

bekerjasama dengan ketua RT dan RW sebagai tokoh formal masyarakat Kampung Anyar untuk melakukan pengawasan tersebut. Namun pengawasan yang dilakukan hanya sebatas mengontrol apakah ada sarana yang rusak dan langsung diberitahu kepada pihak Telkom. Adi menyebutkan bahwa apabila menyertakan masyarakat dalam proses pengawasan maka secara tidak langsung memberikan mereka pembelajaran untuk dapat mandiri dalam menyelesaikan permasalahannya. Sementara apabila monitoring hanya bersifat mengawasi tanpa ada tindak lanjut dari pihak masyarakat secara langsung maka monitoring yang dilakukan belum mencerminkan masyarakat yang sudah mandiri karena masih ada bantuan dari pihak Telkom untuk memperbaiki sarana yang rusak.

Sama seperti dengan proses monitoring, proses evaluasi baik di Program Kemitraan maupun Program Bina Lingkungan juga menyertakan adanya partisipasi masyarakat dengan cara melakukan pengisian lembar evaluasi efektifitas dan efisiensi PKBL PT Telkom. Untuk Program Bina Lingkungan sendiri juga menyertakan tokoh masyarakat dalam melakukan pengisian lembar evaluasi tersebut. Adi mengatakan bahwa proses evaluasi dapat digunakan sebagai pemberian umpan balik yang berguna bagi perbaikan program maupun kegiatan di waktu yang akan datang (lihat Bab 2 hal 28). Tentunya partisipasi hingga proses evaluasi ini dapat memberikan masukan kepada pihak Telkom sebagai pelaksana PKBL mengenai kekurangan dan kelebihan serta masukan-masukan dari para pengusaha tersebut. Dalam lembar evaluasi tersebut juga terdapat kolom saran mengenai masukan dan perbaikan Program PKBL yang dapat diisi. Baik pengusaha maupun tokoh masyarakat yang lebih mengetahui keadaan usaha maupun lingkungan mereka karena pihak Telkom tentu tidak melakukan pengawasan tiap hari. Oleh karena itu masukan-masukan yang diberikan oleh mereka akan sangat membantu pihak Telkom dalam mengembangkan program untuk periode yang akan datang.

#### 4.4.8 Perubahan terhadap Perkembangan usaha

##### 4.4.8.1 Modal usaha

Dilihat dari perubahan dalam aspek lainnya, perubahan terhadap modal usaha merupakan perubahan yang paling dirasakan oleh para pengusaha Kube 115. Hal ini dapat terjadi karena hampir seluruh pengusaha awalnya tidak memiliki sumber modal lain dan melalui program kemitraan PT Telkom mereka mendapatkan bantuan modal pinjaman yang dapat digunakan untuk mengembangkan usaha mereka. Rata-rata penggunaan modal pinjaman tersebut dialokasikan untuk menambah jumlah produksi rengginang dan dodol, modal ini juga sangat dirasakan bermanfaat karena awalnya mereka tidak bisa menyetok rengginang ataupun dodol sehingga pesanan yang harusnya banyak hanya dapat diproduksi dengan jumlah sedikit. Selain itu beberapa dari mereka biasa berhutang dengan orang lain, melalui bantuan modal tersebut tentunya mereka tidak perlu berhutang dengan pihak lain dan dapat membiayai produksi rengginang dan dodol dengan uang sendiri.

Permodalan selalu menjadi masalah utama bagi para UMKM. Seperti yang dikemukakan Dipta (lihat Bab 2 hal 42) dimana kebanyakan lembaga keuangan yang bank itu lebih menekankan pada kredit modal kerja sedangkan kredit investasi masih sangat terbatas. Bagi UMKM, keadaan ini sulit untuk meningkatkan kapasitas usaha ataupun mengembangkan produk-produk yang mampu bersaing di pasar. Disamping persyaratan pinjamannya yang tidak mudah dipenuhi, seperti jumlah jaminan; serta adanya paradigma pada dunia perbankan yang memandang UMKM sebagai kegiatan yang beresiko tinggi. Sudah dapat disadari bahwa melakukan pinjaman melalui lembaga keuangan berbentuk bank tidak akan membantu permasalahan modal mereka karena tingginya bunga yang ditawarkan oleh bank. Hal ini diperkuat pula oleh hasil wawancara terhadap beberapa pengusaha yang mengikuti pinjaman modal melalui lembaga perbankan, dimana mereka mengakui jumlah bunga dari bank lebih besar. Sementara melalui Program Kemitraan PT Telkom biaya administrasi yang diwajibkan tidak setinggi dari lembaga keuangan lain sehingga tidak terlalu memberatkan pengusaha. Modal yang diberikan dapat digunakan untuk hal-hal lain, bahkan beberapa pengusaha mendapatkan keuntungan semenjak bermitra dengan pihak Telkom

karena jumlah produksi rengginang dan dodol yang semakin banyak dan pesanan pun semakin banyak. Keuntungan tersebut akhirnya membuat para pengusaha untuk memenuhi kebutuhan hidupnya bahkan dapat dimasukkan kedalam tabungan.

#### 4.4.8.2 Kepemilikan aset

Melalui modal pinjaman yang didapat dari Program Kemitraan PT Telkom pun para pengusaha dapat menambah aset mereka yang digunakan untuk membantu proses produksi. Dari temuan lapangan yang disampaikan banyak pengusaha yang sudah memiliki mesin penggilingan kepala dan tepung sendiri-sendiri. Hal ini tentunya akan berpengaruh terhadap efisiensi produksi rengginang dan dodol. Awalnya para pengusaha menggunakan mesin secara beramai-ramai dengan pengusaha lain, hal ini tentunya akan membuang waktu mereka untuk melakukan proses produksi, hasil produksinya pun tidak akan sebesar apabila menggunakan mesin sendiri. Tentunya dengan kepemilikan aset baru akan membantu proses produksi para pengusaha dan menghasilkan jumlah produksi yang lebih besar. Salah satu pengusaha juga sudah membangun lahan diatas rumahnya untuk menjemur rengginang. Dilihat selama proses wawancara dan observasi, wilayah Kampung Anyar terdiri dari rumah-rumah kecil yang berdempetan dan hanya memiliki pekarangan yang tidak begitu besar. Belum lagi pekarangan tersebut diguakan oleh beberapa pengusaha yang memiliki produksi rengginang yang tidak sedikit. Tentunya merupakan keputusan yang baik untuk membuat lahan menjemur rengginang dan dapat mempercepat proses produksinya.

Hal ini sesuai dengan pendapat Suparyanto (lihat Bab 2 hal 41) dimana penggunaan teknologi yang sangat sederhana dapat berpengaruh pada kualitas dan kuantitas produksi yang dihasilkan. Tentunya setelah para pengusaha memiliki aset berupa peralatan dan mesin produksi dapat meningkatkan kuantitas dan kualitas produksi rengginang dan dodol yang dihasilkan. Kuantitas hasil produksi dapat dilihat dari meningkatnya jumlah produksi para pengusaha sementara kuantitas hasil produksi dapat dilihat dari efisiensi waktu dalam proses produksi rengginang dan dodol yang lebih lama dan tidak perlu bergantian dengan

pengusaha lain sehingga menghasilkan rengginang dan dodol yang lebih maksimal.

#### 4.4.8.3 Tenaga kerja

Perubahan juga terjadi dalam hal penambahan tenaga kerja karena tentunya dengan memproduksi rengginang dan dodol lebih banyak, para pengusaha tentunya membutuhkan bantuan tenaga kerja lain. Beberapa pengusaha awalnya mendirikan usaha rengginang dan dodol tanpa adanya tenaga kerja, namun semenjak bermitra dengan Telkom mereka menggunakan tenaga kerja. Penambahan tenaga kerja dapat membantu proses produksi mereka. Hal ini sesuai dengan pendapat Tambunan (lihat Bab 2 hal 47) dimana tenaga kerja yang diperlukan oleh industri kecil tidak menuntut pendidikan formal/tinggi tertentu. Sebagian besar tenaga kerja yang diperlukan oleh industri kecil didasarkan atas pengalaman (*learning by doing*) yang terkait dengan faktor historis (*path dependence*). Hal ini akan sangat menguntungkan para calon tenaga kerja dengan meningkatnya usaha para mitra binaan di Kube 115, kesempatan mereka untuk bekerja pun meningkat. Pekerjaan yang ditawarkan pun tidak harus memiliki spesialisasi khusus, justru kebanyakan pekerja berasal dari dalam Kampung Anyar dan mereka menjadi tenaga kerja pengusaha Kube karena memang sudah kenal satu sama lain. Selain itu perubahan tenaga kerja yang mempekerjakan tenaga kerja selain dari anggota keluarga telah mencerminkan bahwa pengusaha Kube tidak lagi mengandalkan tenaga kerja keluarga atau bersifat tradisional menjadi tenaga kerja yang lebih profesional. Hal ini sesuai dengan pendapat Kuncoro (lihat Bab 2 hal 39) dimana karakteristik UMKM awalnya adalah pengelolaan usaha dan tenaga kerja dilakukan oleh pemilik usaha itu sendiri ataupun dibantu dengan anggota keluarganya.

#### 4.4.8.4 Omzet

Sama halnya dengan perubahan terhadap aset dan tenaga kerja, perubahan terhadap omzet tidak terlepas dari pemberian modal pinjaman program kemitraan PT Telkom. Dengan bertambahnya modal usaha otomatis akan menambah jumlah produksi rengginang dan dodol dan pada akhirnya omzet usaha mereka pun meningkat. Jika dilihat dari tabel perubahan omzet (lihat Bab 4 hal 118) maka

**Universitas Indonesia**

dapat terlihat sepuluh pengusaha Kube 115 masing-masing memiliki perubahan omzet yang positif, beberapa dari mereka bahkan memiliki perubahan diatas 50%. Perubahan omzet tentunya dapat menggambarkan pengembangan usaha rengginang dan dodol bagi pengusaha Kube 115. Perubahan omzet yang besar otomatis akan meningkatkan skala usaha mereka dan juga meningkatkan laba yang akan didapat. Dalam hal ini PT Telkom sebagai pelaksana PKBL tentunya memiliki andil yang besar dalam pemberian bantuan pinjaman modal sehingga para pengusaha dapat memperbesar jumlah produksi dan omzet yang dihasilkan pun semakin meningkat. Namun berdasarkan tabel tersebut juga ditemukan salah satu pengusaha justru mengalami penurunan jumlah omzet yang disebabkan oleh menurunnya kemampuan untuk memproduksi rengginang dan dodol karena faktor usia. Tentunya hal ini harus menjadi perhatian pihak Telkom untuk membantu mencari alternatif bagaimana pengusaha tersebut kembali terangsang untuk meningkatkan jumlah produksinya. Sebab apabila pengusaha ini semakin sedikit memproduksi maka akan mempengaruhi kemampuan pengusaha tersebut untuk membayar cicilan pinjaman secara tepat waktu. Perlu adanya pendampingan, seperti peningkatan kepercayaan diri terhadap pengusaha yang usahanya tidak berkembang maksimal.

#### 4.4.8.5 Pemasaran hasil produksi

Pemasaran hasil produksi pun menjadi salah satu perubahan yang terjadi pada usaha Kube 115. Jika pada awalnya area pemasaran pengusaha Kube hanya sebatas daerah Kampung Anyar dan sekitarnya. Namun setelah menjadi mitra binaan Telkom cakupan pemasarannya pun sudah mencapai Jember, luar kota bahkan terdapat beberapa pengusaha Kube 115 yang sudah memasarkan hasil produksinya di Hongkong, Singapura, dan Malaysia. Pemasaran yang berkembang tidak terlepas dari peran PT Telkom dalam mengembangkan usaha Kube 115, khususnya dalam mengikutsertakan mereka dalam berbagai macam pameran. Dengan mengikuti pameran tentunya para pengusaha dapat memperkenalkan kepada banyak orang hasil produksinya. Tidak hanya itu, pameran juga dapat memperluas jaringan pemasaran mereka. Salah satu pengusaha bahkan mengakui bahwa pemasarannya semakin berkembang karena

nama besar PT Telkom dan juga promosi dari para pegawai CDC Telkom. Pemasaran yang diikuti para pengusaha Kube tentunya juga dapat dijadikan pengalaman bagi mereka untuk mengetahui bagaimana bersaing dengan seluruh pengusaha, tidak hanya dengan pengusaha yang memiliki hasil produksi yang sama. Melalui pameran tersebut juga mereka dapat belajar untuk berinteraksi dengan orang banyak dan bagaimana mereka menarik perhatian pengunjung pameran dan berhasil menawarkan hasil produksi mereka.

Hal ini sesuai dengan pendapat Dipta (lihat Bab 2 hal 44) yang menyatakan bahwa disamping pelatihan, temu bisnis dan pameran didalam dan luar negeri perlu terus digalakkan dalam rangka memperkenalkan produk yang dihasilkan oleh UMKM. Pada sisi lain, pengembangan lembaga pendukung pemasaran produk seperti *trading house* atau rumah dagang dan pusat-pusat pemasaran produk UMKM lainnya seperti *trading board* sangat penting dikembangkan, mulai dari tingkat kabupaten/kota, provinsi, pusat sampai diluar negeri. Tentunya disini penting menjadi perhatian bagi pihak Telkom untuk terus memberikan kesempatan bagi para pengusaha memperkenalkan produk yang dihasilkan. Penyediaan kesempatan para pengusaha untuk mengikuti berbagai pameran ataupun kegiatan-kegiatan lain yang bersifat promosi produk tentunya akan mengembangkan pemasaran produksi pengusaha.

Salah satu yang sudah dikembangkan oleh PT Telkom adalah pendirian outlet produksi atau seperti yang disebutkan Dipta adalah *trading house* (rumah pusat pemasaran UMKM). Namun kenyataannya adalah tidak digunakannya outlet hasil produksi karena lebih baik para pelanggan mendatangi langsung rumah para pengusaha Kube dan kesulitan untuk memilih barang produksi apabila dikumpulkan dalam satu outlet hasil produksi, mengingat para pengusaha yang tidak mau menggunakan label produksi. Langkah awal yang dilakukan PT Telkom dalam membangun outlet hasil produksi merupakan langkah yang baik karena ingin membantu proses pemasaran produksi para pengusaha Kube 115. Dari hasil observasi pun terlihat bahwa outlet produksi yang sudah dibangun tidak digunakan bahkan sudah mengalami kerusakan diberbagai bagian. Perlu diteliti lagi bagaimana keadaan usaha mereka saat ini, apakah dengan pendirian outlet hasil produksi akan menguntungkan bagi usaha mereka. Hal ini akan berkaitan

dengan pendampingan yang perlu dilakukan PT Telkom mengenai pentingnya pencantuman label produksi. Dengan adanya outlet hasil produksi sebenarnya dapat meringankan tugas pengusaha, artinya mereka tidak perlu melayani pelanggan dan dapat tefokus dengan proses produksi rengginang dan dodol saja. Hasil produksi pun akan lebih banyak. Selain itu diperlukan adanya manajemen kelembagaan Kube 115 untuk mengkoordinasi kegiatan pemasaran hasil produksi.

#### 4.4.8.6 Teknik produksi

Melalui berbagai pelatihan, pameran maupun pendampingan yang sudah dijalankan sebagai mitra binaan PT Telkom, pengusaha Kube 115 sudah memiliki bermacam perubahan, salah satunya adalah teknik dalam memproduksi rengginang dan dodol. Beberapa pengusaha mendapatkan ilmu baru mengenai bagaimana melakukan pengemasan rengginang dan dodol yang lebih baik, seperti dikemas dengan menggunakan pita dan telah memiliki label produksi ataupun cap tanda halal. PT Telkom sendiri sangat serius membina mitra binaannya terkait masalah legalitas usaha, yaitu penggunaan label produksi. PT Telkom sendiri membantu para pengusaha Kube untuk mendesain label produksi bekerjasama dengan salah satu mitra binaan Telkom lain yang memiliki usaha membuat label produksi. Dilihat dari hasil wawancara ternyata hanya sebagian kecil pengusaha Kube yang mau membuat label produksi, khususnya mereka yang sudah memiliki pasaran hingga luar kota ataupun luar negeri.

Namun justru kebanyakan pengusaha tidak mencantumkan label produksi dan tetap menjual hasil produksi dengan plastik putih tanpa ada keterangan. Alasan para pengusaha adalah kebanyakan konsumen yang menjadi langganannya memang lebih menginginkan hasil rengginang dan dodol tidak dilengkapi dengan label produksi. Tentunya sangat dikhawatirkan hasil produksi tersebut akan dijual lagi dengan harga yang lebih tinggi dan hal tersebut sangat tidak menguntungkan bagi pengusaha Kube 115. Hal ini diperkuat oleh hasil observasi yang menunjukkan rata-rata pengusaha hanya menggunakan plastik putih polos untuk mengemas hasil produksinya. Beberapa pengusaha menggunakan label produksi dan kemasan yang lebih baik ternyata untuk memasarkan produksinya di luar negeri, mereka pun menggunakan label yang telah dibantu pembuatannya oleh



pihak Telkom. Namun hampir seluruh pengusaha tidak begitu memperhatikan pentingnya label produksi dan cap halal.

Menurut Adriyani (lihat Bab 2 hal 46) label produksi atau biasa disebut merk selain berfungsi untuk perlindungan produk, juga dapat dimanfaatkan untuk pengembangan pasar dan persaingan sehat, sehingga akhirnya terjalin iklim usaha yang kondusif bagi pengembangan UKM itu sendiri. Hal ini yang tidak disadari oleh para pengusaha Kube. Staf program kemitraan PT Telkom pun menerangkan bahwa berbagai upaya telah coba dilakukan oleh Telkom, melakukan pendekatan kepada pengusaha untuk mencoba mengemas hasil produksi yang dilengkapi dengan label produksi dan cap halal namun tetap mereka lebih “bermain aman” dengan mengikuti kemauan para pelanggan untuk melakukan pengemasan biasa. Dapat dikatakan bahwa langganannya adalah distributor yang akan menjual kembali hasil rengginang dan dodol dengan harga yang lebih mahal. Pengusaha Kube sebagai pelaku produksi asli rengginang dan dodol pun tidak dapat dikenal dan justru tidak akan mendapatkan keuntungan yang lebih besar dari pelanggannya tersebut.

Hal ini harus dicermati khususnya PT Telkom sebagai pelaksana Program Kemitraan. Diperlukan adanya pelatihan khusus mengenai dampak-dampak yang akan diterima pengusaha apabila tidak melegalisasi usaha rengginang dan dodolnya. Pelatihan tersebut juga dapat menggambarkan perhatian pihak Telkom dalam mengembangkan UMKM berpola klaster. Melalui wawancara selama praktikum, PT Telkom sendiri sudah pernah mempertemukan para pengusaha mitra binaan PT Telkom yang sudah sukses dan pasarannya sudah tembus ke pasar swalayan untuk melakukan diskusi kepada pengusaha Kube 115 mengenai pentingnya pencantuman label produksi. Namun untuk merubah kebiasaan tersebut bukanlah terjadi secara instan, diperlukan adanya pendampingan dan pendekatan khusus untuk menumbuhkan rasa percaya diri kepada pengusaha untuk mau mengambil inovasi dalam hal pengemasan produk.

Seperti pada wawancara mendalam yang dilakukan kepada pengusaha Kube dimana mereka cenderung tidak melakukan pengemasan hasil produksi karena adanya permintaan dari konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa produk-produk yang dihasilkan memiliki target pasar yang tidak terlalu mementingkan kualitas

dan teknologi seperti yang dikemukakan oleh JICA sebagai salah satu kelemahan UMKM berpola klaster (lihat Bab 2 hal 53). Kebanyakan konsumen yang tidak begitu mementingkan label produksi dan cap halal dari pengusaha Kube 115 mencerminkan bahwa target pasar pengusaha Kube merupakan pembeli yang tidak mementingkan kualitas. Hal ini akhirnya menyurutkan motivasi pengusaha Kube untuk melakukan perlindungan terhadap produknya karena khawatir akan kehilangan pelanggan. Potensi seperti ini sangat perlu diperhatikan dalam pengembangan UMKM berpola klaster, artinya dalam hal ini PT Telkom perlu mengetahui kondisi lapangan konsumen dari pengusaha Kube sehingga dapat dicari alternatif strategi penjualan ke tipe konsumen yang lain.

Perubahan juga terjadi pada inovasi hasil produksi para pengusaha Kube. Setelah menjadi mitra binaan Telkom, beberapa pengusaha melakukan inovasi memproduksi rengginang (menggunakan tepung beras), kue satu, dan jenis yang lainnya. Tidak hanya inovasi melalui penciptaan hasil produksi yang baru, inovasi juga dilakukan dengan mengembangkan hasil produksi rengginang dan dodol yang sudah ada, misalnya membuat rengginang dengan bahan bawang putih, dodol yang memiliki rasa dan warna tertentu. Tentunya ini merupakan sebuah perubahan positif dimana melalui bantuan modal yang diterima dan pelatihan yang didapat, para pengusaha mau melakukan inovasi yang tentunya akan berpengaruh terhadap perkembangan usaha mereka. Hal ini sesuai dengan pendapat Jauhari (lihat Bab 2 hal 45) yang mengatakan bahwa salah satu strategi dalam mengembangkan UMKM adalah melakukan upaya inovasi untuk menghasilkan produk yang unik dari berbagai dimensi produk baik fungsi produk, pernak-pernik maupun modelnya (*fashionable*). Dari keterangan tersebut dapat disimpulkan bahwa upaya para pengusaha Kube 115 dalam melakukan inovasi, baik menciptakan hal baru ataupun mengembangkan hal yang sudah ada dapat menjadi salah satu upaya dalam mengembangkan usaha mereka.

#### 4.4.8.7 Pengelolaan Keuangan

Dibandingkan dengan perubahan lainnya, perubahan terhadap pengelolaan keuangan pengusaha Kube 115 masih sangat minim. Dari sepuluh informan pengusaha Kube 115, hanya terdapat satu pengusaha yang masih membukukan

berbagai transaksi keuangan sehari-hari, tidak hanya transaksi jual beli rengginang dan dodol namun juga digunakan untuk keuangan rumah tangga ataupun kegiatan yang lainnya. Sementara pengusaha yang lain mengakui tidak membutuhkan adanya pembukuan keuangan dengan alasan tidak terlalu membutuhkan pembukuan ataupun metode penulisan pembukuan yang agak rumit. Kebanyakan pengusaha Kube 115 hanya mengandalkan ingatannya untuk melihat jumlah uang yang masuk dan keluar. Dari pihak Telkom sendiri sudah seringkali memberikan pelatihan dan pendampingan mengenai pembukuan keuangan. Padahal pembukuan keuangan merupakan hal yang penting sekalipun skala usahanya masih kecil. Seperti yang dikemukakan oleh Suparyanto (lihat Bab 2 hal 41) dimana kelemahan UMKM adalah tidak melakukan pencatatan, padahal pencatatan memiliki berbagai macam manfaat seperti mengetahui strategi perencanaan, melihat kondisi keuangan, serta kelengkapan untuk pihak terkait. Dengan melakukan pencatatan/pembukuan keuangan maka akan memudahkan para pengusaha untuk mengetahui kondisi keuangan dan dapat selalu waspada apabila kondisi keuangannya sedang buruk. Hal inilah yang terjadi pada pengusaha Kube 115. Harusnya para pengusaha memperhatikan pentingnya melakukan pembukuan karena hal tersebut sangat membantu keberlangsungan usahanya.

#### 4.4.8.8 Kerjasama antar pengusaha

Perubahan yang dirasakan pengusaha Kube terkait kerjasama antar pengusaha terkait dengan dibentuknya Kube 115 sebagai UMKM berpola klaster. Layaknya UMKM berpola klaster, Kube 115 merupakan sebuah kelompok yang terdiri atas banyak pengusaha dengan hasil produksi yang sama, yaitu rengginang dan dodol. Terdapat beberapa perubahan yang dirasakan para pengusaha, terutama mengenai kerjasama antar pengusaha. Salah satunya adalah para pengusaha Kube saling bertukar informasi tentang perkembangan usaha ataupun strategi dalam mengembangkan usaha apabila terdapat salah satu pengusaha yang sudah mengikuti pelatihan tertentu. Tentunya dalam satu wilayah Kube 115, perkembangan usaha masing-masing pengusaha berbeda, ada yang skala usahanya sudah mencapai luar negeri ataupun sudah menggunakan inovasi teknologi

produksi tertentu, sementara pengusaha lain skala usahanya masih bersifat lokal. Namun ternyata hal ini tidak menghalangi para pengusaha untuk saling diskusi dan memberikan informasi, khususnya terkait teknologi produksi rengginang dan dodol. Informasi yang dibagi pun tidak sebatas mengenai proses produksi, melainkan juga terkadang pengusaha akan menginformasikan kepada pelanggan mereka untuk membeli di pengusaha Kube yang lain apabila tidak mencukupi.

Hal ini sesuai dengan pendapat Scorsone (lihat Bab 2 hal 52) dimana salah satu manfaat pembentukan UMKM berpola klaster adalah akses pertukaran informasi dan patokan kinerja. UMKM yang tergabung dalam klaster dapat dengan mudah memonitor dan bertukar informasi mengenai kinerja supplier dan nasabah potensial. Dorongan untuk inovasi dan teknologi akan berdampak pada peningkatan produktivitas dan perbaikan produk. Tentunya melalui pertukaran informasi tersebut akan menambah ilmu dan pengetahuan bagi pengusaha lain dalam rangka mengembangkan usaha mereka. Selain itu informasi tersebut juga dapat dijadikan masukan untuk bagaimana strategi dalam perbaikan hasil produksi mereka dan menambah motivasi para pengusaha untuk mengembangkan usaha mereka sama seperti pengusaha Kube lainnya.

Tidak hanya bertukar informasi, perubahan yang terjadi pada pengusaha Kube 115 adalah para pengusaha bisa memakai hasil produksi pengusaha lain apabila persediaan stok barang tidak sesuai dengan jumlah pesanan. Biasanya para pengusaha akan mengambil dulu hasil produksi salah satu pengusaha untuk kemudian memenuhi pesanan dan pengusaha tersebut akan membayar hasil produksi sesuai jumlah yang diminta. Untuk masalah harga sendiri tidak ada perbedaan karena seluruh pengusaha Kube sepakat untuk mematok harga yang sama. Hal ini sesuai dengan pendapat dari Scorsone (lihat Bab 2 hal 52) yang menyatakan bahwa salah satu manfaat pembentukan UMKM berpola klaster adalah produk yang komplemen. Karena kedekatan lokasi, produk dari satu pelaku klaster dapat memiliki dampak penting bagi aktivitas usaha UMKM yang lain. Disamping itu kegiatan usaha yang saling melengkapi ini dapat bergabung dalam pemasaran bersama. Hasil produksi yang sama tentunya akan memudahkan pengusaha apabila mendapatkan pesanan yang banyak dan tidak sesuai dengan stok yang ada. Selain produk yang sama, lokasi yang berdekatan juga

memudahkan para pengusaha apabila ingin mengambil hasil produksi dari pengusaha lain. Hal ini tentunya menguntungkan sehingga berapapun pesanan yang diterima, pengusaha Kube selalu menyediakan hasil produksi dengan jumlah yang sesuai.

Selain dua perubahan diatas, terdapat satu perubahan lagi dalam hal kerjasama antar pengusaha. Hal tersebut adalah penyediaan bahan baku. Para pengusaha memiliki akses yang mudah dalam memperoleh bahan baku karena penyedia bahan baku berada dalam wilayah Kampung Anyar dan menjadi salah satu mitra binaan Telkom. Harga yang diberlakukan pun tidak berbeda jauh dengan di pasar dan tentunya lebih menghemat biaya transportasi dan waktu untuk menjangkau bahan baku yang tersedia. Walaupun penyedia bahan baku sudah ada sebelum para pengusaha Kube 115 bermitra dengan PT Telkom, namun setelah bermitra dengan Telkom, beliau yang awalnya mendirikan warung sembako akhirnya lebih memfokuskan diri untuk penyedia bahan baku, artinya hanya menjual pemenuhan bahan baku para pengusaha di warungnya. Hal ini sesuai dengan pendapat Roselnfeld (lihat Bab 2 hal 52) yang menyatakan bahwa salah satu faktor keberhasilan pembentukan UMKM berpola klaster adalah kedekatan dengan pemasok. Pemasok dalam hal ini adalah penyedia bahan baku yang dapat digunakan oleh para pengusaha Kube 115. Keberadaan pemasok ini merupakan salah satu bentuk positif dalam mengembangkan UMKM berpola klaster. Keberadaan tersebut tentunya dapat mendukung keberlangsungan pengusaha rengginang dan dodol. Sama halnya dengan pendapat dari Djamhari (lihat Bab 2 hal 49) dimana klaster merupakan konsentrasi geografis beberapa perusahaan yang saling terkait dan bekerjasama, salah satunya adalah pemasok barang. Artinya keberadaan pemasok barang dapat bekerjasama dan bersifat saling melengkapi dengan pengusaha inti, yaitu pengusaha rengginang dan dodol Kube 115.

Perubahan selanjutnya adalah terkait persaingan harga. Sebagaimana diketahui UMKM berpola klaster terdapat sejumlah pengusaha sejenis dalam wilayah yang sama. Kemungkinan persaingan harga sangat terbuka lebar. Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh pengusaha Kube dan pihak Telkom mereka bersepakat untuk menentukan harga jual rengginang dan dodol yang harus ditaati

oleh seluruh pengusaha Kube namun belum ditentukan sanksi bagi yang melanggar. Penerapan sanksi tentunya sangat penting dibuat karena biasanya antar pengusaha kurang begitu memiliki hubungan terikat, seperti yang dikemukakan oleh JICA (lihat Bab 2 hal 53) yang menjadi kelemahan UMKM berpola klaster sehingga upaya membangun kepercayaan sulit dilakukan. Walaupun sampai saat ini pengusaha mentaati perjanjian tersebut namun perlu adanya mekanisme kontrol mengenai sanksi yang akan diberikan bagi siapapun yang melanggar sehingga persaingan antar pengusaha menjadi lebih sehat.

#### 4.4.9 Perubahan terhadap lingkungan sosial ekonomi

##### 4.4.9.1 Pembangunan sarana dan fasilitas umum

Melalui Program Bina Lingkungan, Kampung Anyar memiliki banyak perubahan, yaitu adanya penambahan dan perbaikan sarana dan fasilitas umum yang terdapat di dalamnya, seperti rumah produksi, akses jalan, Masjid dan Pesantren, pos ronda, serta outlet produksi. Kesemua sarana tersebut memiliki perubahannya masing-masing, seperti Masjid dan madrasah yang sudah diperbaiki meningkatkan kualitas warga untuk beribadah, termasuk dimulainya kembali pengajian di Masjid. Selain itu perubahan lainnya adalah dibangunnya rumah produksi dengan kapasitas yang besar dan peralatan yang lengkap. Masih terdapat banyaknya pengusaha yang tidak memiliki peralatan produksi tentunya akan menguntungkan mereka karena dapat menggunakan rumah produksi kapanpun dan berapa lama pun. Apalagi saat-saat menjelang Hari Raya Lebaran dimana pesanan dodol dan rengginang jauh meningkat, tentunya akan lebih efisien proses produksi dilakukan di rumah produksi. Dari hasil observasi yang dilakukan pun memperlihatkan bahwa rumah produksi yang telah dibangun memiliki kapasitas sangat besar dan luas. Terdapat tiga mesin penggilingan besar dan kual yang sangat besar. Tentunya perlengkapan tersebut sangat membantu efisiensi waktu pengusaha dalam melakukan proses produksi.

Demikian pula pembangunan akses jalan dari depan jalan raya menuju rumah produksi yang dapat membantu jalur distribusi rengginang dan dodol yang sudah diproduksi. Apabila awalnya jalanan tersebut adalah tanah yang becek tentunya akan menimbulkan resiko rengginang dan dodol yang sudah selesai

dapat jatuh saat dibawa keluar dan didistribusikan. Namun dengan adanya perbaikan jalan tentunya akan meningkatkan kenyamanan pengusaha dalam melakukan distribusi hasil produksi. Hal ini diperkuat dengan hasil observasi yang dilakukan dimana akses jalan buatan PT Telkom masih sangat baik dan pemasangan konblok memperindah tampilan jalan. Berbeda dengan akses jalan disekitar rumah pengusaha yang hanya sudah berlubang. Begitu pula dengan pos ronda yang telah diperbaiki akan mendukung kegiatan ronda malam kembali lancar dengan penyediaan tempat yang nyaman. Bahkan pos ronda tersebut sudah digunakan untuk tukang ojeg sebagai tempat mangkal mencari penumpang, artinya pos ronda tersebut tidak hanya nyaman untuk pos kegiatan ronda malam namun juga menciptakan adanya lapangan pekerjaan baru. Dari wobservasi dan wawancara yang dilakukan kepada tukang ojeg pun mereka mengatakan sangat nyaman untuk dijadikan sebagai tempat mangkal karena lokasi pos ronda yang berada di dekat jalan raya akan memudahkan mereka mengambil penumpang.

#### 4.4.9.2 Tingkat perekonomian daerah

Tidak dapat dipungkiri pembentukan Kube 115 membawa pengaruh positif bagi perkembangan tingkat pereknomian Kampung Anyar. Bertambahnya jumlah pengusaha Kube 115 dan semakin berkembangnya usaha di Kube menyebabkan pergerakan ekonomi di Kampung Anyar semakin meningkat. Selain ditandai dengan banyaknya pengusaha rengginang dan dodol, perkembangan perekonomian juga ditandai dengan terciptanya lapangan pekerjaan di Kampung Anyar dan semakin dikenalnya Kampung Anyar sebagai penghasil rengginang dan dodol. Bertambahnya hasil produksi juga turut mempengaruhi karena jumlah perputaran uang yang tinggi terjadi di wilayah Kampung Anyar. Hal ini pulalah yang menyebabkan PT Telkom memiliki rencana untuk melakukan koordinasi antara program kemitraan dan bina lingkungannya.

Hal ini sesuai dengan pendapat Sulistyastuti (lihat Bab 2 hal 40), pengembangan ekonomi lokal memiliki potensi dalam rangka pengembangan ekonomi daerah yang bertujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dengan beberapa keunggulannya, UKM memiliki posisi yang strategis bagi pengembangan ekonomi regional. Hal ini menjadikan posisi UKM sangat penting

untuk mewujudkan pengembangan perekonomian daerah dan pemberdayaan masyarakat. Relevansi pengembangan UKM dalam pembangunan ekonomi tersebut makin relevan dengan tujuan untuk mengatasi kemiskinan, ketimpangan dan pengangguran. Berkembangnya UMKM di wilayah Kampung Anyar, khususnya setelah bermitra dengan pihak Telkom telah membawa pengaruh sendiri terhadap pemenuhan kebutuhan hidup sehari-hari. Jumlah pengusaha pun semakin banyak karena ketertarikan untuk melakukan usaha rengginang dan dodol. Berkembangnya usaha juga mampu menciptakan lapangan pekerjaan baru, baik sebagai pengusaha maupun tenaga kerja dalam memproduksi rengginang dan dodol. Secara tidak langsung perekonomian daerah Kampung Anyar pun meningkat dan Kube 115 memiliki peranan penting dalam perekonomian daerah. Dengan berkembangnya perekonomian daerah maka warga Kampung Anyar semakin sejahtera dan mengurangi tingkat kemiskinan. Hayter (lihat Bab 2 hal 40) juga menambahkan adanya dampak positif yang berlanjut dari keberadaan UKM dalam pembangunan daerah. Kontribusinya terhadap pembangunan lokal/daerah adalah kemampuannya menggali potensi daerah sekaligus menentukan pola pembangunan ekonominya. Hal ini sesuai dengan berkembangnya usaha rengginang dan dodol sebagai potensi positif tentunya dapat mengangkat daerah Kampung Anyar tidak hanya dimata masyarakat sekitar maupun bisa hingga ke daerah-daerah lain. Terbukti dengan Kube 115 yang telah menerima penghargaan CSR award dari Kementrian BUMN untuk kategori tujuan *Millenium Development Goals* dalam hal pemberdayaan usaha mikro rumah tangga miskin.

#### 4.4.9.3 Peningkatan lapangan pekerjaan

Dibentuknya Kube 115 sebagai UMKM berpola klaster tentunya akan menumbuhkan lapangan pekerjaan baru, tidak hanya bagi masyarakat didalam Kampung Anyar, melainkan juga diluar Kampung Anyar. Hampir setiap pengusaha membutuhkan tenaga kerja, apalagi menjelang Hari Raya Lebaran dengan pesanan yang begitu meningkat tentunya membutuhkan lebih banyak bantuan. Kube 115 sudah dikenal sebagai pencipta lapangan pekerjaan, tanpa perlu mencari keluar, khususnya menjelang Lebaran banyak calon tenaga kerja



yang datang kepada pengusaha untuk sekedar membantu atau pekerjaan sampingan. Dari hasil wawancara yang dilakukan kepada beberapa tenaga kerja salah satu pengusaha pun mereka mengakui sangat terbantu dengan dibentuknya Kube 115, bahkan ada yang lokasi rumahnya cukup jauh dari Kampung Anyar namun tetap mau bekerja. Mereka mengakui cukup betah bekerja dan mendapatkan upah yang sesuai, bahkan saat Lebaran biasanya mendapatkan bonus. Hal ini sesuai dengan pendapat Scorsone (lihat Bab 2 hal 51) dimana salah satu keuntungan membentuk UMKM berpola klaster adalah pemusatan tenaga kerja. Klaster akan menarik tenaga kerja dengan berbagai keahlian yang dibutuhkan klaster tersebut, sehingga memudahkan UMKM pelaku klaster untuk memenuhi kebutuhan tenaga kerjanya dan mengurangi biaya pencarian tenaga kerja. Tentunya dengan adanya suatu lokasi dengan hasil produksi yang sama dan jumlah pengusaha yang mencapai ratusan, peran tenaga kerja akan selalu dibutuhkan. Perkembangan usaha yang ditandai dengan meningkatnya jumlah produksi yang dihasilkan memerlukan adanya peran tenaga kerja. Dari sisi pengusaha pun dengan dibentuknya klaster akan mengurangi biaya tenaga kerja karena mereka tidak perlu repot mencari tenaga kerja, melainkan banyaknya permintaan tenaga kerja di Kube 115.

## **BAB 5**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Penelitian ini memiliki dua tujuan, yaitu menggambarkan proses pelaksanaan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan PT Telkom dalam mengembangkan pengusaha di wilayah Kampung Anyar, Kabupaten Bogor menjadi UMKM berpola klaster yang dinamakan Kube 115. Tujuan yang kedua adalah menggambarkan perubahan yang terjadi pada pengusaha Kube 115 dan masyarakat Kampung Anyar setelah menjadi mitra binaan dan mendapatkan bantuan Bina Lingkungan PT Telkom.

##### **5.1.1 Pelaksanaan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan PT Telkom**

Pelaksanaan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) dilakukan oleh Divisi *Community Development Center* (CDC) PT Telkom dan dilatarbelakangi oleh pelaksanaan Permen Nomor 5 tahun 2001 mengenai PKBL dan Kepmen BUMN Nomor 236. Pelaksanaan Program Kemitraan diawali dengan pertemuan salah satu pengusaha rengginang dan dodol dengan manajer Program Kemitraan PT Telkom di Bandung. Selanjutnya pengusaha tersebut mendaftarkan diri menjadi calon mitra binaan Telkom beserta dengan sepuluh orang anggota untuk mengikuti tahapan pelaksanaan Program Kemitraan. Pada akhirnya kelompok ini mendapatkan total bantuan sebesar 115 juta rupiah dan dibentuk kelompok Kube 115 sebagai UMKM berpola klaster. Adapun alasan membentuk Kube 115 adalah potensi positif dimana terdapat sejumlah pengusaha yang memproduksi rengginang dan dodol dalam satu wilayah tertentu. Para pengusaha yang menjadi mitra binaan pun mendapatkan berbagai pembinaan dari PT Telkom, seperti pelatihan kewirausahaan dan pembukuan keuangan, pameran, *study tour*, dan pendampingan. Dalam melaksanakan Program Kemitraan, PT Telkom juga menyertakan pihak lain untuk mendukung pelaksanaan program, seperti Sampoerna Fondation untuk melakukan pendampingan dan evaluasi.

Pembentukan UMKM berpola klaster tidak hanya sebatas dalam pembentukan kelompok dan pembinaan didalamnya, tetapi juga melalui pembangunan sarana dan fasilitas umum yang menunjang melalui Program Bina Lingkungan. Tepatnya setelah dua kali periode yang diikuti dua kelompok dari Kube 115, PT Telkom pun memasukkan Program Bina Lingkungan dan memberikan bantuan pembangunan sarana dan fasilitas umum untuk warga Kampung Anyar, antara lain rumah produksi, akses jalan menuju rumah produksi, outlet hasil produksi, pos ronda, serta perbaikan Masjid dan Pesantren. Pemberian sarana dan fasilitas umum tersebut sekaligus menjadikan Kampung Anyar sebagai Kampung Binaan Telkom. Dalam pelaksanaan Program Bina Lingkungan, PT Telkom melibatkan partisipasi warga Kampung Anyar secara aktif, baik melalui penentuan sarana dan fasilitas yang akan diberikan saat melakukan survey maupun sistem swadaya masyarakat, yaitu melibatkan warga masyarakat dalam membangun sarana dan fasilitas umum yang diberikan.

Dari hasil penelitian yang dilakukan kepada staf Program Kemitraan dan Bina Lingkungan maupun pengusaha Kube 115 mengenai proses pelaksanaan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan PT Telkom, terdapat beberapa hal yang dinilai menyimpang dari pelaksanaan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan PT Telkom, seperti proses monitoring dengan metode kunjungan lapangan tidak dilakukan secara berkala dan intensif, beberapa pengusaha bahkan mengakui monitoring hanya dilakukan saat survey lapangan untuk mendaftar sebagai Calon Mitra Binaan Telkom. Hal ini terjadi karena kurangnya staf (SDM) Program Kemitraan yang harus melakukan monitoring diseluruh area binaan Telkom. Selain itu beberapa pengusaha belum mengikuti pelatihan karena merasa lebih untung tinggal dirumah dan melakukan produksi rengginang dan dodol, padahal pembinaan sangat penting dilakukan karena selain menjadi hak sebagai mitra binaan Telkom, para pengusaha juga dapat memperoleh keterampilan dan pengalaman baru dalam hal pengembangan usaha. Hal lain adalah pengawasan atau monitoring Program Bina Lingkungan masih mengandalkan pihak Telkom sehingga belum ada sistem pengawasan masyarakat secara mandiri dalam hal pemeliharaan sarana dan fasilitas pemberian PT Telkom.

### 5.1.2 Perubahan yang terjadi pada pengusaha Kube 115 dan Warga Kampung Anyar setelah menjadi mitra binaan dan mendapatkan bantuan Bina Lingkungan PT Telkom

Pada hasil penelitian ditemukan berbagai macam perubahan terhadap perkembangan usaha pengusaha Kube 115 yang meliputi perubahan terhadap modal usaha, kepemilikan aset, jumlah tenaga kerja, omzet, pemasaran hasil produksi, teknik produksi, pengelolaan keuangan, dan kerjasama antar pengusaha. Namun terdapat beberapa aspek dimana perubahannya tidak terjadi secara menyeluruh, seperti :

1. Sembilan orang pengusaha Kube 115 tidak merasakan adanya perubahan dalam hal pengelolaan keuangan karena merasa pelatihan yang diberikan terlalu merepotkan dan tidak merasa terlalu penting melakukan pembukuan keuangan
2. Terdapat satu orang pengusaha Kube 115 memiliki perubahan negatif terhadap jumlah omzet karena faktor usia dan tidak lagi mengandalkan suami yang telah meninggal sehingga jumlah produksi yang dihasilkan lebih sedikit
3. Hampir seluruh pengusaha Kube 115 tidak mencantumkan label produksi dan tanda halal pada pengemasan hasil produksi karena merasa tidak sesuai dengan permintaan pelanggan
4. Kebanyakan pengusaha Kube 115 hanya melakukan pengemasan dengan plastik putih polos hasil produksinya, baru pengemasan akan dibentuk dengan lebih kreatif apabila ada pemesanan dari pelanggan tertentu
5. Kebanyakan pengusaha Kube 115 hanya terfokus pada penambahan jumlah produksi, sementara kemauan untuk mengembangkan area pemasaran hasil produksinya masih kecil karena merasa cepat puas dengan hasil saat ini
6. Seluruh pengusaha Kube 115 tidak memanfaatkan outlet hasil produksi yang telah dibuat sebagai bentuk bantuan Program Bina Lingkungan PT Telkom karena merasa lebih untung melakukan pemasaran sendiri-sendiri dan telah memiliki pelanggan sendiri, sementara jika menggunakan outlet

hasil produksi pelanggan akan merasa kebingungan mencari hasil produksi dari pengusaha tertentu mengingat pengemasan hasil produksinya hanya plastik putih polos.

Sementara perubahan yang terjadi pada lingkungan sosial ekonomi Warga Kampung Anyar, Kabupaten Bogor setelah mendapatkan bantuan Bina Lingkungan dan menjadi Kampung Binaan PT Telkom antara lain kemudahan melakukan aktivitas, seperti proses produksi rengginang dan dodol, akses distribusi hasil produksi ke jalan raya, kegiatan beribadah dan ronda malam yang nyaman, bahkan pos ronda juga digunakan sebagai tempat tukang ojeg. Selain itu terdapat perubahan terhadap tingkat perekonomian warga Kampung Anyar, dimana dengan dibentuknya Kube 115 semakin banyaknya jumlah pengusaha rengginang dan dodol, semakin banyak pula hasil produksi yang dihasilkan dan otomatis pendapatan yang dihasilkan semakin meningkat. Tidak hanya itu, Kampung Anyar semakin terkenal sebagai pencipta lapangan pekerjaan baru karena hampir seluruh pengusaha Kube 115 membutuhkan tenaga kerja lain, apalagi menjelang Hari Raya Lebaran. Tenaga kerja pun tidak hanya berasal dari dalam Kampung Anyar, namun dari daerah sekitar Kampung Anyar.

## **5.2 Saran**

Berikut adalah beberapa rekomendasi Peneliti terkait dengan hasil temuan lapangan dalam penelitian ini. Diharapkan melalui rekomendasi ini, PT Telkom dapat mengembangkan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan, terutama dapat menjadi contoh dalam pengembangan UMKM berpola klaster.

### **5.2.1 Saran untuk pegawai CDC PT Telkom**

1. Adanya penambahan staf Program Kemitraan khusus untuk melakukan proses survey ataupun monitoring pengusaha yang menjadi mitra binaan Telkom mengingat saat ini staf CDC Telkom menangani urusan administrasi sekaligus monitoring. Akan lebih baik apabila ada pembagian tugas staf Program Kemitraan untuk mengurus administrasi mitra binaan dan monitoring pelaksanaan program kemitraan di tiap area binaan PT Telkom.

2. Meningkatkan motivasi dan sikap berwirausaha para pengusaha mitra binaan Telkom dengan cara mengadakan pelatihan yang menghadirkan motivator usaha dan diskusi antara pengusaha yang sudah memiliki skala usaha hingga level internasional sehingga pengusaha-pengusaha lain tergerak untuk mengembangkan usahanya.
3. Melakukan perubahan metode pelatihan pembukuan keuangan secara lebih sederhana, misalnya hanya dengan menuliskan laporan keuangan yang hanya terdiri dari kolom pemasukan, pengeluaran, dan saldo. Pelatihan yang diberikan pun jangan hanya sebatas teknis melakukan pengisian pembukuan, namun lebih kepada peningkatan motivasi dan ketertarikan pengusaha untuk melakukan pengelolaan keuangan karena selama ini mereka merasa tidak terlalu penting melakukan pembukuan.
4. Melakukan upaya-upaya legalitas terhadap hasil produksi pengusaha, namun dilakukan tidak secara langsung namun melalui upaya preventif untuk menghindari hasil produksi mereka dijual ulang dengan harga yang lebih mahal oleh pengusaha lain. Dalam melakukan upaya terhadap legalitas usaha perlu dipertimbangkan adanya kemungkinan-kemungkinan hilangnya pelanggan pengusaha tersebut. Oleh karena itu keharusan menggunakan label produksi dan tanda halal harus dibarengi dengan upaya PT Telkom dalam memasukkan produk pengusaha tersebut ke pasar swalayan tertentu sehingga mereka tidak kehilangan pelanggan. Atau alternatif lain adalah menjadikan pelanggan pengusaha tersebut sebagai mitra binaan Telkom dalam upaya pengembangan UMKM berpola klaster, artinya pelanggan tersebut sebagai “industri pendukung” dari “industri inti” yaitu pengusaha rengginang dan dodol.
5. Pengaktifan kembali outlet hasil produksi sebagai koperasi pengusaha Kube 115 dengan mempergunakan beberapa orang untuk melakukan pengelolaan outlet hasil produksi tersebut, penggunaan SDM bisa dengan memberdayakan warga Kampung Anyar sendiri. Tentunya outlet tersebut akan berjalan aktif karena hasil produksi para pengusaha sudah

menggunakan label produksi masing-masing dan melalui outlet tersebut para pengusaha bisa terfokus dalam proses produksi saja.

#### 5.2.2 Rekomendasi untuk pengusaha Kube 115

1. Setiap pengusaha meningkatkan sikap berwirausaha dalam melakukan pengembangan usaha, seperti motivasi untuk lebih maju, berani mengambil resiko, dan selalu melakukan inovasi dalam berbagai hal. Pembentukan Kube 115 sebagai UMKM berpola klaster tentunya dapat dijadikan sebagai wadah para pengusaha dalam bertukar informasi dan menguatkan satu sama lain sehingga usaha rengginang dan dodol seluruh anggota Kube 115 lebih maju dan berkembang.
2. Pengusaha yang belum mendapatkan pembinaan dari pihak Telkom harus lebih aktif untuk mendatangi pihak PT Telkom dan meminta kesempatan mengikuti pelatihan ataupun pameran untuk mengembangkan usahanya.
3. Membentuk mekanisme kontrol terhadap persaingan harga jual produksi dengan cara menentukan sanksi bagi yang mematok harga tidak sesuai perjanjian untuk menjaga persaingan yang lebih sehat.
4. Membentuk sistem pengawasan terhadap pemeliharaan sarana dan fasilitas umum dari Program Bina Lingkungan secara mandiri yang dikelola oleh warga Kampung Anyar sendiri sehingga semakin meningkatkan *sense of belonging* terhadap sarana dan fasilitas umum di lingkungannya.

## DAFTAR REFERENSI

### Buku

- Adi, Isbandi Rukminto. (2005). Ilmu Kesejahteraan Sosial dan Pekerjaan Sosial: Pengantar Pada Pengertian dan Beberapa Pokok Bahasan. Depok: FISIP UI Press
- Adi, Isbandi Rukminto. (2008). Intervensi Komunitas: Pengembangan Masyarakat Sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada
- Ali, Suryadharma. (2007). Kembangkan Lembaga Keuangan Mikro dari Dana CSR. Majalah Bisnis & CSR: Reference for Decision Maker
- Alston, Margaret, Bowles, Wendy. (1998). *Research For Social Worker: an Introduction to Methods*. Australia: Allen & Unwin.
- Ball, A. D. & W. H. McCulloch. (2001). Bisnis Internasional. Jakarta: Penerbit Salemba Empat
- Griffin, G. & Ebert, R. (1996). *Business (4th edn)*. New Jersey: Prentice-Hall International.
- Hafsah, Muhammad Jaffar. (2000). Kemitraan Usaha: Konsepsi dan Strategi. Cetakan Kedua. Jakarta: Pustaka Harapan.
- Hayter, Roger. (2000). *The Dynamic of Industrial Location: The Factory, The Firm, and The Production System*. New York: John Willey and Sons
- Ife, Jim. (1995). *Community Development: Creating community Alternatives-vision, Analysis and Practice*. Australia: Longman Pty Ltd.
- Kuncoro, Mudrajad. (2007). Ekonomika Industri Indonesia: Menuju Negara Industri Baru 2030? Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Longenecker, Justin G. dkk. (2001). Kewirausahaan Manajemen Usaha Kecil. Jakarta : Penerbit Salemba Empat Patria.



- Midgley, James. (2004). *Pembangunan Sosial: Perspektif Pembangunan Dalam Kesejahteraan Sosial*. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah – Jakarta.
- Mikkelsen, Britha. (2005). *Methods for Development Work and Research: A New Guide for Practitioners*. 2<sup>nd</sup> Ed. California: Sage Publication
- Moleong, J Lexy, Prof. Dr. (2007). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakaya
- Neuman, W. Lawrence. (2006). *Social Research Methods (6ed)*. Boston: Pearson Education, Inc
- Porter, M. E. (1998). *Clusters and New Economics of Competition*. Harvard Business School Publishing
- Raines, P. (2002). *Local or National Competitive Advantage*. European Centre, University of Strathclyde, Glasgow.
- Rosenfeld, S. A. (1997). *Bringing Business Clusters into the Mainstream of Economic Development*. *European Planning Studies* 5(1) , pg 3-23
- Sato, Y. (2000). *Linkage formation by small firms: The case of a rural cluster in Indonesia*, *Bulletin of Indonesian Economic Studies*, vol.36, no.1, pg 137-166.
- Scorsone. (2002). *Industrial Cluster: Enhancing Rural Economics. Through Business Linkages*. *Southern Rural Development Central* No.23
- Suharto, Edi. (2005). *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat: Kajian Strategis Pembangunan Kesejahteraan Sosial dan Pekerjaan Sosial*, Bandung: Refika Aditama.
- Sumarnonugroho, T. (1987). *Sistem Intervensi Kesejahteraan Sosial*, Yogyakarta: PT Hanindita.
- Suparyanto, R. W. (2012). *Kewirausahaan: Konsep dan Realita Pada Usaha Kecil*. Bandung : Alfabeta
- Suryana. (2001). *Kewirausahaan*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Syahtuti. (2006). *30 Konsep Penting dalam Pembangunan Pedesaan dan Pertanian*. Jakarta: Bina Rena Pariwisata

**Universitas Indonesia**

- Tambunan, Tulus. (2000). *Perkembangan Industri Skala Kecil di Indonesia*. Jakarta: PT Mutiara Sumber Widya.
- Tambunan, Tulus. (2002). *Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat
- Wibisono, Yusuf. (2006). *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*. Gresik: Fascho Publishing.
- Wirabrata, H. (2000). *Industrial Cluster: Pilihan Strategis Dalam Pembangunan Industri Nasional*. Departemen Perindustrian dan Perdagangan
- Zastrow, C. (2008). *Introduction to Social Work and Social Welfare: Empowering People*. Belmont: Thomson Higher Education
- Jurnal**
- Adriyani, Wuri. (2005). *Pemberdayaan UKM melalui Legalitas Usaha*. Jakarta. Infokop No. 27 Tahun 2005
- Berry, A., Rodriguez, E. & Sandeem, H. (2001). *Small and medium enterprises dynamics in Indonesia*. Bulletin of Indonesian Economic Studies 37 (3): 363-384
- Dipta, I Wayan. (2008). *Strategi Penguatan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Melalui Kerjasama Kemitraan Pola CSR*. Infokop Volume 16 - September 2008. Hal 62-75
- Dipt, I. Wayan. (2009). *Kebijakan Pemberdayaan UMKM Menurut UU Nomor 20 Tahun 2008*. Infokop Volume 17 – Juli 2009, hal 13-25
- Djamhari, Choirul. (2006). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perkembangan Sentra UKM menjadi Klaster Dinamis*. Infokop Nomor 29 Tahun XXII
- Karsidi, Ravik dan Heri Irianto. (2005). *Strategi Pemberdayaan UMKM di Wilayah Surakarta*. Makalah disampaikan dalam Diskusi Regional Kerjasama Bank Indonesia Solo dengan Badan Koordinasi Pembangunan Lintas Kabupaten/Kota Wilayah II Surakarta Propinsi Jawa Tengah. Solo 30 Juni 2005.

- Japan International Cooperation Agency. (2004). *Final Reports of The Study on Strengthening Capacity of SME Cluster in Indonesia*. KRI International Corp. Tokyo
- Jauhari, Hasan. (2009). Undang-undang No 20 Tahun 2008: Landasan bagi UMKM Menghadapi Krisis Ekonomi Global. Infokop Volume 17 Juli 2009 : 26-37
- Lestari, Etty Puji. (2010). Penguatan Ekonomi Industri Kecil dan Menengah Melalui Platform Klaster Industri. Jurnal Organisasi dan Manajemen, Volume 6, Nomor 2, September 2010, Hal 146-157
- Nasution, A. (2003). Strategi Pembangunan Ekonomi Baru. Makalah dipresentasikan dalam Kongres ISEI XV di Malang, 13-15 Juli 2003
- Purwanto. (2008). Peran BUMN Dalam Pembinaan dan Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Jurnal Penelitian Humaniora Vol. 13 No. 02 Oktober 2008
- Sallatu, A. M dan Suhab, S. (2003). Pemberdayaan Ekonomi Rakyat: Pergulatan Mewujudkan Keadilan Sosial di Era Destoda. Jurnal Analisis, Vol. 1, No. 1, September
- Sikhondze, Wilson B. (1999). *The Role of Extension in Farmer Education and Information Dissemination in Swaziland*, Journal: Edult Education and Development No. 53/1999, Institute for International Cooperation of The German Adult Education Association, Bonn : 112/DVV
- Sriyana, Jaka. (2010). Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) : Studi Kasus di Kabupaten Bantul. Yogyakarta. Simposium Nasional 2010 : Menuju Purworejo Dinamis dan Kreatif.
- Sulistiyastuti, Dian Ratih. (2004). Dinamika Usaha Kecil dan Menengah (UKM): Analisis Konstrasi Regional UKM di Indonesia 1999-2001. Jurnal Ekonomi Pembangunan: Kajian Ekonomi Berkembang Vol. 07 No. 02 Desember 2004
- Taufik, Muhammad. (2004). Proyeksi Sentra Menjadi Klaster. Infokop Nomor 25 Tahun XX
- Weijland, H. (1999). *Microenterprise Clusters in Rural Indonesia: Industrial SDeedbed and Policy Target*. World Development, vol.27, pp.1515-1530

### **Undang-undang**

Keputusan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Nomor : 32/Kep/M.KUKM/IV/2003 tentang Pedoman Penumbuhan dan Pengembangan Sentra Usaha Kecil dan Menengah

Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara Nomor : PER-05/MBU/2007 tanggal 27 April 2007 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 11 tahun 2009 tentang Kesejahteraan Sosial

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

### **Disertasi**

Herawati, Augustin Rina. (2011). Sistem Kemitraan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) – Usaha Besar dengan Pemodelan System Archeptype: Studi Kasus UMKM Mitra PT Indofood Sukses Makmur Tbk, Divisi Bogasari Flour Mills. Universitas Indonesia

### **Dokumen**

Kementrian Badan Usaha Milik Negara. (2009). Masterplan Kementrian BUMN tahun 2010-2014. Jakarta.

PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. 2010. Laporan PKBL tahun 2010: Bersama Membangun Masa Depan. PT Telkom, Tbk. Jakarta

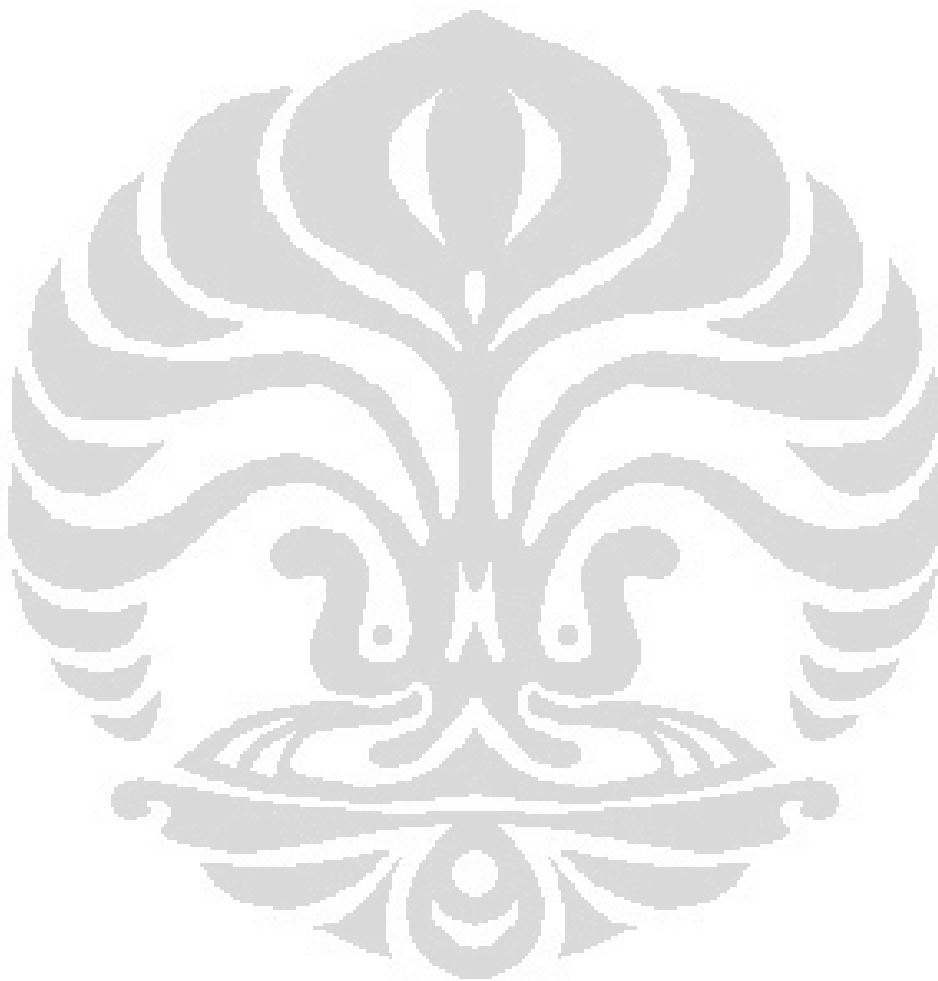
### **Internet**

Marcello. (2011). PKBL BUMN untuk Kesejahteraan Rakyat. 2 Oktober 2011. <http://bataviase.co.id/node/773444>

Kiprah Telkom Memberdayakan UMKM Mendapat Apresiasi dari Pemerintah. (2011). 2 Oktober 2011. <http://www.telkom.co.id/pojok-media/siaran-pers/kiprah-telkom-memberdayakan-umkm-mendapat-apresiasi-dari-pemerintah.html>

Penghargaan untuk Telkom. (2012). 20 Maret 2012 [http://pkbl-telkom.com/portal/index.php?c=Csr&c\\_kode\\_menu=PENG\\_PENGHARGAAN](http://pkbl-telkom.com/portal/index.php?c=Csr&c_kode_menu=PENG_PENGHARGAAN)

Soetrisno, Noer. (2000). Pemberdayaan Ekonomi Rakyat Melalui Perspektif Otonomi Daerah. 14 April 2012.  
[http://www.smecca.com/deputi7/file\\_makalah/PEMDA\\_DKI\\_2003.pdf](http://www.smecca.com/deputi7/file_makalah/PEMDA_DKI_2003.pdf)



**PEDOMAN WAWANCARA**

Informan : Pihak PT Telkom (Sub Manajer Program Kemitraan dan Bina Lingkungan PT Telkom)

**Tujuan 1**

Menggambarkan proses pelaksanaan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan PT Telkom dalam mengembangkan pengusaha di wilayah Kampung Anyar, Kabupaten Bogor menjadi UMKM berpola klaster yang dinamakan Kube 115

**1.1 Pelaksanaan Program Kemitraan PT Telkom**

**1.1.1 Tahapan Perencanaan**

Apa yang menjadi latar belakang pelaksanaan Program Kemitraan PT Telkom

**1.1.2 Tahapan Persiapan**

- a. Bagaimana awal pengusaha di Kampung Anyar menjalin relasi dengan Telkom dan mengetahui Program Kemitraan PT Telkom
- b. Bagaimana tahap administratif yang dilakukan sebagai syarat menjadi mitra binaan Telkom
- c. Bagaimana proses survey yang dilakukan Telkom di wilayah para pengusaha yaitu Kampung Anyar
- d. Bagaimana pihak Telkom melakukan penilaian terhadap hasil survey sekaligus menentukan pengusaha Kube menjadi mitra binaan Telkom
- e. Apa latar belakang pembentukan Kube 115

**1.1.3 Tahapan Pelaksanaan**

- a. Bagaimana proses penetapan mitra binaan Telkom
- b. Pembinaan apa saja yang sudah diberikan kepada pengusaha Kube setelah menjadi mitra binaan Telkom

**1.1.4 Tahapan Monitoring dan Evaluasi**

- a. Bagaimana pihak Telkom melakukan monitoring terhadap pelaksanaan Program Kemitraan, khususnya kepada anggota Kube 115
- b. Bagaimana pihak Telkom melakukan evaluasi terhadap pelaksanaan Program Kemitraan, khususnya kepada anggota Kube 115

## **1.2 Pelaksanaan Program Bina Lingkungan PT Telkom**

### **1.2.1 Tahapan Perencanaan**

- a. Apa yang menjadi latar belakang pelaksanaan Program Bina Lingkungan PT Telkom
- b. Apa yang menjadi alasan PT Telkom memberikan bantuan Bina Lingkungan kepada Kube 115 sekaligus menjadi Kampung Binaan Telkom

### **1.2.2 Tahapan Persiapan**

- a. Apakah ada tahap pengisian formulir permohonan bantuan Bina Lingkungan bagi warga Kampung Anyar?
- b. Bagaimana survey yang dilakukan oleh pihak Telkom terhadap keadaan lingkungan Kampung Anyar
- c. Bagaimana proses penetapan Kampung Anyar sebagai salah satu objek bantuan Program Bina Lingkungan PT Telkom?
- d. Jenis bantuan Bina Lingkungan apa saja yang diterima Kampung Anyar dari pihak Telkom

### **1.2.3 Tahapan Pelaksanaan**

- a. Bagaimana proses pemberian bantuan Bina Lingkungan pertama kali ke Kampung Anyar
- b. Bagaimana pihak Telkom melibatkan warga Kampung Anyar dalam proses pelaksanaan Program Bina Lingkungan

### **1.2.4 Tahapan Monitoring dan Evaluasi**

- a. Bagaimana pihak Telkom melakukan monitoring terhadap pelaksanaan Program Bina Lingkungan di Kampung Anyar
- b. Bagaimana pihak Telkom melakukan evaluasi terhadap pelaksanaan Program Bina Lingkungan di Kampung Anyar

## **Tujuan 2**

Menggambarkan perubahan yang terjadi pada pengusaha Kube 115 Semplak setelah menjadi mitra binaan dan mendapatkan bantuan Bina Lingkungan PT Telkom

## **2.1 Perubahan terhadap keberlangsungan usaha pengusaha Kube 115 Semplak**

### **2.1.1 Perubahan terhadap perkembangan usaha pengusaha Kube 115**

### **2.1.2 Perubahan terhadap kerjasama antar pengusaha setelah dibentuk UMKM berpola kluster**

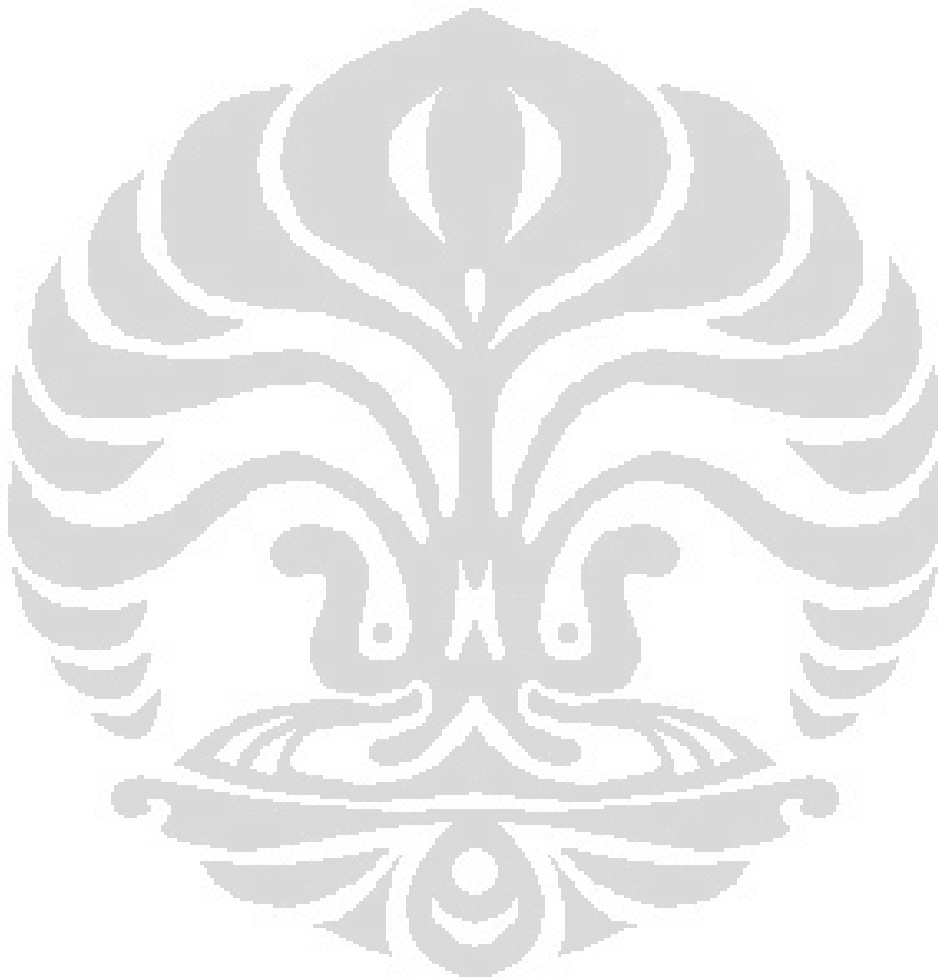
## **2.2 Perubahan terhadap lingkungan sosial dan ekonomi warga Kampung Anyar, Kabupaten Bogor**

2.2.1 Apakah terdapat perubahan terhadap pembangunan sarana dan fasilitas umum di Kampung Anyar

2.2.2 Apakah terdapat perubahan terhadap tingkat perekonomian warga Kampung Anyar

2.2.3 Apakah Kube 115 mampu menyerap tenaga kerja bagi warga Kampung Anyar maupun warga diluar Kampung Anyar

2.3 Harapan terhadap keberlangsungan usaha Kube 115 Semplak sebagai UMKM berpola klaster dan Kampung Binaan Telkom





## **PEDOMAN WAWANCARA**

Informan : Mitra Binaan Telkom di Kube 115 Semplak, Kabupaten Bogor

### **Tujuan 1**

Menggambarkan proses pelaksanaan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan PT Telkom dalam mengembangkan pengusaha di wilayah Kampung Anyar, Kabupaten Bogor menjadi UMKM berpola klaster yang dinamakan Kube 115

### **1.1 Pelaksanaan Program Kemitraan PT Telkom**

#### **1.1.1 Tahapan Perencanaan**

Apakah pernah melakukan pinjaman modal dengan pihak lain atau mengikuti program kemitraan dengan BUMN/institusi lain sebelumnya?

#### **1.1.2 Tahapan Persiapan**

- a. Bagaimana para pengusaha mengetahui Program Kemitraan PT Telkom dan berelasi dengan pihak Telkom
- b. Jelaskan proses pengisian formulir pendaftaran sebagai Calon Mitra Binaan (CMB) Telkom
- c. Bagaimana proses survey yang dilakukan PT Telkom

#### **1.1.3 Tahapan Pelaksanaan**

- a. Bagaimana proses penetapan pengusaha di Kampung Anyar sebagai mitra binaan Telkom dan menjadi Kube 115
- b. Pembinaan apa saja yang sudah diberikan pihak Telkom setelah menjadi mitra binaan Telkom?

#### **1.1.4 Tahapan Monitoring dan Evaluasi**

- a. Bagaimana monitoring yang dilakukan pihak Telkom terhadap pelaksanaan program Kemitraan di Kube 115
- b. Bagaimana evaluasi yang dilakukan pihak Telkom terhadap pelaksanaan program Kemitraan di Kube 115

### **1.2 Pelaksanaan Program Bina Lingkungan PT Telkom**

#### **1.2.1 Tahapan Perencanaan**

- a. Apakah Kampung Anyar pernah mendapatkan bantuan Bina Lingkungan ataupun bantuan fisik sebelumnya?

#### **1.2.2 Tahapan Persiapan**

- a. Apakah ada proses pengisian formulir permohonan bantuan Bina Lingkungan

- b. Bagaimana survey lapangan yang dilakukan pihak Telkom ke wilayah Kampung Anyar
- c. Bagaimana proses penetapan Kampung Anyar sebagai objek bantuan Program Bina Lingkungan PT Telkom
- d. Jenis bantuan Bina Lingkungan apa saja yang diterima dari pihak PT Telkom

#### 1.2.3 Tahapan Pelaksanaan

- a. Bagaimana proses pemberian bantuan Bina Lingkungan pertama kali di wilayah Kampung Anyar
- b. Sejauh mana partisipasi yang diberikan warga Kampung Anyar terhadap pemberian bantuan program Bina Lingkungan

#### 1.2.4 Tahapan Monitoring dan Evaluasi

- a. Bagaimana monitoring yang dilakukan pihak Telkom terhadap pelaksanaan Program Bina Lingkungan di Kube 115
- b. Bagaimana evaluasi yang dilakukan pihak Telkom terhadap pelaksanaan Program Bina Lingkungan di Kube 115

### **Tujuan 2**

Menggambarkan perubahan yang terjadi pada pengusaha Kube 115 dan masyarakat Kampung Anyar setelah menjadi mitra binaan dan mendapatkan bantuan Bina Lingkungan PT Telkom

#### **2.1 Perubahan terhadap keberlangsungan usaha pengusaha Kube 115**

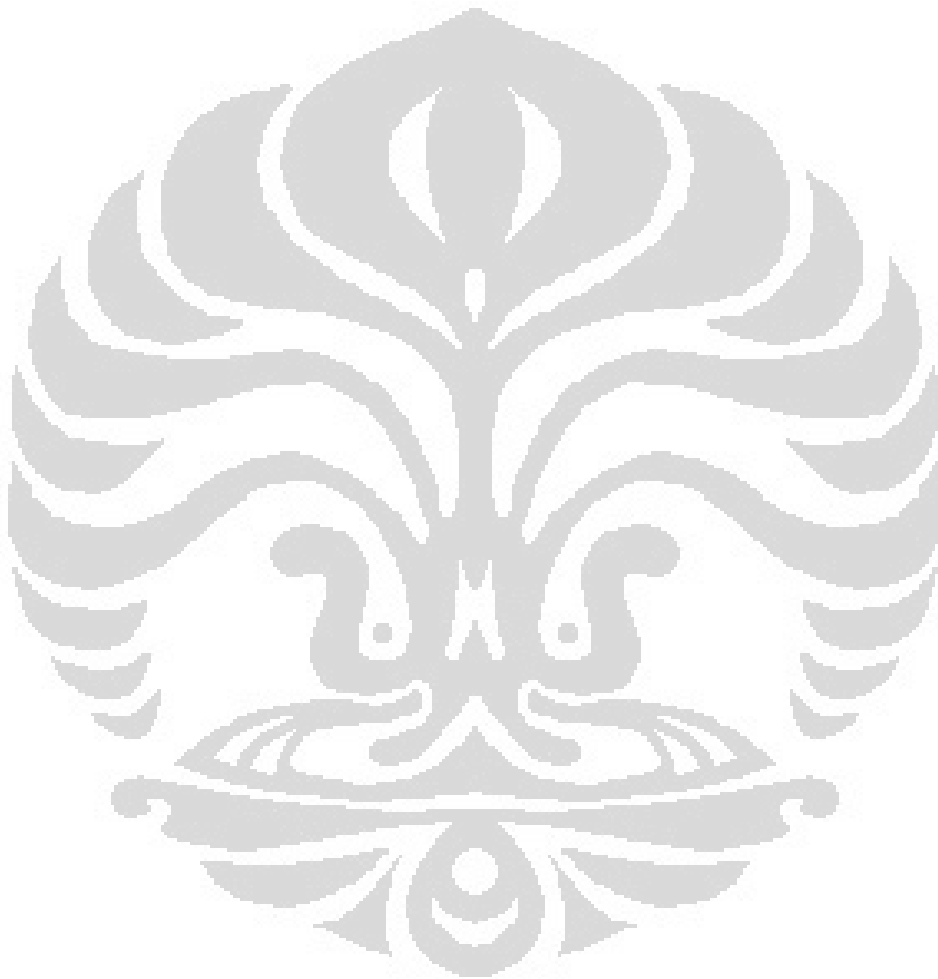
- a. Apakah terdapat perubahan terhadap modal usaha
- b. Apakah terdapat perubahan terhadap kepemilikan aset
- c. Apakah terdapat perubahan terhadap penggunaan tenaga kerja
- d. Apakah terdapat perubahan terhadap jumlah omzet
- e. Apakah terdapat perubahan terhadap pemasaran hasil produksi
- f. Perubahan terhadap kemampuan dan teknik produksi
- g. Perubahan terhadap pengelolaan keuangan
- h. Perubahan terhadap kerjasama dalam antar pengusaha

#### **2.2 Perubahan terhadap lingkungan sosial dan ekonomi warga Kampung Anyar, Kabupaten Bogor**

- a. Apakah terdapat perubahan terhadap pembangunan sarana dan fasilitas umum di Kampung Anyar

- b. Apakah terdapat perubahan terhadap tingkat perekonomian warga Kampung Anyar
- c. Apakah Kube 115 mampu menyerap tenaga kerja bagi warga Kampung Anyar maupun warga diluar Kampung Anyar

2.3 Harapan yang diinginkan Kube 115 dari Program Kemitraan dan Bina Lingkungan yang sudah diberikan pihak Telkom? Apakah perlu ada penambahan fasilitas atau pembinaan?



## **PEDOMAN OBERVASI**

1. Gambaran umum lokasi Kube 115, jenis kelamin, agama, mata pencaharian, kehidupan/aktivitas sosial
2. Sarana prasarana dan fasilitas umum yang diberikan PT Telkom sebagai bentuk bantuan program Bina Lingkungan PT Telkom
3. Proses produksi UMKM di Kube 115, Kampung Anyar, mulai dari pengolahan bahan baku hingga pengemasan hasil produksi
4. Interaksi yang dilakukan antara pengusaha Kube 115, pengusaha dengan tenaga kerja, pengusaha dengan konsumen



## TRANSKIP WAWANCARA

Informan : Staf Pegawai Program Kemitraan PT Telkom, Tbk (Pak Dr, 9/3/12)

Pertanyaan	Kutipan Verbatim
<b>1.1 Pelaksanaan Program Kemitraan PT Telkom</b>	
1.1.1 Tahapan Perencanaan	
Apa yang menjadi latar belakang pelaksanaan Program Kemitraan PT Telkom	<p>Program kemitraan mulai dibentuk pada tahun 2001 dan mulai dilaksanakan pada tahun 2002, merupakan implementasi dari Keputusan Menteri Nomor 5 Tahun 2001, dimana pelaksanaan Peraturan Menteri ini sebenarnya gak hanya PT Telkom yang melakukan PKBL, melainkan oleh seluruh BUMN. Tujuan utamanya adalah untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat pengusaha UMKM, khususnya mereka yang secara finansial dikatakan belum mampu menopang hidupnya dengan cara memberikan pinjaman modal.</p> <p>Selain itu PT Telkom sendiri memiliki tujuan khusus pelaksanaan program kemitraan, yaitu sebagai bentuk publikasi nama Telkom di tengah masyarakat dengan cara memberikan bantuan pinjaman modal (ekonomi), jadi bukan hanya mengejar masalah finansial tapi juga publikasi nama Telkom melalui produk-produknya.</p>
Apa latar belakang pembentukan Kube 115	<p>Pada dasarnya tujuan pembentukan Kube adalah mempermudah mengelola sejumlah pengusaha yang berada di satu lokasi. Kan sebenarnya pengusaha itu macem-macam karakteristiknya sehingga apabila dibentuk kelompok akan lebih terorganisir. Selain itu hal ini bertujuan untuk mengangkat nama Kube tersebut sebagai penghasil rengginang dan dodol, jadi masyarakat bisa tau kalo ada ciri khas produksi dari Kampung Anyar itu sendiri. Bahkan Kube ini kan udah pernah dapet penghargaan dari Kementrian BUMN, yang waktu itu di JCC, dateng kan? Nah dengan penghargaan itu kan Kube jadi semakin dikenal luas oleh masyarakat dan pada akhirnya bisa jadi contoh buat wilayah2 lain, kayak saat ini yang sedang dikembangkan Telkom di daerah Bantarkambing, di Bogor juga.</p>

1.1.2 Tahapan Pelaksanaan	
Bagaimana awalnya pengusaha Kube 115 berelasi dengan pihak Telkom sehingga mengetahui program Kemitraan PT Telkom	Pada awalnya salah satu pengusaha di Kampung Anyar yaitu Ibu Mimi mendatangi PT Telkom untuk mengikuti pelatihan pengusaha sekaligus memberikan informasi mengenai kondisi Kampung tersebut yang terdiri 10 pengusaha rengginang dan dodol dan membicarakan adanya kemungkinan untuk dapat pinjaman modal
Bagaimana proses pengisian formulir para pengusaha Kube 115	Ya kan Telkom memiliki kriteria-kriteria khusus, seperti omzet tidak lebih dari satu miliar per tahun, memiliki agunan, aset maksimal 200 juta diluar tanah dan bangunan serta memiliki usaha lebih dari satu tahun. Khusus untuk agunan itu persyaratan khusus dari Telkom, bisa sertifikat tanah atau mobil, nanti akan dikembalikan setelah periode pinjaman berakhir. Kriteria tersebut dapat dilihat dari pengisian formulir pinjaman, disitu akan terlihat bagaimana perkembangan usaha CMB, sekaligus ada kelengkapan administratif kayak KTP, KK, denah wilayah, laporan keuangan, dan lain-lain.
Bagaimana proses survey yang dilakukan PT Telkom untuk menentukan mitra binaan	Selanjutnya PT Telkom mendatangi lokasi Kampung Anyar untuk melakukan survey lokasi dan berdiskusi dengan para pengusaha untuk dijadikan sebagai kelompok usaha. Survey itu berdasarkan tempat usaha dan tempat tinggal, kita melihat status tempat milik atau sewa, walaupun sewa harus ada ijin sewa. Yang lain adalah sisi keuangan untuk menentukan kemampuan untuk mengangsur ke Telkom. Yang ketiga adalah keberadaan agunan. Nah abis itu ada lembar penilaiannya ada kategori 1-10 sesuai indikator tadi, ada juga catatan-catatan khusus dari tim survey.
Bagaimana pihak Telkom melakukan penilaian terhadap hasil survey sekaligus menentukan pengusaha Kube menjadi mitra binaan Telkom	Setelah itu pihak Telkom melakukan evaluasi berdasarkan hasil survey untuk menentukan estimasi berapa nilai nominal yang akan didapatkan oleh kelompok pengusaha tersebut. Akhirnya diputuskan dari evaluasi tersebut bahwa mereka akan mendapatkan jumlah pinjaman modal sebesar 115 juta rupiah sekaligus diberikan nama yaitu Kube 115 Semplak, Kabupaten Bogor
Bagaimana proses penetapan mitra binaan Telkom	Sama seperti mitra binaan terpilih, para anggota Kube 115 datang ke Telkom untuk mengikuti pembekalan awal yang disebut sebagai sarasehan sekaligus tahapan pencairan dana secara simbolis. Pembekalan yang dimaksud adalah pemberian pengarahan oleh manajer CDC Telkom mengenai bagaimana kita berwirausaha. Selain pembekalan dilakukan pula penandatanganan PKS itu kayak surat perjanjian kedua pihak, yaitu si pengusaha dan pihak Telkom. Disitu banyak pasal-pasal yang mengatur berlangsungnya program kemitraan, hak dan kewajiban dari kedua belah pihak, biasanya sih kalo penandatanganan sebelum Sarasehan mulai itu masing-masing datang ke staf yang menangani

	<p>wilayah mereka, kayak pengusaha Kube ke saya. Nanti dijelasin juga isi dari PKS itu, kayak cara bayar sama agunan biasanya, soalnya banyak kasus mengenai agunan karna para mitra gak baca PKS dengan jelas. Nah diakhir Sarasehan biasanya ada acara penyerahan dana pinjaman secara simbolis dilakukan biasanya sih oleh manajer CDC, selanjutnya baru beberapa hari kemudian barulah disetor ke rekening masing-masing</p>
<p>Pembinaan apa saja yang sudah diberikan kepada pengusaha Kube setelah menjadi mitra binaan Telkom</p>	<p>Saat ini anggota Kube 115 sudah mencapai 176 pengusaha, saat ini PT Telkom belum pernah memberikan pelatihan khusus untuk 176 pengusaha tersebut sehingga pelatihan diberikan bersamaan dengan mitra binaan Telkom lainnya. Secara umum, anggota Kube 115 sudah mengikuti pembekalan awal, yaitu sarasehan. Pelatihan lain yang pernah diberikan adalah kewirausahaan yang meliputi pembukuan sederhana, <i>packaging</i>, pemasaran, dan sebagainya. Sementara untuk pelatihan ekspor impor atau <i>e-commerce</i> hanya diikuti oleh beberapa pengusaha Kube yang terpilih, hal ini dikarenakan pelatihan tersebut hanya diperuntukkan mitra binaan yang skala usahanya sudah besar dan memang dipilih mitra yang mempunyai akses dan dapat menggunakan internet dengan baik.</p> <p>Sementara untuk pameran juga diikuti oleh beberapa pengusaha Kube, seperti pameran di UI di fakultas ekonomi, Pemda Bogor memperingati Hari Jadi Kota Bogor, serta bazaar lokal di Telkom dalam rangka HUT Serikat Karyawan (Sekar) Telkom. Sama seperti mitra binaan lain, kesempatan ikut pameran kan dilihat dari perkembangan usaha mereka, jadi biasanya dalam satu kelompok itu bergantian yang ikut pameran</p> <p>Untuk pendampingan sendiri kami kerjasama sama pihak luar, kayak waktu itu proyek kerjasama Telkom dan Sampoerna buat ngasi pendampingan mengenai pembukuan. Selain itu kan tiap tahunnya Telkom selalu buka kesempatan mahasiswa untuk magang, namanya Co-op, nah disitu mahasiswa bisa ngasih pendampingan apa aja tergantung kebutuhan disana, kalo yang angkatan 2010-2011 sih bikin pelatihan laporan keuangan sederhana di Kube.</p>
1.1.3 Tahapan Monitoring dan Evaluasi	
<p>Bagaimana pihak Telkom melakukan monitoring terhadap pelaksanaan</p>	<p>Monitoring yang dilakukan terdiri dari <i>remending call</i>, monitoring secara berkala melalui telepon. Monitoring jenis ini lebih diperuntukkan mengenai penagihan pembayaran, khususnya mitra binaan</p>

<p>program Kemitraan, khususnya kepada anggota Kube 115</p>	<p>yang pembayaran cicilan pinjamannya bermasalah. Sementara monitoring jenis kedua adalah kunjungan, dimana staf program kemitraan Telkom mendatangi lokasi pengusaha untuk melihat perkembangan usaha para anggota Kube, apakah ada peningkatan omzet, tenaga kerja ataupun pemasaran. Tapi kalo jenis yang kedua ini tidak rutin dilakukan soalnya memang para staf pegawai Telkom sangat sibuk, sementara untuk wilayah Bogor sendiri hanya satu orang, yaitu saya yang pegang sehingga monitoring tidak bisa dilakukan dengan rutin.</p> <p>Jadi selama ini lebih banyak melalui telepon. Ada juga kita mengharuskan mitra untuk bikin laporan perkembangan usaha, itu isinya laporan tentang perubahan aset, omzet, laba, jumlah produksi yang dihasilkan, itu biasanya dilakukan tiap tiga bulan sekali dan dikumpulin ke staf sub area masing-masing. Metode monitoring ini bertujuan untuk mengetahui gimana sih perkembangan pengusaha setelah bermitra sama Telkom secara transparan, bisa dijadikan bahan evaluasi juga kalo ada yang justru malah menurun. Melalui laporan ini juga kita bisa mencegah adanya mitra yang telat bayar</p>
<p>Bagaimana pihak Telkom melakukan evaluasi terhadap pelaksanaan program Kemitraan, khususnya kepada anggota Kube 115</p>	<p>Evaluasi dilakukan melalui dua tipe, yaitu internal dan eksternal. Untuk internal biasanya dilakukan tiga bulan sekali, biasanya pihak Telkom mengundang beberapa mitra dari masing-masing wilayah untuk melakukan pengisian lembar evaluasi mengenai efektivitas dan efisiensi program kemitraan, biasanya lembarannya banyak maka itu semua mitra dikumpulkan dan dipandu cara melakukan pengisiannya. Sementara eksternal valuasi yang dilakukan selama ini oleh Telkom adalah terkait masalah pendampingan sehingga mulai dari tahun 2011 Telkom sudah bekerja sama dengan Sampoerna Fondation untuk melakukan pendampingan dan memberikan pelatihan kepada para anggota Kube. Selain itu hasil evaluasi lain adalah mendirikan koperasi di wilayah Kube untuk membantu pemasaran hasil produksi anggota Kube.</p> <p>Dulu kan dua kali pinjamannya secara berkelompok, yang pertama 115 juta untuk 1 kelompok dan kedua 250 juta satu kelompok lagi. Namun setelah itu berubah jadi minjem sendiri-sendiri, sekarang sistem pinjamannya mengelompok biar agunannya satu-satu karena terkadang terjadi kesalahan agunan ataupun pembayaran. Soalnya suka ada masalah ntar pembagiannya gak rata, yang ngurus biasanya lebih besar, kalo sendiri-sendiri kan lebih fair. Kalo dulu berkelompok sekarang namanya pinjaman mengelompok, artinya mereka ada dalam satu wilayah tapi minjemnya sendiri-sendiri</p>



<b>2.1 Perubahan terhadap keberlangsungan usaha pengusaha Kube 115 Semplak</b>	
Apa saja perubahan yang terjadi pada anggota Kube 115 setelah menjadi mitra binaan Telkom dan mengikuti pembinaan yang diberikan	<p>Jika dilihat dari usaha para anggota kube, perubahan yang paling jelas adalah perubahan dalam hal peningkatan omzet dan skala usaha. Peningkatan omzet merupakan perubahan yang hampir dialami oleh seluruh anggota Kube, rata-rata hasil produksinya meningkat dua kali lipat jadi omzet yang dihasilkan pun meningkat. Selain itu perubahan skala usaha juga cukup signifikan, seperti ada beberapa pengusaha yang pemasarannya udah sampe keluar negeri, seperti Hongkong, Malaysia dan Singapura. Skala usaha ini sendiri jadi berpengaruh terhadap peningkatan tenaga kerja, kan usahanya makin besar akhirnya banyak tenaga kerja yang dipakai, ga hanya dari Kampung Anyar, tapi juga Kampung disekitarnya. Hal ini memperlihatkan bahwa Kube telah menciptakan lapangan pekerjaan baru sehingga meningkatkan pendapatan sekaligus perekonomian Kampung Anyar.</p> <p>Namun hal yang masih sulit dikembangkan adalah motivasi mereka buat maju. Buat ikut pelatihan aja nganggepnya rugi karna lebih baik bikin dodol rengginang dirumah. Namun kita udah kasi pendekatan untuk di stok aja produksinya jadi tetep bisa ikut pelatihan. Kebanyakan pengusaha kayak gitu cepet puas, yang penting untung yaudah gitu aja. Kan dari pihak Telkom pengennya produksi mereka meningkat, pasarannya juga jangan disitu-situ aja, kayak bisa masuk Carrefour misalnya. Padahal udah dikasi pelatihan buat bikin kemasan sekalian tulis label produksi cap halal, buat label aja kita udah bikin koordinasi sama mitra binaan lain yang usaha bikin label cuma tetep aja mereka ga make alesan permintaan konsumen kayak gitu.</p>
Apa saja perubahan yang terjadi pada kerjasama antar pengusaha dengan adanya UMKM berpola klaster	<p>Pembentukan Kube kan diawali dengan kemudahan peminjaman para pengusaha rengginang dan dodol karena kalo minjemnya berkelompok ngurusnya bisa sama-sama. Tapi dari pihak Telkom sendiri melihat bahwa ada potensi untuk mengembangkan Kube ini menjadi UKM berpola klaster, dan hal ini memberikan banyak manfaat untuk pengusaha disana. Biasanya kan kalo berpola klaster rata-rata pake 3-5 tahapan, kebanyakan 3 tahapan, yaitu penyediaan bahan baku-produksi-pemasaran. Di Kube sendiri ada tahapan penyediaan bahan baku, itu dikelola oleh Pak Haji Abbad, ayah dari ibu Lili. Pengelolaan tersebut kan membuat proses produksi lebih efisien, gaperlu cari-cari ke pasar, semua tersedia disana. Dari sisi penyedia sendiri berubah sekali khususnya pendapatan, karena pengusaha di Kube sudah sampai ratusan, mungkin bisa lanjut tanya sama orangnya.</p>

	<p>Lalu tahapan kedua proses produksi, dengan adanya Kube para pengusaha bisa tuh kerjasama produksi, misalnya ada 1 pengusaha yang lagi kehabisan stok barang, bisa memakai punya pengusaha yang lain dulu. Selain itu anggota kelompok Kube tuh suka tuker info mengenai strategi atau ilmu berdagang, apalagi kalo yang sering ikut pelatihan, akhirnya mempererat kekompakan mereka sebagai satu kelompok.</p> <p>Untuk tahapan pemasaran sendiri Telkom sudah membangun outlet untuk membantu memasarkan produksi pengusaha Kube dan sempat berjalan beberapa saat, namun sekarang sudah gak jalan soalnya menurut para pengusaha lebih untung kalo memasarkan sendiri dagangannya. Nah itu perlu tuh dicari konsep bagaimana memasarkan barang UKM berpola klaster. Karna ini kan wilayah semua produksinya sama, gimana bisa memasarkan ampe nama Kube ini semakin dikenal sebagai tempat produksi rengginang dan dodol</p>
Harapan terhadap keberlangsungan usaha Kube 115 Semplak sebagai UMKM berpola klaster dan Kampung Binaan Telkom	Harapan dari pihak Telkom sih semoga Kube gak hanya jadi penghasil produksi rengginang dan dodol aja, tapi ada ada hal yang bisa dimanfaatkan di lokasi Kube. Kayak misalnya ada wisata kuliner rengginang dan dodol, kan bisa sekalian memperkenalkan makanan rengginang dan dodol. Hal itu sih yang uah mulai dibicarakan di Telkom sendiri

Informan : Staf Pegawai Program Bina Lingkungan PT Telkom, Tbk (Pak Hn, 9/3/12)\

Pertanyaan	Kutipan Verbatim
<b>1.2 Pelaksanaan Program Bina Lingkungan PT Telkom</b>	
Tahapan Persiapan	
Apa yang menjadi latar belakang pelaksanaan Program Bina Lingkungan PT Telkom	Merupakan implementasi dari Keputusan Menteri 236 mengatur tentang pelaksanaan PKBL, dimana Bina Lingkungan ato biasa disingkat BL merupakan suatu kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sekitar tempat tersebut berada, biasanya bantuan yang dikasih kepada lingkungan itu dalam bentuk charity atau bentuk bantuan sosial lainnya. BL di PT Telkom sendiri mencakup wilayah Jadebotabeksekapur (Jakarta, Depok, Bogor, Tangerang, Bekasi, Serang, Karawang, dan Purwakarta). Bantuan BLnya terdiri dari enam aznab, antara lain : bencana alam, pendidikan dan pelatihan, kesehatan masyarakat, sarana umum, sarana ibadah, dan peningkatan lingkungan. Selain itu alasan khusus PT Telkom sendiri adalah menjadi suatu keharusan suatu perusahaan melakukan kegiatan Bina Lingkungan sebagai salah satu bentuk kegiatan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) dimana dengan keberadaan perusahaan itu tidak membuat dampak negatif terhadap lingkungannya dan tidak merasa dirugikan, ada hasil bagian perusahaan yang diperuntukkan bagi masyarakat.
Apa yang menjadi alasan PT Telkom memberikan bantuan Bina Lingkungan kepada Kube 115 sekaligus menjadi Kampung Binaan Telkom	Pertamanya adalah melihat prospek usaha anggota Kube yang sangat menjanjikan karena sudah mengelompok sehingga lebih mudah dialokasikan kedaerah tersebut. Prospek yang menjanjikan artinya dalam wilayah itu terdapat banyak pengusaha sehingga jumlah bantuan BL yang diberikan seimbang dengan jumlah omzet yang dihasilkan wilayah kube tersebut. Bantuan yang diberikan merupakan sinergi antara program kemitraan dan BL, dimana bantuan tersebut salah satunya adalah mempererat silaturahmi dengan program kemitraan dan bina lingkungan. Memberikan spirit atau semangat bagi mereka yang sudah diberikan bantuan, mengharapkan dengan diberikannya bantuan tersebut berdampak pada peningkatan pendapatan atau pembayaran ke Telkomnya lancar, disamping menerapkan juga CSR Telkom di wilayah mitra binaan yang sudah diberikan pinjaman oleh Telkom.
Tahapan Pelaksanaan	
Apakah ada tahap pengisian formulir	Pada dasarnya program BL untuk Kampung Anyar merupakan koordinasi dengan program Kemitraan


permohonan bantuan Bina Lingkungan bagi warga Kampung Anyar?	karena adanya potensi dari pengusaha Kube yang terus berkembang. Namun secara teknis tetap ada persyaratan administratif sebagai bentuk formalitas aja. Biasanya sih selain formulir menyeratakan profil wilayah kayak denah jumlah KK sama fasilitas umum yang ada
Bagaimana survey yang dilakukan oleh pihak Telkom terhadap keadaan lingkungan Kampung Anyar	Setelah itu pihak Telkomnya melakukan survey untuk melihat wilayahnya sekalian diskusi sama pengurus Kube mengenai kebutuhan apa yang dirasa paling penting, kurang lebih sama kayak Kemitraan. Tahap selanjutnya yah kita analisis dari hasil survey sekaligus menentukan berapa jumlah bantuan yang akan diberikan
Bagaimana proses penetapan Kampung Anyar sebagai salah satu objek bantuan Program Bina Lingkungan PT Telkom?	Setelah melihat dua kelompok bermitra, pihak Telkom melihat adanya potensi wilayah Kube 115 untuk diberikan bantuan BL mengingat jumlah pengusaha yang semakin banyak tentunya perputaran uang disana kan makin besar. Biasanya besarnya program BL itu 10% dari total perputaran uang wilayah bantuannya, nah bisa diliat berarti memang di Kube sangat berkembang, apalagi jika ditambah sama BL. Akhirnya diditetapkan bahwa bantuan BL itu dikasih setelah pengusaha Kube menjadi mitra binaan Telkom sebanyak dua periode, nah bantuan pertama yang dikasih itu dalam bentuk dana hibah yaitu rumah produksi sebesar 100 juta. Pembangunan itu juga sekaligus menjadi awal dari usaha PT Telkom menjadikan Kampung Anyar sebagai Kampung Binaan Telkom. Disitu kami langsung menginformasikan kepala daerah kayak ketua RT dan RW bahwa mengingat adanya potensi yang baik akhirnya menjadikan Kampung Anyar sebagai Kampung Binaan Telkom dan selanjutnya merencanakan acara penyerahan bantuan
Jenis bantuan Bina Lingkungan apa saja yang diterima Kampung Anyar dari pihak Telkom	Beberapa obyek yang diberikan dalam bentuk sarana umum yaitu pembuatan jalanan umum dengan konblok mulai dari depan sampe rumah produksi, pembangunan outlet penjualan hasil produksi mitra binaan, membangun pos ronda utk kamanan lingkungan, membantu renovasi Masjid dan sarana meubeler pondok pesantren, dan membangun rumah produksi untuk pengolahan rengginang dan dodol. Rumah produksi diberikan dalam bentuk dana hibah sebesar 100 juta dilakukan sebagai transparansi dan seremonial kepada masyarakat untuk memberitahukan bahwa bantuan Telkom diberikan sebesar jumlah tersebut. Pembangunan itu juga sekaligus menjadi awal dari usaha PT Telkom menjadikan Kampung Anyar sebagai Kampung Binaan Telkom
Bagaimana proses pemberian bantuan Bina Lingkungan pertama kali ke	Telkom mengajak satu vendor untuk merencanakan pembangunan rumah produksi yang diketahui objek bantuan, yang menunjuk pembangunan rumah produksi yah anggota kube sendiri, karena dari

Kampung Anyar	Telkom sendiri kan sebenarnya dalam bentuk uang. Ada juga acara seremonial penyerahan bantuan berupa uang sebesar 100 juta untuk pembangunan rumah produksi di rumah kepala desa disaksikan oleh seluruh mitra binaan dan tokoh masyarakat di wilayah tersebut dan diserahkan langsung oleh SM Bina Lingkungan PT Telkom
Bagaimana pihak Telkom melibatkan warga Kampung Anyar dalam proses pelaksanaan program Bina Lingkungan	<p>Sebelum memberikan bantuan, kita terlebih dulu mengadakan survey ke lingkungan kube, kita menanyakan kepada lingkungan, tokoh masyarakat, bahkan kepala desa di wilayah tersebut, apa saja yang memungkinkan disinergikan bantuan kedaerah tersebut. Setelah mendapatkan masukan dari kepala desa, tokoh masyarakat, dan mitra binaan di lokasi tersebut, barulah ditentukan bantuan-bantuan apa saja yang akan diberikan kepada Kampung Anyar</p> <p>Selain itu partisipasi warga Kampung Anyar juga terlihat dari sistem swadaya masyarakat dalam pembangunan sarana umum di lokasi tersebut, artinya pihak Telkom menawarkan pada warga lokasi itu untuk sama-sama membangun sarana-sarana umum yang dikasih. Tujuan sih untuk lebih meningkatkan <i>sense of belonging</i> mereka, jadi mereka lebih peduli sama bantuan-bantuan BL yang udah dikasih. Jadi saat itu pihak Telkom bekerja sama dengan masyarakat untuk sama-sama membangun sarana tersebut.</p>
Tahapan Monitoring dan Evaluasi	
Bagaimana pihak Telkom melakukan monitoring terhadap pelaksanaan program Bina Lingkungan di Kampung Anyar	Monitoring dilakukan sejauh mana pelaksanaan yang sudah dilakukan apakah sesuai dengan spek yang diharapkan dalam bentuk bangunannya, dalam artian uang yang disalurkan apakah sesuai dengan yang direncanakan, bukti <sup>2</sup> yang dilakukan dalam bentuk faktur <sup>2</sup> pembelian itu dicek semua, sekaligus pembangunan yang dibuat sesuai dengan harapan. Selain itu monitoring juga dilakukan untuk ngecek bantuan yang sudah diberikan, bagaimana warga wilayah tersebut memelihara sarana yang sudah diberikan, kalo misalnya ada yang rusak langsung diperbaiki, kayak waktu itu gapura lambang Telkom sama outlet hasil produksi. Dalam melakukan monitoring juga kami bekerjasama dengan ketua RT dan RW untuk menanyakan bagaimana pemanfaatan sarana dan fasilitas yang digunakan, bagaimana masyarakat melakukan pemanfaatan fasilitas tersebut, termasuk didalamnya mereka biasanya akan memberitahu kalau ada sarana yang rusak
Bagaimana pihak Telkom melakukan evaluasi terhadap pelaksanaan program	Evaluasi biasanya dilakukan dengan melakukan pengisian lembar evaluasi yang idlakukan bersamaan dengan program kemitraan, namun bedanya target kita ga hanya pengusaha tapi juga tokoh

Bina Lingkungan di Kampung Anyar	masyarakat seperti ketua RT dan RW serta masyarakat umum. Dari hasil evaluasi sih pembangunan sarana umum juga membantu kelancaran usaha pengusaha Kube. Hasil produksi mereka meningkat, kepercayaan konsumen atau pembeli hasil produksi meningkat, sudah tentunya omzet dan kepercayaan konsumen menjadi modal mengembangkan usaha
<b>2.2 Perubahan terhadap lingkungan sosial dan ekonomi warga Kampung Anyar, Kabupaten Bogor</b>	
Perubahan terhadap pembangunan sarana dan fasilitas umum di Kampung Anyar	Adanya kemudahan transportasi jalan yang tadinya jalan setapak yang licin dan tanah, dan sulit dilalui motor, distribusi bahan baku dan bahan jadi menjadi mudah, proses penjualan kepada pembeli menjadi mudah dikunjungi atau dijangkau, menunjang kualitas hasil kerja karena lingkungan menjadi tertata, mempengaruhi kualitas produksinya, dengan adanya lingkungan yang tertata menambah <i>image</i> pembeli terhadap anggota Kube (hasil produksi), kalo jalannya kurang bagus, outlet gak ada, pembeli kurang percaya, pengaruh terhadap kualitas.
Perubahan terhadap tingkat perekonomian warga Kampung Semplak	Selain itu juga pengusaha yang jumlahnya meningkat, lapangan pekerjaan pun semakin terbuka, banyak tenaga kerja yang tadinya pengangguran bahkan berasal dari kampung sekitar bisa memperoleh pekerjaan baru. Intinya adalah mengangkat derajat masyarakat dari tidak mampu menjadi mampu, menambah penghasilan masyarakat setempat dan mengurangi kemiskinan dan pengangguran. Dari segi keamanannya bagus, pendidikan agama bagus, jalan dan rumah produksi lengkap, masyarakat pun ketenangannya makin baik kualitas kehidupannya meningkat.
Harapan terhadap keberlangsungan usaha Kube 115 Semplak sebagai UMKM berpola klaster dan Kampung Binaan Telkom	Menjadi <i>role model</i> bagi wilayah dengan kelompok pengusaha sejenis, sekarang sudah ada timbul satu lagi di Bantarkambing, yaitu penghasil keripik. Bantuan kita dari Bina Lingkungan cukup besar, kurang lebih 90 juta rupiah, ada pendampingan terhadap masyarakat penghasil keripik yang meliputi pembukuan, <i>packing</i> dan penjualan. Prosesnya berjalan satu tahun.



Halaman-1



**FORMULIR PINJAMAN DANA PROGRAM KEMITRAAN**  
**PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA, Tbk**

*(Wajib diisi)*

### DATA PRIBADI PEMOHON / CALON MITRA PEMBINAAN

Nama (sesuai KTP) :				Jenis Kelamin :	Pria	Wanita
Tempat/Tgl. Lahir :				Tgl. :	Bln. :	Thn. :
No. KTP :				Masa laku KTP s.d. :		
Alamat Rumah :				No.	RT	RW
Kelurahan :						
Kecamatan :				Kode Pos :		
Kabupaten / Kota :				Propinsi :		
No. Telp. Rumah :	0	2				
Status Rumah :	Milik Sendiri			Keluarga	Kontrak	Sewa
				Pendidikan Terakhir :		

*(Wajib diisi)*

### DATA SUAMI/ISTRI PEMOHON

Nama (sesuai KTP) :				Jenis Kelamin :	Pria	Wanita
Alamat :				No.	RT	RW
Kelurahan :						
Kecamatan :				Kode Pos :		
Kabupaten / Kota :				Propinsi :		
No. Telp. Rumah :				No Flexi / HP :		

*(Wajib diisi)*

### DATA USAHA PEMOHON

Bentuk Usaha :	Berbadan Hukum	Perorangan	No & Tgl SIUP / Ijin			
	(Bln)	(Tahun)				
Mulai Usaha :				NPWP :		
Nama Usaha :						
Sektor Usaha :	Industri	Perdagangan	Pertanian	Peternakan	Perkebunan	Perikanan
Jenis Usaha :				Jasa	Jasa Lainnya	
Alamat Usaha :				No.	RT	RW
Kelurahan :						
Kecamatan :				Kode Pos :		
Kabupaten / Kota :				Propinsi :		
No. Telp. Usaha :	0	2				
Status Tempat Usaha :	Milik Sendiri			Keluarga	Kontrak	Sewa
Nama Bank :				Masa laku kontrak/sewa s.d		
Cabang Bank :				( KC / KCP / KK )		
No. Rekening :						
Atas Nama :						
Jumlah SDM :	Orang	Jml. Aset Rp.	Jml. Omset / Thn Rp.			

*(Wajib diisi)*

### DATA SUAMI/ISTRI PEMOHON

Jaminan :	SHM	HGB	HP	HGU	AJB	BPKB Mobil	BPKB Motor
Atas Nama :				No. BPKB :			
No. sertifikat :				Atas Nama :			
Alamat :				Merk :			
				Jenis / Thn :			
Luas :				No. Pol. :			

*(Wajib diisi)*

### DATA USAHA PEMOHON

Modal Kerja :	Rp.	Rp.	Rp.
Investasi :			
Program Khusus :			
	Jumlah Rp.		

.....20....

#### TANDA TANGAN

PEMOHON / CALON MITRA BINAAN	SUAMI / ISTRI PEMOHON

**Produces By : UK-02**



**KELENGKAPAN DATA**

Pas photo  
Permohonan  
Ukuran 3 x 4

Pas photo  
Permohonan  
Ukuran 3 x 4

Foto Copy KTP Pemohon  
Bagian Depan

Foto Copy KTP Suami / Istri  
Bagian Depan

Foto Kegiatan Usaha





## FORMULIR PINJAMAN DANA PROGRAM KEMITRAAN PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA, Tbk

### DENAH LOKASI TEMPAT TINGGAL

### DENAH LOKASI TEMPAT USAHA

### DIISI OLEH PETUGAS CDC

Kode MB	:		Tgl, Terima proposal :	
Area	:		Tgl, Input SIM :	
Sub area	:			

### KELENGKAPAN DOKUMEN

#### DENAH LOKASI TEMPAT TINGGAL

Dokumen ditempatkan di hal 2 :	ADA	TA
1. Pasphoto Suami & Istri uk 3 x 4		
2. Foto Copy KTP Suami & Istri		
3. Foto Kegiatan Usaha		
<b>Dokumen diisi :</b>		
4. Catatan / Laporan Keuangan		
<b>Dokumen lampiran :</b>		
5. Foto Copy Surat Nikah		
6. Foto Copy Kartu Keluarga		
7. Surat Keterangan Domisili Usaha dari RT / RW		
8. Foto Copy Rekening Bank		
9. Foto Copy Agunan / Jaminan		

#### DENAH LOKASI TEMPAT USAHA

Dokumen ditempatkan di hal 2 :	ADA	TA
1. Pasphoto Pemohon & Pengurus uk 3 x 4		
2. Foto Copy KTP (Pengurus)		
3. Foto Kegiatan Usaha		
<b>Dokumen diisi :</b>		
4. Catatan / Laporan Keuangan		
<b>Dokumen lampiran :</b>		
5. Struktur Pengurus		
6. Foto Copy TDP / TDUP		
7. Foto Copy AD / ART		
8. Foto Copy SIUP		
9. Foto Copy NPWP		
10. Surat Kuasa dari Pengurus		
11. Program Kerja Tahunan		
12. Surat Keterangan Domisili Usaha dari Kelurahan		
13. Foto Copy Rekening Bank		
14. Foto Copy Agunan / Jaminan		

#### Persyaratan untuk menjadi Mitra Binaan Telkom

1. Mengajukan proposal pinjaman
2. Pemohon / CMB telah melakukan kegiatan usaha minimal 1 tahun serta mempunyai potensi dan prospek usaha untuk dikembangkan.
3. Memiliki kekayaan bersih (Asset) paling banyak Rp. 200.000.000,- (Dua Ratus Juta Rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan
4. Memiliki hasil penjualan (Omzet) tahunan paling banyak Rp. 1.000.000.000,- (Satu Milyar Rupiah).
5. Milik Warga Negara Indonesia.
6. Berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau berafiliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha menengah atau besar.
7. Berbentuk usaha orang perseorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum atau badan usaha yang berbadan hukum, termasuk Koperasi.
8. Tidak menjadi binaan BUMN lain.

#### TANDA TANGAN PETUGAS CDC

NIK :



**LAPORAN / CATATAN KEUANGAN**  
**PERIODE : BULAN .....**

*Lampiran 1*

*Bulan ke - 1*

**A. PENDAPATAN**

Hasil Penjualan :Rp. ....

**B. PENGELUARAN**

Pembelian Barang / Bahan :Rp. ....

**C. PENDAPATAN KOTOR ( A - B )**

:Rp. ....

**D. BIAYA OPERASIONAL**

**1. Biaya Operasional Usaha**

- a. Gaji Pemilik :Rp. ....
- b. Gaji Pegawai :Rp. ....
- c. Biaya Transport :Rp. ....
- d. Biaya Listrik :Rp. ....
- e. Biaya Telepon :Rp. ....
- f. Biaya PAN :Rp. ....
- g. Biaya Retribusi :Rp. ....
- h. Biaya Alat Tulis Kantor :Rp. ....
- i. Biaya Sewa Tempat Usaha :Rp. ....

Jumlah Biaya Operasional Usaha (1) :Rp. ....

**2. Biaya Operasional Rumah Tangga**

- a. Biaya Makan :Rp. ....
- b. Biaya Listrik :Rp. ....
- c. Biaya Telepon :Rp. ....
- d. Biaya PAN :Rp. ....
- e. Biaya Sekolah :Rp. ....
- f. Biaya Sewa Rumah :Rp. ....

Jumlah Biaya Operasional Rumah Tangga ( 2 ) :Rp. ....

Jumlah Biaya Operasional D = ( 1 + 2 ) :Rp. ....

**E. PENDAPATAN KOTOR (-) BIAYA OPERASIONAL (C-D)**

:Rp. ....

**F. PENDAPATAN LAIN - LAIN**

- a. Fee (.....) :Rp. ....
- b. Jasa Lainnya (.....) :Rp. ....

Jumlah Pendapatan Lain - lain ( a + b ) :Rp. ....

**H. PENDAPATAN BERSIH ( E + F )**

:Rp. ....

....., .....20....

.....



# LAPORAN / CATATAN KEUANGAN

Lampiran 1

PERIODE : BULAN .....

Bulan ke - 2

## A. PENDAPATAN

Hasil Penjualan :Rp. ....

## B. PENGELUARAN

Pembelian Barang / Bahan :Rp. ....

## C. PENDAPATAN KOTOR ( A - B )

:Rp. ....

## D. BIAYA OPERASIONAL

### 1. Biaya Operasional Usaha

a. Gaji Pemilik :Rp. ....

b. Gaji Pegawai :Rp. ....

c. Biaya Transport :Rp. ....

d. Biaya Listrik :Rp. ....

e. Biaya Telepon :Rp. ....

f. Biaya PAN :Rp. ....

g. Biaya Retribusi :Rp. ....

h. Biaya Alat Tulis Kantor :Rp. ....

i. Biaya Sewa Tempat Usaha :Rp. ....

Jumlah Biaya Operasional Usaha (1) :Rp. ....

### 2. Biaya Operasional Rumah Tangga

a. Biaya Makan :Rp. ....

b. Biaya Listrik :Rp. ....

c. Biaya Telepon :Rp. ....

d. Biaya PAN :Rp. ....

e. Biaya Sekolah :Rp. ....

f. Biaya Sewa Rumah :Rp. ....

Jumlah Biaya Operasional Rumah Tangga ( 2 ) :Rp. ....

Jumlah Biaya Operasional D = ( 1 + 2 ) :Rp. ....

## E. PENDAPATAN KOTOR (-) BIAYA OPERASIONAL (C-D)

:Rp. ....

## F. PENDAPATAN LAIN - LAIN

a. Fee (.....) :Rp. ....

b. Jasa Lainnya (.....) :Rp. ....

Jumlah Pendapatan Lain - lain ( a + b ) :Rp. ....

## H. PENDAPATAN BERSIH ( E + F )

:Rp. ....

....., .....20....

.....



# LAPORAN / CATATAN KEUANGAN

Lampiran 1

PERIODE : BULAN .....

Bulan ke - 3

## A. PENDAPATAN

Hasil Penjualan :Rp. ....

## B. PENGELUARAN

Pembelian Barang / Bahan :Rp. ....

## C. PENDAPATAN KOTOR ( A - B )

:Rp. ....

## D. BIAYA OPERASIONAL

### 1. Biaya Operasional Usaha

a. Gaji Pemilik :Rp. ....

b. Gaji Pegawai :Rp. ....

c. Biaya Transport :Rp. ....

d. Biaya Listrik :Rp. ....

e. Biaya Telepon :Rp. ....

f. Biaya PAN :Rp. ....

g. Biaya Retribusi :Rp. ....

h. Biaya Alat Tulis Kantor :Rp. ....

i. Biaya Sewa Tempat Usaha :Rp. ....

Jumlah Biaya Operasional Usaha (1) :Rp. ....

### 2. Biaya Operasional Rumah Tangga

a. Biaya Makan :Rp. ....

b. Biaya Listrik :Rp. ....

c. Biaya Telepon :Rp. ....

d. Biaya PAN :Rp. ....

e. Biaya Sekolah :Rp. ....

f. Biaya Sewa Rumah :Rp. ....

Jumlah Biaya Operasional Rumah Tangga ( 2 ) :Rp. ....

Jumlah Biaya Operasional D = ( 1 + 2 ) :Rp. ....

## E. PENDAPATAN KOTOR (-) BIAYA OPERASIONAL (C-D)

:Rp. ....

## F. PENDAPATAN LAIN - LAIN

a. Fee (.....) :Rp. ....

b. Jasa Lainnya (.....) :Rp. ....

Jumlah Pendapatan Lain - lain ( a + b ) :Rp. ....


## H. PENDAPATAN BERSIH ( E + F )

:Rp. ....

....., .....20....

.....



 <b>ANALISA HASIL SURVEY</b> <b>PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA, Tbk</b>			
Kode MB :	<input type="text"/>	Tanggal Survey :	<input type="text"/>
Area :	<input type="text"/>		
Sub Area :	<input type="text"/>		
IKHTISAR HASIL SURVEY			
PROFIL USAHA		STATUS RUMAH DAN TEMPAT USAHA	
1 Sektor Usaha :	<input type="text"/>	A. STATUS RUMAH :	<input type="text"/> Milik Sendiri <input type="text"/> Keluarga
2 Jenis Usaha :	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/> Kontrak <input type="checkbox"/> Sewa	Masa Laku Kontrak/Sewa s.d. <input type="text"/>
3 Mulai Usaha :	<input type="text"/>	Biaya Kontrak/Sewa per bulan Rp. <input type="text"/>	
4 Alamat Usaha :	<input type="text"/>	B. STATUS TEMPAT USAHA :	<input type="text"/> Milik Sendiri <input type="text"/> Keluarga
5 No. Telp. Usaha :	0 2 <input type="text"/>	<input type="checkbox"/> Kontrak <input type="checkbox"/> Sewa	Masa Laku Kontrak/Sewa s.d. <input type="text"/>
		Biaya Kontrak/Sewa per bulan Rp. <input type="text"/>	
TANGGUNGAN KELUARGA		PINJAMAN PADA PIHAK LAIN	
1 Istri / Suami :	<input type="text"/> Orang	1 Jumlah Pinjaman :	Rp. <input type="text"/>
2 Anak :	<input type="text"/> Orang	2 Sisa Pinjaman :	Rp. <input type="text"/>
3 Lain-lain :	<input type="text"/> Orang	3 Bunga (%) :	<input type="text"/> Lama angsuran : <input type="text"/> Bulan
ANALISA (KEUANGAN) RUGI - LABA		MODAL AWAL MULAI USAHA	
1 Pendapatan Penjualan :	Rp. <input type="text"/>	1 Modal Sendiri :	Rp. <input type="text"/>
2 Pembelian Harga Pokok :	Rp. <input type="text"/>	2 Modal Orang Lain :	Rp. <input type="text"/>
3 Pendapatan Kotor (1-2) :	Rp. <input type="text"/>	3 Pinjaman Pihak Lain :	Rp. <input type="text"/>
4 Biaya Operasional :	Rp. <input type="text"/>	Jumlah Modal :	Rp. <input type="text"/>
a Biaya Operasional Usaha		RENCANA PERUNTUKAN PINJAMAN	
1) Gaji Pemilik :	Rp. <input type="text"/>	1 Modal awal usaha baru :	Rp. <input type="text"/>
2) Gaji Pegawai :	Rp. <input type="text"/>	2 Menambah Midaal Usaha :	Rp. <input type="text"/>
3) Biaya Transportasi :	Rp. <input type="text"/>	3 Pembelian Bahan Baku :	Rp. <input type="text"/>
4) Biaya Listrik :	Rp. <input type="text"/>	4 Pembelian mesin / alat :	Rp. <input type="text"/>
5) Biaya Telepon :	Rp. <input type="text"/>	5 Renovasi :	Rp. <input type="text"/>
6) Biaya PAM :	Rp. <input type="text"/>	6 Lain-lain :	Rp. <input type="text"/>
7) Biaya Retribusi :	Rp. <input type="text"/>		
8) Biaya Alat Tulis Kantor :	Rp. <input type="text"/>		
9) Biaya Sewa Tpt. Usaha :	Rp. <input type="text"/>		
Jml. Operasional Usaha :	Rp. <input type="text"/>		
b. Biaya Operasional Rumah Tangga			
1) Biaya Makan :	Rp. <input type="text"/>		
2) Biaya Listrik :	Rp. <input type="text"/>		
3) Biaya Telepon :	Rp. <input type="text"/>		
4) Biaya PAM :	Rp. <input type="text"/>		
5) Biaya Sekolah :	Rp. <input type="text"/>		
6) Biaya Sewa Rumah :	Rp. <input type="text"/>		
Jml. Operasional RT. :	Rp. <input type="text"/>		
c Jumlah Biaya Operasional :	Rp. <input type="text"/>		
5 Pendapatan Kotor (-) Biaya OP. :	Rp. <input type="text"/>		
6 Pendapatan lain-lain			
a. Fee..... :	Rp. <input type="text"/>		
b. Jasa lainnya..... :	Rp. <input type="text"/>		
Jumlah Pendapatan lain2 :	Rp. <input type="text"/>		
7 Pendapatan Bersih (3-5) :	Rp. <input type="text"/>		
8 Kemampuan Membayar :	Rp. <input type="text"/>		
(30 % dari Pendapatan Bersih)			
PEMOHON / CALON MITRA BINAAN		REKOMENDASI SURVEYER	
PETUGAS SURVEY 1		PETUGAS SURVEY 2	
NIK :		NIK :	





DATA PEMBAWA : PENYOHON / CAKON MITRA BINAAN

2000

1997, 1998, 1999, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018, 2019, 2020, 2021, 2022, 2023, 2024, 2025, 2026, 2027, 2028, 2029, 2030, 2031, 2032, 2033, 2034, 2035, 2036, 2037, 2038, 2039, 2040, 2041, 2042, 2043, 2044, 2045, 2046, 2047, 2048, 2049, 2050, 2051, 2052, 2053, 2054, 2055, 2056, 2057, 2058, 2059, 2060, 2061, 2062, 2063, 2064, 2065, 2066, 2067, 2068, 2069, 2070, 2071, 2072, 2073, 2074, 2075, 2076, 2077, 2078, 2079, 2080, 2081, 2082, 2083, 2084, 2085, 2086, 2087, 2088, 2089, 2090, 2091, 2092, 2093, 2094, 2095, 2096, 2097, 2098, 2099, 2100, 2101, 2102, 2103, 2104, 2105, 2106, 2107, 2108, 2109, 2110, 2111, 2112, 2113, 2114, 2115, 2116, 2117, 2118, 2119, 2120, 2121, 2122, 2123, 2124, 2125, 2126, 2127, 2128, 2129, 2130, 2131, 2132, 2133, 2134, 2135, 2136, 2137, 2138, 2139, 2140, 2141, 2142, 2143, 2144, 2145, 2146, 2147, 2148, 2149, 2150, 2151, 2152, 2153, 2154, 2155, 2156, 2157, 2158, 2159, 2160, 2161, 2162, 2163, 2164, 2165, 2166, 2167, 2168, 2169, 2170, 2171, 2172, 2173, 2174, 2175, 2176, 2177, 2178, 2179, 2180, 2181, 2182, 2183, 2184, 2185, 2186, 2187, 2188, 2189, 2190, 2191, 2192, 2193, 2194, 2195, 2196, 2197, 2198, 2199, 2200, 2201, 2202, 2203, 2204, 2205, 2206, 2207, 2208, 2209, 2210, 2211, 2212, 2213, 2214, 2215, 2216, 2217, 2218, 2219, 2220, 2221, 2222, 2223, 2224, 2225, 2226, 2227, 2228, 2229, 2230, 2231, 2232, 2233, 2234, 2235, 2236, 2237, 2238, 2239, 2240, 2241, 2242, 2243, 2244, 2245, 2246, 2247, 2248, 2249, 2250, 2251, 2252, 2253, 2254, 2255, 2256, 2257, 2258, 2259, 2260, 2261, 2262, 2263, 2264, 2265, 2266, 2267, 2268, 2269, 2270, 2271, 2272, 2273, 2274, 2275, 2276, 2277, 2278, 2279, 2280, 2281, 2282, 2283, 2284, 2285, 2286, 2287, 2288, 2289, 2290, 2291, 2292, 2293, 2294, 2295, 2296, 2297, 2298, 2299, 2300, 2301, 2302, 2303, 2304, 2305, 2306, 2307, 2308, 2309, 2310, 2311, 2312, 2313, 2314, 2315, 2316, 2317, 2318, 2319, 2320, 2321, 2322, 2323, 2324, 2325, 2326, 2327, 2328, 2329, 2330, 2331, 2332, 2333, 2334, 2335, 2336, 2337, 2338, 2339, 2340, 2341, 2342, 2343, 2344, 2345, 2346, 2347, 2348, 2349, 2350, 2351, 2352, 2353, 2354, 2355, 2356, 2357, 2358, 2359, 2360, 2361, 2362, 2363, 2364, 2365, 2366, 2367, 2368, 2369, 2370, 2371, 2372, 2373, 2374, 2375, 2376, 2377, 2378, 2379, 2380, 2381, 2382, 2383, 2384, 2385, 2386, 2387, 2388, 2389, 2390, 2391, 2392, 2393, 2394, 2395, 2396, 2397, 2398, 2399, 2400, 2401, 2402, 2403, 2404, 2405, 2406, 2407, 2408, 2409, 2410, 2411, 2412, 2413, 2414, 2415, 2416, 2417, 2418, 2419, 2420, 2421, 2422, 2423, 2424, 2425, 2426, 2427, 2428, 2429, 2430, 2431, 2432, 2433, 2434, 2435, 2436, 2437, 2438, 2439, 2440, 2441, 2442, 2443, 2444, 2445, 2446, 2447, 2448, 2449, 2450, 2451, 2452, 2453, 2454, 2455, 2456, 2457, 2458, 2459, 2460, 2461, 2462, 2463, 2464, 2465, 2466, 2467, 2468, 2469, 2470, 2471, 2472, 2473, 2474, 2475, 2476, 2477, 2478, 2479, 2480, 2481, 2482, 2483, 2484, 2485, 2486, 2487, 2488, 2489, 2490, 2491, 2492, 2493, 2494, 2495, 2496, 2497, 2498, 2499, 2500, 2501, 2502, 2503, 2504, 2505, 2506, 2507, 2508, 2509, 2510, 2511, 2512, 2513, 2514, 2515, 2516, 2517, 2518, 2519, 2520, 2521, 2522, 2523, 2524, 2525, 2526, 2527, 2528, 2529, 2530, 2531, 2532, 2533, 2534, 2535, 2536, 2537, 2538, 2539, 2540, 2541, 2542, 2543, 2544, 2545, 2546, 2547, 2548, 2549, 2550, 2551, 2552, 2553, 2554, 2555, 2556, 2557, 2558, 2559, 2560, 2561, 2562, 2563, 2564, 2565, 2566, 2567, 2568, 2569, 2570, 2571, 2572, 2573, 2574, 2575, 2576, 2577, 2578, 2579, 2580, 2581, 2582, 2583, 2584, 2585, 2586, 2587, 2588, 2589, 2590, 2591, 2592, 2593, 2594, 2595, 2596, 2597, 2598, 2599, 2600, 2601, 2602, 2603, 2604, 2605, 2606, 2607, 2608, 2609, 2610, 2611, 2612, 2613, 2614, 2615, 2616, 2617, 2618, 2619, 2620, 2621, 2622, 2623, 2624, 2625, 2626, 2627, 2628, 2629, 2630, 2631, 2632, 2633, 2634, 2635, 2636, 2637, 2638, 2639, 2640, 2641, 2642, 2643, 2644, 2645, 2646, 2647, 2648, 2649, 2650, 2651, 2652, 2653, 2654, 2655, 2656, 2657, 2658, 2659, 2660, 2661, 2662, 2663, 2664, 2665, 2666, 2667, 2668, 2669, 2670, 2671, 2672, 2673, 2674, 2675, 2676, 2677, 2678, 26

## REKAPITULASI PENILAIAN

## CHARACTER

### CHARACTER

CAPACITY

CAPABILITY

## CONDITION OF ECONOMIC

COLLATERAL

**TOTAL NILAI**

### Dating Details: F.C.:

Rating Penilaian 5 C :

AMAT BAIK : Nilai Akhir  $\geq 80$  s.d. 100

BAIK : Nilai Akhir  $\geq 70$  s.d. 80

CLUKIP : Nilai Akhir  $\geq 60$  s.d. 70

KURANG : Nilai Akhir 0 s.d. 60

[illegible]

**SURVEY OPINI DAN EFEKTIVITAS PROGRAM KEMITRAAN 2011**

## PROFILE RESPONDEN

Nama Usaha : .....

Alamat & No.Telp : .....

Jenis Usaha : 1. Industri                  3. Pertanian                  5. Perkebunan                  7. Jasa  
    2. Perdagangan        4. Peternakan              6. Perikanan              8. Lainnya

Produk yang dihasilkan : .....

Nama Pemilik Usaha : .....

Jenis Kelamin : L / P ( Pilih salah satu)                  Umur : ..... tahun

Pendidikan terakhir : SD / SMP / SMA/ Diploma / Sarjana

Alamat & No.Telp : .....

Besar pinjaman : ..... Tahun menerima pinjaman : .....

## A. MANFAAT PROGRAM PEMBINAAN KEMITRAAN

Tentukanlah sikap Saudara tentang tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan terhadap pernyataan-pernyataan di bawah ini dengan memberikan tanda  $\checkmark$  pada kolom KEPENTINGAN dan KEPUASAN.

1. Sangat tidak penting / sangat tidak puas  
2. Tidak penting / tidak puas  
3. Penting / puas  
4. Sangat penting / sangat puas

## PERMOHONAN PINJAMAN

No	PERNYATAAN	TINGKAT KEPENTINGAN				TINGKAT KEPUASAN			
		1	2	3	4	1	2	3	4
1	Kemudahan proses pengajuan pinjaman	1	2	3	4	1	2	3	4
2	lamanya jangka waktu pinjaman	1	2	3	4	1	2	3	4
3	Besarnya jasa administrasi (bunga pinjaman)	1	2	3	4	1	2	3	4
4	Kesesuaian antara besarnya realisasi pinjaman dengan kebutuhan	1	2	3	4	1	2	3	4
5	Waktu realisasi permohonan pinjaman kurang dari 3 bulan sejak pengajuan	1	2	3	4	1	2	3	4
6	Kecepatan pencairan pinjaman kurang dari 3 hari kerja setelah PKS	1	2	3	4	1	2	3	4

PEMBINAAN BERUPA PELATIHAN, PENDAMPINGAN DAN PEMAGANGAN

No	PERNYATAAN	TINGKAT KEPENTINGAN				TINGKAT KEPUASAN			
		1	2	3	4	1	2	3	4
7	Manfaat dalam meningkatkan keterampilan usaha	1	2	3	4	1	2	3	4
8	Manfaat dalam meningkatkan skala usaha	1	2	3	4	1	2	3	4
9	Kesesuaian materi pembinaan dibandingkan dengan kebutuhan	1	2	3	4	1	2	3	4
10	Kesesuaian saat pemberian pembinaan dibandingkan dengan kebutuhan	1	2	3	4	1	2	3	4
11	Materi yang diberikan	1	2	3	4	1	2	3	4
12	Kecukupan waktu pemberian pembinaan dibandingkan dengan kebutuhan	1	2	3	4	1	2	3	4
13	Instruktur yang memberikan materi	1	2	3	4	1	2	3	4



Apakah Anda pernah menerima pembinaan berupa promosi atau pameran?

- Jika Ya, silakan isi no 14 sampai dengan no. 17
- Jika tidak, silakan langsung ke bagian A2

**PEMBINAAN BERUPA PROMOSI ATAU PAMERAN**

No	PERNYATAAN	TINGKAT KEPENTINGAN				TINGKAT KEPUASAN			
		1	2	3	4	1	2	3	4
14	Jumlah transaksi pada saat pameran								
15	Pelanggan baru ( <i>network</i> ) yang diperoleh pada saat pameran								
16	Manfaat dalam meningkatkan skala usaha								
17	Jumlah pengunjung pameran di stand Saudara								

A2. Lingkari satu pilihan jawaban yang paling tepat dari setiap pertanyaan di bawah ini.

- Berapa kali Saudara mendapatkan pinjaman dari Program Kemitraan TELKOM?
  - 1 kali
  - 2 kali
  - 3 kali
  - Lebih dari 3 kali
- Selain pinjaman Program Kemitraan TELKOM, pinjaman yang Saudara dapatkan untuk pengembangan usaha saat ini didapat dari:
  - Bantuan pemerintah
  - Pinjaman koperasi
  - Pinjaman Bank
  - Pinjaman LSM
  - Tidak ada
  - Lainnya .....
- Pembinaan yang pernah Saudara terima (boleh lebih dari satu pilihan) :
  - Pelatihan
  - Pemagangan
  - Pendampingan
  - Promosi
  - Pameran
  - Riset
  - Tidak pernah
- Bentuk pembinaan yang Saudara butuhkan? (Berilah urutan 1, 2, 3, 4, 5 dan 6 terhadap bentuk pembinaan yang Saudara butuhkan, mulai dari yang terpenting untuk pilihan di bawah ini) :

Pilihan	Urutan
PELATIHAN	
PEMAGANGAN	
PENDAMPINGAN	
PROMOSI	
PAMERAN	
RISET	



5. Jenis pembinaan yang Saudara butuhkan? (Berilah urutan 1, 2, 3, 4, 5 dan 6 terhadap jenis pembinaan yang Saudara butuhkan, mulai dari yang terpenting untuk pilihan di bawah ini)

Pilihan	Urutan
Kewirausahaan/Teknik-teknik usaha	
Pembukuan sederhana	
Pemasaran	
Keterampilan Teknis	
Pengelolaan tenaga kerja	
Lainnya .....(menurut saudara)	

## B OPINI PELAYANAN TELKOM CDC

Tentukanlah satu angka yang menurut Saudara paling sesuai, tentang tingkat Kepentingan (harapan) dan tingkat Kepuasan (kenyataan) terhadap pernyataan-pernyataan mengenai Layanan Program Kemitraan PT TELKOM di bawah ini, dengan memberikan tanda ✓ pada salah satu kolom.

Tingkat Kepentingan

- 1: Sangat Tidak Penting
- 2: Tidak Penting
- 3: Penting
- 4: Sangat Penting

Tingkat Kepuasan

- 1: Sangat Tidak Puas
- 2: Tidak Puas
- 3: Puas
- 4: Sangat Puas

No	PERNYATAAN	TINGKAT KEPENTINGAN				TINGKAT KEPUASAN			
		1	2	3	4	1	2	3	4
1	Kecepatan Proses Persetujuan Pinjaman								
2	Kemudahan pembayaran angsuran pinjaman								
3	Kejelasan karyawan CDC Telkom dalam memberikan informasi								
4	Kepercayaan mitra binaan kepada karyawan CDC Telkom								
5	Lokasi kantor CDC Telkom yang mudah dijangkau								
6	Penampilan fisik ruangan kerja CDC Telkom								
7	Kenyamanan ruang pelayanan unit CDC Telkom								
8	Penampilan karyawan unit CDC Telkom dalam melayani Mitra Binaan								
9	Kemudahan menghubungi CDC Telkom								
10	Keramah-tamahan dan kesopanan karyawan CDC Telkom dalam memberi pelayanan								
11	Kepedulian CDC Telkom terhadap keinginan dan kebutuhan mitra binaan								
12	Kesigapan karyawan CDC Telkom dalam melayani mitra binaan								
13	Penanganan keluhan mitra binaan								
14	Kecepatan karyawan CDC Telkom dalam menangani administrasi								

**C EFEKTIVITAS PROGRAM PEMBINAAN KEMITRAAN**

Berikan tanda ✓ pada salah satu kolom yang paling sesuai dengan kondisi usaha Saudara setelah memperoleh pinjaman Program Kemitraan PT. Telkom.

No	Faktor Pertumbuhan	MENURUN					TETAP	MENINGKAT				
		Lebih dari 100%	76% sd 100%	51% sd 75%	26% sd 50%	1% sd 25%		1% sd 25%	26% sd 50%	51% sd 75%	76% sd 100%	Lebih dari 100%
1	Jumlah Produksi											
2	Jumlah Pendapatan											
3	Jumlah Keuntungan											
4	Jumlah Omset											
5	Jumlah Aset											
6	Jumlah Tabungan											
7	Jumlah Karyawan											
8	Luas/Jangkauan Pemasaran											

**D CITRA PERUSAHAAN (TELKOM)**

Lingkari pada jawaban yang Saudara anggap paling sesuai.

Apakah kesan saudara terhadap PT. Telkom ?

1. Telkom peduli kepada Usaha Kecil a. Ya b. Tidak
2. Telkom mendorong kemandirian usaha kecil a. Ya b. Tidak
3. Telkom turut serta meningkatkan ekonomi masyarakat a. Ya b. Tidak
4. Telkom peduli pada masyarakat a. Ya b. Tidak
5. Telkom perusahaan kebanggaan rakyat Indonesia a. Ya b. Tidak
6. Lainnya (menurut Saudara) .....

7. Setelah menerima pinjaman dari unit CDC TELKOM, maka Saudara akan melakukan hal-hal sebagai berikut (boleh memilih lebih dari satu pernyataan) :

- a. Menjaga aset/peralatan milik TELKOM yang ada di sekitar saudara (Misal: Menara / Telepon umum / Kabel Telepon, dll)
- b. Menggunakan produk-produk TELKOM
- c. Mendukung program-program untuk masyarakat yang dilakukan TELKOM
- d. Tidak peduli
- e. Lainnya (menurut Saudara).....

8. Bagaimana tindakan saudara jika mengetahui aset-aset milik TELKOM di lingkungan saudara dirusak oleh orang yang tidak bertanggung jawab?

- a. Mencegah
- b. Melapor ke pihak berwenang
- c. Tidak Peduli

9. Apakah Saudara menggunakan produk telekomunikasi selain produk PT. Telkom?
  - a. Ya
  - b. Tidak
  - c. Menggunakan produk Telkom dan selain Telkom
10. Bila Ya, produk telekomunikasi selain Telkom yang Saudara gunakan: .....
11. Produk Telkom yang Saudara gunakan (boleh lebih dari satu jawaban):
  - a. Telepon rumah
  - b. Flexi
  - c. Internet (Speedy dan Telkomnet Instan)
  - d. TELKOMSEL (Simpati, Halo, As, Flash)
12. Sebagai mitra binaan CDC Telkom, apakah Saudara memperoleh kemudahan dalam menggunakan produk Telkom?
  - a. Ya
  - b. Tidak

-----Terima kasih atas partisipasi dan waktu yang telah disediakan.-----

Saran / harapan untuk CDC Telkom

.....  
.....  
.....

Supervisor : .....

Surveyor : .....

Tanggal : .....

.....



## KUESIONER

**SURVEY IMPACT DAN EFEKTIVITAS KEGIATAN  
BINA LINGKUNGAN-2011**
**(Responden – MASYARAKAT SEKITAR PENERIMA BANTUAN)**

Jenis Kelamin : Laki-laki / Perempuan ( Pilih salah satu)  
 Umur : ..... Tahun  
 Pendidikan terakhir : Tidak tamat SD/ SD / SMP/ SMA/ Diploma / Sarjana  
 Pekerjaan : .....  
 Alamat & No.Telp : .....  
 Kota : .....

**A. Lingkarilah pilihan jawaban dari setiap pertanyaan di bawah ini.**

1. Apakah Saudara mengetahui adanya pemberian bantuan Bina Lingkungan dari TELKOM?
  - a. Ya, saya mengetahui
  - b. Tidak mengetahui sama sekali. *(Jika menjawab b, tidak perlu menjawab pertanyaan selanjutnya)*
2. Dari mana Saudara mengetahui adanya bantuan Bina Lingkungan TELKOM? *(Dapat memilih lebih dari satu jawaban)*
  - a. Karyawan TELKOM
  - b. Teman / Tetangga / Penerima bantuan
  - c. Pemda dan Instansi Terkait
  - d. Aparat lingkungan (RT/RW/Desa)/ Pemuka Agama
  - e. Kepala Sekolah atau Guru
  - f. Media (Koran, Televisi, Spanduk, Radio)
  - g. Lainnya, sebutkan.....
3. Bantuan Bina Lingkungan apa yang Saudara ketahui berasal dari TELKOM? *(Dapat memilih lebih dari satu jawaban)*
  - a. Bantuan Pendidikan
  - b. Bantuan Peningkatan Kesehatan
  - c. Bantuan Pembangunan Sarana dan Prasarana Umum
  - d. Bantuan Sarana ibadah
  - e. Bantuan Pelestarian Alam
4. Apakah Anda mengetahui tata cara pengajuan penerima bantuan Bina Lingkungan?
  - a. Ya
  - b. Tidak *(jika Saudara menjawab tidak, langsung ke no 6)*
5. Darimana Saudara mengetahui tata cara dan prosedur pengajuan penerima Bantuan Bina Lingkungan? *(Dapat memilih lebih dari satu jawaban)*
  - a. Karyawan TELKOM
  - b. Teman / Tetangga / Penerima bantuan
  - c. Pemda dan Instansi Terkait
  - d. Aparat lingkungan (RT/RW/Desa)/ Pemuka Agama
  - e. Kepala Sekolah atau Guru
  - f. Media (Koran, Televisi, Spanduk, Radio)
  - g. Lainnya, sebutkan.....
6. Sebaiknya tata cara dan prosedur pengajuan penerima bantuan Bina Lingkungan diberitahukan di:
  - a. Kantor TELKOM
  - b. Kantor perwakilan pemerintahan / aparat lingkungan
  - c. Media (Koran, Radio dan Televisi)
  - d. Lainnya, yaitu .....



**SURVEY IMPACT DAN EFEKTIVITAS KEGIATAN  
BINA LINGKUNGAN-2011**
**(Responden – MASYARAKAT SEKITAR PENERIMA BANTUAN)**

7. Apakah anda merasakan adanya manfaat dari bantuan Bina Lingkungan TELKOM?
  - a. Ya
  - b. Tidak
8. Apakah Saudara dilibatkan dalam pelaksanaan pemberian bantuan Bina Lingkungan TELKOM di lingkungan Saudara?
  - a. Ya
  - b. Tidak
9. Menurut Saudara, maksud TELKOM memberikan bantuan Bina Lingkungan adalah:
  - a. Wujud tanggung jawab sosial perusahaan
  - b. Merasa kasihan dengan beban yang sedang dihadapi masyarakat
  - c. Nilai tambah bagi masyarakat
  - d. Tumbuh dan berkembang bersama masyarakat
  - e. Tidak tahu
10. Berilah urutan (1, 2, 3, 4 atau 5) terhadap pilihan di bawah ini yang menurut Saudara lebih diutamakan untuk dibantu?

PILIHAN	URUTAN
PENDIDIKAN	
PENINGKATAN KESEHATAN	
PEMBANGUNAN SARANA DAN PRASARANA UMUM	
SARANA IBADAH	
PELESTARIAN ALAM	

11. Menurut Saudara, mengapa ada permohonan bantuan Bina Lingkungan yang tidak disetujui oleh TELKOM?
  - a. Karena dana yang tersedia terbatas
  - b. Karena ada orang lain yang lebih membutuhkan.
  - c. Karena peruntukannya kurang jelas.
  - d. Karena salah prosedur
  - e. Lainnya, sebutkan .....
12. Apa tindakan Saudara jika mengetahui peralatan milik TELKOM di lingkungan Saudara dirusak oleh orang yang tidak bertanggung jawab?
  - a. Mencegah
  - b. Melapor kepihak berwenang
  - c. Tidak Peduli
13. Apa saran Saudara untuk pemberian bantuan Bina Lingkungan TELKOM kedepannya?

.....

.....

.....

**B. Lingkari pilihan jawaban di bawah ini**

1. Kesan Saya terhadap TELKOM adalah:

- |   |       |          |
|---|-------|----------|
| a. TELKOM peduli kepada masyarakat                    | a. Ya | b. Tidak |
| b. TELKOM mempunyai tanggung jawab sosial yang tinggi | a. Ya | b. Tidak |
| c. TELKOM meningkatkan mutu pendidikan masyarakat     | a. Ya | b. Tidak |
| d. TELKOM meningkatkan kesehatan masyarakat           | a. Ya | b. Tidak |
| e. TELKOM meningkatkan fasilitas umum masyarakat      | a. Ya | b. Tidak |
| f. TELKOM meningkatkan kelestarian lingkungan         | a. Ya | b. Tidak |
| g. TELKOM meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat  | a. Ya | b. Tidak |
| h. TELKOM mendorong kemandirian masyarakat            | a. Ya | b. Tidak |
| i. TELKOM memperhatikan kebersamaan                   | a. Ya | b. Tidak |

Lingkari satu pilihan jawaban di bawah ini :

2. Pendapat Saya terhadap TELKOM, adalah:

- TELKOM peduli terhadap pendidikan
- TELKOM peduli terhadap peningkatan kesehatan masyarakat
- TELKOM peduli terhadap peningkatan sarana dan prasarana umum
- TELKOM peduli terhadap sarana ibadah
- TELKOM peduli terhadap Pelestarian Alam
- TELKOM peduli terhadap butir a, b, c, d dan e

Terima kasih atas partisipasi dan waktu yang telah disediakan

Surveyor: .....

Supervisor: .....

Tanggal: .....

Catatan Surveyor:

.....  
.....

Jenis Kelamin : Laki-laki / Perempuan ( Pilih salah satu )  
 Umur : ..... Tahun  
 Tingkat Pendidikan : Tidak tamat SD / SD / SMP/ SMA/ Diploma / Sarjana  
 Pekerjaan : .....  
 Alamat & No.Telp : .....  
 Kota : .....

**A.1. Pilihlah satu jawaban dari pernyataan berikut dengan memberi tanda (V) pada kolom Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kepuasan**

- 1 : Sangat Tidak Penting  
 2 : Tidak Penting  
 3 : Penting  
 4 : Sangat Penting

NO	PERNYATAAN	SIKAP SAUDARA							
		TINGKAT KEPENTINGAN				TINGKAT KEPUASAN			
		1	2	3	4	1	2	3	4
1	Jumlah bantuan memenuhi kebutuhan				✓			✓	
2	Bantuan yang diberikan sangat bermanfaat								
3	Bantuan yang diberikan dapat meningkatkan taraf hidup menjadi lebih baik								
4	Bantuan yang diberikan sesuai dengan harapan								
5	Pemberian bantuan dilakukan secara tepat waktu								
6	Permohonan yang diajukan cepat diproses oleh TELKOM								
7	Karyawan TELKOM melayani dengan Ramah								
8	TELKOM memberi penjelasan yang cukup tentang cara pengajuan bantuan								

**A.2. Lingkarilah pilihan jawaban dari setiap pertanyaan di bawah ini.**

Menurut Saudara, pemberian bantuan Bina Lingkungan sebaiknya diberikan dalam bentuk apa?

- a. Barang
- b. Uang

**B. Lingkarilah pilihan jawaban dari setiap pertanyaan di bawah ini.**

1. Dari mana Saudara mengetahui adanya bantuan Bina Lingkungan TELKOM? *(Dapat memilih lebih dari satu jawaban)*
  - a. Karyawan TELKOM
  - b. Teman / Tetangga / Penerima bantuan
  - c. Pemda dan Instansi terkait
  - d. Aparat lingkungan(RT/RW/Desa)/ Pemuka Agama
  - e. Kepala Sekolah atau Guru
  - f. Media (Koran, Televisi, Spanduk, Radio)
  - g. Lainnya, sebutkan.....
2. Berapa kali Saudara menerima bantuan Bina Lingkungan dari TELKOM?
  - a. 1 kali
  - b. 2 kali
  - c. 3 kali
  - d. 4 kali atau lebih
3. Menurut Saudara, maksud TELKOM Memberi bantuan Bina Lingkungan, adalah: *(Dapat memilih lebih dari satu jawaban)*
  - a. Wujud tanggung jawab sosial perusahaan
  - b. Merasa kasihan dengan beban yang sedang dihadapi masyarakat
  - c. Nilai tambah bagi masyarakat
  - d. Tumbuh dan berkembang bersama masyarakat
  - e. Tidak tahu
4. Bantuan Bina Lingkungan yang diberikan TELKOM digunakan untuk apa? *(Dapat memilih lebih dari satu jawaban)*
  - a. Membeli buku dan peralatan sekolah
  - b. Membeli alat-alat penunjang sarana ibadah
  - c. Membeli kebutuhan sembako
  - d. Memperbaiki fasilitas umum yang sudah rusak
  - e. Pengobatan
  - f. Pelestarian Alam
  - g. Lain-lain.(sebutkan).....



5. Berilah urutan (1, 2 atau 3) terhadap pilihan di bawah ini, yang akan saudara lakukan dengan telah diterimanya bantuan Bina Lingkungan TELKOM

PILIHAN	URUTAN
Menggunakan produk/jasa yang dimiliki TELKOM	1
Menjaga aset/peralatan milik TELKOM yang ada di sekitar Saudara (Misal: Menara / Telepon umum / Kabel Telepon, dll )	
Mendukung program sosial yang dilakukan TELKOM	

6. Apa tindakan Saudara jika mengetahui peralatan milik TELKOM di lingkungan Saudara dirusak oleh orang yang tidak bertanggung jawab?
- Mencegah
  - Melapor ke pihak berwenang
  - Tidak Peduli
7. Dalam hal penggunaan dana bantuan Bina Lingkungan dari TELKOM, apakah melibatkan masyarakat?
- Ya
  - Tidak
8. Apakah bantuan Bina Lingkungan yang diterima telah sesuai dengan permohonan Saudara?
- Ya *(Jika menjawab ya, langsung ke nomor 10)*
  - Tidak
9. Menurut Saudara, penyebab utama bantuan Bina Lingkungan yang diterima tidak sesuai dengan permohonan yang diajukan, adalah :
- Dana yang tersedia terbatas
  - Ada orang lain yang lebih membutuhkan.
  - Peruntukannya kurang jelas.
  - Lainnya, sebutkan.....
10. Berilah urutan (1, 2, 3, 4, atau 5) terhadap pilihan di bawah ini yang menurut Saudara lebih diutamakan untuk dibantu?

PILIHAN	URUTAN
PENDIDIKAN DAN PELATIHAN	
PENINGKATAN KESEHATAN MASYARAKAT	
PEMBANGUNAN SARANA DAN PRASARANA UMUM	
PEMBANGUNAN SARANA IBADAH	
PELESTARIAN ALAM	

11. Menurut Saudara, bantuan bidang sosial apa saja yang harus dilakukan TELKOM? (boleh memilih lebih dari satu jawaban)
- a. Beasiswa pendidikan
  - b. Sekolah binaan
  - c. Pembangunan dan perbaikan sarana fisik sekolah
  - d. Pendidikan dan pelatihan teknologi informasi (komputer, internet dan lain-lain)
  - e. Pelayanan dan kampanye kesehatan
  - f. Pembangunan dan perbaikan sarana umum
  - g. Pembangunan dan perbaikan sarana ibadah
  - h. Pelestarian bidang budaya
  - i. Pembinaan bidang Olah Raga
12. Menurut Saudara, bantuan bidang lingkungan apa saja yang harus dilakukan TELKOM? (boleh memilih lebih dari satu jawaban)
- a. Pembinaan dan kampanye lingkungan hidup
  - b. Pengelolaan lingkungan fisik agar terlihat lebih asri
  - c. Pengelolaan limbah
  - d. Pembangunan sarana air bersih
  - e. Peningkatan kesehatan lingkungan (sanitasi)
  - f. Penghijauan
13. Menurut Saudara, siapa yang harus terlibat secara langsung dalam pelaksanaan bantuan Bina Lingkungan TELKOM?
- a. TELKOM bekerja sama dengan pihak lain (Institusi pendidikan/LSM)
  - b. Yayasan milik TELKOM
  - c. Pihak lain (Institusi pendidikan/LSM)
14. Apa saran Saudara untuk pelaksanaan pemberian bantuan Bina Lingkungan TELKOM kedepannya?
- .....
- .....
- .....

C. Lingkarilah satu angka sebagai nilai yang menurut Saudara paling sesuai, pertanyaan nomor 1 s/d 4 diisi penerima bantuan di semua objek bantuan sedangkan pertanyaan nomor 5 s/d 8 diisi sesuai dengan objek bantuan yang Saudara terima (tidak perlu mengisi pertanyaan untuk jenis bantuan yang lain)

Dengan adanya bantuan dari TELKOM, maka.....

1. Saya bersedia membantu masyarakat sekitar

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

2. Saya merasa bertanggung jawab untuk memajukan masyarakat

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

3. Saya ingin menjadi lebih bermanfaat bagi masyarakat

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

4. Saya berhasil meningkatkan kualitas hidup

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

#### PENDIDIKAN

Dengan adanya bantuan dari TELKOM, bidang Pendidikan maka.....

5. Saya akan memanfaatkan bantuan pendidikan dengan sebaik-baiknya

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

6. Saya merasa bertanggung jawab terhadap pendidikan masyarakat

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

7. Saya ingin meningkatkan pengetahuan / mutu pendidikan

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

8. Dengan adanya program BL bidang pendidikan Pengetahuan dan mutu pendidikan saya bertambah :

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

**KESEHATAN**

Dengan adanya bantuan dari TELKOM, bidang Kesehatan maka.....

9. Saya akan memanfaatkan fasilitas kesehatan dengan sebaik-baiknya

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

10. Saya merasa bertanggung jawab terhadap kesehatan masyarakat

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

11. Saya ingin menjalani hidup yang lebih sehat

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

12. Saya berhasil meningkatkan mutu kesehatan

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

**SARANA UMUM**

Dengan adanya bantuan dari TELKOM, bidang Sarana Umum maka.....

13. Saya akan memanfaatkan fasilitas umum :

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

14. Saya merasa bertanggung jawab terhadap fasilitas umum

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

15. Saya menginginkan adanya peningkatan fasilitas umum

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

16. Bantuan fasilitas umum dari TELKOM mempermudah kegiatan Saya

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

**SARANA IBADAH**

Dengan adanya bantuan dari TELKOM, bidang Sarana Ibadah maka.....

17. Saya akan memanfaatkan sarana ibadah :

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

18. Saya merasa bertanggung jawab terhadap sarana ibadah

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

19. Saya menginginkan adanya peningkatan sarana ibadah

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

20. Saya mampu meningkatkan ibadah

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

**PELESTARIAN ALAM**

Dengan adanya bantuan dari TELKOM, bidang Pelestarian Alam maka.....

21. Saya akan melestarikan Alam sekitar :

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

22. Menurut Saya kepentingan pelestarian Alam :

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

23. Saya menginginkan adanya peningkatan pelestarian Alam :

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

24. Kepedulian saya terhadap pelestarian Alam meningkat :

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----



**D.1. Lingkari Pilihan Jawaban di Bawah Ini**

Kesan Saya terhadap Layanan CDC adalah:

- |  |       |          |
|--|-------|----------|
| 1. Jumlah bantuan yang diberikan sudah mencukupi kebutuhan | a. Ya | b. Tidak |
| 2. Bentuk bantuan sudah sesuai dengan yang dibutuhkan      | a. Ya | b. Tidak |
| 3. Adanya kejelasan informasi untuk mendapatkan bantuan    | a. Ya | b. Tidak |
| 4. Bantuan disalurkan secara cepat dan tepat waktu         | a. Ya | b. Tidak |
| 5. Karyawan selalu ada untuk melayani pemohon bantuan      | a. Ya | b. Tidak |
| 6. Fasilitas yang disediakan nyaman dan lengkap            | a. Ya | b. Tidak |
| 7. Karyawan melayani pemohon bantuan dengan ramah/baik     | a. Ya | b. Tidak |
| 8. Karyawan mudah dihubungi oleh pemohon bantuan           | a. Ya | b. Tidak |
| 9. Permohonan cepat diproses                               | a. Ya | b. Tidak |

**D.2. Lingkari pilihan jawaban di bawah ini :**

- |   |       |          |
|---|-------|----------|
| 1. Kesan Saya terhadap TELKOM adalah:                 |       |          |
| a. TELKOM peduli kepada masyarakat                    | a. Ya | b. Tidak |
| b. TELKOM mempunyai tanggung jawab sosial yang tinggi | a. Ya | b. Tidak |
| c. TELKOM meningkatkan mutu pendidikan masyarakat     | a. Ya | b. Tidak |
| d. TELKOM meningkatkan kesehatan masyarakat           | a. Ya | b. Tidak |
| e. TELKOM meningkatkan fasilitas umum masyarakat      | a. Ya | b. Tidak |
| f. TELKOM meningkatkan kelestarian lingkungan         | a. Ya | b. Tidak |
| g. TELKOM meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat  | a. Ya | b. Tidak |
| h. TELKOM mendorong kemandirian masyarakat            | a. Ya | b. Tidak |
| i. TELKOM memperhatikan kebersamaan                   | a. Ya | b. Tidak |

**Lingkari satu pilihan jawaban di bawah ini :**

2. Kepedulian TELKOM terhadap masyarakat, menurut pemahaman Saya, adalah:
- Peduli terhadap bencana alam
  - Peduli terhadap pendidikan
  - Peduli terhadap peningkatan kesehatan masyarakat
  - Peduli terhadap peningkatan sarana dan prasarana umum
  - Peduli terhadap sarana ibadah
  - Peduli terhadap pelestarian Alam
  - Peduli terhadap butir a, b, c, d, e dan f

Terima kasih atas partisipasi dan waktu yang telah disediakan.

Surveyor: .....	Supervisor: .....
Catatan	
Surveyor: .....	
.....	