

**PEMBINAAN USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) OLEH
HYPERMART BERBASIS PROGRAM KEMITRAAN KOTA PALANGKA RAYA**

SKRIPSI

Disusun Untuk Melengkapi dan Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syariah



Oleh

Gusti Muhammad Ferry Firdaus

NIM : 141212 0387

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALANGKA RAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN EKONOMI ISLAM
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH (ESY)
TAHUN 2018 M / 1439 H**

PERSETUJUAN SKRIPSI

JUDUL : **PEMBINAAN USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) OLEH HYPERMART BERBASIS PROGRAM KEMITRAAN KOTA PALANGKA RAYA**

NAMA : GUSTI MUHAMMAD FERRY FIRDAUS

NIM : 1412120387

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

JURUSAN : EKONOMI ISLAM

PROGRAM STUDI : EKONOMI SYARIAH

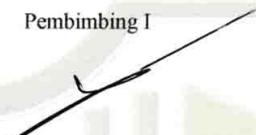
JENJANG : STRATA SATU (S1)

Palangka Raya, Mei 2018

Menyetujui

Pembimbing I

Pembimbing II

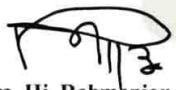

Dr. Ahmad Dakhoir, S.HI, M.HI
NIP. 198207072006041003


M. Riza Hafizi, Msc
NIP. 198806172016092422

Mengetahui

Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam

Ketua Program Studi
Ekonomi Syariah


Dra. Hj. Rahmianar, M.SI
NIP. 195406301981032001


Itsla Yunisva Aviva, M.E.Sy
NIP. 198910102015032012

NOTA DINAS

Hal : **Mohon Diuji Skripsi**
Saudara Gusti Muhammad
Ferry Firdaus

Palangka Raya, Mei2018

Kepada
Yth. Ketua Panitia Ujian Skripsi
IAIN Palangka Raya
Di-
Palangka Raya

Assalamualaikum Warrahmatullahi Wabarrakatu

Setelah membaca, memeriksa, dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa Skripsi saudara :

Nama : **GUSTI MUHAMMAD FERRY FIRDAUS**

Nim : **1412120387**

Judul : **PEMBINAAN USAHA MIKRO, KECIL, DAN
MENENGAH (UMKM) OLEH HYPERMART BERBASIS
PROGRAM KEMITRAAN KOTA PALANGKA RAYA**

Sudah dapat diujikan untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi.

Demikian atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Warrahmatullah Wabarrakatu

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Ahmad Dakhoir, S.HI, M.HI
NIP. 198207072006041003


M. Riza Hafizi, Msc
NIP. 198806172016092422

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul **PEMBINAAN USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) OLEH HYPERMART BERBASIS PROGRAM KEMITRAAN KOTA PALANGKA RAYA** Oleh Gusti Muhammad Ferry Firdaus NIM: 1412120387 telah *dimunaqasyahkan* Tim *Munaqasyah* Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 24 Mei 2018

Palangka Raya, April 2018

Tim Penguji:

1. **DRA.HJ. RAHMANIAR, M.SI.**
Ketua Sidang/Penguji

(.....)

2. **ENRIKO TEDJA S.M.SI.**
Penguji I

(.....)

3. **DR. AHMAD DAKHOIR, S.HI, M.HI**
Penguji II

(.....)

4. **M. RIZA HAFIZI, M.Sc**
Sekretaris/Penguji

(.....)

Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam

(.....)
DRA.HJ. RAHMANIAR, M.SI.
NIP. 19540630 198103 2 001

PEMBINAAN USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) OLEH HYPERMART BERBASIS PROGRAM KEMITRAAN KOTA PALANGKA RAYA

ABSTRAK

Oleh GUSTI MUHAMMAD FERRY FIRDAUS

Peraturan dalam undang-undang Nomor 7 Tahun 2014, perlunya kemitraan antara usaha besar dan koperasi, usaha mikro, kecil, dan menengah, serta Pemerintah dan Pada Undang-undang yang sama pun, perlunya upaya pengembangan yang dilakukan oleh Pemerintah, Pemerintah daerah, Dunia usaha, dan masyarakat untuk memberdayakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah melalui pemberian fasilitas, bimbingan, pendampingan, dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan dan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Sayangnya, di Kota Palangka Raya masih minimnya atau belum optimalnya akan Pemberdayaan untuk pelaku UMKM Palangka Raya dari Dunia Usaha yang besar seperti Hypermart. Maka, penelitian ini memiliki tujuan Untuk menganalisis implementasi program pembinaan UMKM melalui program kemitraan dengan pasar modern di Palangka Raya dan untuk menganalisis pembinaan UMKM oleh Hypermart di Kota Palangka Raya. Dengan rumusan masalah : (1) Bagaimana implementasi Program Kemitraan terhadap UMKM oleh ritel modern di Palangka Raya ? ; (2) Bagaimana pembinaan UMKM oleh Hypermart di Palangka Raya ?

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan menggunakan pendekatan Kualitatif deskriptif. Sumber data pada penelitian ini yaitu Dinas Koperasi dan UKM, Pelaku UMKM, dan Laporan Survey Hypermart. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan Observasi, Wawancara, dan Dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan Hypermart dalam melaksanakan program kemitraan masih berupa bentuk Konsinyasi sama seperti halnya yang dilakukan oleh ritel modern lainnya yaitu Indomaret. Pemberdayaan UMKM dalam bentuk pembinaan oleh Hypermart masih belum berjalan optimal hingga saat ini. Pemberdayaan dalam bentuk pembinaan terhadap UMKM sementara masih dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UKM dan Telkom.

Kata Kunci : Pembinaan, Program Kemitraan, Hypermart, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

THE COACHING OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES THROUGH PARTNERSHIP PROGRAM-BASED CONDUCTED BY HYPERMART IN PALANGKA RAYA

ABSTRACT

By **GUSTI MUHAMMAD FERRY FIRDAUS**

The urgency of the arrangement partnerships between big businesses and cooperatives, micro, small and medium-sized enterprises (SMEs), as well as the Government has enacted on the law No. 7 of 2014. In the same law, it is also necessary for development efforts to be undertaken by the central and local government, the corporate world and communities to empower small and medium-sized enterprises (SMEs) by providing facilities, coaching, mentoring, and supporting reinforcement in order to grow and enhance the capabilities and competitiveness of the SMEs. Unfortunately, it is not all of the large enterprises empower the SMEs such as Hypermart in Palangka Raya. Therefore, the researcher attempted to analyze the implementation of MSEs development through partnership program with the modern market and Hypermart. The research problems were formulated as in follow: (1) How is the implementation of the Partnership Program toward SMEs conducted by modern retail in Palangka Raya?; (2) How is the empowerment program toward SMEs conducted by Hypermart in Palangka Raya?

This study was kind of a field research by using descriptive qualitative approach. In the meantime, the data was collected from the Department of Cooperatives and SMEs, Actors of SMEs, and the Survey Report of Hypermart. Data collection techniques were undertaken by conducting observation, interview, and documentation.

The results findings revealed that the implementation of the partnership program was still in a form of Consignment and un-optimal that same as done by other modern retail namely Indomaret. Empowerment in the form of guidance toward SMEs still being conducted tentatively by the Department of Cooperatives and SMEs and Telkom.

Keywords: Development, Partnership Program, Hypermart, Micro, Small and Medium-sized enterprises.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warrahmatullahi Wabarrakatu

Puji syukur penulis haturkan kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang hanya kepada-Nya pula kita memohon pertolongan, atas limpahan taufiq, rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ **PEMBINAAN USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH OLEH HYPERMART BERBASIS PROGRAM KEMITRAAN KOTA PALANGKA RAYA**” dengan lancar. Shalawat serta salam kepada Nabi Muhammad Shallahu Alaihi Wassalam , beserta para Keluarga dan Sahabat serta seluruh pengikut Beliau.

Skripsi ini dikerjakan demi melengkapi dan memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi. Skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ayah dan Ibu peneliti yang selalu mendoakan untuk kelancaran selama perkuliahan dan penyusunan skripsi hingga selesai.
2. Bapak Dr. Ibnu Elmi AS Pelu, SH. MH. Selaku rektor IAIN Palangka Raya
3. Ibu Dra. Hj. Rahmaniar, M.S.I selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di IAIN Palangka Raya sekaligus sebagai Ketua sidang.
4. Bapak Enriko, S.Th.I selaku dosen Pembimbing akademik selama menjalani perkuliahan juga sebagai Penguji I.
5. Bapak Dr. Ahmad Dakhoir, M.HI, Sebagai Penguji II dan juga sebagai dosen pembimbing I yang selalu bersedia meluangkan waktu untuk banyak memberikan arahan, saran, kritik, dan memberikan solusi selama penelitian ini.
6. Bapak Riza Hafizi Sebagai Sekretaris Sidang dan juga sebagai dosen pembimbing II yang juga selalu bersedia meluangkan waktu untuk banyak memberikan arahan, saran, kritik, dan memberikan solusi selama penelitian ini.
7. Para Pelaku UMKM kota Palangka Raya yang bersedia menjadi responden dalam penelitian ini Ibu Ifa, Bapak Daryono, dan Ibu Mulyana.
8. Kepala Dinas dan Staff Dinas Koperasi dan UKM Kota Palangka Raya yang bersedia menjadi responden dan memberikan informasi-informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

9. Semua teman-teman dan berbagai pihak lainnya yang selalu memberikan semangat dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai.

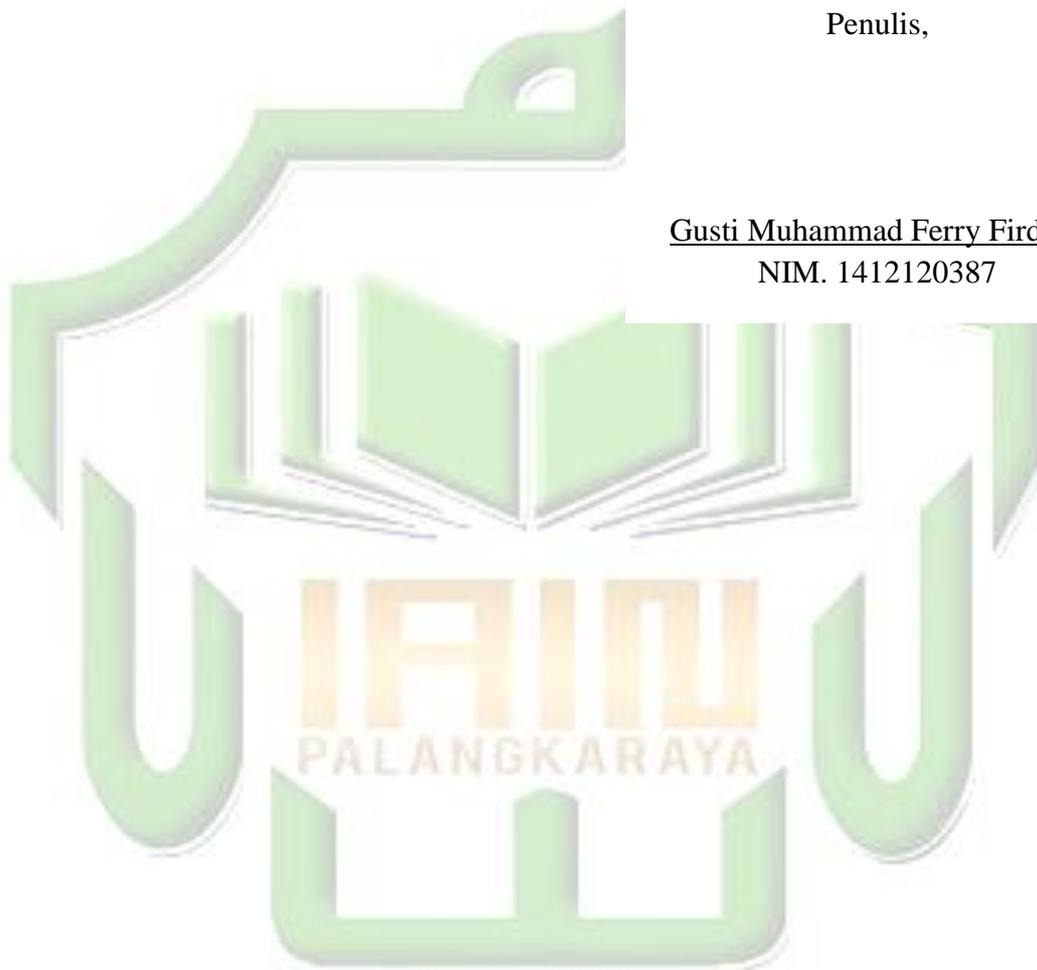
Semoga Allah Subhanallahu Wa Ta'ala melimpahkan rahmat dan karuni-Nya kepada semua pihak yang telah mendukung dalam penyusunan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat untuk dunia pendidikan dan masyarakat Kota Palangka Raya.

Palangka Raya, Mei 2018

Penulis,

Gusti Muhammad Ferry Firdaus

NIM. 1412120387



PERNYATAAN ORISINALITAS

Bismillahirrahmanirohim

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul **“PEMBINAAN USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) OLEH HYPERMART BERBASIS PROGRAM KEMITRAAN KOTA PALANGKA RAYA”** benar karya ilmiah saya sendiri dan bukan hasil menjiplak dari karya orang lain dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan.

Jika dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran, maka saya siap menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Palangka Raya, Mei 2018

Penulis,



Gusti Muhammad Ferry Firdaus

NIM. 1412120387

MOTTO

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ

“Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebaikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran.” (Qs Al-Maidah [5]: 2)



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut daftar huruf Arab tersebut dan transliterasinya dengan huruf latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	b	Be
ت	Ta	t	Te
ث	Śa	ś	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	j	Je
ح	ħa	ħ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	kh	ka dan ha
د	Dal	d	De
ذ	Żal	ż	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	r	Er
ز	Zai	z	Zet
س	Sin	s	Es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	şad	ş	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	Koma terbalik di atas
غ	Gain	g	Ge
ف	Fa	f	Ef
ق	Qaf	q	Ki
ك	Kaf	k	Ka
ل	Lam	l	El
م	Mim	m	Em
ن	Nun	n	En
و	Wau	w	We
ه	Ha	h	Ha

ء	Hamzah	...’...	Apostrof
ي	Ya	y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

1. Vokal Tunggal

Vokal Tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
---◌---	Fathah	A	A
---◌---	Kasroh	I	I
---◌---	Dhommah	U	U

Contoh:

كُتِبَ : kataba

يَذْهَبُ : yazhabu

ذُكِرَ : zukira

سُئِلَ : su’ila

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf	Nama
يَ◌-	Fathah dan ya	Ai	a dan i
وَ◌-	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : kaifa

هَوَّلَ : haula

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ-آ-إ-أ-ى	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
ي-إِ-ي	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
و-أُ-و	Ḍhommah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

قَالَ : qāla

رَمَى : ramā

قِيلَ : qīla

يُقُولُ : yaqūlu

D. Ta Marbuṭah

Transliterasi untuk *ta marbuṭah* ada dua, yaitu:

1. Ta Marbuṭah hidup

Ta marbuṭah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan ḍamah, transliterasinya adalah /t/.

2. Ta Marbuṭah mati

Ta marbuṭah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *ta marbuṭah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *ta marbuṭah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : rauḍah al-aṭfāl

rauḍatul-aṭfāl

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ : al-Madīnah al-Munawwarah

al-Madīnatul-Munawwarah

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *Syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu:

Contoh:

رَبَّنَا : rabbanā
الْبِرِّ : al-birr

نَزَّلَ : nazzala
الْحَجُّ : al-h}ajju

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ال. Namun, dalam transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *Syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *Qamariah*.

1. Kata sandang yang diikuti oleh huruf *Syamsiah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *Syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti oleh huruf *Qamariah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *Qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik yang diikuti huruf *Syamsiah* maupun huruf *Qamariah*, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sambung/hubung.

Contoh:

الرَّجُلُ : ar-rajulu

الْقَلَمُ : al-qalamu

G. Hamzah (ء)

Telah dinyatakan di atas di dalam Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa *hamzah*(ء)ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan di akhir kata.

Bila *hamzah* (ء)itu terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

Hamzah di awal:

أَمِرْتُ : umirtu

أَكَلَ : akala

Hamzah di tengah:

تَأْخُذُونَ : ta'khuzūna

تَأْكُلُونَ : ta'kulūna

Hamzah di akhir:

شَيْءٌ : syai'un

النَّوْءُ : an-nau'u

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasinya ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah per kata dan bisa pula dirangkaikan.

Contoh:

فَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ : Fa aufū al-kaila wa al-mīzāna
Fa aufūl-kaila wal-mīzāna

بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَمُرْسَاهَا : Bismillāhi majrēhā wa mursāhā

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasinya ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ
شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ

: Wa mā Muḥammadun illā rasūl
: Syahru Ramaḍāna al-laẓī unzila fīhi al-
Qur'anu

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

نَصْرُ مِنَ اللَّهِ وَفَتْحٌ قَرِيبٌ : Naṣrum minallāhi wa fathun qarīb
لِللَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعًا : Lillāhi al-amru jamī'an
Lillāhi amru jamī'an

Sumber : Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Skripsi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Palangka Raya*, Palangka Raya: STAIN Palangka Raya Press, 2007.



DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
NOTA DINAS.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
PERNYATAAN ORISINALITAS	Error! Bookmark not defined.
MOTTO	ix
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	x
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR SINGKATAN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian	8
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian.....	8
E. Manfaat Penelitian.....	8
F. Sistematika Penulisan.....	9
BAB II KAJIAN TEORI.....	11
A. Penelitian Terdahulu	11
B. Konsep Kemitraan.....	16
1. Kemitraan Secara Umum.....	16
2. Kemitraan Dalam Pandangan Islam.....	19
C. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)	21
D. Konsep Pembinaan UMKM	23
1. Pembinaan dan Pendampingan UMKM	23
2. Program Kemitraan.....	31
2.1 Manfaat Program Kemitraan.....	35
2.2 Landasan Hukum Program Kemitraan.....	40

2.3 Pola Kemitraan Berdasarkan Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 ..	42
F. Konsep Toko Modern.....	47
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	50
A. Jenis Penelitian dan Pendekatan.....	50
B. Tempat dan Waktu Penelitian	50
C. Sumber Data	51
D. Subjek dan Objek Penelitian	52
E. Teknik Pengumpulan Data	52
F. Teknik Analisis Data	53
G. Keabsahan Data.....	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	56
A. UMKM di Kota Palangka Raya	56
B. Profil Hypermart	59
C. Implementasi Program Kemitraan terhadap UMKM oleh Hypermart.....	60
1. Program Kemitraan yang berjalan bersifat Konsinyasi	62
2. Prosedur Kemitraan	65
3. Kerjasama antara Hypermart dengan Pemerintah Kota untuk memberdayakan UMKM	70
D. Pembinaan UMKM oleh Hypermart	71
1. Pembinaan Oleh Hypermart.....	72
2. Tanggung Jawab Sosial.....	76
BAB V PENUTUP	82
A. Kesimpulan.....	82
B. Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN FOTO	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN WAWANCARA	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Persamaan dan Perbedaan dengan penelitian terdahulu.....	14
Tabel 2.2 Bentuk Kemitraan BUMN.....	34
Tabel 2.3 Manfaat Program Kemitraan.....	39
Tabel 3 Bentuk Kemitraan Yang Terlaksana.....	75



DAFTAR SINGKATAN

UMKM	: Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah
CSR	: <i>Corporate Social Responsibility</i>
UKM	: Usaha Kecil Menengah
SDM	: Sumber Daya Manusia
BUMN	: Badan Usaha Milik Negara
UK	: Usaha Kecil
FMCG	: <i>Fast Moving Consumer Goods</i>
DISPERINDAG	: Dinas Perindustrian dan Perdagangan



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dimasa sekarang ini sudah banyak merambat para pelaku usaha lokal disetiap daerah yang ada di Indonesia. Para pelaku usaha tersebut yang sudah lama pun hingga kini masih ada yang tetap berjalan dengan usaha yang gelutinya. Usaha lokal ini sering disebut dengan Usaha Kecil, Mikro, dan Menengah (UMKM). Menurut Marhadi dalam penelitian Ade syafitri, menjelaskan bahwa usaha kecil dan menengah adalah usaha yang sebagian besar dilakukan oleh rakyat banyak dan hasil usaha tersebut dibutuhkan oleh rakyat itu sendiri. Mereka membentuk usahanya dengan modal sendiri atau orang lain untuk memenuhi kebutuhan sendiri maupun orang lain yang mendapatkan *revenue* dari usahanya.¹

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah sebuah usaha ekonomi produktif yang memiliki jumlah kekayaan dan penjualan tahunan tertentu dan hal tersebut diatur dalam Undang-undang untuk menentukan kategori usaha tersebut. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) telah menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia. Sejarah membuktikan, ketika terjadi krisis moneter di tahun 1997 banyak usaha besar yang tumbang karena dihantam

¹ Ade Syafitri. *Pelaksanaan Pembinaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Dalam Program Kemitraan Sebagai Wujud Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility) (Studi Kasus Mitra Binaan PT. Telkom Indonesia , Tbk Divisi Area II Jakarta-Banten)*. Depok : Universitas Indonesia. 2012, hlm 20.

krisis tersebut, namun UMKM tetap eksis dan menopang kelanjutan perekonomian Indonesia.²

Pada penelitian Ade Syafitri, Marhadi menjelaskan bahwa usaha kecil dan menengah merupakan usaha rakyat yang memiliki daya tampung yang besar dan relatif dapat diusakan oleh semua strata ekonomi karena sifatnya yang terjangkau oleh masyarakat yang baru memulai berwiraswasta serta berpendidikan kecil menengah. Selain itu, peran pasar domestik yang dominan membuat usaha rakyat memiliki ketahanan yang tinggi terhadap perkembangan maupun perubahan pasar dalam negeri. Sehingga usaha kecil tersebut dapat bertahan dari goncangan krisis sekalipun.³

Pelaku ekonomi dalam konteks Indonesia terdiri dari tiga pilar utama, yakni BUMN, Koperasi dan Swasta (UKM dan Nasional). Dan kenyataannya peranan BUMN dan Koperasi, selama ini terlihat kurang begitu diperhatikan dalam struktur ekonomi nasional, sehingga kondisi ini sering kali menimbulkan beban ekonomi yang pincang. Hal ini terbukti ketika beberapa negara Asia diterpa krisis akibat fluktuasi nilai tukar uang, Indonesia-lah yang paling parah mengalami keterpurukan. Kondisi ini lebih disebabkan beban hutang yang besar yang dilakukan oleh swasta telah memberikan kontribusi yang besar terhadap ambruknya perekonomian nasional.

² Nabilla Ghassani. *Kemitraan Pengembangan UMKM (Studi Deskriptif Tentang Kemitraan PT. PJB (Pembangkit Jawa Bali) Unit Gresik Pengembangan UMKM Kabupaten Gresik)*. Kebijakan dan Manajemen Publik. Volume 3, Nomor 2, Mei-Agustus 2015. hlm.,142

³ Ade Syafitri. *Pelaksanaan Pembinaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Dalam Program Kemitraan Sebagai Wujud Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility) (Studi Kasus Mitra Binaan PT. Telkom Indonesia , Tbk Divisi Area II Jakarta-Banten)*. Depok : Universitas Indonesia. 2012, hlm.,20-21.

Perihal memberikan kesempatan yang berimbang kepada ketiga pelaku ekonomi dalam pengelolaan perekonomian nasional, pemerintah telah mengeluarkan kebijakan berbentuk program kemitraan yaitu pembinaan dan pemberian kredit murah untuk modal kerja UKM.⁴ Mahardi pun menjelaskan dalam penelitian Ade Syafitri, terdapat beberapa faktor eksternal yang mempengaruhi perkembangan industri kecil menengah, diantaranya sangat terbatasnya fasilitas dalam mengembangkan akses pasar bagi produk-produk industri kecil menengah, kurangnya keterpaduan kebijakan, konsisten, serta komitmen dari para pembuat keputusan dalam mengembangkan usaha kecil dan menengah, terbatasnya dukungan dari lembaga keuangan dalam memberikan pinjaman lunak, belum meluasnya sikap keberpihakan konsumen dalam negeri untuk memilih produk dalam negeri, belum memadainya dukungan infrastruktur terhadap sentra-sentra produksi industri kecil menengah seperti dalam hal lahan, listrik, komunikasi, penampungan limbah yang tidak membahayakan lingkungan, serta lemahnya kemitraan dan solidaritas pengusaha besar terhadap pengusaha kecil sehingga tidak terciptanya keterkaitan industri antara industri besar dan industri kecil menengah.⁵

Melihat dari beberapa faktor yang menjadi masalah dalam usaha kecil Menengah, terdapat satu faktor yang memang sering menjadi permasalahan dalam usaha kecil dan menengah, yaitu lemahnya program pembinaan dan

⁴ Ahmad Tobari. *Pemberdayaan Usaha Kecil Melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) Studi pada Program Kemitraan Perum Perumnas Regional VI Surabaya*. Surabaya : Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, 2010. hlm.,2

⁵ Ade Syafitri. *Pelaksanaan Pembinaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Dalam Program Kemitraan Sebagai Wujud Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility) (Studi Kasus Mitra Binaan PT. Telkom Indonesia , Tbk Divisi Area II Jakarta-Banten)*. Depok : Universitas Indonesia. 2012, hlm.,21.

kemitraan antara pengusaha atau perusahaan besar dengan industri kecil menengah. Pembinaan dan kemitraan antara perusahaan besar dan industri kecil harus ditingkatkan dan dioptimalkan terus menerus karena akan memberikan dampak positif antara kedua industri tersebut serta membantu pembangunan ekonomi.

Bentuk kemitraan ini pun sebenarnya merupakan Implementasi Tanggung Jawab Sosial dari suatu perusahaan atau lebih dikenal *Corporate Social Responsibility (CSR)*. CSR merupakan komitmen usaha untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk meningkatkan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya, komunitas lokal, dan komunitas luas. Konsep CSR melibatkan tanggung jawab kemitraan antara pemerintah, perusahaan, dan komunitas masyarakat setempat yang bersifat aktif dan dinamis.⁶Sutan Remy Sjahdeni dalam Ari Sujatmiko menjelaskan dalam pengertian lain CSR diartikan sebagai komitmen perusahaan ditujukan untuk membangun kualitas kehidupan yang lebih baik bersama pihak terkait (*Stakeholder*) oleh perusahaan tersebut terutama masyarakat di sekitar perusahaan dan lingkungan sosial dimana perusahaan tersebut berada, yang dilakukan secara terpadu dengan kegiatan usaha secara berkelanjutan.⁷Seperti yang dijelaskan dalam riset Yeni Herisa Dharmawati, salah satu Konsep dari *Corporate Social Responsibility* yaitu *Community and Broader Society*,

⁶ Lina Anatan. *Corporate Social Responsibility : Tinjauan Teoritis dan Praktis di Indonesia*. Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Indonesia. hlm.,1

⁷ Ari Sujatmiko. *Program Kemitraan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Sebagai Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Perusahaan : Studi Penerapan CSR PT. Bank Mandiri (PERSERO) TBK*. Depok : Fakultas Hukum Universitas Indonesia, 2012. hlm.,6-7

Mayoritas perusahaan memiliki aktivitas dalam area ini, salah satunya adalah melalui pemberdayaan masyarakat yang intinya adalah bagaimana individu, kelompok atau komunitas berusaha mengontrol kehidupan mereka sendiri dan mengusahakan untuk membentuk masa depan sesuai dengan keinginan mereka. Shardlow dalam Amdar mengutip dari Yeni Herisa Dharma, mengemukakan implementasi pemberdayaan masyarakat melalui Proyek-proyek pembangunan yang memungkinkan anggota masyarakat memperoleh dukungan dalam memenuhi kebutuhan. Terdapat juga konsep *Supplier Programs* yaitu pembinaan hubungan yang baik atas dasar kepercayaan, komitmen, pembagian informasi antara perusahaan dengan mitra bisnisnya, misalnya melalui pengelolaan rantai pasokan atau jejaring bisnis.⁸

Seperti peraturan dalam undang-undang Nomor 7 Tahun 2014, perlunya kemitraan antara usaha besar dan koperasi, usaha mikro, kecil, dan menengah, serta Pemerintah dan swasta. Serta pada pasal 14 Nomor 7 tahun 2014, Pemerintah dan/atau Pemerintah Daerah sesuai dengan kewenangannya melakukan pengaturan tentang pengembangan, penataan dan pembinaan yang setara dan berkeadilan terhadap Pasar rakyat, pusat perbelanjaan, toko swalayan, dan perkulakan untuk menciptakan kepastian berusaha dan hubungan kerjasama yang seimbang antara pemasok dan pengecer dengan tetap memperhatikan keberpihakan kepada koperasi serta usaha mikro, kecil, dan menengah.⁹

⁸ Yeni Herisa Dharmawati, Cicilia Dyah Indrawati, Andre N, Rahmanto. *Implementasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility) di Mall Solo Paragon*. Universitas sebelas Maret. Hlm 7-8

⁹*Ibid.*, hlm 8

Pada Undang-undang yang sama pun, perlunya upaya pengembangan yang dilakukan oleh Pemerintah, Pemerintah daerah, Dunia usaha, dan masyarakat untuk memberdayakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah melalui pemberian fasilitas, bimbingan, pendampingan, dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan dan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.¹⁰

Kini banyak Ritel modern yang sudah tersebar diseluruh di Indonesia, salah satunya adalah Hypermart. Hypermart merupakan salah satu pusat perbelanjaan terbesar di Indonesia. Hypermart merupakan anak dari PT Matahari Putra Prima Tbk (MPPA) yang berfokus pada *Fast Moving Consumer Goods* (FMCG). Tidak hanya Hypermart terdapat juga Foodmart dan Boston health and Beauty. Perseroan telah mengoperasikan sebanyak 107 gerai Hypermart, termasuk 8 gerai baru di tahun 2014. Saat ini terdapat 58 gerai yang berlokasi di Jabodetabek dan Jawa, dan 49 gerai lainnya tersebar di seluruh wilayah di Indonesia. Hypermart, peritel modern Fast Moving Consumer Goods (FMCG), terus berkembang pesat dan bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang meningkat dengan menyediakan berbagai pilihan produk rumah tangga berkualitas, suasana perbelanjaan modern dan konsistensi penawaran produk bernilai tambah.¹¹

Hypermart menjadi pusat perbelanjaan yang terbesar dikota Palangka Raya. Hypermart di Palangka Raya sejak tahun 2012. Kehadiran Hypermart banyak sambutan positif dari masyarakat kota Palangka Raya karena kesan

¹⁰*Ibid.*, hlm 1

¹¹www.hypermart.com diakses pada 12 Januari 2018

modern yang ditampilkan dan banyak produk yang dijual. Namun, adanya Hypermart di Palangka Raya ternyata tidak selalu menjadi hal yang baik untuk semua warga. Karena bisa menjadi ancaman bagi pasar tradisional dan pelaku usaha mikro, kecil dan menengah. Untungnya, beberapa tahun terakhir produk dari usaha mikro, kecil, dan menengah dapat kesempatan untuk menjual produknya di Hypermart dengan tempat khusus yang telah disediakan pihak Hypermart. Tetapi, keberadaan produk tempat khusus UMKM tersebut tidak terlalu terlihat oleh para pengunjung yang ada di Hypermart. Sehingga produk UMKM jarang terjamah oleh pengunjung.

Sebagai ritel modern Hypermart harusnya meningkatkan program kemitraan dengan pelaku UMKM di Palangka Raya seperti yang tercantum di Undang-undang Nomor 20 tahun 2008 dan Nomor 7 tahun 2014, karena apabila saling bersinergi antara dua industri tersebut akan memberikan kebermanfaatan yang besar. Namun, program kemitraan tersebut masih belum dilakukan secara maksimal karena pembinaan atau pemberdayaan yang Hypermart lakukan terhadap pelaku UMKM masih belum optimal.

Melihat dari permasalahan pada kemitraan, pemberdayaan, dan pembinaan terhadap UMKM yang ada di Palangka Raya oleh Hypermart, peneliti tertarik untuk mengangkat permasalahan tersebut untuk menjadi sebuah penelitian dengan melihat pembinaan yang dilakukan oleh Hypermart terhadap Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Palangka Raya.

B. Fokus Penelitian

Pada penelitian ini yang menjadi fokus penelitian ialah Manajemen Pembinaan UMKM Oleh Hypermart di Palangka Raya.

C. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana implementasi Program Kemitraan terhadap UMKM oleh Hypermart di Palangka Raya ?
2. Bagaimana pembinaan UMKM oleh Hypermart di Palangka Raya ?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Untuk menganalisis implementasi program kemitraan terhadap UMKM oleh Hypermart di Palangka Raya.
2. Untuk menganalisis pembinaan UMKM oleh Hypermart di kota Palangka Raya.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi baru pada manajemen pembinaan dan kemitraan antara ritel modern dan industri kecil seperti Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan, solusi dan evaluasi bagi tempat yang diteliti dalam manajemen pembinaan dan kemitraan dalam meningkatkan dan memberdayakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

F. Sistematika Penulisan

Untuk memahami lebih jelas laporan ini, maka materi-materi yang tertera pada Laporan Skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa sub bab dengan sistematika penyampaian. Pada Bab Pertama yaitu Pendahuluan. Bab ini berisi uraian tentang Latar Belakang Masalah yang mendasari pentingnya diadakan penelitian, pembatasan dan perumusan Masalah Penelitian, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian yang diharapkan, dan Sistematika Penulisan.

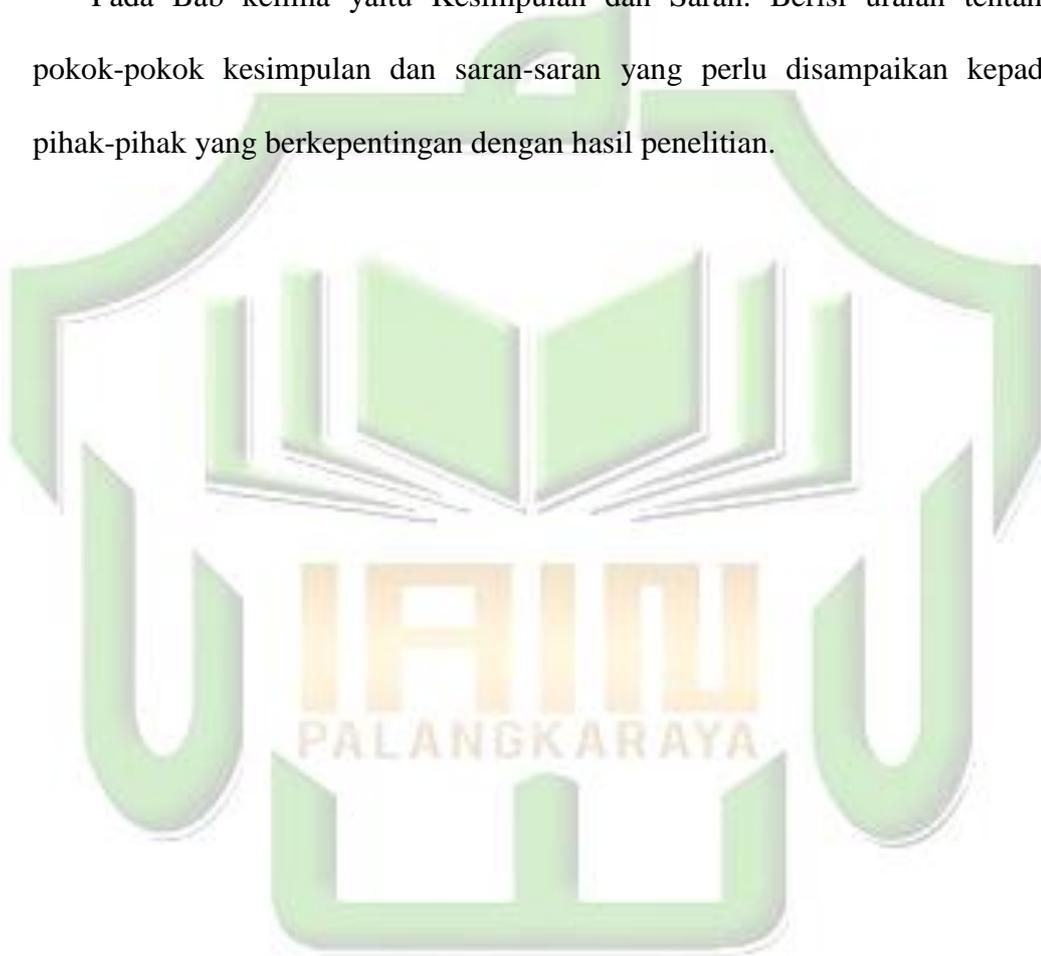
Pada Bab kedua yaitu Kajian Teori. Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku serta konsep yang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi serta beberapa literature review yang berhubungan dengan penelitian.

Pada Bab ketiga yaitu Metode Penelitian. Bab ini berisi uraian tentang Jenis Penelitian, Waktu dan Tempat Penelitian, Sumber Data, Pendekatan Penelitian yang digunakan, Teknik Pengumpulan Data dan Teknik Analisis Data yang digunakan.

Pada Bab keempat yaitu Hasil dan Pembahasan. Bab ini diuraikan hasil analisis dari penelitian meliputi deskripsi UMKM di kota Palangka Raya pada point ini menjelaskan keadaan dan Kondisi UMKM Palangka Raya; Profil Hypermart; Implementasi pemberdayaan UMKM melalui Program Kemitraan

oleh ritel modern pada poin ini menguraikan Fungsi Konsinyasi, Dasar Hukum Menjalankan Kemitraan, Prosedur Kemitraan, dan Kerjasama antara ritel modern dengan Pemerintah Kota untuk memberdayakan UMKM; Pembinaan UMKM oleh Hypermart, Implementasi Pembinaan oleh Hypermart, dan Tanggung Jawab Sosial Hypermart.

Pada Bab kelima yaitu Kesimpulan dan Saran. Berisi uraian tentang pokok-pokok kesimpulan dan saran-saran yang perlu disampaikan kepada pihak-pihak yang berkepentingan dengan hasil penelitian.



BAB II

KAJIAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu

Kajian tentang Pembinaan dan Kemitraan sudah banyak dilakukan oleh beberapa peneliti. Pembinaan dan Kemitraan tersebut dari penelitian sebelumnya banyak dilakukan oleh perusahaan milik BUMN, namun yang menjadi titik beda dalam penelitian ini adalah Pembinaan dalam program kemitraan yang dilakukan Hypermart yang sebelumnya belum dikaji. Penelitian terdahulu yang telah dilakukan antara lain :

1. Ade Syafitri dengan Judul penelitian "*Pelaksanaan Pembinaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Dalam Program Kemitraan Sebagai Wujud Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility) Studi Kasus Mitra Binaan PT. Telkom Indonesia, Tbk Divisi Area II Jakarta-Banten.*"¹²

Hasil Penelitian Pembinaan UMKM yang dilakukan oleh CDC PT. Telkom Indonesia Divre II dilaksanakan berdasarkan kewajiban yang diamanatkan dalam 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 Bina Lingkungan (PKBL). Komitmen ini merupakan wujud dari tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) yang dilakukan PT. Telkom Indonesia. Pelaksanaan kewajiban ini membawa perusahaan pada

¹² Ade Syafitri dengan Judul penelitian "*Pelaksanaan Pembinaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Dalam Program Kemitraan Sebagai Wujud Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility) Studi Kasus Mitra Binaan PT. Telkom Indonesia, Tbk Divisi Area II Jakarta-Banten*"

level “*good Corporate Citezenship*” guna mewujudkannya perannya dalam membentuk dan memberdayakan komunitas sosial, ekonomi, dan lingkungan.

2. Ari Sujatmiko dengan Judul Penelitian “*Program Kemitraan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Sebagai Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Perusahaan : Studi Penerapan CSR PT. Bank Mandiri (PERSERO)*”.¹³

Hasil Penelitian Program Kemitraan yang dilakukan oleh PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Telah sesuai dengan Undang-undang Nomor 19 Tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara dan Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara Nomor : PER-05/MBU/2007 Tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Bina Lingkungan (PKBL). Hal ini dapat dilihat dari beberapa kriteria yang merupakan kewajiban yang harus dipenuhi Bank Mandiri sebagai pelaksana program kemitraan. *Pertama*, Bank Mandiri selaku BUMN pembina telah membuat unit kerja untuk melakukan program kemitraan dan ketentuan pelaksanaan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) Bank Mandiri telah dituangkan dalam suatu *Standard Operating Procedure (SOP)*, yaitu dalam hal ini Standar Prosedur Program Kemitraan dan Bina Lingkungan Bank Mandiri tahun 2011. *Kedua*, ketentuan prosedur dan persyaratan bagi calon mitra binaan yang dituangkan dalam Standar Prosedur Program Kemitraan dan Bina Lingkungan Bank Mandiri

¹³ Ari Sujatmiko dengan Judul Penelitian “*Program Kemitraan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Sebagai Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Perusahaan : Studi Penerapan CSR PT. Bank Mandiri (PERSERO)*”.

(SP PKBL Bank Mandiri) sesuai dengan prosedur yang terdapat dalam ketentuan Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara Nomor : PER-05/MBU/2007 Tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Bina Lingkungan (PKBL). *Ketiga* , Bank Mandiri juga melakukan pemantauan (monitoring) dan pembinaan terhadap usaha kecil yang menjadi mitra binaannya.

3. Augustin Rina Herawati dengan Judul Penelitian “*Sistem kemitraan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)-Usaha Besar dengan Permodelan System Archetype Studi Kasus UMKM Mitra PT. Indofood Sukses Makmur Tbk, Divisi Bogasari Flour Mills.*

Hasil penelitian kemitraan yang dilakukan oleh UMKM dengan PT ISM Tbk, Divisi Bogasari Flour Mills ini merupakan suatu investasi – bukan *cost* – dan dapat menghasilkan *win-win solution* atau sinergi yang menghasilkan keadilan bagi masyarakat dan keamanan berusaha serta keserasian dengan lingkungan.¹⁴

Kemitraan yang dilakukan berdasarkan prinsip-prinsip : komitmen, transparan, kejujuran, dan ketulusan, antara pihak-pihak yang bermitra dan dikembangkan secara rasional. Prinsip-prinsip tersebut sesuai dengan azas kekeluargaan sebagaimana amanah dalam UUD 1945 pasal 33 ayat (1), yaitu Perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas azas kekeluargaan.

¹⁴ Augustin Rina Herawati dengan Judul Penelitian “*Sistem kemitraan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)-Usaha Besar dengan Permodelan System Archetype Studi Kasus UMKM Mitra PT. Indofood Sukses Makmur Tbk, Divisi Bogasari Flour Mills.*

Penelitian ini memiliki hubungan dengan penelitian terdahulu. Penelitian ini pun lebih mendekati penelitian milik Ade Syafitri karena yang menjadi fokus dalam penelitiannya yaitu pelaksanaan pembinaan dalam program kemitraan yang dilakukan oleh suatu perusahaan besar dengan Usaha Mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Berikut perbedaan dan persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan.

Tabel 1. Perbedaan dan Persamaan dengan Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Augustin Rina Herawati	Sistem kemitraan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)-Usaha Besar dengan Permodelan System Archetype Studi Kasus UMKM Mitra PT. Indofood Sukses Makmur Tbk, Divisi Bogasari Flour Mills.	Program kemitraan antara Pengusaha besar, Perusahaan Besar dan UMKM	Sistem Kemitraan dengan Permodelan <i>Systems Archetype</i>
2	Ade Syafitri	Pelaksanaan Pembinaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Dalam Program Kemitraan Sebagai Wujud Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	Pelaksanaan Pembinaan Program kemitraan antara Pengusaha besar dengan UMKM, Perusahaan Besar dan UMKM	Dampak Pembinaan UMKM oleh PT. Telkom Indonesia Tbk Divre II

		(<i>Corporate Social Responsibility</i>) Studi Kasus Mitra Binaan PT. Telkom Indonesia, Tbk Divisi Area II Jakarta-Banten.		
3	Ari Sujatmiko	Program Kemitraan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Sebagai Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Perusahaan : Studi Penerapan CSR PT. Bank Mandiri (PERSERO).	Program kemitraan antara Pengusaha besar, Perusahaan Besar dan UMKM	Pelaksanaan <i>Corporate Social Responsibility</i> dalam bentuk program kemitraan UMKM yang dilakukan oleh PT. Bank mandiri (Persero) Tbk.
4	Gusti Muhammad Ferry Firdaus	Pembinaan UMKM oleh Hypermart Berbasis Program Kemitraan Kota Palangka raya	Program kemitraan antara Pengusaha besar, Perusahaan Besar dan UMKM	Manajemen Pembinaan oleh Hypermart terhadap UMKM

Sumber : Dibuat Oleh Peneliti

B. Konsep Kemitraan

1. Kemitraan Secara Umum

Kemitraan secara definisi umumnya ialah kerjasama antara dua orang atau lebih yang bersama-sama memiliki perusahaan dengan tujuan menghasilkan laba. Dalam kemitraan, mitra pemilik berbagi harta, kewajiban, dan laba dengan sesuai kesepakatan kemitraan yang telah ditetapkan sebelumnya.¹⁵

Kemitraan dalam Peraturan Menteri perdagangan Republik Indonesia Nomor Nomor 70/M-DAG/PER/12/2013 . Tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern dijelaskan bahwa Kemitraan adalah kerjasama dalam keterkaitan usaha, baik langsung maupun tidak langsung, atas dasar prinsip saling memerlukan, mempercayai, memperkuat, dan menguntungkan antara pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah dengan usaha besar.¹⁶

Menurut Pleffer dan Salancik dalam riset Nabila Ghassani, mengemukakan bahwa konsep kemitraan didasarkan pada model teori yang bersifat komplementer masyarakat madani dalam rangka pengembangan UMKM yang dapat mensejahterakan masyarakat. yang dapat menjelaskan jaringan usaha: Pertama, menurut perspektif pertukaran (*exchange*

¹⁵ Augustin Rina Herawati. *Sistem Kemitraan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)- Usaha Besar Dengan Permodelan Archetype*. Jakarta : Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Department Ilmu Administrasi, Program Pasca Sarjana, Universitas Indonesia, 2011.,hlm 21.

¹⁶ Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 70/M-DAG/PER/12/2013 . Tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.,hlm 5.

perspective). Kedua, model ketergantungan sumber daya (*resources dependence*) yang banyak mengilhami studi-studi organisasi dan bisnis.¹⁷

Adapun model kemitraan dalam organisasi yang dikemukakan oleh Riana Eisler dan Alfonso Montuori dalam riset Augustin Rina Herawati diantaranya memiliki persyaratan berikut :

- a. Adanya struktur organisasi yang sederhana (*flat*) dan sedikit hirarki
- b. Merubah peran manager, dari “*the cop*” menjadi peran fasilitator dan suportif.
- c. Merubah pengertian “*power*”, dari “*Power Over*” menjadi “*Power to/with*”.
- d. Adanya teamwork
- e. Adanya keanekaragaman produk (*Diversity Product*)
- f. Adanya kesamaan gender (*Gender-balance*)
- g. Adanya kreativitas dan jiwa kewiraswastaan (*creativity and entrepreneurship*)

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

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

¹⁷ Nabila Ghassani, *Kemitraan Pengembangan UMKM (Studi Deskriptif Tentang Kemitraan PT. PJB (Pembangkit Jawa Bali) Unit Gresik Pengembangan UMKM Kabupaten Gresik)*. Kebijakan dan Manajemen Publik. Volume 3, Nomor 2, Mei-Agustus 2015.

- b. Transparansi. Transparansi diperlukan untuk menghindari rasa saling curiga antar mitra kerja. Meliputi transparansi pengelolaan informasi dan pengelolaan keuangan.¹⁸
- c. Saling menguntungkan. Kemitraan harus bermanfaat bagi semua pihak yang terlibat.

Menurut Wibisono dalam Riset Rahmatullah, Kemitraan yang dilakukan antara perusahaan dengan pemerintah maupun komunitas/masyarakat dapat mengarah pada tiga skenario, diantaranya:

- a. Pola kemitraan kontra produktif. Hal ini terjadi jika perusahaan masih berpijak pada pola konvensional, hanya mengutamakan kepentingan shareholders atau mengejar profit sebesar-besarnya.
- b. Pola Kemitraan Semiproduktif. Pemerintah dan komunitas atau masyarakat dianggap sebagai obyek dan masalah diluar perusahaan.
- c. Pola Kemitraan Produktif. Menempatkan mitra sebagai subyek, dan terlaksananya simbiosis mutualisme. Perusahaan mempunyai kepedulian sosial dan lingkungan yang tinggi, pemerintah memberikan iklim yang kondusif bagi dunia usaha dan masyarakat memberikan dukungan positif kepada perusahaan.¹⁹

¹⁸ Rahmatullah. *Model Kemitraan Pemerintah Dengan Perusahaan Dalam Mengelola CSR: Studi Kasus Di Kota Cilegon (Model with government partnerships in managing its CSR: A case study in the City Cilegon)* Informasi, Vol. 17, No. 01 Tahun 2012., hlm 40

¹⁹ *Ibid.*, hlm 41

2. Kemitraan Dalam Pandangan Islam

Pada pandangan Islam kemitraan disebut dengan *Syirkah*. Faruq mengungkapkan dalam riset Deny Setyawan *Syirkah* atau sering juga disebut dengan *syarikah* adalah bentuk perseroan dalam Islam yang pola operasionalnya melekat prinsip kemitraan usaha dan bagi hasil. Secara prinsip *syirkah* berbeda dengan model perseroan dalam sistim ekonomi kapitalisme. Perbedaan-perbedaan yang ada tidak hanya terletak pada tidak adanya praktik bunga dalam model ini, tetapi juga berbeda dalam hal transaksi pembentukannya, operasionalnya maupun pembentukan keuntungan dan tanggungjawab kerugian.²⁰

Qardawi menjelaskan dalam Deny Setyawan para ahli ekonomi Islam mendukung pentingnya peranan *syirkah* dalam pertumbuhan ekonomi masyarakat. Kemandekan ekonomi sering terjadi karena pemilik modal tidak mampu mengelola modalnya sendiri atau sebaliknya mempunyai kemampuan mengelola modal tetapi tidak memiliki modal tersebut. Semua hal tersebut dapat terpecahkan dalam *syirkah* yang dibenarkan dalam syariah Islam.²¹

Secara garis besar *Syirkah* terbagi menjadi dua bagian yaitu *Syirkah Amlak* dan *Syirkah Uqud*. Mengutip dari Muhammad Syukur dalam Imam Abi Zakariya Yahyamengungkapkan *Syirkah Amlak* adalah bahwa dua orang atau lebih memiliki suatu benda tanpa akad *syirkah*. *Syirkah Amlak* ini ada dua macam yaitu:

²⁰ Deny Setyawan. *KERJA SAMA (SYIRKAH) DALAM EKONOMI ISLAM*. Jurnal Ekonomi, Volume 21, Nomor 3 September 2013., hlm 1.

²¹ *Ibid.*, hlm 1

- a. *Syirkah Ikhtiyari* yaitu, sesuatu yang muncul dari perbuatan dua orang yang berserikat, misalnya dua orang yang membeli sesuatu atau dihibahkan bagi keduanya sesuatu yang diwasiatkan lalu diterimanya, dan menjadikan yang dibeli dan dihibahkan dan yang diwasiatkan oleh berserikat menjadi *syirkah* milik.
- b. *Syirkah Jabariyah* yaitu, sesuatu yang menetapkan bagi dua orang atau lebih tanpa adanya usaha keduanya. Seperti mewariskan seseorang sesuatu yang diberi warisan tersebut berserikat dalam milik. *Syirkah* ini berlaku pada harta warisan, karena untuk memiliki warisan tersebut tanpa adanya usaha mereka dalam proses kepemilikan.

Sedangkan *Syirkah Uqud* adalah suatu ungkapan tentang akad yang terjadi antara dua orang atau lebih untuk berserikat dalam harta dan keuntungan.²² Mengutip dari Maulana Hasanudin dalam Marathun Shalihah, Ulama Malikiyah dan ulama *Syafi'iyah* membedakan *syirkah uqud* menjadi empat :

- a. Terdiri dari dua atau beberapa pihak yang berserikat dalam modal dan tenaga, dinamakan *Syirkah Inan*
- b. Berserikat dalam sebuah transaksi dimana semua pihak tidak memiliki modal tapi mereka bisa mengadakan barang dengan modal

²² Muhammad Syukur, *Konsep Syirkah Abdan (Study Komperatif antara Mazhab Hanafiyah dan Syafi'iyah)*, Jurusan Perbandingan Mazhab Dan Hukum Fakultas Syariah Dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru, 2010., hlm 47

kepercayaan, kedudukan dan semisalnya, model serikat ini disebut *Syirkah Wujud*.

- c. Berserikat dalam usaha dengan badan/tenaga mereka dalam sebuah bisnis dan mereka berbagi dari keuntungan yang di dapat, dinamakan *Syirkah Abdan*.
- d. *Syirkah* yang tergabung dalamnya tiga jenis *syirkah* di atas, dinamakan *Syirkah Mufawadhah*.²³

C. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Pada BAB 1 pasal 1 dalam Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 yang dimaksud dengan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah :

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

²³ Marathun Shalihah, *Konsep Syirah Dalam Waralaba*, Tahkim Vol. XII, No. 2, Desember 2016.,hlm 149.

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 ini.²⁴

Terdapat beberapa kriteria Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 pasal 6 yaitu :

1. Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:

- a) memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b) memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

2. Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:

- a) memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b) memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

3. Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut:

²⁴ Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008., hlm 5.

- a) memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b) memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).²⁵

D. Konsep Pembinaan UMKM

1. Pembinaan dan Pendampingan UMKM

Mengutip dari Anggih Wahid, dari Badan Pembinaan Hukum Nasional pengertian pembinaan secara umum ialah suatu proses penggunaan manusia, alat peralatan, uang, waktu, metode, dan system yang berdasarkan prinsip tertentu untuk usaha mencapai tujuan yang telah ditentukan dengan daya guna dan hasil sebesar-besarnya.²⁶

Pembinaan dan pengembangan adalah upaya yang dilakukan oleh pemerintah, dunia usaha dan masyarakat melalui pemberian bimbingan dan penyuluhan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi usaha yang tangguh dan mandiri serta dapat berkembang menjadi usaha menengah.²⁷

Pembinaan UMKM berdasarkan Peraturan Menteri Badan Usaha Milik Negara Nomor Per-5/MBU/2007 adalah kegiatan bimbingan dan bantuan

²⁵ *Ibid.*, hlm 5-6.

²⁶ Angga Wahid, *Pembinaan UMKM Kota Surakarta Oleh Dinas Koperasi dan UKM Surakarta* hlm 12.

²⁷ Undang-Undang Nomor 32 Tahun 1998 pasal 1., hlm 1

perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan usaha kecil dan menengah menjadi tangguh dan mandiri.²⁸ Dalam penelitian Lie Liana menjelaskan Pemerintah melakukan pembinaan dan pengembangan terhadap UK dengan mengeluarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 32 Th. 1998 diatur mengenai lingkup, tata cara, dan pelaksanaan pembinaan dan pengembangan Usaha Kecil. Adapun pembinaan dan pengembangan UK dilakukan oleh pemerintah, dunia usaha dan masyarakat, baik secara sendirisendiri maupun bersama-sama, dan dilakukan secara terarah dan terpadu serta berkesinambungan untuk mewujudkan UK yang tangguh, mandiri serta dapat berkembang menjadi UM. Ruang lingkup pembinaan dan pengembangan UK meliputi bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, sumber daya manusia, dan teknologi.²⁹

Mengutip dari penelitian Ade Septiany, Hafzah menjelaskan Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah pada hakekatnya merupakan tanggung jawab bersama antara Pemerintah, swasta, dan Masyarakat. Dengan mencermati permasalahan yang dihadapi oleh UKM. Maka diperlukan berbagai macam upaya, salah satunya adalah perlu dikembangkan kemitraan yang saling membantu antara UKM, atau antara UKM dengan pengusaha besar di dalam negeri maupun di luar negeri, untuk menghindarkan terjadinya monopoli dalam usaha. Disamping itu juga untuk memperluas pangsa pasar

²⁸ Ade Syafitri. *Pelaksanaan Pembinaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Dalam Program Kemitraan Sebagai Wujud Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility) (Studi Kasus Mitra Binaan PT. Telkom Indonesia , Tbk Divisi Area II Jakarta-Banten)*. Depok : Universitas Indonesia. 2012, hlm.,23

²⁹ Lie Liana. *Pembinaan dan Pengembangan Usaha Kecil Sebagai Sarana Memperkokoh Struktur Perekonomian Nasional*. Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE), Volume 15 Nomor 2, September 2008, Hal 98-106, ISSN : 1412-3126. hlm.,101

dan pengelolaan bisnis yang lebih efisien. Dengan demikian UKM akan mempunyai kekuatan dalam bersaing dengan pelaku bisnis lainnya. Baik dari dalam maupun luar negeri.³⁰

Berdasarkan Peraturan Menteri Badan Usaha Milik Negara Nomor Per-5/MBU/2007 tentang Program Kemitraan dan Bina Lingkungan dijelaskan bahwa Dana Program Kemitraan diberikan dalam bentuk :

1. Pinjaman untuk membiayai modal kerja dan atau pembelian aktiva tetap dalam rangka meningkatkan produksi dan penjualan.
2. Pinjaman khusus untuk membiayai kebutuhan dana pelaksanaan kegiatan usaha mitra binaan yang bersifat jaminan tambahan dan berjangka pendek dalam memenuhi rangka pesanan dari rekanan usaha mitra binaan.
3. Beban Pembinaan. Beban Pembinaan adalah beban kegiatan bimbingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan mitra binaan menjadi usaha yang tangguh dan mandiri. Beban pembinaan ini digunakan untuk :
 - a. Untuk membiayai pendidikan, pelatihan, pemagangan, pemasaran, promosi, dan hal-hal lain yang menyangkut peningkatan produktivitas (*Capacity Building*) Mitra Binaan yang diberikan dibidang produksi dan pengolahan, pemasaran, SDM, dan

³⁰ Ade Syafitri. *Pelaksanaan Pembinaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Dalam Program Kemitraan Sebagai Wujud Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility) (Studi Kasus Mitra Binaan PT. Telkom Indonesia , Tbk Divisi Area II Jakarta-Banten)*. Depok : Universitas Indonesia. 2012, hlm.,24

teknologi serta untuk pengkajian/penelitian yang berkaitan dengan program kemitraan.

- b. Beban pembinaan bersifat hibah dan besarnya maksimalnya 20% (dua puluh persen) dari dana Program Kemitraan yang disalurkan pada tahun berjalan.
- c. Beban pembinaan hanya dapat diberikan kepada atau untuk kepentingan Mitra Binaan.³¹

Dalam penelitian Ade Syafitri, Payaman menjelaskan upaya yang dilakukan untuk memanfaatkan berbagai kesempatan dan fasilitas dalam memajukan usaha UMKM adalah dengan cara memberikan bimbingan dan penyuluhan. Hal ini dilakukan untuk memberikan informasi kepada mereka mengenai pemahaman tata prosedur mendirikan usaha karena untuk memulai setiap usaha, diperlukan kemampuan dan keterampilan teknis mengenai hal itu. Selain itu, upaya yang dilakukan adalah dengan mengadakan program latihan. Dalam meningkatkan pengusaha ekonomi lemah, beberapa instansi pemerintah, lembaga latihan swasta, maupun perusahaan menyelenggarakan program-program pelatihan. Program tersebut antara lain kejuruan otomotif, mekanik, listrik, tataniaga, pertanian, perkebunan, pengelolaan hasil pertanian, perikanan, dan lain-lain.³²

Pembinaan dan pengembangan usaha kecil dilakukan oleh pemerintah, dunia usaha dan masyarakat, baik secara sendiri - sendiri maupun bersama-sama, dan dilakukan secara terarah dan terpadu serta berkesinambungan untuk

³¹*Ibid.*, hlm 24-25

³²*Ibid.*, hlm 26

mewujudkan usaha kecil yang tangguh dan mandiri serta dapat berkembang menjadi usaha menengah. Pembinaan dan pengembangan usaha kecil dilaksanakan dengan memperhatikan klasifikasi dan tingkat perkembangan usaha kecil. Berdasarkan klasifikasi dan tingkat perkembangan usaha kecil ditetapkan bobot, intensitas, prioritas dan jangka waktu pembinaan dan pengembangan usaha kecil.³³ Berbagai bentuk Pembinaan dan Pengembangan UKM dari beberapa bidang yaitu Bidang Produksi dan Pengolahan, Bidang Bidang Pemasaran, Bidang Sumber Daya Manusia, dan Bidang Teknologi.

Pembinaan dan pengembangan Usaha Kecil dilakukan melalui langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Identifikasi potensi dan masalah yang dihadapi oleh Usaha Kecil.
- b. Penyiapan program pembinaan dan pengembangan sesuai potensi dan masalah yang dihadapi oleh Usaha Kecil.
- c. Pelaksanaan program pembinaan dan pengembangan.
- d. Pemantauan dan pengendalian
- e. pelaksanaan program pembinaan dan pengembangan bagi Usaha Kecil.³⁴

Pembinaan dan pengembangan Usaha Kecil di bidang produksi dan pengolahan, dilaksanakan dengan:

- a. Meningkatkan kemampuan manajemen serta teknik produksi dan pengolahan.
- b. Meningkatkan kemampuan rancang bangun dan perekayasaan.

³³ Sentot Harman Glendoh, *Pembinaan dan Pengembangan Usaha Kecil*, hlm 3

³⁴ Peraturan Pemerintah Republik Indonesia nomor 32 tahun 1998., hlm 2

- c. Memberikan kemudahan dalam pengadaan sarana dan prasarana produksi dan pengolahan, bahan baku, bahan penolong, dan kemasan.
- d. Menyediakan tenaga konsultan profesional di bidang produksi dan pengolahan.

Pembinaan dan pengembangan Usaha Kecil di bidang pemasaran, dilaksanakan dengan:

- a. Melaksanakan penelitian dan pengkajian pemasaran.
- b. Meningkatkan kemampuan manajemen dan teknik pemasaran.
- c. Menyediakan sarana serta dukungan promosi dan uji coba pasar.
- d. Mengembangkan lembaga pemasaran dan jaringan distribusi.
- e. Memasarkan produk Usaha Kecil.
- f. Menyediakan tenaga konsultan profesional di bidang pemasaran.
- g. Menyediakan rumah dagang dan promosi Usaha Kecil.
- h. Memberikan peluang pasar.³⁵

Pembinaan dan pengembangan Usaha Kecil di bidang sumber daya manusia, dilaksanakan dengan:

- a. Memasyarakatkan dan membudayakan kewirausahaan.
- b. Meningkatkan keterampilan teknis dan manajerial.
- c. Membentuk dan mengembangkan lembaga pendidikan, pelatihan, dan konsultasi Usaha Kecil.
- d. Menyediakan tenaga penyuluh dan konsultan Usaha Kecil.

³⁵*Ibid.*, hlm 2

- e. Menyediakan modul manajemen Usaha Kecil.
- f. Menyediakan tempat magang, studi banding, dan konsultan untuk Usaha Kecil.³⁶

Pembinaan dan pengembangan Usaha Kecil di bidang teknologi, dilaksanakan dengan:

- a. Meningkatkan kemampuan di bidang teknologi produksi dan pengendalian mutu.
- b. Meningkatkan kemampuan di bidang penelitian untuk mengembangkandesain dan teknologi baru.
- c. Memberikan insentif kepada Usaha Kecil yang menerapkan teknologi baru dan melestarikan lingkungan hidup.
- d. Meningkatkan kerjasama dan alih teknologi.
- e. Meningkatkan kemampuan dalam memenuhi standardisasi teknologi.
- f. Menumbuhkan dan mengembangkan lembaga penelitian dan pengembangan di bidang desain dan teknologi bagi Usaha Kecil.
- g. Menyediakan tenaga konsultan profesional di bidang teknologi.
- h. Memberikan bimbingan dan konsultasi berkenaan dengan hak atas kekayaan intelektual.

Pembinaan dan pengembangan usaha kecil yang dilaksanakan oleh dunia usaha dan masyarakat, berupa :

- a. penyediaan tenaga konsultan profesional, sarana, prasarana, dana, teknologi dan informasi;

³⁶*Ibid.*, hlm 2

- b. bimbingan dan konsultasi;
- c. pendidikan dan pelatihan;
- d. advokasi;
- e. pendirian klinik konsultasi bisnis untuk usaha kecil.³⁷

Adapun dari hasil riset dari Ade Septyani terdapat beberapa kegiatan yang dilakukan dalam pembinaan Telkom terhadap UMKM diantaranya ialah :

1. *Sarahsehan*. Sarahsehan merupakan kegiatan para Mitra Binaan berkumpul sillaturahmi dalam waktu yang dirutinkan. Dalam kegiatan ini para mitra binaan saling *sharing* tentang usahanya , kiat-kiat keberhasilannya dalam menjalankan usaha, hingga memtivasikan para mitra binaan lainnya. Mitra Binaan juga *sharing* permasalahan yang dihadapi dalam lapangan dan mengharakapkan dukungan.³⁸ Kegiatan ini sesuai dengan Undang-undang Nomor 32 Tahun 1998 pada pasal 5 yaitu identifikasi potensi dan masalah yang dihadapi oleh usaha kecil.
2. *Pelatihan*. Pelatihan yang dilaksanakan Telkom guna memberikan edukasi kepada para Mitra Binaan, diantaranya ialah :
 - a. *E-Commerce*. Kegiatan ini yaitu memberikan edukasi untuk para mitra binaan agar lebih memahami penggunaan Teknologi Informasi dalam pemasaran produk dan mempromosikan

³⁷*Ibid.*, hlm 3

³⁸ Ade Septyani. *Pelaksanaan Pembinaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Dalam Program Kemitraan Sebagai Wujud Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility) (Studi Kasus Mitra Binaan PT. Telkom Indonesia , Tbk Divisi Area II Jakarta-Banten)*, hlm 100.

sehingga produk yang diperdagangkan jaringannya meluas.³⁹ Apabila melihat tujuannya dalam pelatihan *E-Commerce* ini sangat memberikan manfaat yang besar dan berpengaruh di era sekarang bagi Pelaku UMKM dan seluruh pelaku usaha karena di era sekarang semua aktivitas tidak jauh dari teknologi Informasi seperti internet yang semua usia sudah merasakan dan memanfaatkannya untuk keperluan pribadi dan dalam berbisnis. Pelatihan tersebut sesuai dalam Undang-undang nomor 32 Tahun 1998 pasal 9 yaitu melakukan pembinaan dan pengembangan terhadap UMKM dalam bidang teknologi.⁴⁰

- b. *Pelatihan Kewirausahaan*. Pada kegiatan ini mitra binaan diberikan pelatihan dalam pengemasan (*Packaging*), label halal, hingga izin DepKes. Dengan adanya kegiatan bertujuan agar mitra dapat meningkatkan nilai dan kualitas dari produknya.⁴¹ Pelatihan ini sesuai dengan Undang-undang Nomor 32 tahun 1998 Pasal 6 yaitu Pembinaan dan Oendampingan dalam Bidang Produksi dan Pengolahan.

2. Program Kemitraan

Program untuk meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi tangguh dan mandiri melalui pemanfaatan dana dari bagian laba

³⁹ *Ibid.*, hlm 101

⁴⁰ Undang-Undang Nomor 32 Tahun 1998., hlm 3

⁴¹ Ade Septyani. *Pelaksanaan Pembinaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Dalam Program Kemitraan Sebagai Wujud Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility) (Studi Kasus Mitra Binaan PT. Telkom Indonesia , Tbk Divisi Area II Jakarta-Banten)*, hlm 101

BUMN.”Program Kemitraan ini bertujuan meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi tangguh dan mandiri melalui dukungan terhadap modal, serta pelatihan Sumber Daya Manusia yang profesional dan terampil agar dapat mendukung pemasaran dan kelanjutan usaha di masa depan⁴²

Program Kemitraan yang dilaksanakan BUMN terhadap Usaha Kecil dan Menengah, adalah suatu bentuk tanggung jawab dari Badan Usaha Milik Negara (BUMN) kepada masyarakat. Pada Peraturan Menteri Negara BUMN No. PER-05/MBU/2007 tentang Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan⁴³, dijelaskan bahwa Program Kemitraan BUMN dengan usaha kecil adalah program untuk meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi tangguh dan mandiri melalui pemanfaatan dana dari bagian laba BUMN.

Hafzah dalam riset Ade Syafitri menjelaskan bahwa kemitraan adalah suatu strategi bisnis yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih dalam jangka waktu tertentu untuk meraih keuntungan bersama dengan prinsip saling membutuhkan dan saling membesarkan. Karena merupakan strategi bisnis maka keberhasilan kemitraan sangat ditentukan oleh adanya kepatuhan diantara yang bermitra dalam menjalankan etika bisnis. Sedangkan menurut Tennyson dalam riset yang sama menjelaskan kemitraan adalah kesepakatan antara sektor dimana individu, kelompok, atau organisasi sepakat bekerja sama untuk memenuhi sebuah kewajiban atau melaksanakan kegiatan tertentu bersama-sama

⁴² Nindita Prajwalita, Hasan Basri Tarmizi. *Analisis Pelaksanaan Program Kemitraan Terhadap Perkembangan UKM Binaan PTPN III Medan*. Jurnal Ekonomi dan Keuangan Vol. 3 No. 4. hlm.,268

⁴³ *Ibid.*, hlm 267

menanggung keuntungan maupun resiko dan secara berkala meninjau kembali hubungan kerja sama.⁴⁴

Usaha Kecil yang dapat ikut serta dalam Program Kemitraan adalah sebagai berikut:

- a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp.200.000.000,- (dua ratus juta rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 1.000.000.000,- (satu milyar rupiah);
- c. Milik Warga Negara Indonesia;
- d. Berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau berafiliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Menengah atau Usaha Besar;
- e. Berbentuk usaha orang perseorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau badan usaha yang berbadan hukum, termasuk koperasi.
- f. Telah melakukan kegiatan usaha minimal 1 (satu) tahunserta mempunyai potensi dan prospek usaha untuk dikembangkan.⁴⁵

Mitra binaan adalah usaha kecil dan koperasi yang mendapatkan pinjaman dari Program Kemitraan. Mitra binaan mempunyai kewajiban sebagai berikut:

⁴⁴ Ade Syafitri. *Pelaksanaan Pembinaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Dalam Program Kemitraan Sebagai Wujud Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility) (Studi Kasus Mitra Binaan PT. Telkom Indonesia , Tbk Divisi Area II Jakarta-Banten)*. Depok : Universitas Indonesia. 2012, hlm.,33

⁴⁵ Fitri Ismail, Soni Akhmad Nurhakim, dan Hadiyanto A. Rachim. *Pemberdayaan Masyarakat Program Kemitraan PT. Telekomunikasi Indonesia (Tbk)*. Prosiding KS : Riset dan PKM, Volume 3, Nomor 2, Hal 1-154, ISSN : 2442-4480., hlm 132

- a. Melaksanakan kegiatan usaha sesuai dengan rencana yang telah disetujui oleh BUMN Pembina;
- b. Menyelenggarakan pencatatan/pembukuan dengan tertib;
- c. Membayar kembali pinjaman secara tepat waktu sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati;
- d. Menyampaikan laporan perkembangan usaha setiap triwulan kepada BUMN Pembina.⁴⁶

Tabel 2.2 Bentuk Kemitraan BUMN

Bentuk kemitraan BUMN	
Bantuan Pinjaman Dana	<ol style="list-style-type: none"> 1. Modal Kerja dan atau 2. Pembelian barang-barang Modal (Aktiva tetap produktif) 3. Pinjaman Khusus bersifat jangka pendek (maksimal 1 tahun)
Hibah atau (Pembinaan)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pendidikan dan Pelatihan Serta Pemagangan : <ol style="list-style-type: none"> a. Meningkatkan keterampilan manajerial & teknik produksi/pengolahan b. Meningkatkan pengendalian mutu produksi c. Meningkatkan pemenuhan standarisasi teknologi d. Meningkatkan rancang bangun dan perekayasaan 2. Pemasaran Produk Mitra Binaan : <ol style="list-style-type: none"> a. Membantu penjualan produk MB b. Membantu mempromosikan produk MB melalui kegiatan pameran maupun penyediaan ruang pamer.

Sumber : Fitri Ismail, Sony Akhmad Nurhakim dan Hadiyanto A. Rachim, Pemberdayaan Masyarakat Program Kemitraan PT. Telekomunikasi Indonesia (Tbk).

⁴⁶*Ibid.*, hlm 133

Pelaksanaan program kemitraan diharapkan sesuai dengan tujuan pemberdayaan yaitu untuk memperkuat UKM agar menjadi tangguh dan mandiri, sehingga dapat menghadapi perdagangan bebas yang bertujuan untuk meningkatkan laju pertumbuhan perekonomian Indonesia.⁴⁷

2.1 Manfaat Program Kemitraan

Adapun manfaat dari sebuah kemitraan, dalam Ade Syafitri mengutip dari Wiyanto :

a. Meningkatkan perolehan nilai tambah

Menurut Damanhuri, nilai tambah atau *value added* didefinisikan sebagai tambahan manfaat ekonomi dari adanya perbaikan teknologi, manajemen, kualitas, dan disverifikasi produksi, atau dapat pula didefinisikan sebagai nilai tambah yang terkandung pada jasa yang diciptakan oleh sebuah organisasi/perusahaan.⁴⁸

b. Meningkatkan keunggulan produktifitas

Dalam riset Ade Syafitri mengutip dari Wiyanto, Schonberger and Knod, Chase, and Aquilano mendefinisikan produktifitas sebagai sebuah ukuran untuk melihat seberapa baik input atau sumber daya yang digunakan untuk menciptakan output yang diinginkan dengan demikian, produktifitas akan meningkat apabila dengan input yang

⁴⁷ *Ibid.*, hlm 133.

⁴⁸ Ade Syafitri. *Pelaksanaan Pembinaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Dalam Program Kemitraan Sebagai Wujud Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility) (Studi Kasus Mitra Binaan PT. Telkom Indonesia , Tbk Divisi Area II Jakarta-Banten)*. Depok : Universitas Indonesia. 2012, hlm.,34

sama dapat diperoleh hasil yang lebih tinggi, atau sebaliknya dengan tingkat hasil yang tinggi hanya membutuhkan input yang lebih rendah.

c. Meningkatkan Kemampuan Inovasi Produk

Menurut Hafsah (dalam Wiyanto) mengutip dari riset Ade Syafitri, menjelaskan inovasi didefinisikan sebagai kegiatan baru (aplikasi cara/metode baru yang berasal dari hasil panuman yang praktis) dalam rangka untuk memperbaiki proses produksi, produk, dan proses pemasaran.

d. Meningkatkan Akses Permodalan

Menurut Damanhuri (dalam Wiyanto) mengutip dari riset Ade Syafitri, yang dimaksudkan meningkatnya akses permodalan adalah dengan adanya kemitraan usaha akan lebih mudah mendapatkan bantuan permodalan dari lembaga keuangan baik bank maupun non-bank, karena terkait dengan kredibilitas usaha dari adanya kegiatan kemitraan usaha tersebut. Pada hakekatnya sebenarnya tujuan program kemitraan adalah meningkatkan akses permodalan. Meningkatkan akses permodalan, dalam hal ini pengertiannya adalah nilai penggunaan modal dalam usaha meningkat. Peningkatan itu bisa terjadi karena akumulasi modal sendiri, maupun karena mendapatkan arus modal dari luar. Arus modal dari

luar, pada umumnya berbentuk pinjaman, baik pinjaman dari bank maupun lembaga keuangan lain non-bank.⁴⁹

Mengutip dari Augustin Rina Hermawati, Zimmerer dan Scarborough menyatakan tentang-tentang faktor kelebihan kemitraan, yaitu :

a. Mudah Pendiriannya

Seperti juga usaha perseorangan, kemitraan juga mudah dan murah pendiriannya. Pemilik harus memperoleh perizinan bisnis dan menyerahkan formulir-formulir yang tidak terlalu banyak.

b. Keterampilan yang saling melengkapi

Dalam kemitraan yang berhasil, keterampilan dan kemampuan masing-masing anggota kemitraan saling melengkapi satu sama lain, sehingga memperkuat landasan manajemen perusahaan.

c. Pembagian Laba

Tidak ada pembatasan mengenai cara para anggota kemitraan membagi laba perusahaan sejauh konsisten dengan anggaran dasar kemitraan dan tidak melanggar hak anggota yang mana pun.⁵⁰

d. Pengumpulan modal yang lebih besar

Bentuk kepemilikan kemitraan secara nyata memperluas kumpulan modal yang tersedia untuk suatu bisnis.

⁴⁹*Ibid.*,34-35

⁵⁰ Augustin Rina, *Sistem Kemitraan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)- Usaha Besar Dengan Permodelan Archetype.*, hlm 26-27.

e. Kemampuan menarik anggota mitra, terbatas

Apabila para mitra berbagi dalam memiliki, mengoperasikan, , dan mengelola suatu bisnis, mereka umumnya adalah mitra aktif. Mitra aktif memiliki kewajiban yang tidak terbatas dan biasanya memiliki peran aktif di perusahaan.

f. Tidak banyak peraturan pemerintah

Bentuk operasi kemitraan tidak banyak dibebani oleh peraturan-peraturan pemerintah.

g. Keluwesan

Kemitraan biasanya dapat bereaksi cepat terhadap situasi pasar yang berubah, sebab tidak ada organisasi raksasa yang dapat bergerak cepat memberi tanggapan kreatif terhadap peluang-peluang baru.

h. Pajak

Kemitraan tidak terkena pajak pemerintah. Kemitraan dinilai langsung dari laba dan rugi yang dihasilkan; pendapatan bersih atau kerugian langsung masuk ke dalam pendapatan pribadi anggota kemitraan, dan anggota kemitraan lah yang membayar pajak penghasilan sesuai dengan biaya laba yang diterimanya. Kemitraan terhindar dari kelemahan pajak ganda sehubungan dengan bentuk kepemilikan perseroan.⁵¹

⁵¹*Ibid.*, hlm 27

Tabel 2.3 Manfaat program Kemitraan

Manfaat Program Kemitraan			
No	Manfaat	Bentuk Pembinaan	Keterangan
1	Aspek Ekonomi	Melalui bantuan permodalan	Meningkatkan pendapatan usaha kecil ditunjukkan dengan perkembangan asset maupun omset penjualan para mitra binaan
		Melalui kegiatan pameran, <i>e-Commerce</i> , PPEI	
		Pelatihan kewirausahaan	Memperoleh nilai tambah terhadap produk yang dihasilkan mitra binaan (<i>Packaging</i> yang baik) sehingga membantu meningkatkan kreatifitas para mitra binaan dalam mengembangkan produk mereka
2	Aspek Sosial Budaya	Melalui kegiatan sarasehan, pelatihan <i>spiritual enterprenuer</i> , dan kunjungan kewirausahaan dengan melakukan kegiatan sharing usaha	Melalui upaya pemberdayaan melalui transfer daya yang diberikan oleh mitra binaan lain yang sukses sehingga timbul perkembangan terhadap kualitas diri para mitra binaan yang ditunjukkan dengan meningkatnya rasa percaya diri maupun ambisi untuk sukses para mitra.
3	Aspek Teknologi	Melalui pelatihan <i>e-commerce</i>	Meningkatkan pengetahuan teknologi mitra binaan dalam bidang pemasaran dengan memanfaatkan teknologi IT
4	Aspek Manajemen	Melalui pelatihan pembukuan	Meningkatkan produktivitas organisasi di dalam kerja yang dilaksanakan, namun belum semua mitra binaan memiliki kemampuan dalam hal manajemen pembukuan yang baik.

Sumber : Ade Syafitri, *Pelaksanaan Pembinaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Dalam Program Kemitraan Sebagai Wujud Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility)*⁵²

2.2 Landasan Hukum Program Kemitraan

Pembinaan Usaha Kecil yang dilakukan BUMN tidak terlepas dari peraturan perundang-undangan lainnya, yaitu :

- a. Peraturan Pemerintah Nomor 32 Tahun 1998 tentang Pembinaan dan Pengembangan Usaha Kecil. Penjelasan Pasal 16 : “Lembaga pembiayaan menyediakan dukungan modal untuk pembinaan dan pengembangan usaha kecil antara lain meliputi skim modal awal, modal bergulir, kredit usaha kecil, kredit program dan kredit modal kerja usaha kecil, kredit kemitraan, modal ventura dana dari bagian laba Badan Usaha Milik Negara, anjak piutang dan kredit lainnya”.
- b. Undang-undang Nomor 19 Tahun 2003 tentang BUMN. Pasal 2 : “salah satu tujuan pendirian BUMN adalah turut aktif memberikan bimbingan dan bantuan kepada pengusaha golongan ekonomi lemah, koperasi, dan masyarakat.” Pasal 88 ayat (1) : “..BUMN dapat menyisihkan sebagian laba bersihnya untuk keperluan pembinaan usaha kecil/koperasi serta pembinaan masyarakat sekitar BUMN”.⁵³

⁵²Ade Syafitri, *Pelaksanaan Pembinaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Dalam Program Kemitraan Sebagai Wujud Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility) (Studi Kasus Mitra Binaan PT. Telkom Indonesia , Tbk Divisi Area II Jakarta-Banten).*,hlm 112

⁵³*Ibid.*,hlm 37

- c. Undang-undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan terbatas. Pasal 74 ayat (1) : “..Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan...”
- d. Undang-undang Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Pasal 21 : “...Badan Usaha Milik Negara dapat menyediakan pembiayaan dari penyisihan bagian laba tahunan yang dialokasikan kepada Usaha Mikro dan Kecil dalam bentuk memberi pinjaman, hibah, dan pembayaran lainnya”.⁵⁴
- e. Pada Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor :70/M-DAG/PER/12/2013 dijelaskan dalam pengembangan kemitraan antara pusat perbelanjaan dan/atau toko modern dengan pasar tradisional, dilakukan dalam bentuk penyediaan fasilitas berupa : *pelatihan, konsultasi, pasokan barang, permodalan, dan bentuk lainnya.*⁵⁵
- f. pada Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 bab VIII Pasal 27 tentang Kemitraan bahwa pelaksanaan kemitraan dengan pola inti plasma sebagaimana dimaksud dalam pasal 26a , Usaha Besar sebagai inti membina dan mengembangkan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, yang menjadi plasmanya dalam : *penyediaan dan penyiapan lahan; penyediaan sarana produksi; pemberian*

⁵⁴*Ibid.*, hlm 38

⁵⁵ Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor : 70/M-DAG/PER/12/2013 Tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern. Hlm 6.

bimbingan teknis produksi dan manajemen usaha; perolehan, penguasaan, dan peningkatan teknologi yang diperlukan; Pembiayaan; pemasaran; penjaminan; pemberian informasi; dan pemberian bantuan lain yang diperlukan bagi peningkatan efisiensi, dan produktivitas dan wawasan usaha.⁵⁶

2.3 Pola Kemitraan Berdasarkan Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008

Pola kemitraan merupakan bentuk atau sistem yang akan dilakukan dalam kemitraan usaha antara Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dengan Usaha besar dan pola kemitraan ini disesuaikan dengan sifat dan usaha yang dimitrakan. Pola kemitraan pada dasarnya dikategorikan menjadi dua, yaitu pola pembinaan langsung dan pola kerjasama. Pola pembinaan langsung merupakan pola yang melibatkan secara langsung antara usaha besar (Perusahaan pembina) dengan usaha mikro, kecil, dan menengah (mitra binaannya).⁵⁷ Pola pembinaan langsung dijelaskan dalam Undang-undang nomor 20 tahun 2008 yaitu:

- a. *Pola Inti Plasma*. Mengutip dari Salim mengatakan Pola Inti Plasma adalah hubungan kemitraan antara UMKM dengan usaha besar yang di dalamnya usaha besar sebagai inti, sedangkan UMKM sebagai plasma. Mengutip dari Lala mengatakan Perusahaan inti berkewajiban melaksanakan mulai dari penyediaan

⁵⁶ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

⁵⁷ Ari Sujatmiko. *Program Kemitraan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Perusahaan : Studi Penerapan CSR PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk.*, hlm 65

sarana produksi, bimbingan teknis sampai dengan pemasaran hasil produksi.⁵⁸ Pelaksanaan kemitraan dengan pola inti plasma sebagaimana yang dimaksud dalam Pasal 26 huruf a, Usaha Besar sebagai inti membina dan mengembangkan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, yang menjadi plasmanya dalam:

- 1) penyediaan dan penyiapan lahan;
- 2) penyediaan sarana produksi;
- 3) pemberian bimbingan teknis produksi dan manajemen usaha;
- 4) perolehan, penguasaan, dan peningkatan teknologi yang diperlukan;
- 5) pembiayaan;
- 6) pemasaran;
- 7) penjaminan;
- 8) pemberian informasi; dan
- 9) pemberian bantuan lain yang diperlukan bagi peningkatan efisiensi dan produktivitas dan wawasan usaha.⁵⁹

b. *Subkontrak*. Subkontrak adalah kemitraan antar kelompok mitra dengan perusahaan mitra, dimana kelompok mitra memproduksi komponen yang diperlukan oleh perusahaan mitra sebagai bagian produksinya.⁶⁰ Pelaksanaan kemitraan usaha dengan pola subkontrak sebagaimana dimaksud Pasal 26 huruf b, untuk

⁵⁸ *Ibid.*, hlm 65

⁵⁹ Undang-undang Nomor 20 tahun 2008 Pasal 7., hlm 15.

⁶⁰ LIPTAN. *Kemitraan Usaha.*, hlm 3

memproduksi barang dan/atau jasa, Usaha Besar memberikan dukungan berupa:

- 1) kesempatan untuk mengerjakan sebagian produksi dan/atau komponennya;
- 2) kesempatan memperoleh bahan baku yang diproduksi secara berkesinambungan dengan jumlah dan harga yang wajar;
- 3) bimbingan dan kemampuan teknis produksi atau manajemen;
- 4) perolehan, penguasaan, dan peningkatan teknologi yang diperlukan;
- 5) pembiayaan dan pengaturan sistem pembayaran yang tidak merugikan salah satu pihak; dan
- 6) upaya untuk tidak melakukan pemutusan hubungan sepihak.⁶¹

c. *Pola Waralaba*. Mengutip dari Ari Sujatmiko, Salim menyatakan Pola waralaba adalah hubungan kemitraan yang didalamnya usaha besar pemberi waralaba memberikan hak penggunaan lisensi, merek dan saluran distribusi perusahaan kepada UMKM penerima waralaba dengan disertai bantuan bimbingan manajemen.⁶² Dalam undang-undang nomor 20 tahun 2008 Pasal 29 dijelaskan :

⁶¹ Undang-undang Nomor 20 tahun 2008 pasal 28., hlm 15

⁶² Ari Sujatmiko., hlm 66

- 1) Usaha Besar yang memperluas usahanya dengan cara waralaba sebagaimana dimaksud dalam Pasal 26 huruf c, memberikan kesempatan dan mendahulukan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang memiliki kemampuan.
- 2) Pemberi waralaba dan penerima waralaba mengutamakan penggunaan barang dan/atau bahan hasil produksi dalam negeri sepanjang memenuhi standar mutu barang dan jasa yang disediakan dan/atau dijual berdasarkan perjanjian waralaba.
- 3) Pemberi waralaba wajib memberikan pembinaan dalam bentuk pelatihan, bimbingan operasional manajemen, pemasaran, penelitian, dan pengembangan kepada penerima waralaba secara berkesinambungan.⁶³

d. *Pola Perdagangan Umum.* Pola perdagangan umum dapat dilakukan dalam bentuk kerjasama pemasaran, penyediaan lokasi usaha, atau penerimaan pasokan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah oleh usaha besar yang dilakukan secara terbuka. Pemenuhan kebutuhan barang dan jasa yang diperlukan oleh Usaha Besar dilakukan dengan mengutamakan pengadaan hasil produksi Usaha Kecil atau Usaha Mikro sepanjang memenuhi standar mutu barang dan jasa yang diperlukan.

⁶³ Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 Pasal 29., hlm 15-16

Pengaturan sistem pembayaran dilakukan dengan tidak merugikan salah satu pihak.

- e. *Pola Distribusi dan Keagenan*. Dalam pelaksanaan kemitraan dengan pola distribusi dan keagenan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 26 huruf e, Usaha Besar dan/atau Usaha Menengah memberikan hak khusus untuk memasarkan barang dan jasa kepada Usaha Mikro dan/atau Usaha Kecil.⁶⁴

E. Konsinyasi

Menurut Pujianto mengutip dari Skripsi Cici Tria Fauziah metode konsinyasi merupakan metode titip jual artinya pengamanat menitipkan barang kepada komisioner dan bila barang laku maka pihak komisioner baru membayarnya. Model penjualan konsinyasi ini merupakan salah satu tren yang sedang berkembang. Salah satu keuntungan metode ini oleh komisioner adalah komisioner hanya menyediakan tempat untuk menampilkan barang yang dijual dan hanya membayar barang bila barang tersebut terjual. Sedangkan keuntungan metode ini bagi pengamanat adalah pengamanat dapat mengetahui sejauhmana barang-barang yang dijual oleh komisioner direspon oleh masyarakat.⁶⁵

Menurut Afriyanto mengutip dari Cici Tria Fauziah, pihak-pihak yang terlibat dalam konsinyasi adalah:

1. Pengamanat (*consignor*) adalah pihak yang menitipkan barang atau pemilik barang. Pengamanat akan tetap mencatat barang yang

⁶⁴*Ibid.*, hlm 16

⁶⁵ Cici Tria Fauziah Ritonga, *Analisis Penerapan Akuntansi Penjualan Konsinyasi Pada PT. Surya Puta Sumatra (SPS) II Pasir Pengaraian*. Universitas Pasir Pengaraian. 2016. hlm 23.

dititipkannya sebagai persediaan selama barang yang dititipkan belum terjual atau menunggu laporan dari komisioner.

2. Komisioner (*consignee*) adalah pihak yang menerima titipan barang Penjualan konsinyasi dalam pengertian sehari-hari dikenal dengan sebutan penjualan dengan cara penitipan.⁶⁶

F. Konsep Toko Modern

Pada Peraturan menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 70/M-DAG/PER/12/2013 menjelaskan yang dimaksud dengan Toko Modern adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk *Minimarket*, *Supermarket*, *Department Store*, *Hypermarket* ataupun grosir yang berbentuk perkulakan.⁶⁷

Keempat jenis ritel modern tersebut akan tergambarkan lebih jelas dari deskripsi berikut.

1) Minimarket

Minimarket adalah toko berukuran relatif kecil yang merupakan pengembangan dari Mom & Pop Store, dimana pengelolaannya lebih modern, dengan jenis barang dagangan lebih banyak. Mom & Pop Store adalah toko berukuran relatif kecil yang dikelola secara tradisional, umumnya hanya menjual bahan

⁶⁶*Ibid.*, hlm 22.

⁶⁷ Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 70/M-DAG/PER/12/2013 . Tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.

pokok/kebutuhan sehari-hari yang terletak di daerah perumahan/pemukiman, biasa dikenal sebagai toko kelontong.

2) Supermarket

Supermarket Adalah bentuk toko ritel yang operasinya cukup besar, berbiaya rendah, margin rendah, volume penjualan tinggi, terkelompok berdasarkan lini produk, self-service, dirancang untuk memenuhi kebutuhan konsumen, seperti daging, hasil produk olahan, makanan kering, makanan basah, serta item-item produk non-food seperti mainan, majalah, toiletris, dan sebagainya (Sopiah,2008:50-51). Pada kelompok Supermarket, terdapat 6 pemain utama yakni Hero, Carrefour, Superindo, Foodmart, Ramayana, dan Yogya + Griya Supermarket.⁶⁸

3) Department Store

Menjual secara eceran berbagai jenis barang konsumsi terutama produk sandang dan perlengkapannya dengan penataan berdasarkan jenis kelamin dan/ atau tingkat usia konsumen.⁶⁹

4) Hypermarket

Hypermarket merupakan toko ritel yang dijalankan dengan mengkombinasikan model discount store, supermarket, dan warehouse store di satu tempat. Barang-barang yang ditawarkan meliputi produk

⁶⁸ Tri Joko Utomo . *Persaingan Bisnis Ritel : Tradisional dan Modern (The Competition of Retail Business : Traditional vs Modern)*. Fokus Ekonomi, Vol. 6 No. 1 Juni 2011 : 122-133. hlm 125

⁶⁹ Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 70/M-DAG/PER/12/2013 . Tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.

grosiran, minuman, hardware, bahan bangunan, perlengkapan automobile, perabot rumah tangga, dan juga furniture.⁷⁰



⁷⁰ Tri Joko Utomo . *Persaingan Bisnis Ritel : Tradisional dan Modern (The Competition of Retail Business : Traditional vs Modern)*. Fokus Ekonomi, Vol. 6 No. 1 Juni 2011 : 122-133. hlm 126

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian dan Pendekatan

Jenis penelitian yang akan dilakukan yaitu penelitian studi kasus dan lapangan dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian deskriptif melakukan analisis hanya sampai pada taraf deskripsi, yaitu menganalisis dan menyajikan fakta secara sistematis sehingga dapat lebih mudah untuk difahami dan disimpulkan. Penelitian deskriptif bertujuan menggambarkan secara sistematis dan akurat fakta dan karakteristik mengenai populasi atau mengenai bidang tertentu.⁷¹ Studi kasus ialah menggali entitas tunggal atau fenomena dari suatu masa tertentu dan aktivitas (bisa berupa program, kejadian, proses, institusi, atau kelompok sosial), serta mengumpulkan detail informasi dengan menggunakan berbagai prosedur pengumpulan data selama kasus itu terjadi.⁷²

Penelitian ini menggambarkan keadaan UMKM kota Palangka Raya dan perkembangan dalam menjalani bidang usaha. Fokusnya Gambaran Implementasi pemberdayaan terhadap UMKM dengan program kemitraan berkonsep pembinaan yang dilakukan dari Dunia Usaha besar seperti Hypermart dan dari pemerintah kota Dinas Koperasi dan UKM.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat

Penelitian ini akan dilakukan di Hypermart Mega Town Square kota Palangka Raya.

⁷¹ Saifuddin Azwar. *Metode Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2007. Hlm 6-7.

⁷² Afifudin,.; Saebani, Beni Ahmad, *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : Pustaka Setia, 2012. hlm 87.

2. Waktu

Penelitian ini akan dilakukan selama 4 bulan Januari hingga April di mulai dengan :

- a. Mengajukan permohonan izin
- b. Melakukan observasi untuk melihat gambaran umum objek penelitian
- c. Pengumpulan data-data yang di perlukan.
- d. Menganalisis data

C. Sumber Data

1. Primer

Sumber data utama (primer) yang dimaksudkan Lofland (dalam Ibrahim) adalah sumber utama yang dapat memberikan informasi, fakta dan gambaran peristiwa yang diinginkan dalam penelitian. Dalam penelitian kualitatif, sumber data utama itu adalah kata-kata dan tindakan orang yang diamati dan diwawancarai.⁷³ Pada penelitian ini sumber data primernya terbagi menjadi tiga sumber data utama yaitu Dinas Koperasi dan UKM, 3 Para Pelaku UMKM yang bersedia menjadi responden dari 6 yang direkomendasikan Pemerintah Kota, dan pihak Hypermart.

2. Sekunder

Sumber Data Tambahan (sekunder) adalah segala bentuk dokumen, baik dalam bentuk tertulis maupun foto.⁷⁴ Data sekunder dapat diperoleh dari buku, jurnal atau dari penelitian terdahulu. Data sekunder ini nantinya pun bisa menjadi sarana pendukung untuk memahami masalah yang akan di

⁷³ Ibrahim. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta, 2015. hlm., 69.

⁷⁴ *Ibid.*, hlm 70.

teliti. Dokumen yang ada berupa foto selama menjalani penelitian, rekap data UMKM di Kota Palangka Raya, Laporan tim survey Hypermart, dan Media cetak dari Dinas Koperasi dan UKM.

D. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian adalah sumber utama data penelitian, yaitu yang memiliki data mengenai variabel-variabel yang diteliti.⁷⁵ Ada beberapa istilah lain yang digunakan untuk menunjuk subjek penelitian, ada yang mengistilahkan informan dan partisipan.⁷⁶ Subjek dalam penelitian ini ialah Kepala Dinas Koperasi dan UKM dan Staff, dan 3 Pelaku UMKM yang bersedia untuk di Wawancarai. Objek penelitian ini yaitu Hypermart dan pelaksanaan pembinaan dalam program kemitraan.

E. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data, teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. .

1. Wawancara

Wawancara adalah metode pengambilan data dengan cara menanyakan sesuatu kepada seseorang yang menjadi informan atau responden. Caranya adalah dengan bercakap-cakap secara tatap muka.⁷⁷ Sumber yang menjadi untuk diwawancarai yaitu Pihak Dinas Koperasi dan UKM, para pelaku UMKM, dan Manajer dari Hypermart.

⁷⁵Afifudin,.; Saebani, Beni Ahmad. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : Pustaka Setia, 2012. hlm 88.

⁷⁶Saifuddin Azwar. *Metode Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2007. Hlm 45.

⁷⁷ Afifudin,.; Saebani, Beni Ahmad. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : Pustaka Setia, 2012. hlm 131.

2. Observasi

Menurut Nawawi dan martini, observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistemik terhadap unsur-unsur yang tampak dalam suatu gejala atau gejala-gejala dalam objek penelitian..⁷⁸ Observasi ini nantinya akan mengamati produk UMKM yang ada di Hypermart, Produk yang tersedia di *outlet* pelaku UMKM sendiri, dan mengetahui tata letak Produk UMKM di Hypermart.

3. Dokumentasi

Dokumen merupakan rekaman kejadian masa lalu yang ditulis atau dicetak mereka dapat berupa catatan anekdot, surat, buku harian, dan dokumen-dokumen. Dokumen kantor termasuk lembaran internal, komunikasi bagi publik yang beragam, file siswa dan atau pegawai, deskripsi program, data statistik. Dalam teknik pengumpulan data interaktif, peneliti menemukan dokumen ini pada sisi atau partisipan menawarkan untuk membagi rekaman pribadi ini dengan peneliti.⁷⁹ Beberapa dokumen yang dijadikan sumber data didapatkan dari dokumen-dokumen milik Dinas Koperasi dan UKM, diantaranya data Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Kota Palangka Raya, serta informasi-informasi dari media cetak.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis data

Miles dan Huberman. Analisis data dilakukan dengan cara :

⁷⁸ *Ibid.*, hlm 134

⁷⁹ Dr. Uhar Suharsaputra, M.Pd. *Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Bandung : PT Refika Aditama, 2012. hlm 215.

1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam hal ini berupa data-data mentah dari hasil penelitian, seperti: hasil wawancara, dokumentasi, catatan lapangan dan sebagainya.

2. Reduksi Data

Setelah data terkumpul dari hasil pengamatan, wawancara, catatan lapangan, serta bahan-bahan data lain yang ditemukan di lapangan dikumpulkan dan diklasifikasikan dengan membuat catatan-catatan ringkasan, mengkode untuk menyesuaikan menurut hasil penelitian.

3. Penyajian Data

Data yang sudah dikelompokkan dan sudah disesuaikan dengan kode kodenya, kemudian disajikan dalam bentuk tulisan deskriptif agar mudah dipahami secara keseluruhan dan juga dapat menarik kesimpulan untuk melakukan penganalisisan dan penelitian selanjutnya.⁸⁰

4. Kesimpulan

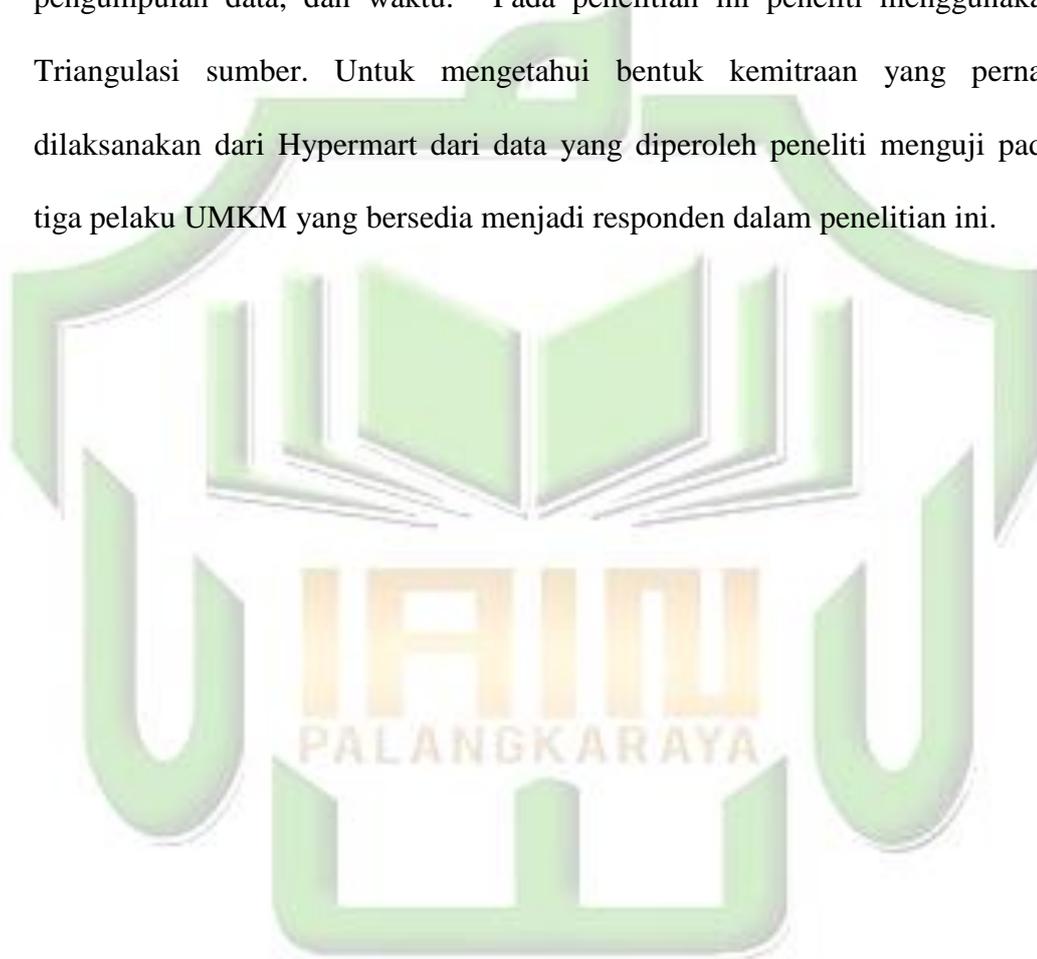
Hasil penelitian yang telah terkumpul dan terangkum harus diulang kembali dengan mencocokkan pada reduksi data dan *display data*, agar kesimpulan yang telah dikaji dapat disepakati untuk ditulis sebagai laporan yang memiliki tingkat kepercayaan yang benar.⁸¹

⁸⁰ Ali Sya'ban. *Teknik Analisis Data Penelitian Aplikasi Program SPSS dan Teknik Menghitungnya*. Jakarta : Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka, 2005. Hlm 67-68.

⁸¹ *Ibid.*, hlm 68.

G. Keabsahan Data

Untuk menguji keabsahan data dalam penelitian ini peneliti menggunakan Triangulasi. Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan waktu.⁸² Pada penelitian ini peneliti menggunakan Triangulasi sumber. Untuk mengetahui bentuk kemitraan yang pernah dilaksanakan dari Hypermart dari data yang diperoleh peneliti menguji pada tiga pelaku UMKM yang bersedia menjadi responden dalam penelitian ini.



⁸² Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta, 2010.hlm, 125.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. UMKM di Kota Palangka Raya

Pada BAB ini akan menjelaskan hasil temuan yang didapatkan peneliti dari lapangan yang berkaitan dengan rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu implementasi program kemitraan dari *Ritel Modern* terhadap UMKM, dan manajemen pembinaan UMKM oleh Hypermart. Serta pembahasan atau analisa yang akan dikaitkan dengan teori-teori yang sudah diuraikan pada BAB kajian teori. Data yang didapatkan melalui proses wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan kepada para responden yang mampu memberikan informasi secara cukup detail, diantaranya Laporan Tim Survey Hypermart, Dinas Koperasi dan UKM, dan tiga pelaku UMKM bersedia menjadi responden dalam pengumpulan data yaitu Bapak Daryono, Ibu Mulyana, dan Ibu Ifa,

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah sektor berbeda dengan sektor ekonomi makro yang memiliki keteraturan bentuk dan pengelolaan. Sedangkan sektor UMKM adalah usaha mikro yang memiliki karakteristik unik dengan beragam kondisi pelaksanaannya di berbagai daerah seperti kondisi yang sulit, keterbatasan sarana dan prasarana dengan latar belakang sosial yang kerap ditemui dalam pengelolaannya.⁸³

⁸³ Pemerintah Kota Palangka Raya, *Data Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Kota Palangka Raya Tahun 2017*. Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kota Palangka Raya, 2017. Hlm 1.

Permasalahan itu berimbas pada upaya pendataan dengan kendala tidak menyajikan data secara tepat dan akurat yang menggambarkan kondisi UMKM secara keseluruhan sebagai bahan perumusan kebijakan dalam melakukan pembinaan dan pembenahan disektor ekonomi rakyat ini.

Harus diakui bahwa UMKM sebagai usaha ekonomi produktif yang berbasis ekonomi kerakyatan mempunyai peran penting dan strategis dalam usaha pembangunan kota Palangka Raya terutama pada aspek ketersediaan kebutuhan rakyat, peningkatan pendapatan dan penciptaan lowongan kerja. Ini perlu mendapat perhatian khusus dari pemerintah agar sektor ini menjadi sumber potensi yang dapat mendukung dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat daerah, dan untuk mewujudkan itu perlu informasi sebagai bahan proses perencanaan berbagai kegiatan dalam rangka pemberdayaan dan pengembangan sektor usaha produktif di Kota Palangka Raya.⁸⁴

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Palangka Raya semakin menjamur. Jumlahnya kini mencapai 56.430 UMKM. Jumlah tersebut sudah mecakupi 5 kecamatan yang ada di Kota Palangka Raya yaitu Pahandut, Jekan Raya, Sebangau, Rakumpit, dan Bukit Batu. Usaha yang dimiliki pun beragam diantaranya ialah usaha rumah makan, industri pengolahan, pertanian/perkebunan/perikanan, pertambangan, angkutan, kontruksi, persewaan dan jasa.⁸⁵ Akhir tahun 2017 lalu, sebanyak 24 jenis dari produk usaha di Kota Palangka Raya, Kalimantan Tengah berhasil menembus toko

⁸⁴ *Ibid.*, hlm 1.

⁸⁵ Rekapitulasi Data Keragaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Kota Palangka Raya Tahun 2016.

ritel di Kota setempat. Walikota Palangka Raya, Dr HM Riban Satia menyambut baik keberhasilan tersebut dan meminta para pelaku usaha kecil menengah (UKM) mempelajari manajemen pengelolaan usaha dari toko ritel modern. Afendie mengatakan dari 33 produk kuliner lokal yang diajukan ke pihak ritel sebanyak 24 produk lolos verifikasi mendapat tempat di ritel tersebut.⁸⁶

Para pelaku UKM di Kota Palangka Raya memiliki satu komunitas yaitu AKUMANDIRI. AKUMANDIRI ialah suatu Komunitas yang berisikan para pelaku UKM berdiri sejak tahun 2016. Dalam Akumandiri sesama Anggota saling memberi pendampingan dan support, karena selalu ada pengusaha kecil yang baru bermunculan di AKUMANDIRI inilah sesama pelaku usaha saling menggandeng, saling membantu. Adanya komunitas memberikan kemudahan untuk para pelaku UKM mendapat informasi-informasi dari UKM lainnya. Banyaknya para pelaku UKM yang masih awam atau pemula dalam menjalankan dagangannya tidak memikirkan hal-hal penting untuk produknya seperti izin, *packaging*, dan lain-lain. Mereka masih terpaku untuk memikirkan mendapatkan uang hasil dari dagangannya dan balik modal. AKUMANDIRI inilah menjadi wadah para pelaku UKM yang masih pemula untuk mendapatkan informasi dan *support*. Setiap ada pelatihan yang dilaksanakan dari Dinas Koperasi dan UKM pun dari Ketua AKUMANDIRI yang mempersiapkan dari anggotanya untuk menjadi peserta pelatihan tersebut dan berdasarkan tema dari pelatihan yang dilaksanakan.

⁸⁶ Ekonomi Bisnis, *Produk UMKM Palangka Raya Masuk Toko Ritel*, Tabengan, Selasa 14 November 2017, hlm 9.

Sejauh ini, UMKM merupakan salah satu inovasi yang membantu masyarakat Palangka Raya dalam menciptakan lapangan pekerjaan sendiri. Dinas Koperasi dan UKM terus berusaha melakukan pembinaan terhadap anggota UMKM yang ada di Kota Cantik, karena peran UMKM sangatlah menentukan perekonomian di sektor perdagangan. Kepala Dinas Koperasi dan UKM berharap dengan adanya pembinaan, UMKM Palangka Raya bisa mandiri dan berkembang mampu bersaing di Pasar Bebas Asean, dan terus meningkatkan produk-produk yang dipasarkan.⁸⁷

B. Profil Hypermart

Hypermart merupakan anak dari PT Matahari Putra Prima Tbk (MPPA) yang berfokus pada *Fast Moving Consumer Goods* (FMCG). Tidak hanya Hypermart terdapat juga Foodmart dan Boston health and Beauty. Perseroan telah mengoperasikan sebanyak 107 gerai Hypermart, termasuk 8 gerai baru di tahun 2014. Saat ini terdapat 58 gerai yang berlokasi di Jabodetabek dan Jawa, dan 49 gerai lainnya tersebar di seluruh wilayah di Indonesia. Sebagai bisnis ritel inti dan unggulan dari MPPA, Hypermart melangkah maju menjadi ikon hipermarket terkemuka di Indonesia. Dengan cakupan gerai terluas di antara peritel hipermarket di Indonesia, Hypermart telah menjadi No. 1 dengan kehadirannya di lebih dari 60 kota di seluruh Indonesia.

Hypermart, peritel modern *Fast Moving Consumer Goods* (FMCG), terus berkembang pesat dan bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang meningkat dengan menyediakan berbagai pilihan produk rumah tangga

⁸⁷UMKM Menjamur, Capai 56 Ribu Usaha, Kalteng Pos 27 Desember 2017.

berkualitas, suasana perbelanjaan modern dan konsistensi penawaran produk bernilai tambah.⁸⁸PT. Matahari Putra Prima, Tbk ("MPP") melakukan ekspansi bisnisnya melalui Matahari Food Business ("MFB") yang merupakan unit usaha MPP yang mengelola Hypermart, Foodmart dan Boston Health Center dengan meresmikan gerai Hypermart ke 77 di Megatop Trade Center, Palangkaraya.⁸⁹Hypermart menjadi pusat perbelanjaan yang terbesar dikota Palangka Raya. Hypermart di Palangka Raya sejak tahun 2012. Hypermart merupakan satu-satunya pasar modern yang ada di Kota Palangka Raya, terletak di Jl. Yos Sudarso Kota Palangka Raya.Hypermart menempati gedung pertokoan milik METOS dengan luas kurang dari 5000 m².

C. Implementasi Program Kemitraan terhadap UMKM oleh Hypermart

Pada program kemitraan di Hypermart belum berjalan secara optimal karena melihat dari minimnya produk-produk lokal yang ada didalamnya bahkan mengalami penurunan. Seperti yang dikatakan pelaku UMKM AA :

“Masih, tapi ini barangnya masih kosong sekarang. Kayanya udah mulai sepi sekarang.(AA, Pelaku UMKM)”

Hanya terdapat satu produk lokal saja yang ada dalam *display* Hypermart seperti yang diungkapkan AA salah pelaku UMKM yang produknya ada di Hypermart :

“Kalau dari Palangka Raya cuman saya aja, dari Kumai ada yang merek AA. (AA, Pelaku UMKM)”

⁸⁸www.Hypermart.com

⁸⁹www.Hypermart.com

Berdasarkan hal tersebut model kemitraan yang berjalan di Hypermart belum sepenuhnya sesuai dengan teori pada Bab 2 yang diungkapkan Riana Eisler dalam riset Augustin Rina yaitu adanya keanekaragaman produk. Namun, faktanya di Hypermart hanya terdapat satu produk UMKM.

Perihal minimnya produk dan *Supplier* lokal dijelaskan juga dalam Laporan tim Survey hypermart :

“Pada umumnya penyerapan produk lokal seperti telur ayam, telur bebek, telur asin, sayuran dan buah-buahan lokal, ikan lokal, snack lokal, dan kue basah. disebabkan karena: (1) Hypermart kesulitan dalam mencari supplier lokal karena tidak ada jaminan kontinuitas produk; (2) Mekanisme pembayaran dari pihak hypermart tidak sesuai dengan keinginan supplier karena bersifat berjangka yaitu persatu bulan, sementara keinginan dari pihak supplier local terbiasa dengan system *cash and carry*; (3) pada umumnya produk lokal belum punya label sesuai dengan standard dari hypermart. Berdasarkan informasi untuk pengurusan label di hypermart dikenai *tarif labelling* (25 % dari harga supplier) sehingga cenderung memberatkan UMKM lokal dan berdampak pada daya beli konsumen. (Laporan Tim Survey)”

Berdasarkan data tersebut pun masih belum berjalan sesuai teori dalam peraturan Undang-undang pasal 26 dalam Pola Subkontrak yaitu pembiayaan dan pengaturan sistem pembayaran yang tidak merugikan salah satu pihak dan pada Pola Perdagangan umum yaitu Usaha besar mengutamakan pengadaan hasil produksi Usaha kecil atau usaha mikro sepanjang memenuhi standar mutu

barang dan jasa yang diperlukan. Pengaturan sistem pembayaran dilakukan dengan tidak merugikan salah satu pihak.

1. Program Kemitraan yang berjalan bersifat Konsinyasi

Bentuk kemitraan yang berjalan antara ritel modern dengan UMKM Kota Palangka Raya masih Konsinyasi pada Hypermart ataupun Indomaret. Kemitraan masih berupa pemasaran produk UMKM. Seperti yang di katakan AA :

“mereka hanya Konsinyasi cara bisnisnya cara kerja samanya, jadi produk habis dia nerima uang, retur atau saya yang nanggung. (AA, Pelaku UMKM)”

“Iya seperti supermarket-supermarket sebelumnya, masih Konsinyasi, barang yang laku ya itu lah yang dikasihkan ke Ibu, rutin jadi setiap tanggal 16 masuk rekening. Konsinyasi ini enak kalo kita mau masukan barang silahkan kalau tidak ya tidak apa-apa, kecuali ada kesepekatan atau sistemnya dibeli dulu kita ganti rugi. (AA, Pelaku UMKM)”

Hal tersebut sesuai dengan yang disebutkan dalam teori yaitu metode konsinyasi dimana pengamanat menitipkan barang kepada komisioner dan bila barang laku maka pihak komisioner baru membayarnya. Pengamanat disini yaitu Pelaku UMKM itu sendiri dan Komisionernya adalah Hypermart. Konsinyasi yang dilakuakn pun sesuai yang disebutkan dalam teori Bab 2 pada Peraturan Pemerintah Republik Indonesia dalam Nomor 32 Tahun

1998 pasal 7 yaitu kemitraan yang dalam bentuk pemasaran produk usaha kecil.

Hanya satu produk UMKM yang bisa masuk dalam Hypermart. Produk tersebut masuk Hypermart sejak tahun 2013. Produk AA selama bermitra merasakan pajak yang terlalu tinggi ketika bermitra dengan Hypermart, Pajak yang Hypermart ambil 40-50%. Aturan yang ada pada Hypermart apabila jumlah produk yang tidak sesuai permintaan dari Hypermart pun akan dikenakan *penalty*. Misalnya saja, apabila Hypermart meminta 50 pcs namun yang disediakan hanya 25 pcs maka akan mendapatkan teguran seperti yang diungkapkan AA :

“Kalau dari Palangka Raya cuman saya aja, dari Kumai ada yang merek AA. (AA, Pelaku UMKM)”

“Semenjak, setahun setelah berdirinya Hypermart itu, cuman itu beratnya pajaknya terlalu tinggi dia ngambilnya (AA) Pelaku UMKM”.

“Bisa 40-50%, sepertinya di Sendys kan cuman 20% misalnya Amplang dari Ibu 18.000 dia jual 24.000, kalau di Hypermart Ibu lebih jatuh harganya dari Sendys tetep harganya lebih mahal disana di Hypermart, tapi tetep aja laku barangnya, tapi rugi Ibu lah gitu, sedangkan di Sendys bisa lebih tinggi beda selisih 1000 lah, tapi tetep harga lebih tinggi Hypermart. (AA, Pelaku UMKM)”

“Kalau barang kosong kita tidak memenuhi permintaan Hypermart, misal Hypermart minta 50 kita kasih 25 itu kena Penalty dari Hypermart, kena potongan. (AA, Pelaku UMKM)”

Hal tersebut terkesan memberatkan pelaku UMKM dalam sistem pembayaran. Belum sesuai dengan Undang-undang nomor 20 tahun 2008 pasal 26 yaitu pembiayaan dan pengaturan sistem pembayaran tidak merugikan salah satu pihak.

Sebagai ritel modern yang terbesar ada di Palangka Raya Hypermart masih belum optimal menjalankan beberapa peraturan-peraturan negara seperti Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor :70/M-DAG/PER/12/2013, Undang-undang Republik Indonesia Nomor 7 tahun 2014, dan Undang-undang Nomor 20 tahun 2008 . Karena dari beberapa aturan-aturan tersebut menjelaskan ritel modern wajib memberikan program kemitraan terhadap pasar lokal seperti para pelaku UMKM. Seperti yang terdapat pada Undang-undang Nomor 7 tahun 2014 dasar prinsip kemitraan yaitu saling memerlukan, saling mempercayai, memperkuat dan menguntungkan.

Diantara banyaknya bidang yang menjadi tuntunan kemitraan sesuai pada Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 1998 kini Hypermart menjalankan Kemitraan masih berdasarkan salah satu poin yang ada pada Nomor 32 Nomor 1998 pasal 7e dan pada Undang-undang nomor 20 Tahun 2008 yaitu memasarkan produk usaha kecil.

Melihat tersebut masih terdapat banyak kekurangan kegiatan Program Kemitraan yang dilakukan oleh Hypermart terhadap Mitra Binaanya. Perlu peningkatan kegiatan dalam Program Kemitraan yang berjalan. Hypermart bisa menerapkan program kemitraan dengan Peraturan atau Undang-undang yang menjadi panduan untuk bermitraa dan membina UMKM Palangka Raya untuk menjadi lebih optimal.

2. Prosedur Kemitraan

Prosedur dan persyaratan untuk adanya kemitraan pun terbilang tidak mudah dan cukup lama bagi pelaku UMKM. Prosedur dan syaratnya yaitu adanya izin usaha dan produk di uji. Proses tersebut memakan waktu hampir satu tahun, seperti yang dijelaskan AA :

“Ya izin usaha, produknya di uji, lama juga waktu itu prosesnya ada sampe satu tahun kayaknya (AA, Pelaku UMKM)”.

Hal tersebut senada dengan yang dikatakan Oleh PD katakan untuk dapat memasuki Hypermart harus memiliki syarat tertentu :

“tidak semua produk bisa masuk, diantaranya yang memiliki berdiri sendiri, ada izin IRT dan izin kesehatan, memiliki label halal, packagingnya, produk itu kompetitor yang masuk Hypermart sendiri seberapa banyak.(PD, Pelaku UMKM).”

Persyaratan yang ada tersebut cukup mengena dengan teori syarat dalam program kemitraan yaitu berdiri sendiridan berbentuk usaha perseorangan, dan teah melakukan kegiatan usaha minimal satu tahun.

Adapun juga pelaku UMKM yang tidak mau lagi untuk mencoba bermitra dengan Hypermart karena perbedaan tempat dalam menjalani proses untuk dapat bermitra dengan Hypermart yaitu pusat manajemen Hypermart di Kalimantan tengah di sampit sehingga memakan waktu dan tenaga untuk memenuhi persyaratan untuk bermitra, hal ini didukung oleh salah satu Informan IF :

“Menjajaki ke Hypermart ini sudah lebih dari 3 kali mulai dari tahun 2015, , kemudian supply barang juga agak susah karena harus ke sampit karena dulu pintu manajemennya di sampit, jadi saya dulu ngurus pulang pergi ke sampit. (IF, Pelaku UMKM)”

Hypermart pun belum optimal melakukan upaya untuk menggandeng pelaku UKM dalam bermitra, padahal program kemitraan juga merupakan bentuk tanggung jawab sosial mereka terhadap lokal :

“mereka pun belum pernah ada upaya untuk mengajak UMKM, karena saya dalam UMKM sudah lama juga sebelum Hypermart masuk, bahkan bahasanya kita ngetuk pintu ke sana (IF, Pelaku UMKM)”

Berdasarkan masalah tersebut Hypermart belum optimal melaksanakan Beban pembinaan seperti yang dijelaskan pada teori dimana beban pembinaan ini ialah beban kegiatan bimbingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan kemampuan mitraan binaan menjadi usaha yang tangguh dan mandiri.

Beberapa pelaku UKM masih belum berani untuk bermitra dengan ritel modern sebesar Hypermart. Karena berbedanya bentuk sistem penjualan apabila mereka bermitra dengan Hypermart dan menjual produknya secara mandiri berharap modal cepat kembali :

“Hypermart ini kemarin sudah kami lihat, kami tanyakan juga pada para pelaku UKM ini apakah sudah pernah mencoba untuk masuk ke Hypermart, mereka jawab sudah pernah. Cuma pelaku usaha kita sekarang yang ada di Kota Palangka Raya ini mereka itu mau cepat kembali uangnya. Kalau masuk hypermart itukan lama rollingnya modal usaha mereka itu. (C, Staff Dinas Koperasi dan UKM)”

Sistem pembayaran pada Hypermart adanya jangka waktu tertentu yaitu perbulan. Sedangkan pelaku UKM masih terbiasa dengan mendapatkan secara *cash* dan *Carry* dari produk yang dijual :

“Mekanisme pembayaran dari pihak hypermart tidak sesuai dengan keinginan supplier karena bersifat berjangka yaitu persatu bulan, sementara keinginan dari pihak supplier local terbiasa dengan system *cash* and *carry*.(Laporan Tim Survey)”.

Perihal tersebut karena pelaku UMKM belum terbiasa dengan sistem pembayaran Hypermart. Untuk membuat pelaku UKM terbiasa dengan sistem pembayaran seperti pada Hypermart. Maka perlunya Hypermart berupaya memberikan *sharing*, bimbingan dan konsultasi perihal Kemitraan dengan Hypermart, seperti halnya sistem pembayaran, sistem *order* pada ritel modern dalam bentuk pembinaan terhadap para pelaku UKM. Apabila ini dijalankan

maka akan sesuai dengan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 1998 yaitu bimbingan dan konsultasi dalam mewujudkan pembinaan dan pengembangan UMKM.

Komunitas AKUMANDIRI pernah mengajukan kerja sama dengan Hypermart untuk kemitraan. Hypermart sudah menyetujui untuk adanya kemitraan. Namun, dikarenakan dari Indomaret lebih cepat menanggapi untuk adanya kemitraan tersebut serta ada dukungan dari pemerintah maka kemitraan ini pun berjalan dengan Indomaret dahulu :

“Hypermart sebenarnya kita duluan yang masuk, ketemu dengan Pak Jefry, cuman teman-teman belum tegerak aja, dari Pak Jefry sudah ok, cuman keburu Indomaret duluan Acc. (PD, Pelaku UMKM)”

Beberapa pelaku UKM tidak berani untuk sekaligus bermitra dengan Indomaret dan Hypermart dikarenakan ketidakmampuan para UKM untuk memenuhi sistem dagang pada Hypermart ataupun Indomaret. Beberapa alasannya ialah karena tenaga kerja yang dimiliki pelaku UKM masih terbatas karena kebanyakan mereka masih mengerjakan sendiri :

“jadi kalau semua (Indomaret dan Hypermart) ini dijalankan, sementara ya kemampuan UKM itu terbatas, takutnya ini ok..ini ok..ini ok..sedangkan produksi ini tidak bisa memenuhi permintaan ini, karena misalnya Hypermart sewaktu-waktu minta 20 pcs, dia tidak perlu waktu lama, dia berharap UKM itu langsung punya kirim, karena permintaan mungkin meningkat, pas lagi gak ada, pas lagi isi Indomaret, Alfamart, takutnya gitu..sementara mereka gak mau gitu,

maunya continue..nah karena Indomaret yang masuk duluan, yasudah jalani dulu denga Indomaret. (PD, Pelaku UMKM)”

Sedangkan, di Hypermart dan Indomaret mereka akan selalu meminta produk untuk selalu diantar, apabila ada *space* yang kosong pada etalase walaupun itu hanya satu pcs yang kosong. Apabila ada produk yang kosong dalam etalase tersebut dan tidak segera diisi oleh UKM maka akan mendapat teguran dari pihak Hypermart:

“Kalau barang kosong kita tidak memenuhi permintaan Hypermart, misal Hypermart minta 50 kita kasih 25 itu kena Penalty dari Hypermart, kena potongan. (AA, pelaku UMKM)”

Hal ini sudah berjalan sesuai dengan teori pada metode Konsinyasi dimana sudah ada perjanjian sebelum berjalannya Konsinyasi ini yang sudah disepakati oleh Komisioner dan pengamanat.



Produk UMKM di Hypermart

3. Kerjasama antara Hypermart dengan Pemerintah Kota untuk memberdayakan UMKM

Kerja sama antara Hypermart dengan pemerintah daerah seperti Dinas Koperasi dan UKM untuk memberdayakan UMKM pun masih belum optimal. Dinas Koperasi dan UKM masih mengupayakan ada kerja sama antara Dinas Koperasi dan UKM dengan Hypermart :

“ Kemaren kita memang ada mau mengajak hypermart untuk adanya kerja sama, kita ada staff yang memang menagajak untuk kerja sama dengan mereka. Sementara memang belum. Tapi untuk secara mandiri dari pelaku usahanya pernah mengajak bermitra. (C, Staff Dinas Koperasi dan UKM)”

Adanya kerjasama antara Pemerintah dengan Usaha besar seperti Hypermart sangat diperlukan untuk memberdayakan dan mengembangkan UMKM. Sesuai yang ada pada Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 pasal 25 dan Undang-Undang Nomor 32 tahun 1998 pasal 1 yaitu Pemerintah, Usaha Besar, dan masyarakat memberikan pembinaan terhadap UMKM. Melihat peraturan Undang-undang tentang kemitraan tersebut Dinas Koperasi dan UKM perlu bersinergi dalam memberdayakan UMKM.

Sementara ini Dinas Koperasi dan UKM sedang menjalankan kerja sama dengan Indomaret untuk memberikan fasilitas kepada para UMKM untuk bisa bermitra dengan retail modern yang ada di Kota Palangka Raya. Kerjasama yang dilaksanakan antara Indomaret dengan Dinas Koperasi dan UKM sudah

berjalan selama 3 bulan dari awal Desember 2017. Peresmian ini pun dibuka oleh Walikota Palangka Raya. Konsep Kemitraan yang dilaksanakan Indomaret dengan UKM yaitu Konsinansi. Terdapat 24 produk yang tersedia di 5 Indomaret Palangkaraya. Untuk bisa bermitra dengan Indomaret, produk-produk milik lokal atau milik UKM perlu adanya uji dan seleksi seperti perizinan yang lengkap, rasa, *packaging*, dan lain-lain. Uji dan seleksi ini dilakukan di Banjarmasin dan Jakarta.

D. Pembinaan UMKM oleh Hypermart

Program Kemitraan yang pernah dijalankan oleh Hypermart dengan UMKM belum optimal seperti yang sudah dijelaskan di rumusan masalah sebelumnya karena masih belum melaksanakan beban pembinaan seperti pembinaan, pembiayaan, dan pemberian bantuan lainnya dalam meningkatkan wawasan usaha lokal para UMKM kota Palangka Raya.

“Tidak ada, mereka hanya Konsinyasi cara bisnisnya cara kerja samanya, jadi produk habis dia nerima uang, retur atau saya yang tanggung. (AA, Pelaku UMKM)”.

Informasi tersebut berdasarkan pengalaman dari produk Ayu Amplang selama menjadi Mitra Binaan Hypermart belum pernah mendapatkan Pembinaan. Pada teori Konsinyasi ini masuk dalam Pemasaran Produk Usaha kecil dalam Undang-undang Nomor 20 tahun 2008 dan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 1998.

Pembinaan terhadap UMKM sementara ini masih dilaksanakan oleh Dinas Koperasi dan UKM kota Palangka Raya dan beberapa lembaga atau Instansi lainnya seperti Badan POM, dan Telkom :

“Iya ada dari Dinas Koperasi dan UKM, ada dari DISPERINDAG, ada dari Balai POM, ada juga Dinas Perikanan, memberi pembinaan terhadap produk-produk kita. (AA, Pelaku UMKM)”

Hal tersebut sesuai dengan undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 yaitu tentang pemberdayaan UMKM yang dilaksanakan oleh Pemerintah Daerah.

1. Pembinaan Oleh Hypermart

Seperti yang dijelaskan sebelumnya untuk mengoptimalkan Pembinaan dalam program kemitraan ini Hypermart perlu bersinergi dengan Pemerintah Kota dan Masyarakat kota Palangka Raya untuk meningkatkan Pemberdayaan UMKM. Pemerintah Kota dan Hypermart dapat saling bertukar Informasi untuk merencanakan program atau kegiatan dalam upaya mengoptimalkan Pembinaan dan Pemberdayaan terhadap UMKM.

Seperti yang dijelaskan dalam Undang-undang Nomor 20 tahun 2008 pasal 1 bahwa Pemberdayaan adalah upaya yang dilakukan Pemerintah, Pemerintah Daerah, Dunia Usaha, dan masyarakat secara sinergis dalam bentuk penumbuhan iklim dan pengembangan usaha terhadap Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah sehingga mampu tumbuh dan berkembang menjadi usaha yang tangguh dan mandiri. Iklim Usaha yang dimaksudkan ialah kondisi yang diupayakan Pemerintah dan

Pemerintah Daerah untuk memberdayakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah secara sinergis melalui penetapan berbagai peraturan perundang-undangan dan kebijakan di berbagai aspek kehidupan ekonomi agar Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah memperoleh pemihakan, kepastian, kesempatan, perlindungan, dan dukungan berusaha yang seluas-luasnya.

Untuk langkah-langkah dalam melakukan pembinaan terhadap UMKM Hypermart dapat menerapkan yang terdapat dalam Undang-undang Nomor 32 tahun 1998 diantaranya yaitu ialah :

- a) Identifikasi potensi dan masalah yang dihadapi oleh UK.
- b) Penyiapan program pembinaan dan pengembangan sesuai potensi dan masalah yang dihadapi oleh UK.
- c) Pelaksanaan program pembinaan dan pengembangan.
- d) Pemantauan dan pengendalian
- e) pelaksanaan program pembinaan dan pengembangan bagi UK.⁹⁰

Pembinaan tersebut diterapkan dalam berbagai bidang diantaranya ialah Bidang Produksi dan Pengolahan, Bidang Bidang Pemasaran, Bidang Sumber Daya Manusia, dan Bidang Teknologi. Adanya pembinaan dari berbagai bidang untuk membuat ilmu dan wawasan para UMKM menjadi lebih luas dan menjadi lebih kreatif dalam mengolah produk yang berkualitas sesuai dengan tujuan pembinaan yang ada pada Undang-undang Nomor 32 Tahun 1998.

⁹⁰ Undang-Undang nomor 32 tahun 1998.,hlm 2

Hypermart juga dapat menerapkan bentuk dari pembinaan dalam Program Kemitraan yang dilakukan oleh Pembina BUMN salah satunya ialah PT. Telkom. Hypermart juga dapat menerapkan Pameran seperti yang biasa dilakukan dari Dinas Koperasi dan UKM dalam memberdayakan UMKM Palangka Raya bertujuan memperkenalkan produk usaha lokal kepada masyarakat Palangka Raya. Kegiatan dapat dilakukan ditempat-tempat dengan pengunjung dan masyarakat besar seperti Kalteng Expo, *Car Free Day* di Bundaran Besar, dan *Event* besar lainnya.

“Kami memfasilitasi dan kami membuat pasar sederhana untuk tempat para pelaku Uaha untuk berdagang produknya, ada tenda yang disediakan kementerian perdagangan, tendanya dipasang oleh pelaku Ukm itu sendiri, diadakan setiap tanggal 17 di halaman kantor, kami gunakan waktu selama 2 jam, untuk para pelaku usaha mempromosikan dagangannya, sementara ini kuliner yang banyak, kemudian ada juga kerajinan batik, *handmade*. Pernah juga kami mendirikan stand di bundaran saat *car free day*. (C, Pelaku UMKM)”

Hal tersebut sesuai dengan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 1998 pasal 7 yaitu Pemerintah daerah memberikan fasilitas untuk pemasaran produk usaha kecil, memberikan peluang pasar, dan promosi usaha kecil.

Berikut bentuk program kemitraan dan pemberdayaan yang dilakukan Dinas Koperasi dan UKM, Hypermart, Indomaret, dan Telkom.

Tabel 3 Bentuk Kemitraan Yang Terlaksana

Bentuk Kemitraan		
No	Instansi / Perusahaan	Bentuk Kemitraan/Pemberdayaan Yang Dilakukan
1	Dinas Koperasi dan UKM	<ul style="list-style-type: none"> - Memfasilitasi UMKM untuk Bermitra - Memberikan Seminar dan Pembinaan dalam produksi - Menyediakan tempat pada UMKM untuk memperkenalkan produk yang dimiliki
2	Hypermart	Konsinyasi
3	Indomaret	Konsinyasi
4	Telkom	Dana Pinjaman dan Seminar

Sumber : Dibuat oleh peneliti berdasarkan data yang didapatkan dari Dinas Koperasi dan UKM, dan 3 Pelaku UMKM.

Program Kemitraan diharapkan dapat memberikan pengaruh yang besar untuk kualitas para pelaku UMKM. Seperti kualitas *Packagingnya*, daya jualnya yang tinggi, meningkatnya kreativitas dari pelaku UKM untuk berinovasi dalam menghasilkan produk yang banyak diminati oleh masyarakat lokal bahkan luar dan tujuan dari program kemitraan ini pun untuk membantu pembangunan daerah, dan bertambahnya tempat untuk

peluang usaha seperti yang diungkapkan oleh C Staff dan A Kepala Dinas Koperasi dan UKM :

“Produk semakin dikenal dan pelaku Usaha semakin mandiri, karena kita Dinas ini sekedar memfasilitasi, meningkatnya kualitas keemasan produk mereka hingga menjadi lebih menarik sama dengan mereka yang di Jawa. Jadi , dari kemitraan ini kami ini memang berharap nih Dinas Koperasi dan UKM. (C, Staff Dinas Koperasi dan UKM)”

“Meningkatkan kesejahteraan bagi UMKM, meningkatkan taraf hidup mereka setara dengan yang lain, meningkatkan lapangan kerja, menjadikan peluang usaha, meningkatkan pertumbuhan ekonomi, karena sasaran kita itu disitu. Untuk kemitraan ini ya kita harus menjalin kerjasama, meskipun tadi ada beberapa hal yang belum terpenuhi oleh Hypermart, itu nanti pemerintah kota yang akan kesana. (A, Kepala Dinas Koperasi dan UKM)”

Tujuan-tujuan pemberdayaan dari Pemerintah tersebut sesuai yang dijelaskan pada teori dalam riset Fitri Ismail yaitu meningkatkan laju pertumbuhan perekonomian dan sesuai pada Undang-undang nomor 20 tahun 2008 pasal 5 yaitu meningkatkan peran UMKM dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, pertumbuhan ekonomi, dan pengentasan rakyat dari kemiskinan.

2. Tanggung Jawab Sosial

Pembinaan dalam Program Kemitraan terhadap UMKM ini dapat dikatakan adalah bentuk dari tanggung jawab Sosial dari Hypermart sebagai Perusahaan besar/ritel modern atau Usaha besar :

“Nah jadi begini, meskipun itu, mereka (hypermart) kan berusahanya tempat kita, tidak mungkin mereka mengabaikan, karena mereka pun harus membantu produk-produk lokal, Hypermart, kita harus memasukan produk-produk seperti di Indomaret, bila perlu kita suratkan ke pak Walikota. Tidak bisa mereka leluasa di tempat kita wilayah kita, mereka harus kerja sama, MOU dengan kita, sharing, jangan hanya menjual produk mereka dari luar, mereka harus bisa membantu kita memasarkan produk lokal. (A, Kepala Dinas Koperasi dan UKM)”

Seperti yang dijelaskan dalam Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor : 70/M-DAG/PER/12/2013 bahwa setiap Pelaku Usaha yang mendirikan Pusat Perbelanjaan harus adanya rencana Kemitraan dengan UMKM, ketahanan dan pertumbuhan Pasar Tradisional sebagai bagi UMKM, dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) yang diarahkan untuk pendampingan bagi pengelolaan pasar tradisional.

Melihat dari peraturan tersebut maka harusnya Usaha Besar seperti Hypermart memberikan Tanggung Jawab Sosial di Lingkungan tempat mereka mendirikan dan menjalankan Usahanya dengan Pendampingan dan Pembinaan dalam Program Kemitraan.

Pembinaan ini memberikan kontribusi terhadap lingkungan dan mendorong para pelaku UMKM untuk semakin kreatif dan lebih banyak Inovasi dalam mengolah dan memasarkan produk sehingga memiliki kualitas yang mampu bersaing di lokal maupun luar Palangka Raya. Hal tersebut pun diharapkan dapat memberikan dampak membaiknya pembangunan ekonomi daerah. Untuk mewujudkan tersebut Dinas Koperasi dan UKM sedang mengupayakan adanya pembinaan ini

“kalau bisa kita ada pertemuan, pertemuan diundang berapa (orang) perwakilan, dibuat surat, begitu kita menyusun proposal apa yang mereka butuh. Terkait juga dengan penelitian ini nanti kita undang juga dari Hypermart, kita harus memasukan produk-produk seperti di Indomaret, bila perlu kita suratkan ke pak Walikota. (A, Kepala Dinas Koperasi dan UKM)”

Seperti yang diungkap *The World Business Council for Sustainable Development* dalam riset Lina Anatan mendefinisikan CSR sebagai komitmen perusahaan untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan para karyawan perusahaan, keluarga karyawan, komunitas lokal, dan komunitas secara keseluruhan dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan. Pemerintah Kota Palangka Raya pun mengungkapkan pemberian kesempatan dukungan, perlindungan, dan pengembangan usaha seluas-luasnya, sehingga mampu meningkatkan kedudukan, peran, dan potensi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam mewujudkan pertumbuhan Ekonomi, peningkatan pendapatan rakyat,

peciptaan lapangan kerja, mengatasi kemiskinan, dan mengurangi angka pengangguran di Kota Palangka Raya.

Untuk menjalankan Tanggung Jawab Sosial (CSR) dalam bentuk Pembinaan ini seperti dijelaskan sebelumnya Hypermart juga perlu *support* dan mengoptimalkan Kerja sama bersama Pemerintah Kota. Dinas Koperasi dan UKM dapat berperan sebagai pembimbing dan yang memfasilitasi, dan juga yang membuat kebijakannya dengan peraturan yang telah ditetapkan. Seperti yang dijelaskan dalam Laporan Tim Survey Hypermart :

“Pada umumnya komitmen kerjasama antara hypermart dengan UMKM lokal, Disnakertrans, Diskopperindag masih belum optimal. (Laporan Tim Survey Hypermart).”

Sesuai yang dijelaskan dalam riset Lina Linatan Peran pemerintah diperlukan bukan hanya sebagai pembuat kebijakan, melainkan juga sebagai fasilitator dan dinamisator bagi dunia usaha dalam melaksanakan tanggung jawab sosial terhadap masyarakat.

Selain Dinas Koperasi dan UKM yang memberikan Pembinaan dan pelatihan. Telkom Kota Palangka Raya sebagai bentuk tanggung jawab sosial mereka, tiap tahunnya rutin untuk mengajak bermitra dengan para UMKM dengan berbagai macam UKM tidak hanya UKM yang bergelut dalam Kuliner namun juga para pelaku lainnya seperti Batik khas lokal dan lainnya. Bentuk Kemitraan yang Telkom lakukan ialah berupa pemberdayaan dengan Dana Pinjaman dan memberikan Seminar atau

pelatihan bagi para mitra binaan mereka. Salah satu pelaku UKM kuliner yang bermitra dengan Telkom yaitu produk Ayu Amplang yang menjadi responden dalam penelitian ini.

“Sama Telkom juga pernah mengajak, karena saya juga Mitra Binaan Telkom. Karena Telkom biasanya menyalurkan dana kepada UMKM jadi setiap ada acara kita diajak cuman beberapa orang tertentu.(AA, Pelaku UMKM)”

“Ada juga seminar tentang penjualan Online dari belanja.com yang diselenggarakan Telkom, cuman ya itu harus rajin main Handphone. Dan kita juga memiliki kartu nama dengan cantuman Mitra Binaan Telkom. (AA, Pelaku UMKM)”

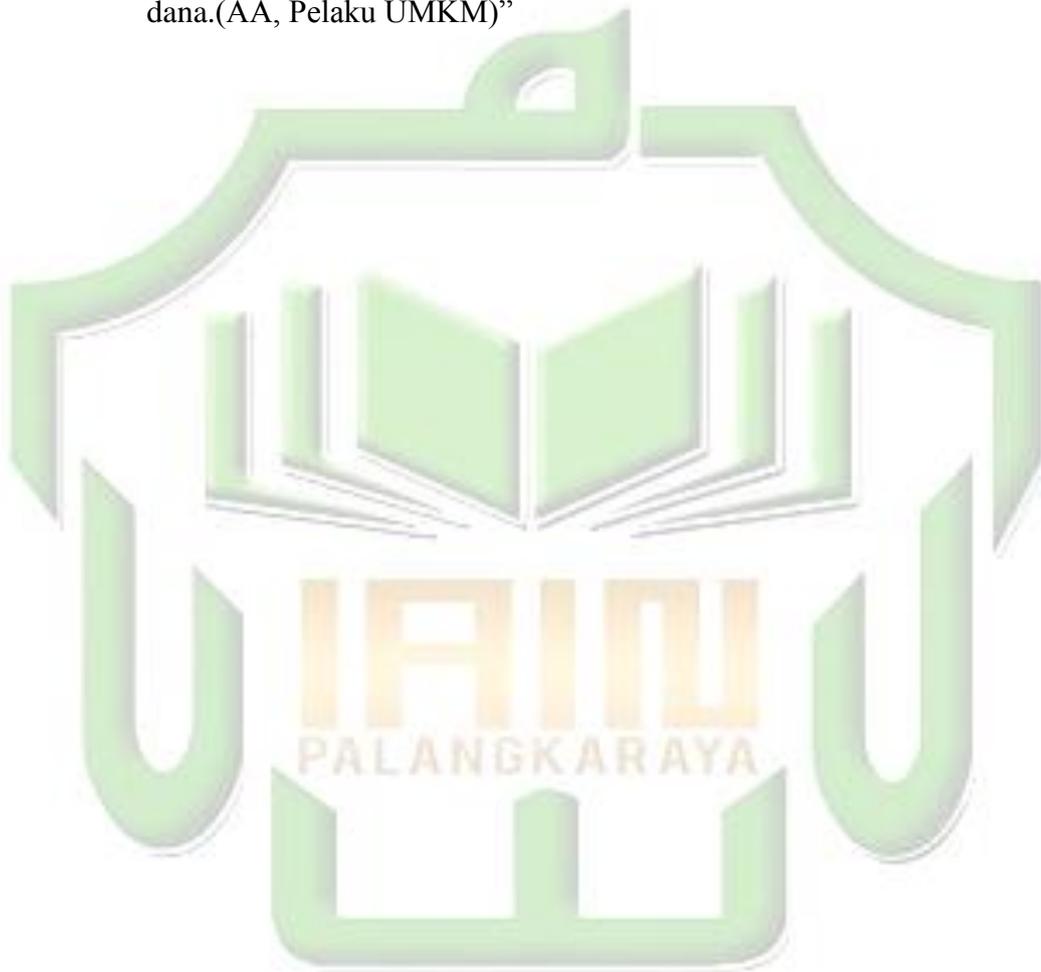
Produk Ayu Amplang sudah dua kali bermitra dengan Telkom dan mendapatkan dana pinjaman.

“Berupa dana pinjaman sebesar Rp 10.000.000 tanpa anggunan, bunganya pun sangat murah hanya 3% . (AA, Pelaku UMKM)”

Untuk menjadi mitra binaan para pelaku UKM juga diberikan persyaratan-persyaratan tertentu seperti adanya proposal untuk memperoleh dana pinjaman.

“Iya mengajukan berupa proposal nanti selanjutnya akan di survey apakah layak apa tidak. Dan kita sebenarnya jangan hanya pinjam tapi juga harus bisa untuk memanfaatkan perihal pemasarannya jangan hanya pinjam saja. Banyak juga selain saya yang mengajukan untuk menjadi Mitra binaan. Pada telkom dana pinjaman keluar ada bulan-

bulan tertentu seperti Ibu kemarin, berkas masuk November, dana keluar di Desember, berbeda dengan Bank kalau kitanya mengajukan hari ini mungkin seminggu kemudian dana sudah keluar. Nah, sebelumnya kita juga ada pengarahan dalam dana pinjaman ini. Di Telkom tidak di patok tanggal-tanggal tertentu untuk mengembalikan dana.(AA, Pelaku UMKM)”



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Terdapat dua tujuan dalam penulisan ini Tujuan pertama yaitu Untuk menganalisis implementasi program pembinaan UMKM melalui program kemitraan dengan pasar modern di Palangka Raya. Tujuan kedua ialah Untuk menganalisis manajemen pembinaan UMKM oleh Hypermart di kota Palangka Raya.

1. Implementasi Program Kemitraan Terhadap UMKM

Berdasarkan dari hasil dan pembahasan yang sudah dipaparkan di Bab sebelumnya. Dapat disimpulkan implementasi Program Kemitraan yang dilakukan oleh Ritel Modern masih bersifat Konsinyasi atau masih berupa memfasilitasi dalam memasarkan produk. Program Kemitraan yang dilaksanakan pun belum sepenuhnya sesuai dengan peraturan Undang-undang diantaranya Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 dan Nomor 32 Tahun 1998 seperti adanya pemberian bimbingan teknis produksi dan manajemen usaha, pendampingan dan lainnya yang dapat meningkatkan kreatifitas pelaku UMKM Palangka Raya. Pelaku UMKM masih beradaptasi dengan sistem Konsinyasi yang ada pada Ritel Modern karena terdapat perbedaan pada sistem pembayaran apabila mereka menjual produknya secara mandiri dan menitipkan ke toko biasa/tradisional dengan bermitra dengan ritel modern. Jika mereka menjual produknya secara mandiri mereka bisa mendapatkan pembayaran dari hasil jual dalam waktu cepat. Sedangkan dengan ritel modern

atau Hypermart ada waktu tertentu untuk sistem pembayarannya yaitu perbulannya.

2. Pembinaan UMKM Oleh Hypermart

UMKM Palangka Raya sangat membutuhkan Pembinaan dan Pendampingan dalam menjalankan usaha mereka. Karena masih banyak pelaku usaha yang belum banyak mengerti betul tentang menjalankan usahanya seperti Pengolahan produk, izin usaha, keemasan dan lainnya. Terlebih minimnya pengetahuan ini dialami oleh para pelaku UMKM yang baru memulai dan merintis usahanya. Karena banyaknya ketika masih baru memulai usaha yang mereka pikirkan hanyalah menjualkan dagangan mereka tanpa memikirkan kualitas dan mutu produk yang mereka jual. Maka dari itu peran Pemerintah Kota dan Usaha Besar/Hypermart perlu memberikan Pembinaan, Pendampingan, dan pelatihan terhadap UMKM Palangka Raya sehingga memberikan ilmu dan wawasan yang baru dalam menggeluti dunia usaha ini. Pembinaan dapat dilakukan dengan berbagai bidang seperti Bidang Produksi dan Pengolahan, Bidang pemasaran, Bidang Teknologi, dan Bidang Sumber Daya Manusia untuk meningkatkan UMKM lebih mandiri, kreatif dan banyak ide untuk berinovasi dalam mengolah produk. Adanya Pembinaan atau Pendampingan Program Kemitraan terhadap UMKM ini pun dapat dikatakan sebagai bentuk tanggung jawab sosial (CSR) yang dilakukan ritel modern atau Hypermart untuk menjadi jalan meningkatnya pertumbuhan ekonomi lokal khususnya di Kota Palangka Raya.

Hingga sekarang pelaku UMKM Kota Palangka Raya untuk mendapat pembinaan masih dari Dinas Koperasi dan UKM Palangka Raya. Ritel Modern yang ada di Palangka Raya seperti Hypermart belum optimal melaksanakan Pembinaan tersebut terhadap UMKM Palangka Raya yang merupakan bagian dari Program Kemitraan antara Ritel Modern dengan UMKM berdasarkan Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 dan Undang-undang Nomor 32 Tahun 1998. Namun, dari Dinas Koperasi dan UKM sedang mengupayakan bekerja sama dengan Hypermart untuk adanya Kemitraan antara Hypermart dengan UMKM Palangka Raya dengan bentuk Pembinaan. Karena hal tersebut juga merupakan visi-misi Pemerintah kota perlu adanya pemberdayaan pada kelompok masyarakat dan usaha kecil sehingga menjadi masyarakat dan usaha produktif di palangka Raya khususnya yang memiliki kemandirian dan kemampuan untuk membangun ekonomi daerah.

B. Saran

Berikut beberapa saran yang diharapkan dapat dilakukan untuk meningkatkan produk lokal dari UMKM Palangka Raya :

1. Perlunya Hypermart melaksanakan Program Kemitraan berdasarkan Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 ,Nomor 7 tahun 2014, dan Nomor 32 Tahun 1998 secara bertahap sehingga Kemitraan bisa berjalan optimal.
2. Adanya keringanan dalam prosedur dan persyaratan untuk UMKM pada Program Kemitraan agar produk lokal mudah masuk dalam Hypermart atau ritel modern lainnya.

3. Adanya kerjasama antara Pemerintah Kota dengan Ritel Modern yang ada di Palangka Raya untuk memberikan pendampingan dan pelatihan untuk UMKM sehingga produk lokal menjadi lebih berkualitas, lebih unggul, lebih kreatif, berinovasi, produk lokal mendominasi, dan banyak diminati oleh masyarakat di Kota Palangka Raya.
4. Perlunya pemberian pengetahuan dari Hypermart atau Ritel Modern lainnya terhadap UMKM Palangka Raya pada Sistem Pembayaran yang ada pada Ritel Modern .
5. Hypermart dapat memberikan kesempatan untuk bahan-bahan lokal Palangka Raya menjadi *Supply* mereka seperti sayur-sayuran, buah-buahan lokal, bahan pokok lainnya.
6. Pemerintah Kota Palangka Raya juga perlu mengoptimalkan dalam memberdayakan UMKM.
7. Perlu adanya penelitian lanjutan terhadap Program Kemitraan ini, dan Tanggung Jawab Sosial (*CSR*) dari Ritel Modern terhadap UMKM dan Pasar Tradisional lainnya yang ada di Kota Palangka Raya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ade Syafitri. *Pelaksanaan Pembinaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Dalam Program Kemitraan Sebagai Wujud Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility) (Studi Kasus Mitra Binaan PT. Telkom Indonesia , Tbk Divisi Area II Jakarta-Banten)*. Depok : Universitas Indonesia. 2012.
- Afifudin.; Saebani, Beni Ahmad,. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : Pustaka Setia, 2012
- Ali Sya'ban, *Teknik Analisis Data Penelitian Aplikasi Program SPSS dan Teknik Menghitungnya*. Jakarta : Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka, 2005.
- Angga Wahid, *Pembinaan UMKM Kota Surakarta Oleh Dinas Koperasi dan UKM Surakarta*. Administrasi Negara. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret, Surakarta, 2013
- Ahmad Tobari. *Pemberdayaan Usaha Kecil Melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) Studi pada Program Kemitraan Perum Perumnas Regional VI Surabaya*). Surabaya : Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, 2010.
- Ari Sujatmiko. *Program Kemitraan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Sebagai Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Perusahaan : Studi Penerapan CSR PT. Bank Mandiri (PERSERO) TBK*. Depok : Fakultas Hukum Universitas Indonesia, 2012.
- Augustin Rina, *Sistem Kemitraan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)-Usaha Besar Dengan Permodelan Archetype*. Jakarta : Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Department Ilmu Administrasi, Program Pasca Sarjana, Universitas Indonesia, 2011.
- Cici Tria Fauziah Ritonga, *Analisis Penerapan Akuntansi Penjualan Konsinyasi Pada PT. Surya Puta Sumatra (SPS) II Pasir Pengaraian*. Universitas Pasir Pengaraian. 2016.
- Deny Setyawan. *KERJA SAMA (SYIRKAH) DALAM EKONOMI ISLAM*. Jurnal Ekonomi, Volume 21, Nomor 3 September 2013.

Ekonomi Bisnis, *Produk UMKM Palangka Raya Masuk Toko Ritel*, Tabengan, Selasa 14 November 2017.

Fitri Ismail, Soni Akhmad Nurhakim, dan Hadiyanto A. Rachim. *Pemberdayaan Masyarakat Program Kemitraan PT. Telekomunikasi Indonesia (Tbk)*. Prosiding KS : Riset dan PKM, Volume 3, Nomor 2, Hal 1-154, ISSN : 2442-4480

Ibrahim. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta, 2015.

Lina Anatan. *Corporate Social Responsibility : Tinjauan Teoritis dan Praktis di Indonesia*. Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Indonesia.

Lie Liana. *Pembinaan dan Pengembangan Usaha Kecil Sebagai Sarana Memperkokoh Struktur Perekonomian Nasional*. Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE), Volume 15 Nomor 2, September 2008, Hal 98-106, ISSN : 1412-3126.

Marathun Shalihah, *Konsep Syirah Dalam Waralaba*, Tahkim Vol. XII, No. 2, Desember 2016.

Maslin Tiani, Harin Tiawon, Dkk, *Laporan Hasil Survey Terhadap Hypermart Kota Palangka Raya*, Tim Kerja : Tim Analisa Dampak Sosial Ekonomi Pemerintah Kota Palangka Raya, 2016.

Muhammad Syukur, *Konsep Syirkah Abdan (Study Komperatif antara Mazhab Hanafiyah dan Syafi'iyah)*, Jurusan Perbandingan Mazhab Dan Hukum Fakultas Syariah Dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru, 2010.

Nabilla Ghassani. *Kemitraan Pengembangan UMKM (Studi Deskriptif Tentang Kemitraan PT. PJB (Pembangkit Jawa Bali) Unit Gresik Pengembangan UMKM Kabupaten Gresik)*. Kebijakan dan Manajemen Publik. Volume 3, Nomor 2, Mei-Agustus 2015.

Nindita Prajwalita, Hasan Basri Tarmizi. *Analisis Pelaksanaan Program Kemitraan Terhadap Perkembangan UKM Binaan PTPN III Medan*. Jurnal Ekonomi dan Keuangan Vol. 3 No. 4.

Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 70/M-DAG/PER/12/2013 . Tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.

Pemerintah Kota Palangka Raya, *Data Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Kota Palangka Raya Tahun 2017*. Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kota Palangka Raya, 2017.

Rekapitulasi Data Keragaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Kota Palangka Raya Tahun 2016.

Sentot Harman Glendoh, *Pembinaan dan Pengembangan Usaha Kecil*. Jurnal Manajemen & Kewirausahaan Vol. 3, No. 1, Maret 2001: 1 – 13.

Tri Joko Utomo . *Persaingan Bisnis Ritel : Tradisional dan Modern (The Competition of Retail Business : Traditional vs Modern)*. Fokus Ekonomi, Vol. 6 No. 1 Juni 2011 : 122-133.

Uhar Suharsaputra,. *Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Bandung : PT Refika Aditama, 2012.

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008, *Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 1998, *Pembinaan dan Pengembangan Usaha Kecil*.

Rahmatullah. *Model Kemitraan Pemerintah Dengan Perusahaan Dalam Mengelola CSR: Studi Kasus Di Kota Cilegon (Model with government partnerships in managing its CSR: A case study in the City Cilegon)* Informasi, Vol. 17, No. 01 Tahun 2012

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 7 tahun 2014, *Perdagangan*.

Yeni Herisa Dharmawati, Cicilia Dyah Indrawati, Andre N, Rahmanto. *Implementasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility) di Mall Solo Paragon*. Universitas sebelas Maret.

