

KUALITAS LAYANAN GO ONLINE SEBAGAI BENTUK CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PEMBINAAN PELAKU USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH DI RUMAH BUMN BANK MANDIRI SURABAYA

Dea Pralistya Lintang Pambayun

S1 Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Surabaya
deapambayun16040674033@mhs.unesa.ac.id

Trenda Aktiva Oktariyanda

S1 Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Surabaya
trendaoktariyanda@unesa.ac.id

Abtrak

Go online merupakan level pembinaan dari program Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya. Program ini digagas oleh Kementrian BUMN dan BUMN berkolaborasi dengan Bank Mandiri dalam membentuk *digital economy ecosystem*. Rumah BUMN akan diperankan sebagai pusat data dan informasi serta pusat edukasi guna meningkatkan kapasitas dan kapabilitas UMKM. Tujuan penelitian adalah mendeskripsikan secara mendalam terkait kualitas layanan *go online* sebagai bentuk *corporate social responsibility* pembinaan pelaku UMKM di Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya. Jenis penelitian menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Fokus penelitian menurut Sinambela, dkk(2011:6) terpusat pada kualitas pelayanan prima diantaranya: transparansi, akuntabilitas, kondisional, partisipatif kesamaan hak, dan keseimbangan hak dan kewajiban. Tehnik pengumpulan data melalui studi literatur, wawancara, dan dokumentasi. Tehnik analisis data menggunakan model analisis interaktif terdiri dari tiga komponen analisis yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya telah berusaha melakukan pelayanan sesuai dengan kualitas pelayanan prima. Transparansi, Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya telah terbuka dalam hal informasi hingga perkembangan produk. Akuntabilitas, pertanggungjawaban dilakukan secara berkala tiap bulannya berupa laporan tertulis dan monitoring. Kondisional, terbilang cukup efisien dan efektif dilihat dari puasnya UMKM binaan dengan pelayanan yang diberikan. Parsitipatif, baik UMKM maupun Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya telah dengan antusias dalam menjalankan program tersebut. Kesamaan Hak, pelayanan yang diberikan telah adil dan rata pada UMKM binan dimana informasi dan pelayanan yang diberikan pun sama. Keseimbangan Hak dan Kewajiban, telah terpenuhinya tanggungjawab pada hak-hak UMKM dengan memperhatikan aspek keadilan antar UMKM perihal pembinaan.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, CSR, Go online

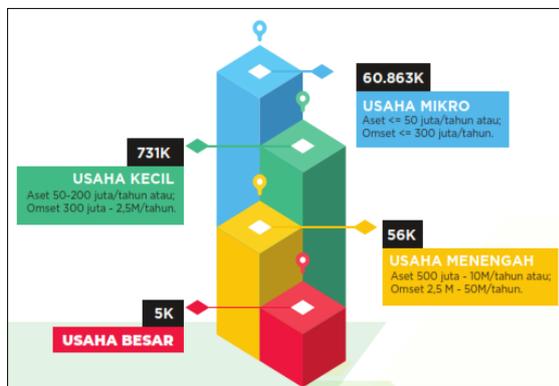
Abstract

Go online is a level of guidance from the Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya program. This program was initiated by Ministry of BUMN and BUMN collaboration with Bank Mandiri in forming a digital economy ecosystem. Rumah BUMN will act as data and information center as well as an education center in order to increase the capacity and capability of UMKM. The research objective is to describe in depth the quality of *go online* services as a form of corporate social responsibility for the development of UMKM actors at the Rumah BUMN of Bank Mandiri Surabaya. Type of research uses descriptive research with a qualitative approach. Focus of this research according to Sinambela, dkk(2011: 6) is centered on excellent service quality including: transparency, accountability, conditional, participatory, equal rights, and balance of rights and obligations. Data collection techniques through literature studies, interviews, and documentation. Data analysis technique used an interactive analysis model consisting of three components of analysis, namely data reduction, data presentation and conclusion drawing. The results showed that Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya had tried to provide services in accordance with the excellent service quality. Transparency, Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya has been open in terms of information up to product developments. Accountability, accountability is carried out periodically every month in the form of a written report and monitoring. Conditionally, it is quite efficient and effective as seen from the satisfaction of the assisted UMKM with the services provided. Participation, both UMKM and Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya have been enthusiastic in carrying out the program. Equality of rights, the services provided are fair and equal to built UMKM where the information and services provided are the same. Balance of Rights and Obligations, responsibility for the rights of UMKM has been fulfilled by paying attention to aspects of justice regarding development.

Keywords: Service Quality, CSR, Go online

PENDAHULUAN

Unit usaha mikro, kecil, dan menengah ayau UMKM tidak dapat diremehkan terkait kontribusinya terhadap perekonomian di Indonesia. UMKM secara keseluruhan merupakan media penyerapan tenaga kerja yang besar dengan kontribusi yang tidak sedikit terhadap produk domestik bruto. Namun masih terdapat tantangan bagi UMKM dalam mengembangkan bisnisnya seperti keterbatasan modal, pengembangan usaha dan kesulitan dalam menembus pasar. Tercatat total UKM yang terdata di Indonesia berjumlah 61 juta usaha dengan komposisi UKM yang masih di dominasi pada usaha yang masih berskala mikro. Berikut perkembangan data usaha mikro kecil, menengah (UMKM) dan usaha besar tahun 2016-2017.



Gambar 1.2 Perkembangan data usaha mikro kecil, menengah (UMKM) dan usaha besar tahun 2016 – 2017. Sumber: Rumah Kreatif BUMN, 2019.

Dari gambar diatas dapat dilihat perkembangan data usaha mikro kecil, menengah (UMKM) dan usaha besar tahun 2016-2017 terbesar berada pada jenis usaha mikro dengan jumlah mencapai 60.836 juta disusul usaha kecil sebesar 731 ribu, usaha menengah sebesar 56 ribu dan usaha besar sebanyak 5 ribu. Jika dilihat dari data diatas perkembangan usaha justru berkembang pesat pada level usaha mikro yang sesuai dengan data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Indonesia menunjukkan 99 % usaha di Indonesia masih berskala mikro. Meski berskala mikro dan kecil nyatanya UMKM menyumbang setengah GDP (*gross domestic product*) Indonesia. Sektor mikro menyumbang sekitar 36 % GDP, 10 % dari sektor kecil, dan 14 % dari sektor menengah menjadikan Indonesia menempati ranking ekonomi ke-15 di dunia dengan potensi pasar sebesar 6.500 triliun (BPS, 2015). Selain itu pengembangan UMKM menjadi sangat strategis dalam menggerakkan perekonomian nasional, mengingat kegiatan usahanya mencakup hampir semua lapangan usaha sehingga kontribusi UMKM menjadi sangat besar bagi peningkatan pendapatan bagi kelompok masyarakat berpendapatan rendah (Anggraeni dkk., 2013) yang jika dikembangkan dengan baik akan berdampak positif pada

perekonomian Indonesia dan tidak menutup kemungkinan akan melahirkan usaha-usaha baru yang dapat menyerap tenaga kerja sehingga mengurangi angka pengangguran. Oleh karenanya pemerintah dengan serius mengembangkan potensi UMKM salah satunya dengan memanfaatkan konsep *corporate social responsibility* (CSR).

Kesadaran akan pentingnya *corporate social responsibility* (CSR) terus meningkat. Hal ini dibuktikan dengan fakta bahwa tujuan perusahaan modern tidak hanya menjadi inovatif tetapi bahkan bertanggung jawab atas tindakan dan keunggulannya dalam setiap aktivitas (Vartiak, 2016). CSR dalam pengertian luas, berkaitan erat dengan tujuan mencapai kegiatan ekonomi berkelanjutan (*sustainable economic activity*) (Neyanggita dkk., 2019). Dimana saat ini, perusahaan dituntut untuk tidak hanya mengelola reputasi secara finansial melainkan juga reputasi sosial. Reputasi finansial dikelola melalui performa keuangan perusahaan, seperti stabilitas keuangan dan profitabilitas. Sedangkan reputasi sosial dikelola melalui performa perusahaan dalam melaksanakan *corporate social responsibility* yang berprinsip pada keberlanjutan (Palma dkk, 2013). Sadar akan peran dan pentingnya CSR dibentuklah proram Rumah BUMN dari pemerintah berkolaborasi dengan Kementerian BUMN. Adapun CSR yang ditaur dalam UU No. 40 tahun 2007 pasal 74 ayat (1) menyatakan bahwa,

“Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan”

Undang-undang diatas sejalan dengan maksud dan tujuan pendirian BUMN yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 19 tahun 2003 tentang BUMN pasal 2 ayat (1) huruf e menyatakan bahwa,

“Maksud tujuan dan pendirian BUMN adalah turut aktif memberikan bimbingan dan bantuan kepada pengusaha golongan ekonomi lemah, koperasi dan masyarakat.”

Oleh karena itu dibuatlah suatu program yang berfokus pada pembinaan pengembangan UMKM terutama kepada pengusaha golongan ekonomi lemah. Diperkuat dengan peraturan terkait pembinaan UKM dalam Permeneg BUMN No.PER-08/MBU/2013 pasal 1 ayat 6 berbunyi,

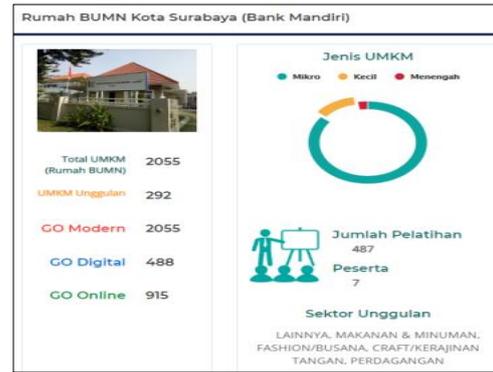
“Program Kemitraan BUMN dengan usaha kecil yang selanjutnya disebut Program Kemitraan adalah program untuk meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi tangguh dan mandiri melalui pemanfaatan dana BUMN.”

Sesuai peraturan diatas untuk mewujudkan keseriusan dalam mengembangkan potensi UMKM yang ada di Indonesia dibuatlah program Rumah BUMN. Rumah BUMN difungsikan sebagai wadah dalam membentuk *digital economy*

ecosystem melalui pembinaan bagi UMKM guna meningkatkan kapasitas dan kapabilitas serta memajukan perekonomian Indonesia. Rumah BUMN akan diperankan sebagai pusat data dan informasi serta sebagai pusat edukasi. Bekerjasama dengan berbagai pihak antara lain PT. Telkom Tbk. untuk pemanfaatan portal *e-commerce Blanja.com*, PT. Permodalan Nasional Madani untuk pembinaan pengembangan UMKM serta Nurbaya Initiative untuk pendataan dan sistem manajemen *merchandise* hasil produksi UMKK peserta Rumah BUMN.

Terdapat empat level pembinaan di Rumah BUMN yakni *go modern*, *go digital*, *go online*, dan *go global*. Pada level pembinaan *go modern* berfokus pada peningkatan kualitas produk, *branding*, *packaging*, perizinan dan standardisasi, dan manajemen bisnis sederhana. Selanjutnya *go digital*, pada level pembinaan ini UMKM akan mendapatkan materi terkait penggunaan aplikasi digital dan otomasi dalam proses bisnis dan pemasaran. Level ketiga yakni *go online* merupakan level pembinaan yang berisikan materi-materi terkait perluasan akses pasar secara *online*. Beberapa hal yang dipelajari pada level *go online* adalah pelatihan sosial media ads (*advertising*) seperti facebook ads, *instagram promotion*, dan lain-lain, pelatihan *marketplace* di *blanja.com*, dan pelatihan *website*. *Go online* berfokus pada pemasaran secara daring karena *e-shopping* di Indonesia diperkirakan akan terus meningkat seiring dengan perkembangan zaman dekade berikutnya (Das dalam Joewono dkk., 2020). Terakhir yakni level pembinaan *go global* berfokus pada pemasaran siap ekspor. Pada level pembinaan *go online* akan dilihat apakah pembinaan tersebut berhasil dan dapat diterapkan oleh UMKM hasil binaan serta apakah pembinaan dari Rumah BUMN Bank Mandiri memberikan dampak pada perilaku UMKM yang kemudian akan difokuskan pada level selanjutnya yakni *go global*.

Salah satu Rumah BUMN berada di Kota Surabaya berkolaborasi dengan Bank Mandiri sebagai penanggungjawabnya. Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya berdiri sejak tahun 2017 dengan total UMKM yang bergabung sebanyak 2055 UMKM. Jumlah UMKM yang bergabung dengan Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya sebanyak 2055 UMKM dengan total binaan di level *go online* mencapai 915 dan UMKM unggulan sebanyak 292 dari berbagai sektor seperti makanan dan minuman, *fashion*, kerajinan tangan, perdagangan dan sektor lainnya seperti jasa. Data diperoleh dari web resmi Rumah BUMN. Namun pada keterangan tersebut level pembinaan *go global* belum tertera karena level pembinaan *go global* merupakan level baru dari program Rumah BUMN sejak 2020.



Gambar 1.1 Data terkait informasi Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya. Sumber: www.rkb.id, diakses 10 Januari 2021.

Seperti yang dijelaskan sebelumnya pembinaan *go online* berfokus pada pengembangan pemasaran secara online. Namun masih banyak UMKM yang kesulitan dalam mengembangkannya. Kendala yang ditemui seperti kurangnya pengetahuan seputar penjualan secara online, gagap teknologi, tidak adanya waktu karena terhalang produksi dan kesibukan lainnya, kesulitan dalam menembus pasar, lemahnya dalam pengembangan dan penguatan usaha, dan kesulitan dalam mendapatkan pembiayaan dari lembaga keuangan formal (Aristanto, 2020) juga dirasa kesulitan untuk menarik minat konsumen karena kemasan atau *packaging* yang kurang menarik bila dibandingkan dengan produk-produk bermerek lainnya. UMKM-UMKM pun lebih berfokus pada kegiatan produksi dan kebanyakan merupakan ibu rumah tangga dan pegawai di tempat lain sehingga waktu yang dimiliki pun terbatas. Ditambah dengan giatnya promosi yang digencarkan pihak perusahaan besar menjadikan usaha berskala mikro, kecil dan menengah sulit dilirik oleh konsumen. Maka dari program Rumah BUMN diharapkan berjalan dengan baik dan Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya sebagai penanggung jawab program khususnya di Surabaya agar memaksimalkan program tersebut.

Seperti yang telah disebutkan sebelumnya UMKM-UMKM binaan di Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya rata-rata ibu rumah tangga dan karyawan yang berfokus pada kegiatan produksi daripada pemasaran dan pengembangan produk. Terhalang modal, waktu dan kurang pengetahuan seputar teknologi terutama *e-market* juga ijin usaha menjadikan tantangan tersendiri dalam membina UMKM. Maka dari itu pelayanan dengan kualitas yang baik dirasa perlu untuk mensukseskan program ini.

Menurut Ratminto dan Winarsih (dalam Hardiyansyah dalam Putri, 2018) pengertian dari pelayanan publik atau pelayanan umum didefinisikan sebagai segala bentuk jasa pelayanan, baik dalam bentuk barang publik maupun jasa publik yang pada prinsipnya menjadi tanggungjawab dan dilaksanakan oleh instansi

pemerintah di pusat, di daerah dan di lingkungan Badan Usaha Milik Negara atau Badan Usaha Milik Daerah, dalam upaya pemenuhan kebutuhan masyarakat maupun dalam rangka pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan. Berdasarkan UU No. 25 Tahun 2009 pasal 1 ayat 1 menyatakan bahwa,

“Pelayanan publik adalah kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa, dan / atau pelayanan administrative yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik.”

Diterbitkannya undang-undang tersebut dengan tujuan untuk memberikan kepastian hukum dalam hubungannya antara masyarakat dengan penyelenggara pelayanan (Isbandono, 2019). Dengan demikian pemberian pelayanan publik oleh pemerintah kepada masyarakat merupakan perwujudan dari fungsi negara sebagai abdi negara untuk melayani masyarakat (Riofita, 2018). Maka dari itu pemerintah dalam memenuhi tugas-tugas dan kewajibannya telah membuat berbagai kebijakan yang melahirkan suatu program demi memenuhi kebutuhan dan masyarakat yang tingkat keberhasilannya dapat diukur dari tingkat kualitas pelayanan program. Kualitas pelayanan menjadi salah satu hal yang penting terhadap citra perusahaan, baik buruknya suatu citra perusahaan tergantung pada bagaimana kualitas pelayanan (Nurjanah dkk, 2018).

Pada prinsipnya, kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan, serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan (Tjiptono dan Chandra (dalam Ansari, dkk., 2019). Kualitas pelayanan merupakan persepsi pengguna jasa dan relaitas pemberian pelayanan. Kualitas pelayanan dianggap baik apabila memenuhi harapan penerima pelayanan dan faktor yang sering diutamakan ialah efektifitas dan efisiensi. Sesuai dengan UU No. 25 Tahun 2009 pasal 15 huruf e dimana pemberi pelayanan berkewajiban memberikan pelayanan yang berkualitas sesuai dengan asas penyelenggaraan pelayanan publik yang diatur dalam UU No. 25 Tahun 2009 pasal 4. Demi terwujudnya kualitas pelayanan yang baik haruslah memiliki azas-azas yang mengutamakan kepentingan masyarakat, seimbang antara hak dan kewajiban, dan memenuhi kebutuhan masyarakat secara efektif dan efisien serta dapat mendorong peran masyarakat dengan berdasarkan peraturan perundang-undangan. Sejalan dengan hal itu Sinambela, dkk (2011:6) mengemukakan azas-azas dalam pelayanan publik tercermin dari transparansi, akuntabilitas, kondisional, partisipatif, kesamaan hak dan keseimbangan hak dan kewajiban.

Hal inilah yang menarik penulis melakukan penelitian dengan judul “Kualitas Layanan *Go Online* Sebagai Bentuk *Corporate Social Responsibility* Pembinaan Pelaku Usaha Kecil Dan Menengah Di Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya.”

METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Fokus penelitian menggunakan teori kualitas pelayanan prima menurut Sinambela, dkk (2011:6) meliputi transparansi, pelayanan yang bersifat terbuka, mudah dan dapat diakses dan disediakan secara memadai serta mudah dimengerti. Akuntabilitas, pelayanan yang dapat dipertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan. Kondisional, pelayanan yang sesuai dengan kondisi kemampuan pemberi dan penerima pelayanan berpegang pada prinsip efisiensi dan efektifitas. Partisipatif, pelayanan yang dapat mendorong peran serta masyarakat dalam penyelenggaraan pelayanan publik dengan memperhatikan aspirasi, kebutuhan dan harapan masyarakat. Kesamaan hak, pelayanan yang tidak melakukan diskriminasi dihat dari aspek apa pun. Keseimbangan hak dan kewajiban, yaitu pelayanan yang mempertimbangkan aspek keadilan antara pemberi dan penerima pelayanan publik. Subjek penelitian ialah pegawai Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya dan UMKM sebagai pelaku atau penerima pembinaan di Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya. Sumber data yang digunakan sumber data primer berupa wawancara dan sumber data sekunder berupa studi literature dan buku. Kemudian tehnik pengumpulan data melalui observasi, dokumentasi dan wawancara. Tehnik analisis data menggunakan model analisis interaktif dari Miles dan Huberman terdiri dari tiga komponen analisis yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

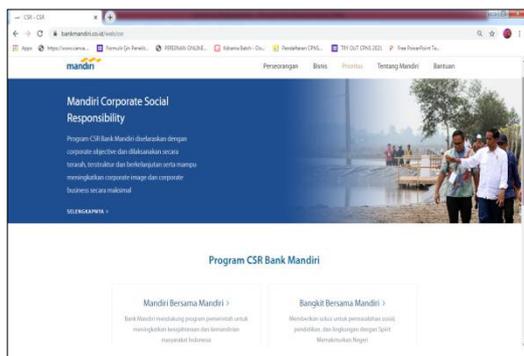
HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat dilakukan analisis terkait Kualitas Layanan *Go Online* Sebagai Bentuk *Corporate Social Responsibility* Pembinaan Pelaku Usaha Kecil Dan Menengah Di Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya dengan menggunakan teori kualitas pelayanan prima menurut Sinambela (Sinambela dkk., 2011:6) yang mencakup 6 indikator diantaranya transparansi, akuntabilitas, kondisional, partisipatif, kesamaan hak, dan keseimbangan hak dan kewajiban. Berikut penjelasannya:

1. Transparansi

Program Rumah BUMN memiliki web resmi yakni www.rkb.id yang dapat diakses secara daring. Berisikan mengenai informasi

dari program Rumah BUMN seperti alur dari proses pendaftaran pembinaan UMKM, lokasi-lokasi Rumah BUMN yang tersebar di Indonesia, hingga testimoni dari pelaku pembinaan di Rumah BUMN. Sedangkan web resmi untuk Rumah BUMN Bank Mandiri dapat dilihat di www.bankmandiri.co.id atau www.bankmandiri.co.id/web/csr. Selain web resmi Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya juga memiliki akun *fabebook* resmi.



Gambar 1.3 Tampilan *website* resmi CSR Bank Mandiri. Sumber: www.bankmandiri.co.id/web/csr, diakses 17 Februari 2021.

Dari gambar diatas dapat dilihat tampilan *website* resmi CSR Bank Mandiri. Namun pada *web* resmi Bank Mandiri, program CSR hanya berisi penjelasan, tujuan dan program-program CSR Bank Mandiri lainnya seperti Wirausaha Muda Mandiri, Coding Mom, Bangkit Bersama Mandiri.

Sayangnya baik *web* resmi Rumah BUMN maupun Bank Mandiri jarang dikases oleh UMKM. Pernyataan ini sesuai dengan hasil wawancara dengan Ibu Erli sebagai salah satu UMKM yang mengikuti pembinaan, menyatakan bahwa:

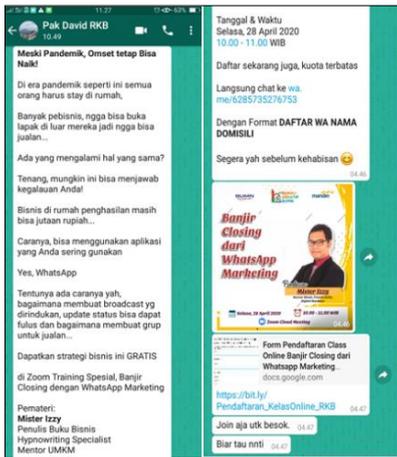
“Saya jarang mbak buka *web* Rumah BUMN soalnya memang fokus di produksi gak sempet juga saya juga jarang pegang hp.”

Selain Ibu Erli beberapa UMKM pun menyatakan hal yang sama. Diperjelas dengan pengakuan oleh Pak David selaku *supervisor* Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya bahwa UMKM-UMKM yang mengikuti pelatihan mayoritas merupakan ibu rumah tangga atau pegawai dan industri yang dikerjakan merupakan industri rumahan sehingga lebih berfokus pada kegiatan produksi.

Meski jarang membuka *website* resmi Rumah BUMN yang notabnya berisi informasi seputar pelatihan UMKM binaan merasa kualitas pelayanan yang diberikan oleh Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya sudah baik dilihat dari penyampaian informasi yang cepat, dan tanggap serta mudah dipahami oleh UMKM binaan. Pegawai

Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya pun terbuka pada UMKM sehingga menimbulkan rasa nyaman dan percaya. Koordinasi atau penyampaian informasi berupa pesan *chat* pada *group whatsapp* atau *personal contact* dari pegawai Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya kepada UMKM terkait. Informasi yang diberikan berupa *workshop* dan pelatihan-pelatihan, pameran dimana fasilitas dari Rumah BUMN berupa stand, *order* atau pemesanan melalui *marketplace* dan lain sebagainya. Selain informasi berupa *chat* UMKM juga dapat datang langsung ke lokasi Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya yang berlokasi di Jalan Khairil Anwar No. 20, Darmo, Kec. Wonokromo, Surabaya, Jawa Timur. Fasilitas yang diberikan pun cukup memadai selain rumah yang dijadikan *basecamp* juga disediakan ruangan untuk rapat, ruang diskusi, tempat untuk mengadakan pelatihan, *wi-fi*, mushola, tempat parkir, foto produk dan disediakan tempat untuk menampilkan produk UMKM. Untuk panduan seperti silabus atau buku memang tidak ada namun akan diberikan *hardfile* atau *softfile* dari materi pelatihan dan monitoring oleh pemateri dengan dibuatkannya *group whatsapp* khusus yang apabila ada pertanyaan dapat langsung dijawab oleh pemateri sehingga UMKM binaan lebih paham dan mengerti bagaimana cara pengaplikasiannya. Bila ada saran dan kritik pun dapat langsung disampaikan pada pihak pegawai Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya dan akan langsung diproses.

Hal ini sesuai dengan nilai transparansi menurut Sinambela, dkk (2011:6) yaitu pelayanan yang bersifat terbuka, mudah dan dapat diakses oleh semua pihak yang membutuhkan dan disediakan secara memadai serta mudah dimengerti. Sebagai contoh penyebaran informasi di Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya mengenai pelatihan atau *workshop* akan dikirim ke *group* atau *personal contact* di *whatsapp* dimana pelatihan akan disesuaikan dengan bidang atau sektor penjualan UMKM misalnya sektor *fashion*, kuliner, *craft*, jasa, dan lain sebagainya. Informasi berupa pelaksanaan pelatihan seperti tempat pelatihan, pengisi atau mentor pelatihan dan apa saja yang perlu disiapkan saat pelatihan berlangsung. Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya juga berperan sebagai fasilitator atau penghubung bila ada instansi atau pihak luar yang ingin bekerjasama dengan UMKM, Berikut contoh penyebaran informasi pelatihan melalui pesan *chat*,



Gambar 1.4 Penyebaran informasi berupa pelatihan online Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya. Sumber: dokumentasi.

Pada gambar diatas merupakan contoh penyebaran informasi terkait pelatihan berupa *workshop* yang akan diadakan oleh Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya. Pelatihan tersebut dilaksanakan secara *online* melalui aplikasi *zoom*. Hal ini dilakukan mengingat pandemi dan PSBB yang masih berjalan namun program dari Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya harus tetap berjalan.

2. Akuntabilitas

Nilai akuntabilitas yang dimaksud ialah pelayanan yang dapat dipertanggung jawabkan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan (Sinambela dkk., 2011:6).

Rumah BUMN Bank Mandiri merupakan program dari pemerintah berkolaborasi dengan Kementerian BUMN sesuai dengan peraturan terkait pembinaan UKM dalam Permeneg BUMN No.PER-08/MBU/2013 pasal 1 ayat 6 mengenai Program Kemitraan guna meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi tangguh dan mandiri melalui pemanfaatan dana BUMN. Sehingga pelayannya dapat dipertanggung jawabkan dan memiliki dasar hukum yang kuat. Diatur pula dalam UU No. 25 Tahun 2009 terkait asas pelayanan.

UMKM setelah bergabung dengan Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya akan dianalisis berdasarkan ketegori UMKM, produk dan pasar. Setelahnya akan dilakukan pengembangan usaha dan peningkatan kualitas produk melalui pelatihan sesuai modul (level) dan *sharing session* yang kemudian akan difokuskan pada digitalisasi dan *e-commerce*.

Pertanggung jawaban dari program Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya rutin dilakukan tiap bulan berupa laporan tertulis ke Bank Mandiri pusat kemudian laporan akan

diteruskan ke Kementerian BUMN. Selain itu berdasarkan wawancara dengan Pak David selaku *supervisor* Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya, mengatakan bahwa:

“Sering. Dari Dirut, Wadirut, Sampai Pejabat perusahaan BUMN lain pun juga sempat berkunjung. Dan karena program *re-branding* Rumah BUMN yang baru ini Stafsus KBUMN Arya Sinulingga hadir secara khusus dan memantau program-program yang berjalan. Dalam waktu dekat juga beliau akan datang untuk ke 3 kali nya guna memastikan Rumah BUMN ini berjalan dengan fungsi nya dan *sharing* atau memantau khusus kepada pejabat BUMN perusahaan lain, tentang Sinergi antar BUMN.”

Sedangkan monitoring dari perkembangan UMKM dilakukan dengan pengecekan melalui media social oleh pegawai Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya terkait kemajuan perkembangan produk, keadaan sebelum dan sesudah mengikuti binaan khususnya pelatihan-pelatihan di Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya. Dan secara acak menanyakan kenaikan omset dari penjualan pada UMKM pembinaan. Sesuai dengan level pembinaan *go-online*. Disamping itu sering adanya kunjungan ke tempat UMKM, namun hanya pada UMKM yang memiliki keperluan khusus dengan Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya misalnya terkait event yang akan diikuti.

Selain dengan dilakukannya monitoring secara berkala Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya juga melakukan pendampingan berupa konsultasi, pusat edukasi melalui pelatihan, pengembangan melalui pendampingan usaha misalnya pada *branding* produk seperti pada kemasan, dan digitalisasi melalui pendampingan dan pelatihan terutama pada pembinaan level *go online* yang berfokus pada penjualan di *marketplace* sesuai dengan tujuan utama pendirian program Rumah BUMN berfokus pada pembentukan *digital economy ecosystem*.

3. Kondisional

Kondisional menurut Sinambela dkk., (2011:6) ialah pelayanan yang sesuai dengan kondisi kemampuan pemberi dan penerima pelayanan dengan tetap berpegang pada prinsip efisiensi dan efektifitas. Kemampuan dalam melayani kebutuhan dalam hal ini UMKM sesuai dengan kondisi pemberi pelayanan. Harapan UMKM sebagai pelaku usaha mikro, kecil dan menengah untuk mengembangkan dan membesarkan usahanya terbilang sulit karena belum memiliki daya saing yang cukup dan produk belum dikenal

masyarakat juga terbatas akan sisi produksi dan pemasaran. Oleh karenanya Program Rumah BUMN berfokus pada pembinaan pengembangan usaha ke arah global dengan *markerplace* dan media social sebagai fokus utamanya.

Dalam mewujudkan dan mensukseskan program Rumah BUMN, Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya melengkapi sarana dan prasarana guna menunjang aktivitas dan kegiatan. Seperti rumah yang dijadikan *basecamp* untuk pelatihan atau dapat digunakan sebagai tempat bertemu antar UMKM atau client, ruang rapat, ruang diskusi, *wi-fi* yang disediakan secara gratis, sebagai fasilitator antara instansi dengan UMKM, mushola, lahan parkir, etalase untuk menampilkan produk-produk UMKM, dan lain sebagainya. Hal ini tidak terlepas dari kualitas pegawai yang dimiliki Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya yang sebelumnya telah mengikuti pelatihan dan pembekalan. Bekal kepada pegawai berupa pelatihan terkait pelayanan di Rumah BUMN seperti seputar *marketplace*, pelayanan dan program Rumah BUMN itu sendiri.

UMKM pembinaan di Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya merasa cukup puas dengan pelayanan yang diberikan. Dinilai baik dengan pelayanan yang responsif, cepat dan tanggap. Pelayanan dirasa cukup efektif dengan cepatnya informasi yang disampaikan ke UMKM binaan dan setelah mengikuti pelatihan UMKM merasa jika omset dan pendapatan meningkat juga semakin luasnya jaringan berupa relasi, pasar dan penjualan sesuai dengan tujuan program Rumah BUMN. Efisiensi dari Rumah BUMN Surabaya dirasa cukup dengan jumlah sumber daya manusia dalam hal ini pegawai yang mumpuni dengan kualitas yang baik. Mampu melaksanakan tugas sesuai dengan topoksinya dengan hasil yang baik dilihat dari puasanya sasaran pelayanan yakni UMKM binaan. Hal ini sesuai dengan wawancara dengan UMKM yang telah mengikuti program binaan di Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya, menyatakan bahwa:

“Pelayanannya sudah bagus mbak kalau ada apa-apa biasanya tanya via *chat* sama Mas David. Responnya juga bagus, cepat. Kalau pun misal lama Mas David balasnya itu karena ada urusan mungkin tapi dijawab kok.”

Pernyataan diatas diutarakan oleh Bu Fenny salah satu UMKM binaan di Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya yang telah diwawancara secara langsung mengenai respon dari pihak Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya dan rata-rata respon yang

diberikan pun sama, UMKM merasa puas dan pelayanan yang diberikan sudah baik.

4. Partisipatif

Partisipatif adalah pelayanan yang dapat mendorong peran serta masyarakat dalam penyelenggaraan pelayanan publik dengan memperhatikan aspirasi, kebutuhan dan harapan masarakat (Sinambela dkk., 2011:6).

Program Rumah BUMN dibentuk dengan memperhatikan harapan masyarakat terutama usaha-usaha kelas kecil dan menengah yang ingin membesarkan usahanya. Terlebih potensi besar yang dimiliki UMKM terutama dalam penyokong perekonomian Indonesia menjadikan program ini digarap dengan sungguh-sungguh. Terbukti dengan tersebarnya Rumah BUMN di seluruh Indonesia sebanyak 245 Rumah BUMN yang beroperasi dan telah mengandeng 26 BUMN.

Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya didirikan sejak tahun 2017 yang layanannya berfokus pada pembinaan dan pengembangan UMKM. Terlebih pada pembinaan *go online* dengan fokus pada penjualan secara online atau *e-commerce* untuk kemudian difokuskan pada *go global*. Pembinaan dilakukan dengan pelatihan-pelatihan berupa *workshop* terkait pengembangan usaha secara online mulai dari penjualan, promosi hingga memahami *social media ads*. Pelatihan dilakukan dengan mengadakan *workshop* yang mendatangkan pemateri-pemateri yang berpengalaman seperti pemateri langsung dari *Blanja.com*, *Shopee*, dan lain sebagainya. Hal ini dilakukan sebagai upaya mendorong semangat UMKM dan pelaku binaan dalam mengembangkan usahanya dan memberikan pemahaman bahwa penjualan secara online itu mudah dilakukan dengan jangkauan yang luas dan dapat berpengaruh pada omset penjualan yang tinggi.

Antusiasme UMKM binaan selama ini pun cukup tinggi. Siap untuk mengikuti pelatihan-pelatihan yang diberikan, berkontribusi dalam *event-event* yang diselenggarakan. Diharapkan dengan semangat dan antusiasme UMKM dalam mengikuti pelatihan mampu mendorong peran serta pegawai dalam penyelenggaraan pelayanan publik dengan memperhatikan aspirasi, kebutuhan dan harapan pegawai. Hal tersebut secara tidak langsung menciptakan sumber daya manusia yang aktif dan kritis. Dengan merasakan pelayanan yang mudah maka kesadaran pegawai akan meningkat, selain itu pegawai juga menjadi patuh terhadap aturan yang ditetapkan dan semakin semangat untuk mensukseskan program Rumah BUMN.



Gambar 1.5 *Workshop* bersama *Shopee* di Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya pada tanggal 2 September 2019 lalu. Sumber: *facebook* Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya. Diakses, 11 maret 2021.

Gambar diatas merupakan pelatihan berupa *workshop* yang diselenggarakan oleh Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya bekerjasama dengan pihak *Shopee* sebagai pemateri dipilihnya dengan pertimbangan bahwa *Shopee* merupakan satu *marketplace* terbesar di Indonesia. Meteri yang dibahas mengenai cara-cara pemasaran secara online sesuai dengan level pembinaan *go online*. Antusiasme peserta UMKM dapat dilihat dari penuhnya kursi pada ruangan pelatihan dan dapat dilihat pada gambar beberapa peserta bahkan ingin bertanya pada pemateri pun pegawai Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya yang selalu mendampingi selama kegiatan pelatihan berlangsung. *Workshop* diatas dilakukan sebelum adanya pandemi dan kebijakan terkait PSBB. Selama pandemi berlangsung pun pelatihan tetap dilakukan, namun secara online melalui aplikasi *zoom*.



Gambar 1.6 *Workshop* yang dilakukan selama pandemi dan kebijakan PSBB berlangsung melalui aplikasi *zoom*. Sumber: dokumentasi.

Walaupun Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya sempat ditutup akibat pandemi yang berlangsung dan dengan adanya kebijakan PSBB pelatihan tetap berjalan dengan memanfaatkan aplikasi secara online salah

satunya ialah aplikasi *zoom*. Kini Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya telah kembali dibuka per Maret 2020 lalu dengan tetap memperhatikan protokol kesehatan. Terlebih program Rumah BUMN tengah mengalami *re-branding* dengan tujuan yang lebih luas dan diharapkan akan lebih baik nantinya.

Kendala selama pelatihan secara online pun ditemui oleh UMKM seperti sinyal yang tidak lancar dan adanya kendala saat *login zoom*. Namun hal ini tidak mengurangi antusiasme dan semangat UMKM dalam mengikuti pelatihan.

5. Kesamaan Hak

Kesamaan hak dalam hal ini ialah pelayanan yang tidak melakukan diskriminasi dilihat dari aspek apa pun khususnya suku, ras, agama, golongan, status social, dal lain-lain (Sinambela dkk., 2011:6). Keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti langsung memberikan pengaruh terhadap kepuasa pablik (Hendrawan dkk., 2018). Maka dari itu pelayanan yang adil dan menyeluruh dipandang perlu agar kualitas pelayanan dinilai baik.

Adil dalam hal tidak melakukan diskriminasi dari pelayanan di Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya dapat dilihat dari pelayanannya yang rata dengan tetap memperhatikan aspirasi dan harapan tiap UMKM baik pada level pembinaan *go online* maupun level pembinaan lainnya. Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya berisi UMKM-UMKM dengan berbagai sektor produk seperti kuliner, *fashion*, *craft* hingga jasa dengan fokus pasar yang berbeda. Namun pelayanan dan pembinaan yang diberikan sama dan tidak dibeda-bedakan. Misalnya dalam melayani UMKM pada sektor kuliner,

“Pelayanannya sudah bagus kok mbak.

Mas David juga enak kalo diajak komunikasi. Mas Davidnya juga sering bantu promosi, misal ada pesanan pun tapi saya sedang repot barangnya bisa dikirim lewat *gojek* dianter ke Mas David.”

Berikut merupakan wawancara bersama Bu Mariyana salah satu UMKM pada bidang kuliner yang menjadi UMKM binaan di Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya.

“Selama ini pelayanannya bagus.

Sering juga batik-batik saya di promisikan. Di Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya ada tempat buat *show* produk biasanya saya kirim tiap 2 atau 3 bulan sekali. Saya ganti atau memang ada yang beli juga.”

Sedangkan pernyataan diatas merupakan pernyataan Ibu Fenny UMKM binaan pada sektor bidang *fashion*. Dari pernyataan diatas

dapat dilihat bahwa pegawai di Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya melakukan pelayanan dengan adil dan merata di segala sektor UMKM.

Secara garis besar kendala yang dihadapi UMKM pun sama yakni media, kelengkapan usaha, dan gagap teknologi yang membedakan hanya pada sektor dan pasar. Seperti pada sektor *fashion*, bagaimana menarik minat dan perhatian konsumen melalui gambar produk. Pada sektor kuliner, bagaimana cara menarik pasar yang lebih besar dengan variasi menu produk. Pada sektor jasa, bagaimana cara melayani dengan baik dan benar. Kendala-kendala tersebut akan ditampung terlebih dahulu kemudian diproses dan dipecahkan melalui solusi dibuatnya pelatihan-pelatihan dengan pemateri yang ahli dibidangnya. Tujuan dari pembagian level pembinaan pun untuk mempersiapkan UMKM dalam mengatasi kendala-kendala tersebut. Selain itu pendampingan secara berkala juga diterapkan guna memudahkan UMKM untuk mengatasi masalah yang ada. Pendampingan secara menyeluruh dan rata, cepat dan tanggap, dan langsung menjadikan pelayanan di Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya dinilai baik oleh UMKM binaan. Rasa memenuhi harapan dari UMKM pada pegawai Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya terkait pembinaan pun baik. Kinerja yang baik tersebut tidak terlepas dari adanya pelatihan-pelatihan untuk pegawai Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya sebelum ditugaskan dengan adanya *training* oleh KBUMN di Jakarta sebelum ditugaskan dalam program Rumah BUMN.

6. Keseimbangan Hak dan Kewajiban

Nilai keseimbangan hak dan kewajiban yang dimaksud ialah pelayanan yang mempertimbangkan aspek keadilan antara pemberi dan penerima pelayanan publik (Sinambela dkk, 2011:6). Sesuai dengan pasal 16 Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 terkait kewajiban pelaksana dimana pelaksana berkewajiban untuk melakukan kegiatan pelayanan dengan pertanggung jawaban yang sesuai dengan undang-undang. Pelayanan yang diberikan oleh Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya dinilai baik dengan telah terpenuhinya tanggung jawab Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya pada hak-hak UMKM dengan memperhatikan aspek keadilan antar UMKM pembinaan seperti pelayanan yang adil dan merata pada tiap UMKM binaan, informasi yang diberikan seputar pelatihan hingga perkembangan dalam mengikuti program di Rumah BUMN Bank Mandiri

Surabaya. Hal inilah yang menjadikan Rumah BUMN Bank Mandiri Kota Surabaya sebagai contoh untuk program Rumah BUMN yang lain dan sebagai Rumah BUMN yang sampai saat ini masih aktif dan beroperasi dan pegawai Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya pun mendapat apresiasi atas kerja kerasnya dalam melakukan pelayanan yang dapat dilihat dengan kemajuan UMKM binaan yang menandakan bahwa program yang dijalankan berjalan dengan baik. Hak pegawai berupa apresiasi dari Bank Mandiri pusat hingga Kementerian BUMN dengan menjadikan Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya sebagai rumah contoh dari program Rumah BUMN lainnya yang masih aktif dan beroperasi hingga saat ini.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan dari penelitian Kualitas Layanan *Go Online* Sebagai Bentuk *Corporate Social Responsibility* Pembinaan Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah Di Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya menggunakan teori Sinambela, dkk (2011:6) tentang kualitas pelayanan, sehingga dapat disimpulkan menurut masing-masing indikator sebagai berikut:

1. Pada aspek transparansi Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya telah memberikan informasi yang terbuka, mudah dan dapat diakses oleh semua pihak yang membutuhkan dan disediakan secara memadai serta mudah dimengerti.. Namun *website* kurang dimaksimalkan.
2. Pada aspek akuntabilitas Program Rumah BUMN kolaborasi antara pemerintah dengan Kementerian BUMN diatur dalam Permeneq BUMN No.PER-08/MBU/2013 terkait pembinaan UKM pasal 1 ayat 6 mengenai Program Kemitraan. Sehingga pelayannya dapat dipertanggung jawabkan dan memiliki dasar hukum yang kuat. Diatur pula dalam UU No. 25 Tahun 2009 terkait asas pelayanan. Pertanggung jawaban Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya dilakukan secara berkala tiap bulannya yang akan dikirimkan pada Bank Mandiri pusat kemudian diteruskan ke Kementerian BUMN. Adanya monitoring langsung oleh pejabat Bank Mandiri kepada Rumah BUMN Surabaya. Kemudian monitoring pada UMKM pembinaan dilakukan dengan pengecekan melalui media social oleh pegawai Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya.
3. Pada aspek kondisional pemberi pelayanan dalam hal ini pegawai di Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya terbilang cukup efisien dan efektif dilihat dari puasanya UMKM binaan dengan pelayanan yang diberikan secara cepat, tanggap dan responsive. Selain itu ditunjang

dengan adanya sarana dan prasarana yang baik menjadikan Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya dinilai baik dalam pelayanannya.

4. Pada aspek partisipatif baik pegawai Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya maupun UMKM binaan mengikuti dan melaksanakan program dengan antusias. Dimana UMKM siap mengikuti pelatihan – pelatihan yang diselenggarakan dan pegawai di Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya yang selalu mendampingi selama pelatihan.
5. Pada aspek kesamaan hak pelayanan di Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya dinilai adil dan rata pada UMKM binaan dimana baik informasi maupun pelayanan yang diberikan pun sama. Pelatihan dan informasi yang diberikan sesuai dengan level pembinaan dan pada apa yang dibutuhkan dan diharapkan oleh UMKM. Saran dan masukan akan ditampung kemudian ditindak lanjuti.
6. Pada aspek keseimbangan hak dan kewajiban pelayanan yang diberikan oleh Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya dinilai baik dengan telah terpenuhinya tanggung jawab Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya pada hak-hak UMKM dengan memperhatikan aspek keadilan antar UMKM pembinaan. Hal tersebut dapat dilihat dengan ratanya informasi yang diberikan.

Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka peneliti memberikan saran terhadap Kualitas Layanan *Go Online* Sebagai Bentuk *Corporate Social Responsibility* Pembinaan Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah Di Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya, yaitu sebagai berikut:

1. Sosialisasi dan pemaksimalan web www.rkb.id agar lebih dimaksimalkan atau setidaknya UMKM tahu mengenai web tersebut karena isi dari web cukup berguna terutama mengenai informasi seputar program Rumah BUMN dan perkembangannya dan untuk melatih diri dalam hal teknologi.
2. Diadakannya event mandiri seperti pameran dari Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya untuk UMKM sesuai dengan level pembinaan agar UMKM tahu permintaan dan persaingan pasar sehingga UMKM lebih terpacu untuk berkembang.
3. Diharapkan dapat membantu dalam perijinan membuka usaha seperti BPOM, sertifikasi halal dan lainnya. Karena pada UMKM yang mengurus secara pribadi biaya dan waktu dirasa cukup berat dan harapannya semoga dengan dibantu dalam pengurusan ijin usaha sertifikasi dapat segera keluar karena berpengaruh pada pandangan konsumen terhadap produk.

Ucapan Terimakasih

Peneliti mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada pihak-pihak yang berkontribusi dalam penulisan jurnal ini, diantaranya :

- a. Para dosen S1 Ilmu Administrasi Negara FISIP UNESA
- b. Tenda Aktiva Oktariyanda, S.AP., M.AP. selaku dosen pembimbing
- c. Fitrotun Niswah, S.AP., M.AP. dan Deby Febriyan Eprilianto, S.Sos., M.PA. selaku dosen penguji
- d. Pihak Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya selaku lokus dari penelitian ini.
- e. UMKM-UMKM Binaan Di Rumah BUMN Bank Mandiri Surabaya selaku fokus dalam penelitian ini.
- f. Dan pihak-pihak lainn yang memberi dukungan baik moral maupun material kepada peneliti sehingga penulisan jurnal ini dapat terselesaikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni , Feni Dwi, Imam Hardjanto, Ainul Hayat. 2013. Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Melalui Fasilitasi Pihak Eksternal Dan Potensi Internal (Studi Kasus pada Kelompok Usaha “Emping Jangung” di Kelurahan Pandawangi Kecamatan Blimbing, Kota Malang). *Jurnal Administrasi Publik*, 1 (6), 1286-1295.
- Aristanto, Eko. 2020. Peran Strategis Badan Pemerintah (BUMN) Dalam Pemberdayaan Pelaku Usaha Mikro dan Kecil. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1 (1), 1-8.
- Harahap, Dedy Ansari, dan Dita Amanah. 2019. Kajian Kualits Pelayanan dan Loyalitas Nasabah Perbankan di Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 26 (1), 27-40.
- Hendrawan, A.I, Heri Kusmanto, dan Warjio. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Publik di Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan. *Jurnal Administrasi Publik*, 8 (1), 65-84.
- <https://www.bankmandiri.co.id/web/csr/csr>. Diakses pada 23 Januari 2020.
- <https://www.rkb.id/>. Diakses pada 23 Januari 2020.
- https://rumah-bumn.id/guide_book. Buku Manual Rumah BUMN. 2019. BUMN. 27 Januari 2020.
- Isbandono, Prasetyo, Dhiah Ayu Pawestri. 2019. Analisis Kualitas Pelayanan Pada Perpustakaan di Badan Pusat Statistic Kota Surabaya. *Jurnal Informasi Sektor Publik*, 4(1), 48-54.
- Joewono , Tri Basuki, Muhamad Rizki, Prawira Fajarinda Belgiawan, Muhammad Zudhy

- Irawan. 2020. Why Do Shoppers Keep Making Online Shopping Trips? Learning From Evidence In Bandung, Indonesia. *Asian Transport Studie*, 6 (1), 100016.
- Nayenggita, Gina Bunga, Santoso Tri Raharjo, Risna Resnawaty. (2019). Praktik *Corporate Social Responsibility (CSR)* Di Indonesia. *Jurnal Pekerjaan Sosial*, 2 (1), 61-66.
- Nurjanah, Risma, Ade Sofyan Mulazid. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Citra Perusahaan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 9 (1), 40-53.
- Palma, Kristina Rintik Mutiara, Dr. Geogoria Arum Yudarwati. 2013. Pengkomunikasian *Corporate Social Responsibility (CSR)* PT Bank Mandiri Tbk Melalui *Website* perusahaan. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. 1-15.
- Peraturan Menteri BUMN No.PER-08/MBU/2013 tentang Perubahan Keempat Atas Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara PER-05/MBU/2007 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara Dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan
- Putri, Rinta Mardiana. 2018. Penerapan Pelayanan E-HRM Tentang Pengajuan Tugas / Izin Belajar Di Balai Diklat Dinas PU Wilayah VI Surabaya. Tesis. Fakultas Ilmu Sosial Dan Hukum. Jurusan Administrasi Publik. Universitas Negeri Surabaya. Surabaya.
- Riofita, Hendra. 2018. Analisis Pelayanan Prima dan Kualitas Pelayanan Badan Pelayanan Perizinan Terpadu Provinsi Riau. *Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen dan Keuangan*, 2 (1), 29-48.
- Sinambela, Lijan Poltak dkk. 2011. Reformasi Pelayanan Publik Teori, Kebijakan, dan Implementasi. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003 tentang Bada Usaha Milik Negara
- Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik
- Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007tentang Perseroan Terbatas
- Vartiak, Lukas. 2015. CSR Reporting of Companies on a Global Scale. *Jurnal Ekonom dan Keuangan*, 39 (2016), 176-183.

