

## BAB IV

### TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 1.1 Temuan Penelitian

Pada bab ini peneliti memaparkan dan menjelaskan semua temuan di lapangan dalam bentuk fakta, data, hasil wawancara, serta informasi yang telah diolah sesuai dengan keperluan penelitian yang berjudul Strategi Komunikasi PT. Len Industri (Persero) dalam Program Kemitraan sebagai Upaya Pengembangan UKM. Penelitian yang dilakukan ialah merujuk kepada Strategi Komunikasi Program Kemitraan dengan menggunakan metode kualitatif studi kasus.

Penelitian dilakukan untuk mengetahui Program Kemitraan, sasaran komunikasi, pemilihan media komunikasi, pengkajian tujuan pesan komunikasi, peran komunikator dalam komunikasi, pola pembinaan, dan tahap evaluasi. Data yang ada dalam penelitian ini didapatkan dengan cara memanfaatkan beberapa teknik pengumpulan data yaitu wawancara, observasi, dan studi literatur. Adapun wawancara yang dilakukan dengan empat *key informants* yaitu Bapak Sugeng Budi Santoso, Bapak Dedi Meysuhadi, Bapak Suhendi dan Bapak Dian Herdiana. Berdasarkan hasil wawancara, observasi dan dokumentasi, data yang didapatkan untuk kemudian disusun, dianalisis dan diinterpretasikan menggunakan beberapa sumber kepustakaan yang ada.

Adapun desain penelitian yang digunakan adalah desain kasus tunggal

holistic yaitu desain penelitian yang hanya mengkaji suatu program yang bersangkutan namun menyeluruh menyangkut berbagai aspek, yang dalam hal ini meneliti mengenai Strategi Komunikasi pada Program Kemitraan PT. Len Industri (Persero) Bandung. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis data kualitatif dengan pendekatan studi kasus.

## 1.2 Pembahasan

### 1.2.1 Program Kemitraan PT. Len Industri (Persero) sebagai Upaya Pengembangan UKM

Salah satu langkah yang tidak dapat dilepaskan dalam proses kerja seorang *Public Relations* adalah menjaga hubungan perusahaan dengan publik baik itu internal maupun eksternal. Hubungan internal seorang *Public Relations* tentunya menciptakan hubungan baik dan harmonis, dalam rangka memperoleh kesediaan kerjasama (*cooperation*) diantara orang-orang yang menjadi bagian dari perusahaan serta memungkinkan orang-orang tersebut untuk ikut berpartisipasi dan berprestasi lebih tinggi melalui kinerjanya. Sedangkan dalam hubungan eksternal seorang *Public Relations* harus mampu memperoleh dan meningkatkan citra yang baik dari publik eksternal terhadap perusahaan serta untuk meningkatkan kepercayaan dan penilaian yang positif dari publiknya. Hal tersebut sejalan dengan tujuan dari *Public Relations* yang dikemukakan oleh Neni Yulianita, dalam buku *Dasar-Dasar Public Relations*, (2007:42-43) ialah “untuk

menciptakan, memelihara, meningkatkan dan memperbaiki citra organisasi di mata publik yang disesuaikan dengan kondisi-kondisi daripada publik yang bersangkutan”.

Salah satu bentuk kegiatan eksternal yang dilakukan oleh seorang *Public Relations* pada perusahaan ialah melakukan tanggung jawab sosial (CSR). Philip Kotler dan Nancy Lee (2005:51) mengemukakan bahwa CSR adalah sebuah komitmen untuk meningkatkan kesejahteraan melalui kegiatan bisnis dan kontribusi dari sumber daya yang dimiliki perusahaan. Kesejahteraan komunitas meliputi kondisi manusia dan juga isu-isu lingkungan. Sama dengan Bagian Komunikasi PT. Len Industri (Persero) yang melakukan kegiatan CSR sebagaimana PT. Len ialah perusahaan BUMN yang pada dasarnya perusahaan BUMN terdapat Undang-undang dengan nomor 19 tahun 2003 tentang salah satu tujuan dari pendirian BUMN adalah turut aktif memberikan bimbingan dan bantuan kepada pelaku ekonomi kecil, menengah dan koperasi.

*“Csr itu adalah suatu bantuan dalam bentuk hibah atau sosial yang dilakukan perusahaan untuk membantu kebutuhan atau kepentingan masyarakat yang memang sangat membutuhkan yaitu seperti bantuan sosial dan kemanusiaan”*(wawancara dengan Bapak Dadi Meysuhadi, 8 juli 2015 Pukul 16.24)

Seperti pendapat Manajer Bagian Komunikasi Korporasi bahwa kegiatan CSR dilakukan oleh seorang *Public Relations* sebagai bentuk peningkatan kesejahteraan selain melalui kegiatan bisnis tetapi melalui bentuk sosial dan kemanusiaan untuk menciptakan, memelihara,

meningkatkan dan memperbaiki citra PT. Len di mata publik yang disesuaikan dengan kondisi-kondisi mitra binaan dengan bantuan sosial dan kemanusiaan.

Kegiatan ini dilakukan melalui Program Kemitraan untuk mewujudkan tanggung jawab sosial yang berdasarkan pada kebijakan Direksi No. 09/SKEP/DU/I/2011 yang disusun sesuai dengan Peraturan Menteri BUMN Nomor PER-05/MBU/2007 tanggal 27 April 2007 salah satunya tentang Program Kemitraan.

Program Kemitraan merupakan program untuk meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi tangguh dan mandiri yang sumber dananya dapat berasal dari bagian laba BUMN.

*“...Program yang ditetapkan oleh pemerintah sesuai dengan Peraturan Menteri BUMN Nomor PER-05/MBU/2007 mengenai pelaksanaan kegiatan Program Kemitraan yang memberikan bantuan kepada usaha kecil untuk dapat berkembang. Intinya membantu ukm yang belum bankable. Menjadi ukm yang bankable artinya ukm yang tadinya belum punya perizinan berkembang menjadi usaha yang punya izin dan berkembang menjadi besar dan sudah mempunyai izin”.*(wawancara dengan Bapak Sugeng Budi Santoso, 8 Juli 2015 Pukul 15.00)

*“Pkbl di Len suatu bagian yg dibentuk oleh pemerintah atau BUMN untuk membantu UKM dengan menyisihkan dana atau laba perusahaan maksimal 2% salah satu bagian dari laba perusahaan. Hal ini membantu agar UKM dapat berkembang.”*(wawancara dengan Bapak Dadi Meysuhadi, 8 juli 2015 Pukul 16.24)

Program Kemitraan yang dilakukan oleh PT. Len dilaksanakan sejak tahun 1994. Kegiatan tersebut menjadi salah satu tugas dan mengfungsikan seorang *Public Relations* dalam melaksanakan

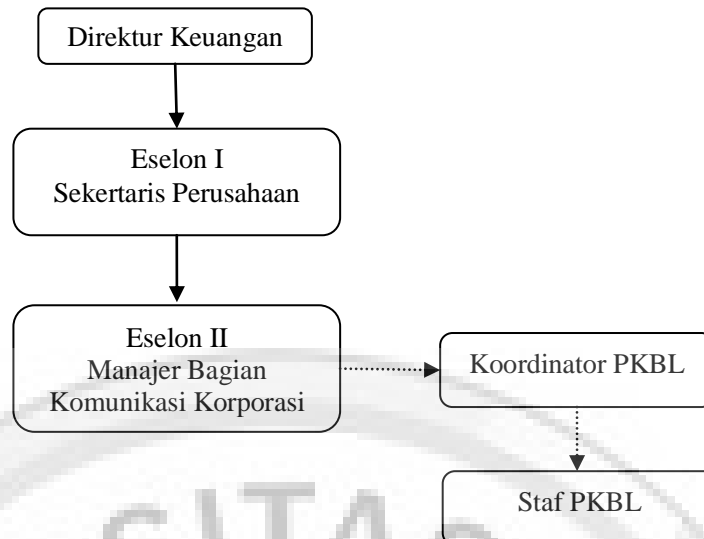
kegiatan tanggung jawab sosial (CSR). Pentingnya kegiatan tanggung jawab sosial (CSR) yaitu dalam program kemitraan dapat menjadi penopang perekonomian Negara dari para usaha kecil tersebut. Karena dengan adanya Program Kemitraan maka dapat membantu UKM untuk menjadi usaha yang besar dan bankable serta lebih maju.

Pada dasarnya, Program Kemitraan memang meminjamkan usaha, namun sebenarnya BUMN yang salah satunya PT. Len dalam memberikan bantuan yaitu dengan pengertian bahwa Program Kemitraan bersifat sosial namun melakukannya dengan bentuk pendekatan ekonomi. Dikatakan demikian karena:

1. PT. Len menyisihkan dana untuk Program Kemitraan yaitu secara peminjaman bergulir kepada pemilik usaha menengah yang membutuhkan.
2. PT. Len memberikan pinjaman tidak ada jaminan seperti yang dilakukan pada peminjaman di Bank.
3. PT. Len memiliki bunga tidak sebesar di Bank.
4. PT. Len selain meminjamkan modal usaha juga menerapkan bentuk kegiatan hibah dan besarnya maksimal 20%. Hibah yang diberikan seperti memberikan pendidikan, pelatihan, pemagangan, pemasaran, promosi dan hal-hal lain yang menyangkut produktivitas mitra binaan serta untuk pengkajian/penelitian yang berkaitan dengan Program Kemitraan dan hibah ini diberikan secara gratis kepada mitra binaan.

Dengan begitu, organisasi jadi dipandang dari dua sisi. Sebagai lembaga yang mencari keuntungan, organisasi bisnis dipandang sebagai lembaga ekonomi. Namun di sisi lain, organisasi bisnis dipandang juga sebagai lembaga sosial dikarenakan memikul beban tanggung jawab bagi masyarakat. Dengan demikian, organisasi dituntut untuk menjalankan kedua peran tersebut, yakni tanggung jawab ekonomis dan sosial. (Iriantara 2004:27)

Untuk melaksanakan Program Kemitraan, PT. Len tentunya terdapat tim khusus yang mengurus bagian PKBL baik secara struktural maupun diluar struktural. Didalam struktur terdapat Direktur Keuangan sebagai Pembina, kemudian Sekertaris Perusahaan dan selanjutnya Manajer Komunikasi Korporasi. Namun terdapat bagian non-struktural yaitu Koordinator PKBL dan Staf PKBL, dimana Koordinator tersebut menjalankan apa yang diarahkan oleh Manajer Komunikasi Korporasi kemudian Koordinator mengelolanya serta yang melakukan kegiatan lapangan oleh atau dengan Staf dari PKBL itu sendiri.



**Gambar 4.1 Tim Pelaksanaan Program Kemitraan**

(Oleh: Peneliti (Sumber: Hasil Penelitian Program Kemitraan PT. Len Industri (Persero))

Program Kemitraan ini dilakukan selain memenuhi aturan yang berdasarkan pada kebijakan Direksi No. 09/SKEP/DU/I/2011 yang disusun sesuai dengan Peraturan Menteri BUMN Nomor PER-05/MBU/2007 yaitu terdapat pula tujuan dasar melakukan Program Kemitraan diantaranya:

1. PT. Len ingin usaha menengah yang belum bankable menjadi usaha yang bankable.
2. Ingin bermitra dengan bekerjasama dalam menunjang kehidupan ekonomi dengan membangun hubungan melalui pendekatan ekonomi.
3. Sebagai wujud tanggung jawab sosial
4. Membentuk, membangun dan mempertahankan citra dari mitra binaan.

Bentuk Program Kemitraan yang paling utama ialah memberi pinjaman modal bagi mitraan, namun selain itu PT. Len memberikan bentuk hibah dalam bentuk:

1. Penyaluran dana pinjaman modal

Penyaluran pinjaman modal kerja di berbagai sektor, yaitu sektor industri, sektor perdagangan, sektor pertanian, sektor peternakan, sektor perkebunan, sektor perikanan, dan sektor jasa.

## 2. Pembinaan

Hal ini dilakukan guna membimbing mitra binaan agar mendapatkan pengetahuan usaha secara luas dan detail mengenai usaha yang dibentuk menjadi berkembang, mandiri dan tangguh.

## 3. Monitoring

Dilakukannya monitoring agar pelaksanaan program berjalan secara efektif, efisien, dan transparan mengenai proses yang dilakukan oleh mitra binaan. Hal ini dilakukan secara langsung maupun tidak langsung.

Untuk melaksanakan Program Kemitraan tentunya harus menentukan calon yang layak menjadi mitra binaan. Adapun syarat-syarat mitra binaan yang dapat mengikuti Program Kemitraan yaitu sebagai berikut:

1. Memiliki usaha aktif minimal telah berjalan 1 tahun.
2. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah).
3. Milik Warga Negara Indonesia.
4. Berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau berafiliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Menengah atau Usaha Besar.
5. Berbentuk usaha orang perseorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau badan usaha yang berbadan hukum, termasuk usaha mikro dan koperasi.



6. Mempunyai potensi dan prospek usaha untuk dikembangkan
7. Telah melakukan kegiatan usaha minimal 1 (satu) tahun.
8. Belum memenuhi persyaratan perbankan (*non bankable*).
9. Tidak sedang dibina oleh BUMN lain dan/atau fasilitas kredit produktif lainnya.
10. Mengajukan permohonan pinjaman dengan melampirkan:
  - Mengisi aplikasi permohonan.
  - Pas foto terbaru suami/istri/penanggungjawab berikutnya masing-masing satu lembar, jika sudah menikah.
  - Foto copy (KTP) suami/istri yang masih berlaku, jika sudah menikah.
  - Foto copy Kartu Keluarga.105
11. Keterangan berusaha dari Kepala Desa/Kelurahan, Kecamatan, Dinas Pasar atau Otorita setempat di mana Mitra Binaan berusaha.

Penerapan Program Kemitraan dimulai dari adanya permohonan atau usulan/ proposal dari calon mitra binaan kepada PT. Len Industri (Persero). Setelah itu proposal tersebut diperiksa dan diproses oleh unit PKBL, dalam memproses proposal tentunya terdapat indikator penilaian yang harus diikuti seperti berikut:

1. Analisa dokumen

Dilakukan untuk mengetahui calon mitra binaan/ pemohon, lokasi atau tempat unit usaha, identitas diri, bidang usaha, izin usaha atau surat keterangan usaha dari pihak yang berwenang, perkembangan kinerja usaha (arus kas, perhitungan pendapatan dan beban, neraca atau data yang menunjukkan keadaan keuangan serta hasil usaha), dan rencana usaha serta kebutuhan dana.

2. Survey lapangan

Dilakukan untuk mengetahui kelayakan permohonan, menambah fakta lapangan yang belum tertuang pada proposal, memastikan

lokasi/tempat yang akan dibantu.

3. Rapat tim

Menyampaikan usulan dari hasil evaluasi administrasi dan survey lapangan yang berisikan antara lain latar belakang usulan, dasar pertimbangan berdasarkan informasi yang diperoleh saat evaluasi dan ketentuan yang berlaku, rekomendasi penolakan atau persetujuan.

4. Menyampaikan persetujuan atau penolakan kepada unit usaha/pemohon.

5. Apabila proposal disetujui maka mendapatkan mitra binaan yang layak dan dana dapat dicairkan serta dialokasikan kepada mitra binaan.

6. Melakukan perjanjian antara unit PKBL PT. Len dengan mitra binaan.

7. Mitra binaan menerima bantuan pinjaman.

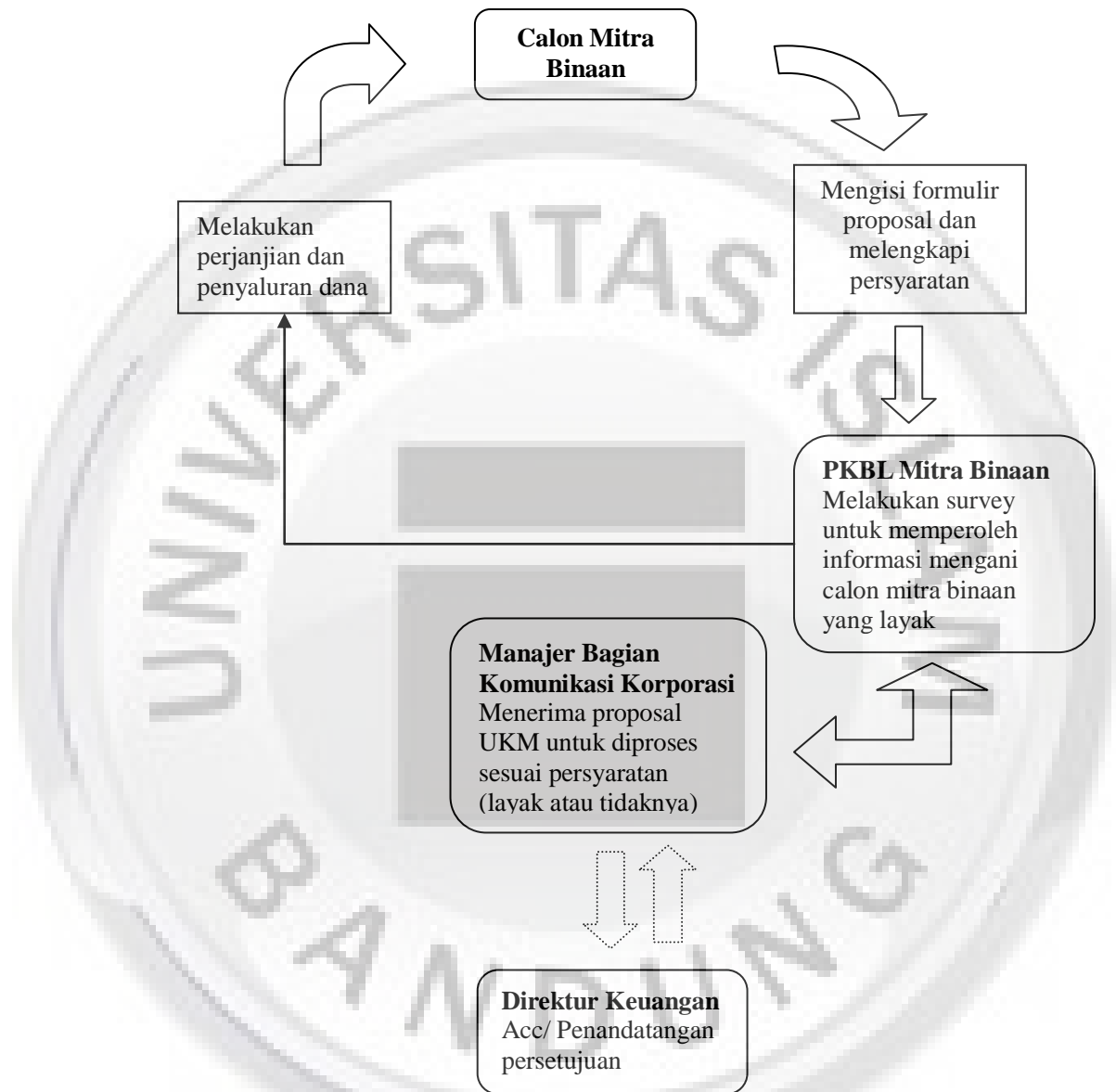
8. Pembinaan.

9. Monitoring.

10. Membuat laporan realisasi kegiatan.

11. Evaluasi.

Berikut alur penerapan kegiatan Program Kemitraan dalam memilih calon mitra binaan yang layak:



**Gambar 4.2 Alur Penerapan Program Kemitraan**

(Oleh: Peneliti (Sumber: Hasil Penelitian Program Kemitraan PT. Len Industri (Persero))

Dari gambar tersebut dapat dijelaskan bagaimana skema mendapatkan pinjaman dana dari PT. Len. Tahap pertama UKM mendatangi langsung unit PKBL. Kemudian UKM mengambil,

mengisi serta melengkapi persyaratan dan formir yang telah diberikan oleh unit PKBL. Lalu proposal dapat dibawa pulang untuk dipelajari oleh UKM dan proposal dapat dikembalikan apabila telah melengkapi syarat-syarat yang telah disepakati. Ketika segalanya telah terlengkapi UKM mengembalikan proposal serta membawa sampel produk kepada unit PKBL.

Tahap kedua, PKBL mengecek segala persyaratan UKM, apabila telah lengkap unit PKBL melakukan survey langsung pada UKM untuk mendapatkan informasi mengenai kelayakan calon mitra binaan. Setelah melakukan survey unit PKBL mengumpulkan semua data UKM kepada Manajer Bagian Komunikasi Korporasi selaku penanggung jawab PKBL untuk memproses layak atau tidaknya UKM tersebut menjadi mitra binaan PT. Len.

Tahap ketiga, setelah layak diserahkan kepada Direktur Keuangan untuk menandatangani persetujuan mitra binaan, kemudian diserahkan kembali kepada Manajer Komunikasi Korporasi lalu kepada unit PKBL. Lalu unit PKBL menghubungi mitra binaan yang layak untuk melakukan perjanjian dan penyaluran dana.

*“...melakukan penyaluran seleksi dari proposal/ termasuk administrasi, perlengkapan dokumen, survey, evaluasi dan harus setuju jadi mitra binaan kalau tidak setuju nanti akan dikirim via surat atau telfon.kalo sudah diberikan kepada Pa Dadi lalu ditandatangani oleh DirKe kembali lagi ke saya, dan tim PKBL menghubungi mitra binaan yang dipilih untuk perjanjian dan penyaluran dana.”(wawancara dengan Bapak Sugeng Budi Santoso, 8 Juli 2015 Pukul 15.00)*

*“Pertama-tama calon mitra mengumpulkan proposal kemudian kita diskusikan bersama setelah dinyatakan diterima diserahkan kepada direktur keuangan untuk tandatangan acc, lalu kembalikan kepada saya dan menugaskan koordinator untuk memberitahu mitra binaan mengenai mou/perjanjian serta penyaluran dana.”(wawancara dengan Bapak Dadi Meysuhadi, 8 juli 2015 Pukul 16.24)*

Berdasarkan survey lapangan, lokasi mitra binaan PT. Len berada pada daerah Bandung dan Kab. Bandung. Adapun rata-rata mitra binaan yang tidak jauh dari PT. Len bahkan ada pula yang jauh lokasinya dari PT. Len tetapi tetap melakukan pemantauan dan melihat langsung mitra binaan dalam mendapatkan pinjaman modal usaha.

*“Pertamanya ngajuin proposal, terus mereka survey dulu kesini, nah kalo diacc langsung dipanggil buat perjanjian dan pencairan dana. Engga rumit syarat-syaratnya gampang.”  
(wawancara dengan Bapak Suhendi, 22 Juli 2015 Pukul 20.20)*

Menurut mitra binaan yang lain.

*“Syarat-syaratnya proposal terus ada gambar-gambar usaha komplit. Udah gitu mereka kesini untuk survey, kalo menurut mereka cocok baru dipanggil buat ttd perjanjian sama pencairan dana  
Alhamdulillah engga rumit. Kalo yang lain memang rumit. Kalo Len engga. Cuma pencairannya lumayan karena harus nunggu giliran sama mitra yang lain.” (wawancara dengan Bapak Dian Herdian, 21 Juli 2015 Pukul 17.15)*

Dalam persyaratan PT. Len tidak memberikan kesulitan, sehingga mudah dalam mengakses dana kredit, hanya saja dalam peminjaman terdapat antrian atau harus mengantri dengan calon/mitra binaan yang lain.

Tahap-tahap pada penerapan Program Kemitraan akan berguna untuk acuan bagi seorang *Public Relations* dalam menentukan langkah-langkah selanjutnya dalam program Kemitraan. Sehingga langkah kerja yang dilakukan dapat terlaksana secara teratur dan sistematis. Hal ini terkait dengan manajemen waktu dan anggaran, dan yang paling utama ialah citra terhadap kinerja *Public Relations* yang mana dalam setiap proses kerja PR melekat hal-hal yang berkaitan dengan manajemen.

Dalam perencanaan suatu Program Kemitraan peneliti melihat bahwa PT. Len sesuai dengan penerapan Program Kemitraan yang sistematis. Hal ini PT. Len memiliki 203 mitra binaan yang rata-rata berada pada sektor industri, jasa dan perdagangan.

Bagi mitra binaan yang telah mendapatkan pinjaman memiliki kewajiban sebagai berikut:

1. Melaksanakan kegiatan usaha sesuai dengan rencana yang telah disetujui.
2. Menyelenggarakan pencatatan/pembukuan dengan tertib.
3. Membayar kembali pinjaman secara tepat waktu sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati.
4. Menyampaikan laporan perkembangan usaha setiap triwulan kepada unit PKBL.

Bantuan pinjaman dana Program Kemitraan yang diterima bagi mitra binaan usaha dibidang industry digunakan untuk menambah alat-alat yang dapat memperlancar produksi dan pembelian bahan baku.

Dari keterangan mitra binaan di atas menunjukkan bahwa pinjaman yang diterima memang digunakan untuk keperluan usahanya. Tetapi tidak menutup kemungkinan ada juga mitra binaan yang menyalahgunakan bantuan pinjaman tersebut.

#### **4.2.2 Sasaran Komunikasi PT. Len Industri (Persero) dalam Program Kemitraan sebagai Upaya Pengembangan UKM**

*Public Relations* dalam perusahaan tentunya akan menjalankan fungsinya dengan menyusun strategi komunikasi yang persuasif, kreatif, dan memiliki strategi-strategi khusus untuk melancarkan setiap tugas dan kegiatan yang dilakukannya. Selain itu pula strategi yang dilakukan oleh PR memiliki sasaran masing-masing publik sesuai dengan tujuan utama perusahaannya. Pada hakikatnya strategi adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Namun untuk mencapai tujuan, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalanan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasinya. (Effendy, 2000:29)

##### **4.2.2.1 Kerangka Referensi**

Arifin (1994:59) mengenai masalah khalayak bahwa mengenal khalayak haruslah merupakan langkah pertama bagi komunikator dalam usaha komunikasi yang efektif. Selain itu Onong menjelaskan lebih lanjut bahwa kerangka referensi seseorang terbentuk dalam dirinya sebagai hasil

dari panduan pengalaman pendidikan, biaya hidup, norma hidup, status sosial, ideology, cita-cita dan sebagainya. (Effendy, 2009:36)

PT. Len Industri (Persero) dalam menjalankan Program Kemitraan tentunya terdapat strategi khusus dalam berkomunikasi yaitu dengan calon mitra binaan dan atau mitra binaan. Dalam berkomunikasi unit PKBL menyesuaikan diri dengan calon/mitra binaan melalui riwayat pendidikan, lingkungan, keadaan/kondisi yang tertera pada formulir proposal yang diajukan kepada PT. Len serta atas dasar survey lapangan sehingga unit PKBL mampu menyesuaikannya, karena pada dasarnya rata-rata yang membutuhkan modal untuk mengembangkan usaha itu ialah usaha kecil yang sebagian besar pengetahuan akan usaha yang dijalankannya begitu minim dan tidak terlalu paham terlalu jauh.

*“Kita penyampaian tidak terlalu formal. Kita sesuaikan dengan pendidikan sesuai dengan data diri dari proposal yang mereka ajukan. Kondisi mitra (dilihat) agar mereka mengerti”.* (wawancara dengan Bapak Sugeng Budi Santoso, 8 Juli 2015 Pukul 15.00)

Atas dasar pengetahuan yang minim, calon/ mitra binaan pada awalnya menganggap bahwa Program Kemitraan itu seperti apa, bahkan yang diketahui oleh mitra binaan kegiatan pemnijaman modal tersebut merupakan kegiatan



yang tidak ada bedanya dengan meminjam modal kepada Bank. Namun dengan bentuk komunikasi menggunakan bahasa sederhana, lugas dan mudah dimengerti maka calon/mitra binaan dapat memahami bahwa peminjaman modal dana kepada Program Kemitraan dengan Bank berbeda. Program Kemitraan member pinjaman dengan bunga rendah. Selain itu dalm Program Kemitraan, calon/mitra binaan mendapatkan pembinaan serta pelatihan dan apabila usahanya telah berkembang maka akan dipromosikan melalui pameran.

#### 4.2.2.2 Situasi dan Kondisi

Dalam faktor lingkungan dapat mempengaruhi pengetahuan calon/mitra binaan, karena Program Kemitraan PT. Len mayoritas berada pada daerah Bandung serta Kabupaten Bandung dan apabila situasi calon/mitra binaan bermacam-macam maka unit PKBL menyesuaikan situasi lingkungan calon/mitra binaan berada. Salah satunya unit PKBL membentuk tim yang mengerti bahasa Sunda yang halus. Hal ini dapat memudahkan ketika survey atau monitoring dan berinteraksi secara langsung melalui lingkungan calon/mitra binaan yang kesehariannya menggunakan budaya Sunda.

*“...misalnya mayoritas bahasa sunda kita menggunakan bahasa sunda. Dan bahasa sundanya yang lemes maka*

*kita juga punya timnya yang bisa bahasa sunda, seperti Pa Ade dan Pa Dedi.” (wawancara dengan Bapak Sugeng Budi Santoso, 8 Juli 2015 Pukul 15.00)*

Seperti yang dikemukakan oleh Effendy (1982:32) mengenai fungsi ganda strategi komunikasi baik secara mikro (planned multy media strategy) maupun secara mikro (single communication medium strategy) sebagai berikut.

1. Menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif dan instruktif secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil yang optimal.
2. Menjembatani “kesenjangan budaya” (*cultural gap*) akibat kemudahan diperolehnya dan kemudian dioperasionalkannya media massa yang begitu ampuh, yang jika dibiarkan akan merusak nilai-nilai budaya.

*“Tentu kita harus memiliki kemampuan dalam penguasaan teknik komunikasi yang baik secara lisan maupun tertulis dan dalam penyampaiannya dari perusahaan karena kita mewakili perusahaan untuk publik dan sebaliknya. Maka dari itu kita analisis dulu mitra kita dari pendidikan, lingkungan atau juga budayanya kemudian sesuaikan apa yang akan disampaikan.”(wawancara dengan Bapak Dadi Meysuhadi, 8 juli 2015 Pukul 16.24)*

Seorang *Public Relations* harus mampu mempelajari dan memahami segala bentuk komunikasi dengan publik. Hal ini dilakukan agar menghindari terjadinya kesalahpahaman dalam berkomunikasi. Karena komunikasi

timbal-balik antara perusahaan dengan publik yang mempengaruhi sukses tidaknya suatu perusahaan. Maka dari itu PR menciptakan saling pengertian dan dukungan untuk tercapainya tujuan, kebijakan, dan tindakan dari PT. Len Industri (Persero).

#### **4.2.3 Pemilihan Media Komunikasi PT. Len Industri (Persero) dalam Program Kemitraan sebagai Upaya Pengembangan UKM**

Dalam berkomunikasi, penggunaan media biasanya memberikan suatu keefektifan apabila dalam keadaan komunikator dengan komunikan berjauhan. Untuk mencapai komunikasi yang baik komunikator dapat memilih salah satu atau gabungan dari beberapa media, bergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang akan disampaikan, dan teknik yang akan digunakan mana yang terbaik dari sekian banyak media komunikasi baik yang bersifat modern maupun tradisional itu tidak dapat ditegaskan dengan pasti sebab masing-masing mempunyai kelebihan dan kekurangan.

Seorang *Public Relations* tentunya memilih media yang dikatakan efektif untuk berhubungan dengan publik. Bagaimanapun pemilihan medianya tujuan utamanya adalah agar publik dapat mudah menerima, mengerti dan memahami maksud mengenai pesan yang disampaikan. Program Kemitraan PT. Len menggunakan media komunikasi telepon genggam (*handphone*), surat, bulletin dan secara langsung.

*“Kita telepon atau sms (untuk pemberitahuan) penagihan/ ingatkan mengenai kewajibannya. Kalo ada yg belum memenuhi kewajiban kita hubungi sampe akhir bulan, pertengahan bulan kita sms, akhir bulan kita telepon, kalo belum ada respon baru didatangkan.”*(wawancara dengan Bapak Sugeng Budi Santoso, 8 Juli 2015 Pukul 15.00)

*“via sms suka mengingatkan tentang pembayaran modal dana pinjaman selebihnya survey kesini.”* (wawancara dengan Bapak Dian Herdian, 21 Juli 2015 Pukul 17.15)

*“Kalo pembinaan sebelumnya kita kabarkan melalui sms dan telepon bahwa ada pembinaan dimana itu kita akan beritahu, untuk pelaksanaan pembinaan kita biasanya bergabung dengan EO misalnya dalam mengadakan pameran, otomatis akan dipublish oleh EO. Selain itu kita biasanya menggunakan bulletin yang didalamnya terdapat tentang PKBL secara global.”* (wawancara dengan Bapak Sugeng Budi Santoso, 8 Juli 2015 Pukul 15.00)

PT. Len khususnya unit PKBL memiliki pemilihan media tersendiri dalam berkomunikasi salah satunya dengan menggunakan *handphone* karena dinilai lebih ringan, praktis, mudah dan murah. Namun pada dasarnya lebih sering berkomunikasi secara langsung melalui survey dan monitoring, karena lebih terpantau dan menciptakan hubungan mitra yang lebih dekat. Tetapi harapan untuk menggunakan media lain seperti media online dalam memantau atau media-media lain yang sangat membantu tetapi media tersebut digunakan sebagai sarana untuk promosi saja. Kegiatan penyampaian dan pelayan informasi kepada masyarakat melalui media komunikasi dilakukan melalui proses berikut.

- a) Pengumpulan, pengolahan, penyusunan/perumusan pesan yang akan disampaikan kepada masyarakat.

- b) Pesan itu kemudian disampaikan melalui media komunikasi baik media tatap muka, media cetak maupun media elektronika.
- c) Melalui media komunikasi itu berbagai pesan atau informasi disampaikan kepada khalayak masyarakat yang menjadi sasaran kegiatan *Public Relations*.
- d) Demi efektifnya komunikasi yang dilakukan, perlu diadakan evaluasi sehingga dapat diketahui berhasil tidaknya komunikasi itu. (Rachmadi, 1992:23)

#### **4.2.4 Pengkajian Tujuan Pesan Komunikasi PT. Len Industri (Persero) dalam Program Kemitraan sebagai Upaya Pengembangan UKM**

Pesan menjadi suatu inti dari prosesnya berkomunikasi. Pesan komunikasi perlu untuk dikaji dalam tahap strategi komunikasi. Pesan komunikasi yang disampaikan unit PKBL kepada mitra binaan telah ditetapkan untuk mencapai tujuan dari Program Kemitraan. Isi pesan komunikasi bisa berupa satu tujuan, tetapi di dalamnya dapat mengandung beberapa macam lambing. Lambing-lambang tersebut antara lain ialah bahasa, gambar, warna, kial (*gesture*), dan sebagainya (Effendy, 2009:38). Sehingga harus lebih teliti dalam mengartikan isi pesan yang akan disampaikan kepada mitra binaan.

Pada situasi tertentu isi pesan dapat berubah sesuai dengan tanggapan/respon yang diberikan oleh mitra binaan kepada unit PKBL. Jika dalam suatu keadaan kita terpaksa harus mengatakan kata yang bersifat konotatif tersebut karena tidak ada perkataan lain yang tepat, maka kata yang mengandung konotatif itu harus dijelaskan lebih mendalam sesuai makna yang dimaksud. (Effendy, 2009:38)

#### 4.2.4.1 Analisis Penggunaan Bahasa

Pesan memiliki sebuah isi pesan dan dapat diartikan secara luas bergantung bagaimana isi pesan dan penggunaan bahasa yang dipergunakan. Ada beberapa yang patut dipertimbangkan dalam hal penyampaian pesan, yaitu:

“Pesan harus disampaikan dengan bahasa yang mudah dipahami agar jelas, mengandung kebenaran yang dapat diuji/dapat dipertanggung jawabkan yang disajikan secara ringkas namun lengkap, tanpa mengurangi arti yang sesungguhnya, yang mencakup keseluruhan bagian yang penting yang patut diketahui, dikomunikasikan dan disusun secara sistematis. Pesan harus menarik dan meyakinkan serta disampaikan dengan sopan yang memperhitungkan kadar kepribadian, kebiasaan, pola hidup dan nilai-nilai komunikasi.”(Siahaan, 1991:63)

Dalam penyampaian pesan kepada mitra binaan, unit PKBL menyesuaikan melalui pendidikan dan kemampuan dari mitra binaan itu sendiri. Pesan komunikasi yang disampaikan merupakan perihal tentang Program Kemitraan PtT. Seperti apa, Persyaratan menjadi mitra binaan dll.

#### 4.2.4.2 Teknik Komunikasi

Penyusunan pesan yang bersifat informatif lebih banyak ditujukan pada perluasan wawasan dan kesadaran khalayak. Proses ini bersifat difusi atau penyebaran, sederhana, jelas, dan tidak banyak menggunakan jargon atau istilah-istilah yang kurang populer di kalangan khalayak. (Cangara, 2002:121)

Penyampaian suatu pesan merupakan bergantung pada tujuan yang sesuai dengan tugas pokok yang ada pada Program Kemitraan.

*“Teknik: tausiyah/ penyampaian dengan mengenai keagamaan religi. Atau kerohanian. (ini salah satu keunikan) jadi ketika menyampaikan disisipi bentuk keagamaan. Jadi misalnya seperti misalnya pada saat kita menagih uang bergulir jadi kita sampaikan bahwa meminjam uang itu jatuhnya seperti hutang, nah mengenai berhutang kita sisipi melalui keagamaan atau keislaman, karena mayoritas mitra binaan agamanya islam.”* (wawancara dengan Bapak Sugeng Budi Santoso, 8 Juli 2015 Pukul 15.00)

*“...dari segi pembayaran masih terhambat jadi kita caritahu apasih yang menghambat dengan unsur keagamaan mereka jadi sadar untuk membayar kewajiban.”* (wawancara dengan Bapak Dadi Meysuhadi, 8 juli 2015 Pukul 16.24)

Keunikan yang dimiliki oleh Program Kemitraan PT. Len ialah penyampaian pesan dengan menyisipkan dalam bentuk unsur keagamaan. Hal ini tentunya memiliki bentuk isi pesan yang bertujuan mempengaruhi mitra binaan dengan jalan memberikan penerangan. Tapi pada dasarnya dalam penyampaian informasi pesan yang disampaikan cenderung sederhana dan tidak bertele-tele dalam arti harus lebih singkat dan jelas sehingga mudah dipahami dan dimengerti oleh mitra binaan.

Sedangkan teknik persuasif/ajakan merupakan bagian dari sebuah kegiatan yang akan dilakukan seperti yang dikatakan

mengenai komunikasi persuasif menurut Effendy (1993:21) adalah komunikasi yang dilakukan seorang komunikator, dalam hal ini “Persuader” untuk membujuk atau mengajak orang lain, dalam hal ini disebut “Persuadee” agar mengikuti kehendak si komunikator tadi.

*“Kita lebih aktif. Seperti kita menawarkan atau mengajak usaha kecil untuk bergabung menjadi mitra binaan dengan persyaratan yang sesuai dengan prosedur. Istilahnya kita menjemput bola, jadi kita nagih menunggu pembayaran. Terus kita datang langsung meskipun dia istilahnya udah berkembang atau udah berjalan kita tetap datang. Komunikasinya ga putus jadi secara berkesinambungan.”* (wawancara dengan Bapak Sugeng Budi Santoso, 8 Juli 2015 Pukul 15.00)

Dengan begitu calon mitra binaan bersedia memenuhi persyaratan atas dasar ajakan dari unit PKBL untuk menjadi mitra binaan dengan sukarela dan tanpa merasa dipaksa.

Berdasarkan paparan teknik komunikasi diatas, terbukti bahwa PT. Len menggunakan teknik informatif dan persuasif pada kegiatan komunikasi mereka.

#### **4.2.5 Peran Komunikator dalam Komunikasi PT. Len Industri (Persero) dalam Program Kemitraan sebagai Upaya Pengembangan UKM**

Komunikator merupakan pemeran utama pada strategi komunikasi karena secara tidak langsung mewakili beberapa komponen dalam sebuah kegiatan. Komunikator tentunya harus terampil, memiliki banyak ide, dan mampu mengolahnya menjadi



sesuatu yang bernilai kreativitas tinggi. Hal tersebut tentunya dapat mengubah sikap, opini, dan perilaku komunikan.

*“Pertama kita menjelaskan bahwa pkbl itu bukanlah rentenir atau perbankan. Tapi kita perpaduan antara perbankan dan sosial. Perbankan itu memberikan dana , sosialnya kita jasa yang jauh dibawah bank yg tidak membebaskan ukm. Malah memberikan kesempatan, dengan jangka waktu yang relatif sesuai dengan kemampuan UKM.”(wawancara dengan Bapak Sugeng Budi Santoso, 8 Juli 2015 Pukul 15.00)*

*“Kepercayaan kita kemitra itu berdasarkan mitra usaha ukm percaya kekita percaya sebagai pemberi dana untuk mereka gunakan kepada usahanya. Dan dana yang diberikan itu dari pemerintah bukan dari dana hibah.”(wawancara dengan Bapak Sugeng Budi Santoso, 8 Juli 2015 Pukul 15.00)*

Untuk memberikan dan menghasilkan kepercayaan mitra binaan dengan meyakinkan mitra binaan melalui tujuan kegiatan Program Kemitraan. Hal yang menyangkut kepercayaan biasanya berujung pada persepsi, namun unit PKBL meluruskan persepsi yang ada dalam benak mitra binaan sehingga mitra binaan menjadi paham akan Program Kemitraan seperti apa.

#### **4.2.6 Pembinaan PT. Len Industri (Persero) dalam Program Kemitraan sebagai Upaya Pengembangan UKM**

##### **4.2.6.1 Penggunaan Komunikasi dalam Pembinaan**

Dalam Program Kemitraan PT. Len memberikan pelatihan dan pembinaan guna menghasilkan mitra binaan yang berkembang. Pembinaan dan pengembangan adalah upaya yang dilakukan oleh pemerintah, dunia usaha dan

masyarakat melalui pemberian bimbingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi usaha yang tangguh dan mandiri serta dapat berkembang menjadi usaha menengah. (Undang-undang Nomor 9 tahun 1995).

Tujuan dari pembinaan dan juga dapat dirumuskan pendidikan nasional, yang juga terkait dengan upaya meningkatkan kualitas manusia, yaitu manusia yang beriman dan bertaqwa kapda Tuhan yang Maha Esa (YME), berbudi pekerti luhur, berkepribadian, mandiri, maju, tangguh, cerdas, kreatif, terampil, berdisiplin, ber etos kerja, profesional, bertanggung jawab dan proaktif serta sehat jasmani dan rohani (Oemar Hamalik, 2000 : 14).

*“Untuk mendukung perkembangan dan peningkatan kompetensi usaha kecil sebagai roda penggerak perekonomian Bangsa. Selain itu, mitra binaan juga diberikan pembinaan dalam bentuk pelatihan, pameran dan promosi. Hal ini diharapkan para Mitra Binaan dapat menjadi pengusaha yang tangguh, mandiri dan beretika serta mampu mengakses fasilitas perbankan secara komersial.”*(wawancara dengan Bapak Sugeng Budi Santoso, 8 Juli 2015 Pukul 15.00)

Dapat kita lihat dengan adanya pembinaan dalam Program Kemitran PT. Len memberikan upaya mitra binaan menjadi usaha yang lebih berkualitas yang sesuai dengan tujuan dari kegiatan yang ada pada Program Kemitraan melalui pembinaan.

### a. Pemberian Pinjaman

Pemberian pinjaman dana kepada mitra binaan didasari hasil *assessment* data dari proposal pinjaman yang diajukan mitra binaan dan ketika unit PKBL melakukan survey. Pemberian pinjaman, yaitu:

- Pinjaman untuk modal kerja dan atau untuk pembelian barang-barang modal (Aktiva tetap produktif) seperti mesin dan alat produksi, alat bantu produksi, dan lain sebagainya yang dapat meningkatkan produksi dan penjualan produk binaan.
- Pinjaman khusus yaitu pemberian pinjaman yang dapat diberikan oleh BUMN Pembina yang bersifat jangka pendek dengan waktu maksimum satu tahun serta dengan nilai pinjaman yang cukup material bagi mitra binaan

Sesuai dengan peraturan BUMN PER-05/MBU/2007 mengenai pendanaan modal usaha pada mitra binaan yaitu dana bersumber dari laba PT. Len sebesar 2% (dua persen) kemudian berasal dari jasa administrasi pinjaman/margin/bagi hasil, bunga deposito dan/atau jasa giro dari dana Program Kemitraan setelah dikurangi beban operasional, dimasukkan menjadi bagian dari dana Program Kemitraan.

## **b. Pelatihan Manajemen Usaha**

Untuk pelatihan manajemen guna memberikan pengetahuan tentang cara mengelola usaha dengan baik misalnya melalui pembukuan usaha sebagai kewajiban mitra binaan. Kegiatan ini mengkaji berbagai materi yaitu mengenai manajemen koperasi, kewirausahaan, manajemen pemasaran, manajemen keuangan dalam bentuk pembukuan, perijinan serta perjanjian bisnis.

*“...dengan pelatihan tersebut ukm lebih mengerti, lebih maju, mengetahui langkah selanjutnya seperti apa dan yg tadinya misalnya pembukuan sederhana menjadi pembukuan yang lebih baik. Lalu manajemennya bagus, jadi bukan karena kebutuhan ala kadarnya tapi lebih terarah dan terstruktur.”* (wawancara dengan Bapak Sugeng Budi Santoso, 8 Juli 2015 Pukul 15.00)

Kegiatan pelatihan tentunya memberikan pengetahuan agar mitra binaan mampu mengelola usaha dengan baik sesuai dengan tujuan Program Kemitraan PT. Len

## **c. Monitoring**

Kegiatan monitoring bertujuan untuk memantau suatu kegiatan penelitian dan pengembangan dalam pencapaian sasaran. Kegiatan monitoring meliputi mekanisme monitoring, fokus monitoring, acuan monitoring, jadwal monitoring. Dalam monitoring dapat dilakukan dengan berbagai cara, disesuaikan dengan situasi dan kondisi yang ada. Untuk monitoring di tingkat lapangan dapat dilakukan dengan cara diskusi langsung

secara intensif bersama para stakeholder yang terlibat dalam kegiatan, atau dengan presentasi setiap kegiatan oleh penerima manfaat pada waktu yang disepakati.

*“Kita berkunjung, monitoring, selalu monitoring, memberikan pelatihan/pembinaan. Selain itu kita selalu silaturahmi untuk datang meskipun pembayarannya sudah bagus atau usahanya sudah berkembang tetap kita datangi untuk menjaga hubungan yang baik. Kadang-kadang kan ada pkbl itu hanya datang kepada mitra yang macet saja, tapi disini kita tidak pkbl PT. Len tetap mendatangi mitra yang sudah berkembang bahkan yang masih berjalan.”* (wawancara dengan Bapak Sugeng Budi Santoso, 8 Juli 2015 Pukul 15.00)

Menurut Mitra Binaan membenarkan adanya kegiatan monitoring.

*“...sebulan sekali suka ngontrol walaupun kita udah beres juga tetep dikontrol. Yang ngontrol itu Pak Ade sama Pak Dedi.”* (wawancara dengan Bapak Suhendi, 22 Juli 2015 Pukul 20.20)

*“...suka kesini tiap sebulan sekali ngontrol sambil Terus via sms suka mengingatkan tentang pembayaran modal dana pinjaman selebihnya survey kesini.”* (wawancara dengan Bapak Dian Herdian, 21 Juli 2015 Pukul 17.15)

Kegiatan ini dilakukan oleh unit PKBL berupa kunjungan bulanan kepada mitra binaan untuk mengetahui bagaimana perkembangan usahanya, untuk penagihan cicilan bantuan pinjaman modal usaha yang telah diberikan pada Program Kemitraan, memonitoring melalui *hanphone* untuk mengingatkan mitra binaan untuk membayar pinjamannya secara tepat waktu, meskipun maksud dari pemonitoringnya

adalah untuk memonitoring usaha si mitra binaan sendiri.

#### d. Pameran

Kegiatan ini dilakukan kepada mitra binaan dengan mempromosikan dan memperluas pemasaran produk mitra binaan dan dalam pelaksanaannya tidak semua mitra binaan dapat ikut pameran ini. Selain pameran didalamnya terdapat pendidikan, pelatihan dan pemagangan untuk mitra binaan dapat dilakukan sendiri oleh BUMN Pembinaan dan lembaga pendidikan atau pelatihan swasta profesional maupun perguruan tinggi. Jangka waktu atau masa pembinaan tersebut menjadi tangguh, mandiri, *bankable* (dapat diberi pinjaman).

*“...kalo pameran untuk mitra yang menghasilkan produk yaitu industri tapi yang sudah berkembang.”* (wawancara dengan Bapak Sugeng Budi Santoso, 8 Juli 2015 Pukul 15.00)

*“...kita melakukan pameran yang diadakan oleh EO, otomatis ketika pameran ada muncul nama PT. Len nah dari situ secara tidak langsung nama mempromosikan PT. Len di mata umum.”* (wawancara dengan Bapak Dadi Meysuhadi, 8 juli 2015 Pukul 16.24)

Hal ini dilakukan agar memotivasi mitra binaan untuk memanfaatkan sebaik-baiknya bantuan dari Program Kemitraan agar menjadi berkembang, karena ketika usaha berkembang bantuan diluar peraturan pemerintah yaitu hibah seperti pameran yang salah satu didalamnya membantu memasarkan dan mempromosikan produk yang dibuat oleh mitra binaan

menjadi kesempatan bagi mitra binaan untuk lebih dikenal lagi usahanya oleh masyarakat.

Secara umum, bantuan pembinaan yang diberikan tersebut memberikan manfaat bagi mitra binaan dalam mengembangkan usahanya. Pembinaan menurut Hidayat (1985, h.26) menjelaskan bahwa usaha yang dilakukan secara sadar untuk meningkatkan pengetahuan keterampilan dengan tindakan, bimbingan pengembangan guna mencapai tujuan yang diharapkan. Pembinaan ini memberikan fungsi yaitu meningkatkan pengetahuan dan informasi yang dapat memberikan pengaruh dalam pengembangan para pelaku usaha yang dibina. Pelaksanaan pembinaan yang baik akan memberikan pengembangan potensi usaha. Adanya pembinaan terhadap usaha kecil diharapkan mampu memberikan kontribusi nyata dalam peningkatan kapasitas usaha tersebut.

#### **4.2.7 Tahap Evaluasi PT. Len Industri (Persero) dalam Program Kemitraan sebagai Upaya Pengembangan UKM**

##### **4.2.7.1 Alat ukur kepuasan dari mitra binaan dalam program kemitraan**

Dalam Program Kemitraan, yang menjadi alat ukur keberhasilannya adalah apabila tujuan tercapai, baik tujuan jangka pendek ataupun tujuan jangka panjang. Tujuan jangka pendek ialah memberikan bantuan pinjaman modal, pelatihan, pendidikan promosi dan pemasaran, sedangkan

dalam jangka panjang yaitu menjadikan usaha mitra binaan tangguh dan mandiri.

*“Jangka pendek: membantu member pinjaman modal, pelatihan dan pembinaan, pendidikan, promosi dan pemasaran. Jangka panjang: mitra binaan akan menjadi mitra yg mandiri, menjadi usaha kelas atas bukan kelas menengah lagi kalo bisa nasional jadi industri besar jadi eksportir. Sejauh ini mitra binaan baru menjangkau luar pulau dalam arti baru mencapai ruang lingkup Indonesia. Sejauh ini rata-rata mitra binaan mengalami perubahan menuju yang baik.”* (wawancara dengan Bapak Sugeng Budi Santoso, 8 Juli 2015 Pukul 15.00)

Menurut mitra binaan.

*“...Alhamdulillah sudah membayar modal pinjaman yang tadi jangka waktunya 3 tahun tapi 2 tahun sudah dibayar jadinya ada pengurangan/potongan bunga. Tapi sekarang mau minjem lagi cuma kata Pak Ade masih nunggu giliran dengan mitra binaan lain yang duluan.”* (wawancara dengan Bapak Suhendi, 22 Juli 2015 Pukul 20.20)

*“Ini juga kalo modalnya bisa ditambah mau membangun cabang di sumedang/ majalaya dan majalengka soalnya temen-temen juga dikampung nanya kapan bikin cabang lumayan bisa.”* (wawancara dengan Bapak Suhendi, 22 Juli 2015 Pukul 20.20)

Berdasarkan pendapat diatas, terlihat jelas bahwa terjadinya antara unit PKBL dengan mitra binaan dalam pemberian bantuan dana pinjaman modal kepada mitra binaan, dan mitra binaan memanfaatkan modal tersebut guna mengembangkan usahanya. Apa yang menjadi tujuan dari unit PKBL dalam tujuan jangka pendek tercapai, sertra apa



yang diperoleh mitra binaan dalam Program Kemitraan tersebut menjadi ingin lebih mandiri dan tangguh dalam usahanya.

#### 4.2.7.2 Harapan dalam program kemitraan

Dalam sebuah kegiatan tentunya terdapat evaluasi untuk mengetahui apa yang menjadi penilaian atas kegiatan yang telah dilakukan. Dan tentunya memberikan harapan bagi kegiatan tersebut. Seperti pada Program Kemitraan PT. Len tentunya unit PKBL menginginkan apa yang menjadi tujuan utama dari Program Kemitraan menjadikan usaha dari mitra binaan semakin maju dan berkembang seperti yang dikatakan oleh Bapak Sugeng *“Dengan adanya Program Kemitraan ini menjadikan ukm menjadi ukm yg handal, membantu pemerintah untuk memperbaiki perekonomian bangsa dan program kemitraan menjadi salah satu program yang menjadi andalan pengembangan ukm dari pemerintah.”*(wawancara dengan Bapak Sugeng Budi Santoso, 8 Juli 2015 Pukul 15.00)

Dampak positif yang dirasakan dengan adanya Program Kemitraan.

*“Untuk eksternal akan meningkatkan mitra perusahaan, kinerja promosi salah satunya perusahaan, perusahaan lebih dikenal oleh masyarakat luas, misalnya kita melakukan pameran yang diadakan oleh EO, otomatis ketika pameran ada muncul nama PT. Len nah dari situ*

*secara tidak langsung nama mempromosikan PT. Len di mata umum.*

*Untuk internal meningkatkan kinerja karyawan perusahaan, atau nilai tambah kinerja manajemen.”*  
(wawancara dengan Bapak Dadi Meysuhadi, 8 juli 2015 Pukul 16.24)

Melalui strategi yang digunakan dalam Program Kemitraan maka mengungkap bahwa segala sesuatunya terencana dan terstruktur sehingga benar adanya pelaksanaan Program Kemitraan PT. Len memberikan hasil yang setiap tahunnya mengalami peningkatan. Program Kemitraan PT. Len merupakan kegiatan yang berkesinambungan yang artinya terus menerus dilakukan. Ditambah lagi PT. Len berkoordinasi dengan KaDin (Kepala Dagang IndonesiaI Bandung guna mendapatkan mitra binaan yang berkualitas. Hal ini tentunya memberikan dampak positif kepada publik internal dan eksternal PT. Len Industri (Persero).