

Optimalisasi Program *Cashless Society* di Kota Semarang Berdasarkan Kemitraan antara Pemerintah Kota Semarang dan BNI 46 Regional Kota Semarang dalam Wujud Kartu Semarang Hebat Tahun 2019

Dwiani Bramastiti - 14010115140075

bramastiti@gmail.com

Dosen Pembimbing : Dr.Drs. Teguh Yuwono, M.Pol. Admin.

tyuwonos22@gmail.com

Departemen Politik dan Pemerintahan

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro

ABSTRACT

Semarang Hebat Card is a new breakthrough from the City of Semarang which aims to advance the concept of smart city as well as the concept of cashless society. In addition, the Great Semarang Card was created to improve public services to the public in different forms or fields. This is a manifestation of government innovation. This Great Semarang Card is expected to have a good impact for the optimization of public services in the city of Semarang.

The research method in this thesis uses a mix-method study and descriptive approach. The author takes a research site in Semarang City with a research informant from the government (Diskominfo as a correspondence) and BNI 46 regional Semarang City (Karangayu Branch as a correspondence). The author uses data validation techniques using data triangulation techniques.

Great Semarang card is a form of innovation from the concept of cashless society which is applied to cities that are or are in the process of moving towards the concept of smart city. The Great Semarang Card was created from a partnership between the Semarang City Government and BNI 46. BNI 46 was chosen based on its ability to manage smart cards as well as BNI 46 was the chairman of the HIMBARA (State Owned Bank Association). This program has been running from 2017 in 2019, meaning that the Great Semarang Card is two (2) years old. This partnership is conducive with each actor having a duty and role in this program. As a result the Great Semarang Card has an impact on society in many forms or fields. There are fields of mobilization, transactions, and debit cards. The response from the community looked very good as evidenced by the results of the questionnaire. In addition to the response, the community was also affected by his thoughts on applying the concept of cashless in his daily activities.

KEYWORDS

Semarang City Government, Cashless Society, Smart City, BNI 46

Pendahuluan

Terdapat dua alasan utama yang menjadi latar belakang penelitian ini, yaitu landasan teoritik dan landasan empirik. Landasan yang pertama yaitu landasan empirik berupa kejadian nyata yang benar-benar terjadi dalam suatu kehidupan yang digunakan sebagai landasan dalam penelitian ini. Landasan teoritik yang merupakan landasan dari pentingnya penelitian ini untuk dilakukan. Di antaranya yaitu sebagai berikut:

Maka dari itu masyarakat membutuhkan pelayanan yang diberikan oleh Negara secara langsung, terlebih itu merupakan hak masyarakat sebagai pemegang kekuasaan tertinggi di Negara demokrasi seperti Indonesia. Untuk memenuhi kebutuhan pelayanan yang baik maka dibutuhkan tata kelola pemerintahan yang baik, yang saat ini lebih dikenal dengan *Good Governance*. Sebuah konsep penyelenggaraan peran pemerintah dengan system yang lebih baik. Kaitannya *good governance* dengan peningkatan pelayanan publik adalah hubungan proses dan output atau hasil, dimana *good governance* sebagai sebuah konsep menjadi proses dan peningkatan pelayanan publik menjadi output atau hasil dari pelaksanaan proses tersebut (Nurcholis, 2005:300). Menurut Ratminto & Atik, berdasarkan organisasi penyelenggara layanan publik dapat secara umum dibedakan menjadi dua jenis, yaitu Pelayanan Publik yang diselenggarakan oleh Organisasi Publik dan Pelayanan Publik yang diselenggarakan oleh Organisasi Privat. Selanjutnya pelayanan publik yang diselenggarakan oleh Organisasi Publik dapat dibedakan menjadi dua yaitu (i) yang bersifat PRIMER, dan (ii) yang bersifat SEKUNDER.¹

Pelayanan publik di kategorikan ke dalam beberapa kelompok, antara lain :

1. Pelayanan yang dibutuhkan untuk mengembangkan, menginformasikan, dan memproteksi individu (misalnya, pendidikan, kesehatan, dan keamanan).
2. Pelayanan yang mendukung dan mendorong perkembangan sektor swasta (misalnya, infrastruktur jalan, regulasi, energi).
3. Pelayanan dan mendukung dan mendorong infrastruktur kebudayaan (misalnya, jasa penyiaran, festival budaya).
4. Pelayanan yang terkait dengan redistribusi kesejahteraan (misalnya, pelayanan pajak, jaminan sosial).²

Pada awal peluncurannya pun kartu ini difungsikan sebagai alat penerimaan bantuan lewat media EDC yang disediakan di e-warong yang juga merupakan program dari Kementrian Sosial yaitu penerimaan bantuan secara Non-Tunai, dalam RPJMD Kota Semarang dana bantuan sosial dari tahun ke tahun terus meningkat dan merupakan salah satu belanja prioritas daerah, anggaran bantuan sosial tersebut paling besar dianggarkan pada tahun 2017 Rp. 21.856.150.000 dan pada tahun 2017 kartu ini diluncurkan yaitu berjumlah 2500 kartu yang diharapkan mempermudah akses masyarakat miskin mendapatkan bantuan sosial dan di tahun berikutnya tidak hanya penerima bantuan saja yang memiliki Kartu Semarang Hebat namun masyarakat umum, sebagai penunjang kehidupan masyarakat modern. tujuan dari diluncurkannya Kartu Semarang Hebat ini juga termasuk pemerataan teknologi, dimana halnya masyarakat menengah kebawah juga harus mengenal *cashless society*, agar tidak ketinggalan jaman, dan tidak tertinggal secara *lifestyle*, sehingga tujuan dari *Smart City* di Kota Semarang tidak hanya bagi kalangan menengah ke atas namun juga dirasakan dan dilakukan oleh masyarakat menengah kebawah.

Dari adanya latar belakang tersebut, penulis memiliki rumusan masalah, yaitu:

¹ Ratminto & Atk, Manajemen Pelayanan , Pengembangan Model Konseptual, Penerapan Citizen's Charter dan Standar Pelayanan Minimal, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar , 2005), hlm .9

² Alamsyah, (2011). Karakteristik Universal Pelayanan Publik : Sebuah Tinjauan Teoritik, Jurnal Borneo Administrator Vol. 7 No. 3, hlm. 363.

1. Mengapa Pemerintah Kota Semarang memerlukan Inovasi dalam proses pengembangannya untuk mewujudkan *Smart City* terutama penggunaan Kartu Semarang Hebat?
2. Bagaimana proses Kemitraan yang dilakukan antara pemerintah Kota Semarang dengan BNI 46 untuk pengembangan *Smart City* terutama Kartu Semarang Hebat?
3. Bagaimana dampak dari optimisasi program Kartu Semarang Hebat?

Landasan Teori

Kemitraan

Kemitraan dilihat dari perspektif etimologis diadaptasi dari kata *partnership*, dan berasal dari akar kata *partner*. *Partner* dapat diterjemahkan “pasangan, jodoh, sekutu, atau kampanyon”. Makna *partnership* yang diterjemahkan menjadi persekutuan atau perkongsian³ Bertolak dari sini maka kemitraan dapat dimaknai sebagai bentuk persekutuan antara dua pihak atau lebih yang membentuk suatu ikatan kerjasama atas dasar kesepakatan dan rasa saling membutuhkan dalam rangka meningkatkan kapasitas dan kapabilitas di suatu bidang usaha tertentu, atau tujuan tertentu, sehingga dapat memperoleh hasil yang baik.

Kemitraan/ *Partnership* pada hakikatnya mengindikasikan adanya dua pihak yang bersifat dinamis untuk mencapai suatu tujuan bersama. Disini terlihat adanya tiga unsur pokok yang selalu melekat pada suatu kerangka kemitraan yaitu *unsur dua pihak atau lebih; unsur interaksi; dan unsur tujuan bersama*. Jika salah satu dari ketiga unsur itu tidak termuat pada suatu obyek yang dikaji, maka dapat dainggap bahwa obyek tersebut tidak terdapat kemitraan⁴.

Kemitraan Pemerintah dan Swasta

Pada konteks kemitraan antara pemerintah dan swasta atau yang sering disebut juga *Public Private Partnership* menurut Mahmudi⁵, dimaknai sebagai unit kerja penyedia layanan pemerintah maupun unit bisnis pemerintah (BUMN/BUMD) yang bekerjasama dengan sektor swasta dan sector ketiga. Mark Moore mendefinisikan bahwa hubungan pemerintah-swasta merupakan unsur-unsur yang membentuk sebuah organisasi kemitraan yang akan sukses juga perlu ditempatkan pada kemitraan yang sukses, keluar dari fokus, melihat gambaran besar, reflektivitas, kesadaran diri tentang peran dan tanggung jawab, kemampuan untuk berbagi pembelajaran, komunikasi yang efektif, timbal balik kemampuan untuk membuat dan menepati janji dan kemampuan untuk membuat dan menepati janji, dan kemampuan untuk membuat sesuatu terjadi cepat, ini semua sama pentingnya dalam kemitraan didalam organisasi⁶. Asumsi ini sering dibuat bahwa Kemitraan adalah tentang mengembangkan situasi win-win dimana setiap instansi dapat mencapai tujuannya, tapi itu akan terjebak dalam perspektif organisasi. Win-win mengasumsikan bahwa tujuan dari masing-masing organisasi sama-sama penting, dan Mark Moore (1999) membahasa mengenai perlunya untuk keluar dari asumsi ini sehingga mitra menawarkan bantuan untuk mencapai tujuan bersama tanpa jaminan pengembalian secara organisasi. Jika kemitraan dan jaringan dapat bergerak menuju mendefinisikan tujuan yang benar diselenggarakan oleh dan untuk masyarakat, yang menjadi begitu sulit untuk dicapai.

Pelayanan Publik

Istilah pelayanan dalam bahasa Inggris adalah “*service*” A.S. Moenir (2002:26-27) mendefinisikan “pelayanan sebagai kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang

³ Ambar Teguh Sulistiyani. *Kemitraan dan Model-Model Pemberdayaan*. Gaya Media. Yogyakarta. 2004. hal. 129.

⁴ Pamudji. *Kerjasama Anar daerah Dalam Rangka Pembinaan Wilayah*. Jakarta. PT. Bina Aksara, hal 9.

⁵ Mahmudi. *Kemitraan Pemerintah Daerah dan Efektivitas Pelayanan Publik*. Sinergi, Vol. 9 No. 1, Januari 2007 Hal.55.

⁶ Goss, Sue, *Making Local Government Work: Network, Relationship, and The Management of Change*. New York. Pargrave. Hal 113-114

dengan landasan tertentu dimana tingkat pemuasannya hanya dapat dirasakan oleh orang yang melayani atau dilayani, tergantung kepada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pengguna.”

Pelayanan pada hakikatnya adalah serangkaian kegiatan, karena itu proses pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan, meliputi seluruh kehidupan organisasi dalam masyarakat. Proses yang dimaksudkan dilakukan sehubungan dengan saling memenuhi kebutuhan antara penerima dan pemberi pelayanan. Selanjutnya A.S. Moenir A (2002: 16) menyatakan bahwa proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain yang langsung inilah yang dinamakan pelayanan. Jadi dapat dikatakan pelayanan adalah kegiatan yang bertujuan untuk membantu menyiapkan atau mengurus apa yang diperlukan orang lain.

Konsep Local Governance

Konsep *governance* sampai saat ini, akademisi telah mempelajari pemerintahan local, tapi Gerry Stoker telah mempopulerkan argumen bahwa pada pergeseran yang luas dari lembaga-lembaga lokal tidak memungkinkan untuk memperlakukan pemerintah lokal sebagai organisasi tunggal. Karena ekstrenalisasi dari banyak layanan, sentralisasi lain dan penciptaan quangos (sebuah badan administratif semi-publik di luar pegawai negeri tapi menerima dukungan keuangan dari pemerintah). Pemerintah daerah hanya satu aktor di antara jaringan agen. *Local governance* menggambarkan cara lembaga ini berinteraksi di tingkat lokal. Rhodes menggambarkan pemerintahan sebagai pengimplementasian melalui self organising, inter-organisational network.

Good Local Governance

Pemerintahan lokal terdiri dari seperangkat institusi, mekanisme dan proses yang dilalui oleh warga negara dan kelompok mereka dapat mengartikulasikan kepentingan dan kebutuhan mereka, memediasi perbedaan mereka, dan melatih mereka hak dan kewajiban di tingkat lokal. Blok bangunan pemerintahan lokal yang baik banyak: partisipasi warga, kemitraan di antara aktor-aktor kunci di tingkat lokal, kapasitas para aktor lokal semua sektor, banyak arus informasi, lembaga akuntabilitas, dan orientasi pro-poor (UNDP 2004)⁷.

Pemerintahan lokal menekankan perlunya melihat di luar perspektif sempit kerangka hukum dan entitas pemerintah lokal. Ini berusaha untuk memasukkan keragaman hubungan formal dan informal antara berbagai aktor dalam pembangunan (misalnya pemerintah lokal, sektor swasta, asosiasi, tidak terkonsentrasi lembaga, CSO) yang membentuk dan mempengaruhi output dan efektivitas politik dan administratif sistem di tingkat sub-nasional.

Metode Penelitian

Berdasarkan buku John W. Creswell, disebutkan bahwa metode penelitian melibatkan berbagai macam teknik pengumpulan, analisis, serta interpretasi data yang dikemukakan peneliti dalam kerja penelitiannya.⁸ Metode penelitian juga dikelompokkan menjadi tiga, yaitu metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan *mix-methods* (campuran kualitatif dan kuantitatif).

Desain Penelitian, Penelitian yang dilakukan di lingkup Pemerintah Kota Semarang utamanya di Bagian Kerjasama Pemerintah dan Bank BNI 46 ini menggunakan perpaduan antara deskriptif kualitatif dan kuantitatif (campuran). Metode campuran ini dipilih dengan asumsi bahwa kedua bentuk data menyajikan jenis informasi yang berbeda, yakni data terbuka (*open-ended*) dalam kasus kualitatif dan data tertutup (*close-ended*) dalam kasus kuantitatif. Sesuai dengan rumusan masalah yang telah dituliskan, sangat jelas bahwa penelitian ini menginginkan informasi secara detail dan

⁷ Hans Bjørn Olsen. Decentralisation and local *governance* Module 1 : concept and definition. Konfederasi Swiss. 2007. Hal 7.

⁸John W. Creswell, *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran Edisi IV*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016, hlm. 332

mendalam. Pencampuran dan penggabungan data ini dapat dinyatakan memberikan pemahaman yang lebih kuat tentang rumusan masalah daripada dilakukan satu demi satu.⁹

Populasi, Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat kota Semarang sebagai pengguna layanan publik.

Sampel, Adapun sampel dari penelitian ini adalah masyarakat kota Semarang sebagai pengguna pelayanan publik.

Teknik Pengambilan Sampel, Dalam penelitian ini besarnya sampel diambil berdasarkan perhitungan sampel dengan rumus Frank Lynch (1974: 18)¹⁰ sebagai berikut.

$$n = \frac{Nz^2.p(1-p)}{Nd^2+z^2.p(1-p)}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

z = Nilai Variabel Normal

1. Nilai variabel normal (2,58) untuk tingkat kepercayaan 99%

2. Nilai variabel normal (1,96) untuk tingkat kepercayaan 95%

3. Nilai variabel normal (1,65) untuk tingkat kepercayaan 90%

p = Harga Patokan Tertinggi (0,50)

d = Sampling Error

1. 0,01 untuk z = 2,58

2. 0,05 untuk z = 1,96

3. 0,10 untuk z = 1,65

Berdasarkan rumus di atas, maka jumlah sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

$N = 54.757$ (data BNI 46 Penjualan Tapcash dan debit card dari Tahun 2017-2019)

$z = 1,65$ maka $d = 0,10$

$$\begin{aligned} n &= \frac{Nz^2.p(1-p)}{Nd^2+z^2.p(1-p)} \\ &= \frac{54.757(1,65)^2.0,50(1-0,50)}{54.757(0,10)^2+1,65^2.0,50(1-0,50)} \\ &= \frac{54.757(2,7225) \cdot 0,25}{54.757(0,01) + 2,7225 \cdot 0,25} \\ &= \frac{149.075,9325 \cdot 0,25}{547,57 + 0,680625} \\ &= \frac{37.268,983125}{548,250625} \\ &= 67,978003901 \end{aligned}$$

$p = 0,50$

Situs Penelitian, Penelitian ini dalam pelaksanaannya berlokasi di Kota Semarang, khususnya di Asistensi Kerjasama dan Otonomi Daerah Sekretariat Daerah Pemerintah Kota Surabaya atau beberapa SKPD yang terkait lainnya. Dan BNI 46 regional Kota Semarang, cabang Karangayu

Subjek Penelitian, Peneliti akan memasukkan sampel partisipan kualitatif dalam sampel kuantitatif yang lebih besar, kemudian pada akhirnya peneliti membuat perbandingan antara kedua *database* dan semakin mirip keduanya, maka perbandingan yang akan akan semakin bagus.

Sumber Data, Primer: Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber utama. Terkait problematika penelitian, maka data yang dimaksud diperoleh dari kalangan birokrat Pemerintah Kota Semarang, utamanya pada Asistensi Kerjasama Pemerintah Kota Semarang, serta

⁹ *Ibid.*, hlm.288

¹⁰ Lihat <http://digilib.unila.ac.id/1291/6/BAB%20III.pdf>, diakses pada 18 Desember 2017 pukul 09:40 WIB

SKPD yang terlibat dalam proses kerjasama, selain itu dari pihak Bank BNI 46 sebagai mitra kerja dari Pemerintah Kota Semarang dan masyarakat kota Semarang yang menggunakan fasilitas pelayanan publik. **Sekunder:** Adapun untuk data sekunder sudah tentu peneliti mengambil referensi lain dari berbagai buku, laporan, jurnal, internet, serta media massa cetak dan elektronik yang berhubungan dengan topik yang dibahas dalam penelitian ini.

Teknik Pengumpulan Data, Observasi, Wawancara, Kuesioner/Angket, Studi Dokumenter.

Teknik Validasi, Triangulasi data dan *Member checking*.

Arti Penting Inovasi Pengembangan *Smarty City* di Semarang

Cohen membagi 6 dimensi *Smart City* menjadi beberapa indikator yang akan dijelaskan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 1
Dimensi dan Indikator *Smart City* menurut Cohen

No	Dimensi	Indikator
1	<i>Smart Economy</i> (Ekonomi Pintar)	<i>Enterpreunership</i> (Jiwa kewirausahaan), <i>Innovations</i> (Inovasi), <i>Productivity Local and Global</i> (Produktivitas Lokal dan Global), <i>Interconnectedness</i> (Keterkaitan).
2	<i>Smart Environment</i> (Lingkungan Pintar)	<i>Green Buildings</i> (Bangunan Hijau), <i>Green Energy</i> (Energi Hijau), <i>Green Urban Planning</i> (Perencanaan Tata Wilayah Hijau).
3	<i>Smart People</i> (Masyarakat Pintar)	<i>21 Century Education</i> (Pelajaran Abad 21), <i>Individue Society</i> (Individu Masyarakat), <i>Embrace Creativity</i> (Merangkul Kreativitas).
4	<i>Smart Living</i> (Kehidupan Pintar)	<i>Cultural Facility</i> (Fasilitas Budaya), <i>Safe</i> (Keamanan), <i>Healthy</i> (Kesehatan).
5	<i>Smart Governance</i> (Pemerintah Pintar)	<i>Enabling Supply and Demand side Policy</i> (, <i>Transparency and Open Data</i>

Sumber : Cohen

Penggunaan Kartu Semarang Hebat adalah sebuah bentuk implementasi dari konsep tersebut – dalam konteks sosial, Kartu Semarang Hebat berfungsi sebagai fasilitas sarana bagi masyarakat agar dapat menerima bantuan dari Pemerintah Kota Semarang. Berdasarkan hasil wawancara dengan Heri Windarto, SE selaku Staff Bidang Perencanaan, Pengendalian dan Evaluasi, *Smart City* di Kota Semarang dideskripsikan sebagai berikut:

“Smartcity itu di luncurkan pemerintah pusat terus di adopsi oleh pemerintah daerah supaya masyarakat daerah nyaman, dari segi pemerintah kota ke masyarakat itu kepedulian, sejauh mana sih pemerintah kota itu peduli terhadap masyarakatnya, maka ujungnya dari smart city atau kota yang smart ada kota yang inklusi, inklusi maksudnya terbuka bisa melayani siapa aja. Misal trotoar, trotoar itu di buat harus bisa melayani perempuan kemudian disabilitas kemudian orang tua atau lansia lalu bisa lagi untuk anak-anak, kalau itu semua bisa terakomodasi oleh satu bangunan maka bisa di sebut itu sebagai kota inklusi , kenapa inklusi? Ya karena memiliki kepedulian pemerintahnya kepada masyarakatnya, kota yang pandai karena bisa peduli terhadap masyarakatnya.”

Program *cash less* atau *less cash* tersebut, selain diterapkan dalam kehidupan masyarakat sehari-hari, *cash less* juga diterapkan dalam kegiatan pemerintahan, salah satunya di Kota Semarang dengan program yang bernama Kartu Semarang Hebat. Kartu Semarang Hebat itu sendiri merupakan suatu proses implementasi dari program Kota Semarang *smart city*. Sistem pembayaran elektronik ini digunakan sebagai alat pembayaran di Kota Semarang dalam segala aktivitasnya. Kartu Semarang

hebat adalah uang elektronik yang berbentuk kartu sebagai pengganti uang tunai yang digunakan untuk melakukan transaksi pembayaran di seluruh bidang pelayanan publik yang ditetapkan oleh Pemerintah Kota Semarang. Kartu Semarang Hebat memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Transaksi pembayaran lebih cepat (transaksi kurang dari satu (1) detik);
2. Transaksi menghindari uang lecek, rusak, dan palsu;
3. Transaksi tanpa uang kembalian;
4. Transaksi Kartu Semarang Hebat atau kartu dapat diisi ulang (*top-up*) dengan minimal *top-up* Rp. 10.000;
5. Transaksi tidak dikenakan minimum transaksi;
6. Saldo pada Kartu Semarang Hebat tidak diberi bunga dan dijamin Lembaga Penjamin Simpanan (LPS).
7. Transaksi tidak dapat dipindah tangankan.

Kartu Semarang Hebat ini bisa didapatkan di BNI Kota Semarang dan di layanan Pemerintah Kota Semarang. Kartu Semarang Hebat dapat diisi ulang (*top-up*) di ATM BNI, ATM Bersama, dan *outlet* BNI terdekat. Kartu Semarang Hebat dicanangkan oleh Pemerintah Kota Semarang oleh Wali Kota Hendi Priadi pada tanggal 17 Februari 2017, dimana pada awalnya Kartu Semarang Hebat ini dimaksudkan sebagai sarana untuk mengintegrasikan pembayaran transportasi umum, sehingga pada awalnya pihak yang melakukan kerja sama yaitu Pemerintah Kota Semarang, Dinas Perhubungan Kota Semarang, dan BNI.

Kemitraan Pemerintah Kota Semarang dan BNI

Program CSR mulai dilaksanakan BNI Cabang Semarang sekitar tahun 2011, berdiri dengan motivasi menjaga nama baik BNI dan untuk membantu sesama baik itu dari segi ekonomi, sosial, dan lingkungan. Adapun tujuan BNI melaksanakan program CSR yaitu:

1. Mendukung kesejahteraan masyarakat dan meningkatkan kualitas pendidikan;
2. Mendukung implementasi praktik bisnis yang transparan dan bertanggung jawab;
3. Membuat perubahan positif di tengah masyarakat tentang asumsi bank syariah, khususnya di lingkungan di mana BNI beroperasi;
4. Membangun citra positif BNI dalam benak masyarakat, dan menggalang dukungan masyarakat untuk kemajuan BNI;
5. Meningkatkan nilai brand BNI dengan membangun reputasi yang baik;
6. Meningkatkan kesadaran publik tentang BNI melalui kegiatan-kegiatan sosial.

Di dalam mengimplementasikan program CSR BNI menggunakan pendekatan triple bottom lines dalam menjalankan kegiatan bisnis. Yang meliputi kinerja ekonomi (*economic indicators*), kinerja lingkungan (*environmental indicators*), dan kinerja sosial (*social indicators*). Dengan ini diharapkan keberadaan BNI tidak hanya bermanfaat bagi para pemegang saham (*shareholders*), tetapi juga kepada pemangku kepentingan (*stakeholders*) yang lebih luas yaitu masyarakat dan lingkungan.

BNI berusaha untuk memaksimalkan laba perusahaan (*profit*) selaras dengan tujuan untuk memberikan manfaat yang sebesar-besarnya bagi masyarakat (*people*), dan lingkungan (*planet*). BNI meyakini bahwa dengan pendekatan yang menyeluruh ini akan mendukung tercapainya tujuan pembangunan yang berkelanjutan (*sustainable development*), yaitu kegiatan pembangunan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan generasi sekarang tanpa mengorbankan kepentingan generasi mendatang. Kemitraan yang telah terjalin antara BNI dengan Pemerintah Kota Semarang dalam kegiatan pendistribusian CSR dibidang pendidikan merupakan bentuk komitmen yang nyata. Kemitraan ini dibangun bukan untuk mencari keuntungan (*profit*), namun lebih kepada kepedulian dengan sesama dan ingin menerapkan prinsip pemerataan keadilan ekonomi sesuai uraian diatas. BNI

memposisikan Pemerintah Kota Semarang sebagai lembaga mitra dalam pelaksana program CSR BNI.

Langkah dalam mengimplementasikan hasil kerjasama tersebut dimulai dari beragam proses kemitraan yang terjalin. Begitupula ada aspek-aspek kemitraan yang dianggap sebagai pendukung dari adanya kemitraan tersebut. Pembagian periodisasi langkah dalam mengimplementasikan hasil kerjasama dibagi oleh penulis berdasarkan momentum yang ada dari kedua pihak yang didasari dari fenomena-fenomena yang terjalin, dimana fenomena tersebut yaitu:

1. Pembentukan *Memorandum of Understanding (MoU)* atau Nota Kesepahaman.
2. Pembentukan perjanjian implementasi dari hasil *MoU (Memorandum of Understanding)*/nota kesepahaman
3. Pembiayaan atau penyusunan anggaran Kartu Semarang Hebat
4. Peluncuran Kartu Semarang Hebat
5. Sosialiasi/ promosi Kartu Semarang Hebat.
6. Evaluasi Program Kartu Semarang Hebat

Optimalisasi Program Kartu Semarang Hebat, Berdasarkan studi kasus optimalisasi dari kemitraan Pemerintah Kota Semarang dengan BNI regional Kota Semarang, optimalisasi dari program Kartu Semarang hebat terjadi atas faktor-faktor implementasi, yaitu:

a. Komunikasi; merupakan suatu program yang dapat dilaksanakan dengan baik apabila jelas bagi para pelaksana.¹¹ Hal ini menyangkut proses penyampaian informasi, kejelasan informasi dan konsistensi informasi yang disampaikan. Berdasarkan program Kartu Semarang Hebat, optimalisasi yang dilakukan oleh pihak BNI maupun Pemerintah Kota Semarang belum menunjukkan optimal karena berdasarkan ada ketidakjelasan komunikasi antar pihak BNI dengan pihak Pemerintah Kota Semarang.

b. *Resources* (sumber daya), dalam hal ini meliputi empat (4) komponen yaitu terpenuhinya jumlah staf dan kaulitas mutu, informasi yang diperlukan guna pengambilan keputusan atau kewenangan yang cukup guna melaksanakan tugas sebagai bentuk tanggung jawab dan fasilitas yang dibutuhkan dalam pengimplementasian.¹² Berdasarkan program Kartu Semarang Hebat, optimalisasi pengimplementasian Kartu Semarang hebat dapat dikatakan optimal.

c. Disposisi, dalam hal ini disposisi diartikan sebagai sikap dan komitmen daripada pelaksanaan terhadap program khususnya dari mereka yang menjadi implementasi program khususnya dari mereka yang menjadi implementer program.¹³ Berdasarkan program dari Kartu Semarang Hebat, disposisi yang telah dilakukan oleh kemitraan antara Pemerintah Kota Semarang dan BNI sebagai pihak implementor dapat dikatakan optimal.

Dampak Program Kartu Semarang Hebat,

Perhatian Masyarakat terhadap Program Kartu Semarang Hebat

Pengetahuan masyarakat terhadap pengetahuan Program Kartu Semarang Hebat akan dilihat dalam penelitian ini dengan melihat berapa prosentase masyarakat peduli terhadap Program Kartu Semarang Hebat dengan melihat pengetahuan tentang Program Kartu Semarang Hebat dengan melihat “ketahuan” masyarakat Kota Semarang, Hal tersebut dapat dilihat di tabel 3.8 sebagai berikut:

¹¹ Syukur Abdullah, Kumpulan Makalah, “*Studi Implementasi Latar Belakang Konsep Pendekatan dan Relevansinya dalam Pembangunan*”, (Ujung Pandang: Persadi, 1987), hlm. 40.

¹² *Ibid.*

¹³ *Ibid.*

Tabel 2
Urutan Responden Pengetahuan tentang Semarang *Smart City*

Kategori	Jumlah	Presentase(%)
Tahu	43	43
Tidak Tahu	37	37
Pernah Mendengar	16	16
Tidak Menjawab	4	4
Total	100	100,0

Sumber: data diolah pribadi (2019)

Berdasarkan tabel mengenai responden yang mengetahui tentang di terapkannya program Semarang Smart City sebanyak 43% responden mengetahui mengenai di terapkannya program ini, kemudian sebanyak 37 % responden tidak mengetahui mengenai Semarang Smart City, lalu 16% responden merasa pernah mendengar mengenai Program Semarang Smart City. Sisanya sebanyak 4% responden memilih untuk tidak menjawab.

Dampak Sosialisasi/Promosi tentang Program Kartu Semarang Hebat

Lanjut melihat bagaimana pengetahuan responden tentang Kartu Semarang Hebat. Atensi masyarakat tentang bagaimana pemahaman masyarakat tentang Kartu Semarang Hebat berdasarkan dari segala aktivitas yang telah dijalankan oleh BNI dan Pemerintah Kota Semarang. Hal tersebut dapat dilihat di tabel 3.11, yaitu sebagai berikut:

Tabel 3
Pengetahuan Responden tentang Kartu Semarang Hebat

Kategori	Jumlah	Presentase (%)
Tahu	36	36
Sangat Tahu	12	12
Tidak Tahu	45	45
Tidak Menjawab	7	7
Total	100	100,0

Sumber: data diolah pribadi (2019)

Berdasarkan data diatas, ada 36 responden (36%) Tahu mengetahui tentang Kartu Semarang Hebat, kemudian 45 responden 45% tidak mengetahui mengenai Kartu Semarang Hebat. Lalu 12 responden (12%) sangat tahu mengenai tentang Kartu Semarang Hebat. Sisanya sebanyak 7 responden (7%) memilih tidak menjawab pertanyaan dari peneliti.

Dampak Kartu Semarang Hebat dalam Keseharian

Lanjut penulis melihat bagaimana proses penggunaan transaksi non-tunai/*cashless* dari model *e-money*. Hal tersebut dapat terlihat di tabel 3.20, yaitu sebagai berikut:

Tabel 4
Penggunaan Transaksi E-Money

Kategori	Jumlah	Presentase (%)
Transaksi di Tol	59	59
BRT/Angkutan Umum	12	12
Berbelanja	17	17
Lainnya	12	12
Total	100	100,0

Sumber: data diolah pribadi (2019)

Berdasarkan tabel di atas penggunaan tapcash sering di gunakan untuk transaksi tol sebanyak 59% atau 59 orang. Kemudian 17 responden 17% menggunakannya untuk berbelanja. Lalu 12 responden 12% menggunakan tapcash untuk pembayaran angkutan umum atau BRT di Kota Semarang. Sisanya sebanyak 12 responden 12% memilih untuk menjawab lainnya.

Tabel *Cross* Hubungan Antar Tiap Variabel untuk Melihat Dampak dari Program Kartu Semarang Hebat

Cross-table Hubungan Sosialisasi/Promosi Kartu Semarang Hebat dengan Pengetahuan Kartu Semarang Hebat

Selanjutnya penulis melihat bagaimana hubungan antara sosialisasi/promosi Kartu Semarang Hebat dengan Pengetahuan Kartu Semarang Hebat sebagai tujuan dari optimailisasi kemitraan, hal tersebut dapat dilihat di tabel 3.27, yaitu sebagai berikut:

Tabel 5
Cross-table Hubungan Sosialisasi/Promosi Kartu Semarang Hebat dengan Pengetahuan Kartu Semarang Hebat

		PENGETAHUAN KARTU SEMARANG HEBAT				Total
		TAHU	SANGAT TAHU	TIDAK TAHU	TIDAK JAWAB	TAHU
SOSIALISASI KARTU SEMARANG HEBAT	SANGAT JELAS	9	8	0	0	17
	JELAS	19	2	1	1	23
	TIDAK JELAS	8	1	40	1	50
	TIDAK MENGETAHUI	0	1	4	5	10
Total		36	12	45	7	100

Sumber: Data diolah pribadi

Seperti pada tabel sebelumnya, salah satu yang terpenting dalam suksesnya suatu kebijakan adalah bagaimana pemangku kebijakan melakukan *sounding* mengenai kebijakan yang dibuat. Dengan sosialisasi yang masif dan juga keterlibatan semua pemangku kebijakan dapat menjadikan suatu kebijakan berjalan sesuai dengan tujuan awal mengapa kebijakan tersebut dibuat. Meskipun tidak hanya itu indikator keberhasilan suatu kebijakan, tapi 2 aspek itu sangat berpengaruh mengenai kelanjutan kebijakan ini.

Sesuai dengan tabel diatas ada 17orang yang menganggap bahwa sosialisasi mengenai kartu ini sangat jelas yang kemudian bertolak belakang dengan jumlah orang yang mengathui mengenai kartu semarang hebat. Tagline semarang hebat sudah sering dicantumkan di beberapa spot yang menguntungkan di sudut kota semarang, meskipun di beberapa aspek pertanyaan, masyarakat kurang minat ataupun tahu mengenai kebijakan ini. Ini dibuktikan oleh data bahwa sekitar 40an orang mengaku tidak tahu bahkan menganggap sosialisasi kartu semarang hebat masih tidak jelas.

Penutup

Munculnya Inovasi dalam Pemerintahan daerah menjadi salah satu jalan bagi Pemerintah untuk menyelesaikan masalah yang ada pada daerahnya. Karakteristik dari sistem di sektor publik yang rigid cenderung status quo harus bisa di cairkan melalui penularan budaya Inovasi. Hal ini

menyebabkan sebuah kebijakan inovasi yang menjadi kebutuhan pemerintah daerah dalam menyelesaikan permasalahan yang ada di daerah. Semarang *Smart city* merupakan agenda baru kebijakan untuk memenuhi rencana pembangunan di Kota Semarang, Selain itu optimal-nya sebuah kerjasama dinilai dari atensi masyarakat terhadap hasil dari kerjasama tersebut. Dalam hal ini Kartu Semarang Hebat memiliki atensi yang cukup tinggi dari masyarakat, sebanyak lebih dari 50% responden dari total 100 responden yang mewakili jumlah seluruh penduduk Kota Semarang, mengetahui mengenai Kartu Semarang Hebat itu sendiri. Dengan dasar masyarakat yang mengetahui mengenai program Gerakan Nasional Non-Tunai yang di canangkan oleh Pemerintah Pusat kemudian di turunkan ke masing-masing pemerintah daerah, lalu indikator lainnya mengenai pengetahuan masyarakat mengenai program Semarang Smart City itu sendiri yang menjadi dasar tujuan dari kerjasama ini berlangsung.

Komunikasi yang terjalin antara kedua belah pihak sangat jarang terjadi, dalam kerjasama ini komunikasi di nilai kurun intens terbukti ketika dalam wawancara banyak informasi yang masih ambigu ketika peneliti menanyakan Kartu Semarang Hebat. Belum lagi saat ini untuk salahsatu jenis kartu masih di Hold oleh pihak BNI dan masih belum ada kejelasan untuk lanjutan kerjasama padahal sudah di tanda tangani MoU perpanjangan kerjasama

Yang kedua kurangnya branding yang getol yang di lakukan oleh BNI dan Pemerintah Kota Semarang sebagai penyelenggara program, terdapat masih 45% masyarakat yang belum mengetahui mengenai program ini, kedepannya mungkin perlu adanya sasaran yang jelas mengenai pengguna Kartu Semarang Hebat itu sendiri, misal dalam rencana awal memang di gunakan untuk pembayaran Pelayanan Publik maka hal tersebut harus mulai di jalankan, karena saat ini setelah 2 tahun kerjasama ini berjalan masih banyak pelayanan publik yang masih menggunakan pembayaran secara tunai dan juga masih ada beberapa kasus pungli yang terjadi di lingkup UPD Kota Semarang.

Ucapan Terima Kasih

Terimakasih kepada pihak – pihak yang telah menjadi narasumber dan responden didalam penelitian ini. Serta Pak Teguh Yuwono selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dalam proses penyusunan skripsi.

Pendanaan

Penulis tidak menerima bantuan pembiayaan untuk penelitian, kepenulisan (*authorship*), dan publikasi dari pihak manapun.

Daftar Pustaka

- Agus, Erwan dan Dyah Ratih. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif: Untuk Administrasi Publik dan Masalah-Masalah Sosial*. Yogyakarta.
- Akdon dan Riduwan. 2009. *Aplikasi Statistika dan Metode Penelitian untuk Aministrasi dan Manajemen*. Bandung: Dewa Ruci.
- Anwas, Oos M. 2013. *Pemberdayaan Masyarakat di Era Global*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Dumasari. 2014. *Dinamika Pengembangan Masyrakat Pola Pemberdayaan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Eveline, Siregar dan Hartini Nara. 2011. *Teori Belajar dan Pembelajaran*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Hendri, John. 2009. *Riset Pemasaran*. Depok : Universitas Gunadarma.
- Lexy, J. Moleong. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Marzully, Nur dan Denies Priantinah. 2012. Vol I. *Analisis Faktor-Fakor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility*. Jurnal Nominal.

- Nasdian, Fredian Tony. 2015. *Pengembangan Masyarakat*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Rahmat, Guruh. 2013. *Kontribusi Pelatihan Kewirausahaan Terhadap Motivasi Berwirausaha Bagi Peserta Pelatihan Persiapan Purna Bakti di Lembaga LP2ES. Bandung*. Bandung. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Robinson, Tarigan. 2006. *Perencanaan Pembangunan Wilayah*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Sutiyono. 2015. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penyediaan dan Penggunaan Informasi Akuntansi pada UKM di Desa Troso Kecamatan Pecangaan*. Jepara: Universitas Islam Nahdlatul Ulama.
- Sulistiyani, Ambar Teguh. 2004. *Kemitraan Dan Model-Model Pemberdayaan*. Yogyakarta: Gava Media
- Sumodiningrat, Gunawan. 2000. "Visi dan Misi Pembangunan dengan Basis Pemberdayaan Masyarakat, " dalam *Seminar Pemberdayaan Sosial Ekonomi Masyarakat Menyongsong Indonesia Baru*. IDEA: Yogyakarta.
- Sutiyono. 2015. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penyediaan dan Penggunaan Informasi Akuntansi pada UKM di Desa Troso Kecamatan Pecangaan*.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tonny Fredian Nasdi an. 2014. *Pengembangan Masyarakat*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia
- Totok Mardikanto. 2014. *CSR (Corporate Social Responsibility) Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Winarni, Tri. 1998. *Memahami Pemberdayaan Masyarakat Desa Partisipatif dalam Orientasi Pembangunan Masyarakat Desa Menyongsong Abad 21: menuju Pemberdayaan Pelayanan Masyarakat*. Yogyakarta: AdityaMedia.

Website (Berita) :

Website pemerintah kota Semarang <http://gerbanghebat.semarangkota.go.id> Website pemerintah kota Semarang <http://gerbanghebat.semarangkota.go.id> <http://potensijateng.com/newface/kampung-batik-semarang/diakses> pada tanggal 15 Maret 2018 <https://regional.kompas.com/read/2016/11/22/00305071/kurangi.daerah.kumuh.kota.semarang.bikin.program.kampung.tematik> diakses pada tanggal 29 Februari 2018 http://tkpkdprovjateng.com/file/file_upload/20171004084217kotasemarang-pronangkiskotasemarang3oktober2017.pdf diakses pada tanggal 3 Oktober 2017 <http://gerbanghebat.semarangkota.go.id/home/hal-ewarong/5>

Tentang Penulis

Dwiani Bramastiti adalah mahasiswi Departemen Politik dan Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro. Penulis memiliki area riset seputar tema inovasi Pemerintah terutama dalam bidang kerjasama antar lembaga.