BAB II

KAJIAN TEORITIK

A. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Tabel 1.1: Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian terdahulu yang relevan	Persamaan	Perbedaan
Penelitian pertama yang relevan dengan penelitian ini adalah "Pengaruh Pemberian Insentif terhadap Kinerja Karyawan Medis dan Paramedis di RSUD Gambiran Kediri" oleh Ice Ratna Juwita dan Indah Yuni Astuti, Alumni dan staf pengajar Prodi Manajemen Fak. Ekonomi UNISKA dalam penelitian yaitu bagaimana meningkatkan kinerja karyawan, motivasi dan kepuasan kerja karyawan pada umumnya dapat dengan melalui pemberian kompensasi yang	Persamaan dengan penilitian ini adalah sama-sama meneliti tentang sistem insentif. Penelitian tersebut di atas, menggunakan sistem pemberian insentif yang berpengaruh terhadap peningkatan kinerja karyawan.	Sedangkan perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan ini yaitu, menganalisis sistem pemberian insentif untuk mitra kerja yang bukan merupakan karyawan di PT. Arofahmina tour - travel Umroh dan Haji.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

cukup. Kompensasi adalah segala sesuatu yang diterima para karyawan sebagai balas jasa untuk kerja mereka. Yang termasuk kompensasi antara lain adalah Insentif. Dengan berdasarkan latar belakang tersebut di atas, maka dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah pemberian insentif yang cukup kepada karyawan akan berpengaruh pada peningkatan kinerja karyawan. Adapun tujuan utama di dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh antara insentif terhadap kinerja karyawan medis dan paramedis di RSUD Gambiran Kediri.		
Penelitian Kedua yang	persamaan dari	Sedangkan perbedaan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

relevan yaitu "Analisis Komunikasi Organisasi Vertikal Mengenai Masalah Kompensasi Insentif Di Cv Semoga Jaya Excelso Samarinda" oleh Mega Dhini Pradani Mahasiswa Program S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Penelitian ini menjelaskan tentang komunikasi vertikal, baik komunikasi ke atas maupun komunikasi ke bawah dan kompensasi insentif. Metode penelitian yaitu metode deskriptif kualitatif dengan teknik analisis data Model Interaktif Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi ke atas di CV	penelitian terdahulu dan penelitian saat ini yaitu sama-sama terdapat pengaruh antara pemberian insentif dengan kinerja karyawan.	penelitian terdahulu kedua dengan penelitian saat ini yaitu penelitian terdahulu kedua terfokus pada komunikasi vertikal sedangkan penelitian saat ini berfokus pada analisis sistem insentif untuk mitra kerja dalam pencapaiaan kinerja.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Semoga Jaya Excelso kurang efektif dikarenakan karyawan segan untuk membuka topik pembicaraan dan segan untuk menyampaikan informasi karena atasan kurang membuka diri dan tidak ada pendekatan kepada karyawan. Komunkasi ke bawah juga tidak berjalan lancar karena kurangnya sensitivitas dan kepedulian atasan terhadap hak dari para karyawan sehingga menyebabkan kinerja dan kedisiplinan para karyawan dalam mengerjakan tugasnya menjadi menurun. Komunikasi yang kurang efektif itu menimbulkan masalah dalam pemberian insentif. Sehingga menyebabkan para		

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

karyawan tidak puas dengan sistem manajemen perusahaan dan berimbas pada kualitas pelayanan yang menurun. Jadi pengaruh yang ditimbulkan dari komunikasi yang kurang efektif berimbas dalam pemberian insentif.		
Penelitian yang relevan ketiga yaitu "Pengaruh Insentif Dan Motivasi Kerja terhadap Kinerja Pegawai Dinas Pengelolaan Keuangan Daerah Kabupaten Pesisir Selatan" oleh Rusda Khairati mahasiswa STIE KBP" Padang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh insentif terhadap	Persamaan dari penelitian terdahulu yang ketiga dan penelitian saat ini yaitu sama-sama membahas pengaruh insentif yang diberikan terhadap kinerja karyawan.	Sedangkan perbedaan antara penelitian terdahulu yang ketiga dengan penelitian saat ini yaitu berbeda pada tujuan penelitian yang dilakukan , dari penelitian terdahulu ini betujaun untuk mengetahui pengaruh insentif terhadap kinerja pegawai dinas pengelolaan keuangan Daerah Kabupaten

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kinerja pegawai dinas pengelolaan keuangan Daerah Kabupaten Pesisir Selatan. Metode yang digunakan metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif. Motivasi kerja mempunyai pengaruh terhadap kinerja pegawai dinas pengelolaan keuangan Daerah Kabupaten Pesisir Selatan.		Pesisir Selatan. Sedangkan penelitian saat ini bertujuan untuk mengetahui sistem pemberian insentif untuk mitra kerja di PT. Arofahmina tour-travel Haji dan Umroh dalam pencapaiaan kinerja perusahaan.
Penelitian terdahulu ke empat yaitu oleh: Gracetiara Mera Diviani, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro tentang Analisis Pengaruh Insentif Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Kepuasan	Persamaan dari penelitian yang akan diteliti dengan penelitian terdahulu yaitu sama –sama membahas mengenai analisis insentif	. perbedaan antara penelitian terdahulu ke empat dan penelitian saat ini yaitu objek yang akan diteliti dalam penelitian terdahulu yaitu menganalisis insentif terhadap kinerja perusahaan, akan tetapi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kerja Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Karyawan Perusahaan Air Minum Kabupaten Jepara) dalam penjelasannya Insentif digunakan sebagai sarana untuk motivasi dan mendorong para pegawai untuk bekerja dengan kemampuan yang optimal, yang dimaksudkan sebagai pendapatan ekstra di luar gaji atau upah yang telah ditentukan. Penelitian ini berjudul "Analisis pengaruh insentif terhadap kepuasan kerja dan kinerja karyawan". Insentif dapat menjelaskan kinerja karyawan secara signifikan dengan menggunakan kepuasan kerja sebagai variabel mediasi. Tujuan penelitian ini adalah		dalam penelitian saat ini objek mengacu pada analisi sistem pemberian insentif untuk mitra kerja dalam pencapaian kinerja perusahaan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

untuk mengetahui dan menganalisis apakah insentif dapat mempengaruhi kinerja karyawan dan kepuasan kerja karyawan di kantor PDAM Kabupaten Jepara. Populasi dalam penelitian sebanyak 100 orang, sehingga digunakan teknik unrestricted random sampling atau total sampling, yaitu sejumlah 100 orang sebagai populasi diambil seluruhnya sebagai sampel. Realita di lapangan akhirnya menetapkan. Analisis ini menguji bagaimana pengaruh variabel insentif dan variabel kepuasan kerja berpengaruh terhadap variabel dependennya yaitu kinerja karyawan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang		

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

positif dan signifikan antara Insentif terhadap kinerja karyawan dapat dijelaskan oleh model sebesar 70,7%, terdapat pengaruh langsung positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja dengan kinerja karyawan dapat dijelaskan dalam model penelitian sebesar 63,1%, dan insentif berpengaruh positif dan sigifikan terhadap kepuasan kerja karyawan dapat dijelaskan oleh model sebesar 49,7%.		

B. Kerangka Teori (Perspektif Islam)

1. Sistem Pemberian Insentif

a. Pengertian Insentif

Insentif kinerja adalah sebuah solusi baru dalam manajemen sumber daya manusia organisasi, dapat dikatakan bahwa setiap kinerja yang dilakukan diharapkan terdapat intensif yang diberikan, tetapi dalam pemberian insentif juga harus sesuai dengan kinerja

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang telah dilakukan, dalam hal tersebut, terdapat timbal balik antara karyawan dan perusahaan serta saling menguntungkan antara kedua pihak.[11]

Secara istilah insentif yaitu sesuatu tambahan atas gaji yang diterima dalam jumlah tetap dan tidak berubah sesuai periode kerja yang dilakukan, sehingga dapat disimpulkan kegiatan yang dilakukan di luar jam kerja seperti, lembur juga digolongkan dalam bentuk insentif. Sistem insentif terdapat kaitan yang jelas dengan prestasi kerja perusahaan, insentif juga sangat berkaitan dengan upah dengan produktivitas yang dilakukan.[12]

Dikemukakan pula bahwa kinerja merupakan suatu hal yang sangat diperlukan dalam perusahaan, terlebih hubungan antara atasan dan juga bawahan pada suatu organisasi. Allah memberikan dorongan untuk memberikan insentif bagi orang – orang yang mampu menunjukkan kinerja yang optimal (baik). Allah berfirman dalam Qs. An-nahl(16) : 97

مَنْ عَمِلَ صَٰلِحًا مِّن ذَكَرٍ أَوْ أُنثَىٰ وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَلَنُحْيِيَنَّهُۥ
حَيَوٰةً طَيِّبَةً ۖ وَلَنَجْزِيَنَّهُمْ أَجْرَهُم بِأَحْسَنِ مَا كَانُوا۟
يَعْمَلُونَ ﴿٩٧﴾

“ Barang siapa yang mengerjakan amal saleh, baik laki-laki maupun perempuan dalam keadaan beriman, maka sesungguhnya akan Kami berikan kepadanya kehidupan yang baik dan sesungguhnya akan Kami

[11] Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Hlm. 158
[12] Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Hlm. 159

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

beri balasan kepada mereka dengan pahala yang lebih baik dari apa yang telah mereka kerjakan." (16: 97)

Dalam ayat lain Allah berifirman QS. Al-Kahfi (18): 30

إِنَّ ٱلَّذِينَ ءَامَنُوا۟ وَعَمِلُوا۟ ٱلصَّٰلِحَٰتِ إِنَّا لَا نُضِيعُ أَجْرَ مَنْ أَحْسَنَ عَمَلًا ﴿٣٠﴾

" Sesunggunya mereka yang beriman dan beramal saleh, tentulah Kami tidak akan menyia-nyiakan pahala orang-orang yang mengerjakan amalan(nya) dengan yang baik."

Islam mendorong umatnya untuk memberikan semangat dan juga motivasi bagi karyawan dalam menjalankan tugas mereka. Kinerja dan juga upaya mereka harus diakui jika mereka memang benar melakukan pekerjaan dengan baik. Pegawai yang melakukan pekerjaan dengan baik, bisa diberi bonus maupun insentif guna menghargai dan memuliakan prestasi yang telah dicapainya.[13]

Dalam teori *hierarchy of needs* (Hierarki Kebutuhan) Maslow Insentif adalah bagian dari kompensasi yang dapat memenuhi kebutuhan dasar, dari kebutuhan rasa aman serta keamanan yang akan terpenuhi jika seseorang memiliki uang yang cukup. Oleh karena itu, pendapatan yang diperoleh dari insentif akan digunakan untuk mencukupi kebutuhan dasar dari karyawan,

[13] Meldona, 2009, *Manajemen Sumber Daya Manusia Perspektif Intergratif,* UIN-Malang Press, Malang. Hlm. 353

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

maka teori Maslow menyimpulkan bahwa insentif akan dianggap sebagai faktor motivator.[14]

Tujuan utama dilakukan sistem insentif yaitu untuk memotivasi karyawan dalam melakukan tugasnya agar sesuai dengan target yang telah ditentukan dengan memberikan upah ataupun gaji tambahan. Tujuan lain dari sistem pemberian insentif yaitu untuk memacu karyawan agar bekerja lebih maksimal. Dalam artiannya karyawan harus bekerja lebih maksimal agar mendapatkan insentif. Jika kerja karyawan kurang maksimal maka tidak akan mendapatkan insentif.[15]

b. Jenis Insentif

Dilihat dari segi jenis insentif dibedakan menjadi 2 yaitu:

1) Sistem Insentif Individual

Sistem insentif individual merupakan hal yang penting bagi karyawan, karena besarnya insentif dapat mencerminkan ukuran nilai prestasi yang telah dilakukan dan juga penghargaan yang didapatkan karyawan dari perusahaan, besarnya insentif juga mencerminkan status sosial, martabat karyawan. Maka dari itu jika besarnya insentif tidak memadai

[14] Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Hlm. 159
[15] Edytus Adisu. *Hak Karyawan Atas Gaji dan pedoman Menghitung : Gaji pokok, Uang lembur, Gaji Sundulan, Insentif-Bonus-THR, Pajak atas gaji, Iuran Pensiun-Pesangon, Iuran Jamsostek/Dana Sehat*. Hlm. 75

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan apa yang telah dikerjakan maka akan terjadi penurunan motivasi untuk berprestasi.[16]

Dalam pemberian insentif, administrasi yang dilakukan harus berjalan dengan baik, karena insentif penting dalam kemajuan perusahaan dilihat dari kinerja yang akan dilakukan karyawan yang dipengaruhi oleh sistem pemberian insentif, maka jika pemberian insentif menurun karyawan tidak akan termotivasi, demikian pula jika pemberian insentif kacau maka akan timbul ketidakpercayaan antara karyawan yang pada akhirnya akan menurunkan motivasi kerja. Beberapa tujuan administrasi insentif yaitu:

(a) Memperoleh karyawan yang berkualitas.
(b) Mempertahankan karyawan potensial.
(c) Menjamin keadilan
(d) Menghargai penilaian kinerja karyawan.
(e) Mengendalikan biaya.[17]

2) Sistem Insentif Kelompok

Pencapaiaan insentif lebih banyak disebabkan oleh keberadaan meskipun dalam mencapainnya dibutuhkan upaya yang makasimal, karyawan harus bekerjasama dan terkoordinasi dengan baik serta harus berbagai pengetahuan. Beberapa bentuk insentif kelompok yaitu:

[16] Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Hlm 159
[17] Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Hlm 160

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

(a) Bagi pendapatan (*Gainsharing*)

(b) Bonus Kelompok (*Group Bonuses*)

(c) Penghargaan Tim (*Team awards*)

c. Pengembangan Rencana Insentif

Dalam mengembangkan sistem insentif agar perusahaan bisa efektif dan efisien. Departemen sumber daya manusia menganggap Sumber Daya Manusia (SDM) adalah pusat biaya bukan pusat laba. Anggapan tersebut dilandasi dengan beberapa pertimbangan yaitu:

1) Keputusan tentang gaji, insentif dan beberapa keputusan yang dibuat oleh Manajemen Sumbar Daya Manusia (MSDM) yang mempunyai pengaruh terhadap pencapaian laba di perusahaan.
2) Pilihan dalam menggunakan insentif non keuangan bila dapat dikelola dengan baik, maka akan menambah pendapatan, karena disisi lain akan mengurangi biaya. Jadi, secara tidak langsung akan menaikkan laba perusahaan.
3) Pemilihan metode dan teknik pembayaran gaji dan insentif yang tepat akan meningkatkan motivasi kerja karyawan yang akan mencapai prestasi kerja yang telah ditetapkan dan akan menghilangkan hambatan hambatan kerja karyawan.

Terdapat 5 cara untuk mengembangkan rencana insentif menjadi efektif, yaitu:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

(a) Yakin bahwa pembayaran insentif memang diperlukan

(b) Hubungan rencana insentif dengan strategi lain

(c) Pastikan bahwa insentif bersifat memotivasi

(d) Ciptakan standart yang lengkap

(e) Dasari insentif secara objektif dan ilmiah[18].

2. *Stakeholder*

Pengertian *Stakeholders* dapat dijelaskan berdasarkan pengklasifikasiannya. *Stakeholder* dapat diklasifikasikan menjadi beberapa jenis yaitu: *Stakeholders* internal adalah *Stakeholders* yang berada dalam lingkungan organisasi, misalnya karyawan, manajer dan pemegang saham (*Stakeholders*) sedangkan penyalur atau pemasok, konsumen atau pelanggan, masyarakat dan pemerintah termasuk dalam *Stakeholders* eksternal karena *Stakeholders* eksternal ini berada di luar lingkungan organisasi. *Stakeholders* primer merupakan *Stakeholders* yang harus diperhatikan oleh perusahaan dan *Stakeholders s*ekunder merupakan *Stakeholders* kurang penting, sedangkan *Stakeholders marginal* merupakan *stakeholders* yang sering diabaikan oleh perusahaan.[19] Terdapat teori yang berbeda yang menjelaskan tentang pembagian *stakeholder* dalam organisasi.

> "Karyawan dan konsumen merupakan *Stakeholders* tradisional karena saat ini sudah berhubungan dengan organisasi. Sedangkan *Stakeholders* masa depan adalah

[18] Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Hlm. 169

[19] Ang Swat Lin Lindawati dan Marsella Eka Puspita, 2015, "*Corporate Social Responsibility:* Implikasi Stakeholder dan Legitimacy Gap Dalam Peningkatan Kinerja Perusahaan", Jurnal Akuntansi Multiparadigma, Volume 6, Nomor 1, April 2015, Hlm. 157-174

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> *Stakeholders* pada masa yang akan datang dan diperkirakan akan memberikan pengaruhnya pada organisasi seperti mahasiswa, peneliti dan konsumen potensial. *Stakeholders proponents* merupakan *Stakeholders* yang berpihak kepada perusahaan, *Stakeholders opponents* merupakan *Stakeholders* yang tidak memihak perusahaan, sedangkan *Stakeholders* yang tak peduli lagi terhadap perusahaan disebut *Stakeholders uncommitted*. *Silent majority Stakeholders* dan *vocal minority Stakeholders* dilihat dari aktivitas *Stakeholders* dalam melakukan komplain atau mendukung perusahaan, tentu ada yang menyatakan pertentangan atau dukungannya secara aktif *(vocal)* namun ada pula yang menyatakan secara pasif *(silent)*."[20] Bukan hanya dilihat dari pengaruhya terhadap perusahaan saja, tetapi juga terdapat *Stakeholder* dilihat dari kriteria kepuasan.

Pembagian *Stakeholder* pada perusahaan sesuai dengan kriteria kepuasan yang hendak dipenuhi oleh perusahaan. Dalam teori *Stakeholder* di atas, perusahaan bukanlah satu-satunya yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri dan berorientasi pada keuntungan semata. Namun, harus memberikan manfaat bagi *Stakeholder*-nya yang terdiri atas pemegang saham, kreditor, konsumen, pemasok, pemerintah, masyarakat, analisis dan pihak lain. Jadi, dapat dikatakan bahwa keberadaan dan keberlangsungan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *Stakeholder* kepada perusahaan tersebut. *Stakeholder* adalah semua pihak, internal maupun eksternal, yang dapat mempengaruhi atau

[20] Ang Swat Lin Lindawati dan Marsella Eka Puspita, "*Corporate Social Responsibility:* Implikasi Stakeholder dan Legitimacy Gap Dalam Peningkatan Kinerja Perusahaan", Jurnal Akuntansi Multiparadigma, Volume 6, Nomor 1, April 2015, Hlm. 157-174

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dipengaruhi oleh perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung.[21]

Stakeholder adalah kelompok atau individu yang mempengaruhi atau tidak mempengaruhi, sukses ataupun gagal dalam sebuah organisasi, dengan demikian, *Stakeholder* merupakan pihak internal maupun eksternal, seperti: pemerintah, perusahaan pesaing, masyarakat sekitar, lingkungan internasional, lembaga di luar perusahaan (LSM dan sejenisnya), lembaga pemerhati lingkungan, para pekerja perusahaan, dan lain sebagainya yang keberadaannya sangat mempengaruhi dan dipengaruhi perusahaan. Teori *Stakeholder* mengasumsikan bahwa eksistensi perusahaan memerlukan dukungan *Stakeholder*, sehingga aktivitas perusahaan juga mempertimbangkan persetujuan dari *Stakeholder*. [22]

3. Mitra Kerja

a. Pengertian Mitra Kerja

Mitra kerja diambil dari kata mitra dan kerja, mitra adalah teman, kawan kerja, pasangan kerja atau rekan. Kemitraan artinya perihal hubungan atau jalinan kerjasama sebagai mitra. Sedangkan kemitraan secara etimologis berasal dari kata *partnership* yang

[21] Ang Swat Lin Lindawati dan Marsella Eka Puspita, "*Corporate Social Responsibility:* Implikasi Stakeholder dan Legitimacy Gap Dalam Peningkatan Kinerja Perusahaan", Jurnal Akuntansi Multiparadigma, Volume 6, Nomor 1, April 2015, Hlm. 157-174

[22] Ang Swat Lin Lindawati dan Marsella Eka Puspita, "*Corporate Social Responsibility:* Implikasi Stakeholder dan Legitimacy Gap Dalam Peningkatan Kinerja Perusahaan", Jurnal Akuntansi Multiparadigma, Volume 6, Nomor 1, April 2015, Hlm. 157-174

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berasal dari suku kata *partner* yang berarti kawan, sekutu atau mitra. Secara definisi, maka kemitraan adalah suatu bentuk kerja sama atas dasar kesepakatan dan rasa saling membutuhkan dalam rangka meningkatkan kapasitas dan kapabilitas di suatu bidang usaha tertentu atau tujuan tertentu, sehingga memperoleh hasil yang lebih baik. [23]

Seperti yang dijelaskan dalam hadits Imam Nasai- 3871 yang berbunyi :

أَخْبَرَنَا عَلِيُّ بْنُ حُجْرٍ قَالَ أَنْبَأَنَا شَرِيكٌ عَنْ أَبِي إِسْحَقَ عَنْ عَبْدِ الرَّحْمَنِ بْنِ الْأَسْوَدِ قَالَ كَانَ عَمَّايَ يَزْرَعَانِ بِالثُّلُثِ وَالرُّبُعِ وَأَبِي شَرِيكَهُمَا وَعَلْقَمَةُ وَالْأَسْوَدُ يَعْلَمَانِ فَلَا يُغَيِّرَانِ

(NASAI - 3871) : Telah mengabarkan kepada kami Ali bin Hujr telah memberitakan kepada kami Syarik dari Abu Ishaq dari Abdur Rahman bin Al Aswad, dia berkata; "Dua orang pamanku bercocok tanam dengan mendapatkan sepertiga dan seperempat dan ayahku bekerjasama dengan keduanya, Alqomah dan Al Aswad mengetahui hal itu namun mereka tidak mengingkarinya."[24]

Dalam hadits di atas, dijelaskan bahwa dalam hubungan kemitraan terdapat adanya kerjasama seperti yang dilakukan dua orang paman Abdur Rahman bin Al Aswad. Pemberian hasil yang diperoleh juga harus adil antara pihak pertama dan pohak kedua. Seperti dua orang paman Abdur Rahman bin Al Aswad yang mendapatkan sepertiga dan seperempat dari adanya klerjasama kemitraan.

[23] Ian Linton, *Kemitraan Meraih Keuntungan Bersama*. Hlm.41
[24] Kitab 9 Imam, Lidwa Pustaka NASAI - 3871

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Unsur-unsur Kemitraan

Unsur yang di dasari dalam kemitraan bahwa sebuah hubungan kemitraaan harus didasari atas kepercayaan dan kerjasama. unsur penting dalam suatu kemitraan yaitu saling memberikan kontribusi, saling berbagi, saling mendukung, kepercayaan, kerjasama, lingkungan, proses dan sumber daya manusia.[25]

c. Prinsip Kemitraan

Terdapat tiga prinsip utama dalam sebuah kemitraan yaitu:[26]

1) Kesetaraan (*equity*)

Individu, organisasi atau institusi yang telah bersedia menjalin kemitraan harus merasa duduk sama rendah dan berdiri sama tinggi. Maksudnya adalah bagaimana besar atau kecilnya suatu organisasi yang bermitra harus merasa sama. Oleh sebab itu, dalam kemitraan tidak ada yang mendominasi antara satu dengan yang lain.

2) Keterbukaan (*transparency*)

Dalam prinsip keterbukaan, sumber daya yang dimiliki, kekuatan ataupun kelebihan maupun kekurangan dan kelebihan dari masing-masing anggota harus diketahui oleh anggota yang lain. Hal ini ditujukan bukan untuk menyombongkan ataupun

[25] Ian Linton, *Kemitraan Meraih Keuntungan Bersama*. Hlm.41
[26] Soekidjo Notoatmodjo, 2010, *Promosi Kesehatan (Teori dan Aplikasi)*, PT Rineka Cipta , Jakarta. Hlm. 244-245

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

meremehkan *Stakeholder* lain. Namun untuk lebih memahami satu dengan yang lain sehingga tidak ada rasa saling mencurigai. Dengan adanya keterbukaan, maka akan menimbulkan rasa saling melengkapi dan saling membantu diantara *Stakeholder* mitra.

3) Saling menguntungkan (*mutual benefit*)

Menguntungkan bukan selalu diartikan sebagai materi namun lebih kepada non-materi. Saling menguntungkan disini lebih dilihat dari unsur kebersamaan atau kesinergian para *Stakeholder* dalam mencapai tujuan bersama.

Prinsip yang lain mengenai kemitraan di antaranya adalah:[27]

1) Kesamaan Visi-Misi

Kemitraan hendaknya dibangun atas dasar kesamaam visi dan misi,serta tujuan organisasi. Kesamaan visi dan misi menjadi motivasi dan perekat pola kemitraan tersebut.[28]

2) Kepercayaan (*trust*)

Setelah adanya kesamaan visi dan misi maka prinsip berikutnya yang tidak kalah penting adalah adanya rasa saling percaya antar pihak yang bermitra. Kepercayaan adalah modal

[27] Bambang Sigit dan Nizar. 2012. *Membangun Jejaring Kerja dan Kemitraan*. BP2SDMK Jakarta. 12-14
[28] Bambang Sigit dan Nizar. *Membangun Jejaring Kerja dan Kemitraan*. Hlm. 12-14

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dasar dalam membangun kemitraan yang saling menguntungkan antara satu dengan yang lain.[29]

3) Saling Menguntungkan

Asas saling menguntungkan merupakan pondasi yang kuat dalam membangun kemitraan. Jika dalam bermitra ada salah satu pihak yang merasa dirugikan ataupun merasa tidak mendapat manfaat lebih, maka akan mengganggu keharmonisan dalam bekerjasama. Antara pihak yang bermitra harus saling memberi kontribusi sesuai peran masing masing dan harus saling merasa diuntungkan dengan adanya jalinan kemitraan.[30]

4) Efisiensi dan Efektifitas

Dengan memotivasi beberapa sumber untuk mencapai tujuan yang sama diharapkan mampu meningkatkan efisiensi waktu, biaya dan tenaga. Efisiensi tersebut tentu saja tidak mengurangi kualitas proses dan hasil, justru sebaliknya malah dapat meningkatkan kualitas proses dan produk yang dicapai. Tingkat efektifitas pencapaian tujuan menjadi lebih tinggi jika proses kerja kita melibatkan mitra kerja. Dengan kemitraaan dapat dicapai kesepakatan kesepakatan dari pihak yang bermitra tentang siapa melakukan apa sehingga pencapaian tujuan diharapkan akanmenjadi lebih efektif.[31]

---

[29]Bambang Sigit dan Nizar. *Membangun Jejaring Kerja dan Kemitraan*. Hlm. 12-14
[30]Bambang Sigit dan Nizar. *Membangun Jejaring Kerja dan Kemitraan*. Hlm. 12-14
[31] Bambang Sigit dan Nizar. *Membangun Jejaring Kerja dan Kemitraan*. Hlm. 12-14

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5) Komunikasi Dialogis

Komunikasi timbal balik dilaksanakan secara dialogis atas dasar saling menghargai satu sama lainnya. Komunikasi dialogis merupakan pondasi dalam membangun kerjasama. Tanpa komunikasi dialogis akan terjadi dominasi pihak yang satu terhadap pihak yang lainnya yang pada akhirnya dapat merusak hubungan yang sudah dibangun.[32]

6) Komitmen yang Kuat

Kemitraan akan terbangun dengan kuat dan permanen jika ada komitmen satu sama lain terhadap kesepakatan-kesepakatan yang dibuat bersama. Dari prinsip-prinsip yang telah dijelaskan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa secara umum prinsip-prinsip dalam kemitraan adalah persamaan, kepercayaan, komitmen yang kuat, dan saling menguntungkan.[33]

d. Model-model Kemitraan

Secara umum model kemitraan dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu:[34]

1) Model I

Model kemitraan yang paling sederhana adalah dalam bentuk jaring kerja (*networking*) atau *building linkages*. Kemitraan ini berbentuk jaringan kerja saja. Masing-masing mitra memiliki program tersendiri mulai dari perencanaannya,

[32]Bambang Sigit dan Nizar. *Membangun Jejaring Kerja dan Kemitraan*. Hlm. 12-14
[33]Bambang Sigit dan Nizar. *Membangun Jejaring Kerja dan Kemitraan*. Hlm. 12-14
[34] Soekidjo Notoatmodjo, 2010, *Promosi Kesehatan (Teori dan Aplikasi).* Jakarta. Hlm.253

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pelaksanaannya hingga evalusi. Jaringan tersebut terbentuk karena adanya persamaan pelayanan atau sasaran pelayanan atau karakteristik lainnya.

2) Model II

Kemitraan model II ini lebih baik dan solid dibandingkan model I. Hal ini karena setiap mitra memiliki tanggung jawab yang lebih besar terhadap program bersama. Visi, misi, dan kegiatan-kegiatan dalam mencapai tujuan kemitraan direncanakan, dilaksanakan, dan dievaluasi bersama.[35]

4. Model *E-commerce*

E-commerce memiliki beberapa macam model, di antaranya sebagai berikut:

a. *Business-to -Business (B2B)*: Dalam usaha jenis B2B ini menggunakan adanya internet untuk menghasilkan pendapatannya dengan cara bertransaksi maupun menjalin kerjasama dengan badan usaha lain.[36]

[35]Soekidjo Notoatmodjo, 2010, *Promosi Kesehatan (Teori dan Aplikasi)*. Jakarta. Hlm.253
[36] Septy Andryana,“ *Collaborative Commerce Pada Aplikasi Edi (Electronic Data Interchange)*”, jurnal Basis Data, *ICT Research Center* UNAS, Vol.3 No.2 Nopember 2008, Hlm. 134

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. *Business-to -Customer (B2C)*: Badan usaha jenis B2C ini berbentuk *retailer* atau pengecer di mana perusahaan mendapatkan pendapatannya dengan menjual produk langsung ke konsumen.[37]

c. *Business-to -Government (B2G)*: Badan usaha jenis B2G ini menggunakan internet untuk menghasilkan pendapatannya dan pelanggan utamanya adalah pemerintah.

d. Customer-to-Customer (C2C): Badan usaha jenis C2C ini memberikan fasilitas perdagangan langsung kepada konsumen satu dan konsumen lainnya.[38]

e. *Goverment-to -Customer (G2C)*: Badan usaha yang membangun fasilitas satu pintu yang mudah ditemui dan mudah digunakan untuk semua layanan pemerintahan kepada warga Negara.[39]

Selain itu, klasifikasi *e-commerce* berdasarkan kecenderungan dalam bertransaksi yaitu *Business to Business (B2B), Business to Consumer (B2C), Business to Business to Consumer (B2B2C)*. motivasi dari B2B adalah antar perusahaan dalam mencari konsumen. Sedangkan, pada B2C, suatu perusahaan menjual produk/jasa mereka kepada pembeli individual. B2B2C adalah gabungan dari keduanya, di mana terdapat perusahaan yang menyediakan produk/jasa mereka

[37] Septy Andryana,“ *Collaborative Commerce Pada Aplikasi Edi (Electronic Data Interchange)*”, jurnal Basis Data, *ICT Research Center* UNAS, Vol.3 No.2 Nopember 2008, Hlm. 134
[38] Septy Andryana,“ *Collaborative Commerce Pada Aplikasi Edi (Electronic Data Interchange)*”, jurnal Basis Data, *ICT Research Center* UNAS, Vol.3 No.2 Nopember 2008, Hlm. 134
[39]Septy Andryana,“ *Collaborative Commerce Pada Aplikasi Edi (Electronic Data Interchange)*”, jurnal Basis Data, *ICT Research Center* UNAS, Vol.3 No.2 Nopember 2008, Hlm. 134

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kepada klien/agen dan di lain sisi klien/agen tersebut juga mempunyai *customer* tempat mereka menjual produk/jasa tersebut.[40]

Selain B2B, B2C, dan B2B2C, klasifikasi *e-commerce* berdasarkan kecenderungan bertransaksi lainnya adalah *Consumer to Business (C2B)* dan *Consumer to Consumer (C2C)*. C2B terjadi ketika seorang individu menjual produk/jasa mereka melalui internet kepada sebuah perusahaan. Sedangkan, C2C adalah ketika seorang individu melakukan penjualan produk/jasa langsung kepada individu lainnya. Model C2C adalah model *e-commerce* yang menjamur di Indonesia saat ini.[41]

[40] Septy Andryana,“ *Collaborative Commerce Pada Aplikasi Edi (Electronic Data Interchange)*”, jurnal Basis Data, *ICT Research Center* UNAS, Vol.3 No.2 Nopember 2008, Hlm. 135
[41] Septy Andryana,“ *Collaborative Commerce Pada Aplikasi Edi (Electronic Data Interchange)*”, jurnal Basis Data, *ICT Research Center* UNAS, Vol.3 No.2 Nopember 2008, Hlm. 135

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id