

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi saat ini, kita sangat membutuhkan Jejaring Kerja (*networking*) untuk membangun mitra atau kerjasama agar menjadikan kehidupan kita lebih sukses. Sebagai makhluk sosial, manusia tidak dapat dipisahkan dari komunitasnya dan setiap orang di dunia ini tidak ada yang dapat berdiri sendiri melakukan segala aktivitas untuk memenuhi kebutuhannya, tanpa bantuan orang lain. Secara alamiah, manusia melakukan interaksi dengan lingkungannya, baik sesama manusia maupun dengan makhluk hidup lainnya.

Kerjasama pada intinya menunjukkan adanya kesepakatan antara dua orang atau lebih yang saling menguntungkan. Moh. Jafar Hafsah menyebut kerjasama ini dengan istilah “kemitraan”, yang artinya adalah “suatu strategi bisnis yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih dalam jangka waktu tertentu untuk meraih keuntungan bersama dengan prinsip saling membutuhkan dan saling membesarkan.”¹

Dalam konsep Islam, Allah SWT menjadikan manusia masing-masing berhajat pada satu dengan yang lainnya supaya mereka saling menolong satu sama lain dalam segala urusan. Salah satunya adalah sistem kemitraan. Aktifitas perekonomian merupakan bagian terpenting dalam memenuhi

¹Suhendi, Hendi, 2008, *Fiqh Muamalah*, Raja grafindo persada, Jakarta, hal. 124

kebutuhan hidup manusia. Islam juga tidak menghendaki umatnya hidup dalam ketertinggalan dan keterbelakangan perekonomian. Aktifitas perekonomian dalam Islam bertujuan untuk memenuhi kebutuhan hidup seseorang secara sederhana, memenuhi kebutuhan hidup keluarga serta kehidupan hidup bermasyarakat dalam jangka panjang.

Tidak bisa dipungkiri, kemitraan adalah salah satu cara menjalin hubungan baru dengan orang lain yang sama-sama memiliki kepentingan bersama, sehingga agar dapat menjalin kerjasama tersebut maka kita harus saling mengenal satu sama lain, dalam Al-Qur'an pun dapat ditegaskan dalam firman Allah SWT Surat Al-Hujurat Ayat 13 :

يٰۤاَيُّهَا النَّاسُ اِنَّا خَلَقْنٰكُمْ مِّنْ ذَكَرٍ وَّاُنْثٰى وَجَعَلْنٰكُمْ شُعُوْبًا وَّقَبَاۤىِٕلَ لِتَعَارَفُوْا
 اِنَّ اَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللّٰهِ اَتْقٰىكُمْ اِنَّ اللّٰهَ عَلِيْمٌ حَسِيْرٌ ﴿١٣﴾

Artinya : *“Hai manusia, Sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa - bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling taqwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah Maha mengetahui lagi Maha Mengenal.”*²

Kerjasama dapat pula diartikan sebagai Syirkah. Syirkah menurut bahasa berarti *Al-Ikhtilath* atau *khalatha ahada minal malaini* yang artinya adalah campur atau percampuran dua harta menjadi satu dalam sebuah ikatan kerja sama yang dilakukan dua orang atau lebih dalam perdagangan. Dengan

² Al-Mubin, 1999, *Al-Qur'an dan Terjemahannya (Revisi terbaru)* Departemen Agama RI, CV. Asy-Syifa', Semarang, hal. 847

adanya akad shirkah yang disepakati oleh kedua belah pihak, semua pihak yang mengikatkan diri berhak bertindak hokum terhadap harta serikat itu dan berhak mendapatkan keuntungan sesuai dengan persetujuan yang disepakati.³

Dalam H.R. Abu Dawud dan al-Hakim dari Abu Hurairah tentang hadis qudsi yang menyatakan :⁴

“ Sesungguhnya Allah SWT berfirman, “Aku (Allah) merupakan orang ketiga dalam perserikatan antara 2 orang yang bersekutu, Selama salah seorang diantara keduanya tidak mengkhianati temannya. Aku akan keluar dari persekutuan tersebut apabila salah seorang mengkhianatinya.”

Pada dasarnya prinsip yang dikembangkan dalam syirkah adalah prinsip keadilan dalam kemitraan antara pihak yang terkait untuk meraih keuntungan prinsip ini dapat di temukan dalam prinsip islam *ta'awun* dan *ukhuwah* dalam sektor bisnis, dalam hal ini syirkah merupakan bentuk kerjasama antara pemilik modal untuk mendirikan suatu usaha bersama yang lebih besar, atau kerja sama antara pemilik modal yang tidak memiliki keahlian dalam menjalankan usaha yang tidak memilki modal atau yang memerlukan modal tambahan, bentuk kerja sama antara pemilik modal dan pengusaha merupakan suatu pilihan yang lebih efektif untuk meningkatkan etos kerja.⁵

Kemitraan dalam lingkungan masyarakat Indonesia merupakan suatu hal yang tidak asing untuk diterapkan, karena bangsa ini sudah mengenal

³ Dra. Hj. Suqiyah Musafa'ah, M.Ag, dkk, 2013, *Hukum Ekonomi dan Bisnis Islam 1*, IAIN Sunan Ampel Press, Surabaya, hal. 196-197

⁴ Dr. Mardani, 2012, *Fiqh Muamalah*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, hal. 224

⁵ Suhendi, Hendi. 2008, *Fiqh Muamalah*, Raja grafindo persada, Jakarta, hal. 125-126

kemitraan sejak berabad-abad lamanya meskipun dalam skala yang sederhana, seperti gotong royong, sambat sinambat, partisipasi, mitra masyarakat desa, mitra lingkungan dll. Dalam manajemen modern, baik dalam pengembangan sumberdaya manusia maupun pengembangan kelembagaan / usaha, kemitraan merupakan salah satu strategi yang biasa ditempuh untuk mendukung keberhasilan implementasi manajemen modern. Kemitraan tidak sekedar diterjemahkan sebagai sebuah kerjasama, akan tetapi kemitraan memiliki pola, memiliki nilai strategis dalam mewujudkan keberhasilan suatu lembaga dalam menerapkan manajemen modern.

Kemitraan dalam implementasi manajemen modern yakni kesepahaman pengelolaan program, kesepahaman strategi pengembangan program antar lembaga yang bermitra, merupakan faktor utama yang pertama kali harus menjadi perhatian. Oleh karenanya diantara lembaga yang bermitra harus ada pelaku utama kegiatan, sebagai lembaga / orang yang bertanggungjawab terhadap keberhasilan program (kegiatan). Kekurangan dan kelebihan yang dimiliki oleh masing-masing lembaga / orang itulah yang dimitirakan sebagai wujud kerjasama untuk saling menutupi, saling menambah, dan saling menguntungkan (mutualisme).⁶

Kemitraan dapat dilakukan dalam transfer teknologi, transfer pengetahuan/keterampilan, transfer sumberdaya (manusia), transfer cara belajar (*learning exchange*), transfer modal, atau berbagai hal yang dapat

⁶Mustofa Kamil, 2006, *Strategi Kemitraan dalam Pembangunan PNF melalui Pemberdayaan Masyarakat* (Model, Keunggulan, dan kelemahan), Makalah (*online*) disajikan dalam Loka Karya Pendidikan NonFormal dalam Era Otonomi Daerah di Hotel Putri Gunung Lembang, Departemen Pendidikan Nasional Badan Peneliti dan pengembangan, Bandung, 19 s.d 20 November.

diperbantukan sehingga terpadu dalam wujud yang utuh. Wujud nyata kemitraan dapat disepakati sebagai sebuah konsep kerjasama di mana dalam operasionalisasinya tidak terdapat hubungan yang bersifat sub-ordinasi namun hubungan yang setara bagi semua "parties".⁷

Kemitraan adalah suatu strategi bisnis yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih dalam jangka waktu tertentu untuk meraih keuntungan bersama dengan prinsip saling membutuhkan dan saling membesarkan. Karena merupakan strategi bisnis maka keberhasilan kemitraan sangat ditentukan oleh adanya kepatuhan diantara yang bermitra dalam menjalankan etika bisnis.

Agar sasaran yang ingin diraih dapat direalisasikan dengan strategi yang telah ditetapkan, strategi perlu ditindaklanjuti dengan pelaksanaan (*action*). Pelaksanaan tidak akan efektif bila tidak didahului dengan perencanaan. Perencanaan yang baik minimal mengandung asas-asas untuk mencapai tujuan, realitas, dan wajar, efisien serta merupakan cerminan dari strategi dan kebijakan suatu organisasi.⁸

Menurut Stephanie K. Marrus, seperti yang dikutip Sukristono dalam buku karya Husen Umar. Strategi adalah suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.⁹

⁷ Mustofa Kamil, *Strategi Kemitraan dalam Pembangunan PNF melalui Pemberdayaan Masyarakat*, hal 2

⁸ Husein Umar, 2001, *Strategic Management in Action*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, hal 27

⁹ Husein Umar, 2008, *Strategic Management in Action*, hal 31

Untuk menggalang kerjasama yang mempersatukan sejumlah kepentingan-kepentingan yang tidak mungkin dikerjakan sendiri-sendiri secara terpisah, maka diperlukan media yang baik sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan hidup biologis, social maupun kejiwaan. Pada banyak masyarakat, kebutuhan akan informasi membuat kegunaan media social saat ini menjadi sangat kuat dan berpengaruh besar di seluruh dunia.

ESQ adalah sebuah lembaga kemanusiaan yang fenomenal. Mampu menggugah dan mampu mengubah kehidupan seseorang baik dari segi intelektual, emosional maupun spiritual. ESQ memang berbeda dari pelatihan-pelatihan lain. ESQ bukan sekadar melatih kepemimpinan atau manajemen. Pelatihan ESQ merupakan pelopor *training* yang mengasah sisi spiritual dengan mendalam bersamaan dengan sisi emosi seseorang. ESQ adalah suatu inovasi mutakhir yang mengajarkan betapa pentingnya kecerdasan spiritual bagi setiap manusia. Diyakini bahwa kecerdasan spiritual merupakan pusat dan landasan dari semua kecerdasan yang ada, yakni *Intellectual Quotient* dan *Emosional Quotient*. ESQ bertujuan untuk menghasilkan manusia unggul di sektor emosi dan spiritual dengan cara mengembangkan karakter dan kepribadian. Membentuk manusia unggul seperti itu bukanlah hal yang mudah. Dibutuhkan proses yang berkesinambungan dan komitmen yang kuat pada diri seseorang. Kemampuan bermitra lembaga kemanusiaan ESQ Jatim ini ditunjukkan dengan banyaknya jaringan / mitra / *media partner* seperti JTV, Radar Surabaya, BNI Syariah, SBO, Sucofindo, RS. Al-Irsyad, Dr. Soetomo,

Universitas Narotama, dan lain-lain.¹⁰ Sehingga membuat lembaga ini semakin maju dan bermanfaat bagi umat, khususnya perbaikan revolusi mental dan akhlak.

Melihat dari perkembangan Lembaga tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang befokus pada Strategi Kemitraan tersebut, karena beberapa alasan, yakni 1) Lembaga Kemanusiaan ESQ Jatim merupakan lembaga yang berorientasi pada kecerdasan emosional dan spiritual, 2) Jarang ada lembaga sosial yang mendapatkan *media patner* yang begitu banyaknya, 3) ingin menerima tantangan baru, karena sebelumnya penulis tidak pernah mendapatkan mata kuliah strategi kemitraan secara konsisten dan detail.

Keberhasilan suatu kerjasama sangat bergantung pada komitmen yang diberikan oleh pihak yang melakukan kerjasama. Melihat perkembangan Lembaga Kemanusiaan ESQ Jatim yang banyak mendapat dukungan dari berbagai pihak. Dengan adanya fenomena ini, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Strategi Membangun Kemitraan dengan Media Partner dalam Pengembangan Lembaga Kemanusiaan ESQ Jatim ”

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah tersebut, dapat disimpulkan beberapa masalah yang menjadi sasaran penelitian ini adalah :

1. Bagaimana Strategi Membangun Kemitraan oleh Lembaga Kemanusiaan ESQ Jatim?

¹⁰ Company Profil (*Online*) Lembaga Kemanusiaan ESQ Jatim, diakses pada tanggal 2 Maret 2015, jam 14.30 di <https://www.eqsway165.com>.

2. Apakah Strategi Kemitraan mendukung operasional dalam pengembangan Lembaga Kemanusiaan ESQ Jatim?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang masalah dan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini antara lain :

1. Untuk mengetahui Bagaimana Strategi Membangun Kemitraan oleh Lembaga Kemanusiaan ESQ Jatim.
2. Untuk mengetahui Apakah Strategi Kemitraan mendukung operasional dalam pengembangan Lembaga Kemanusiaan ESQ Jatim.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki urgensi yang cukup besar dalam telaah organisasi. Peneliti melihat bahwa pembahasan strategi kemitraan dalam konteks Indonesia saat ini cenderung mengarah ke Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Instansi atau organisasi seperti halnya kelembagaan Islam dan sosial belum begitu keras menyuarakan kebutuhannya akan gagasan membangun kemitraan, baik dengan instansi pemerintah maupun media patner. Penelitian ini didesain agar para pengelola lembaga yang bergerak di bidang sosial dan keagamaan bisa memperoleh gambaran yang riil tentang wacana kontemporer manajemen strategi membangun kemitraan sekaligus memperoleh bekal

teoritis untuk meng-*update* dan meng-*upgrade* sistem pengelolaan dan pengembangan organisasinya.¹¹

Maka dari itu, penelitian ini amat penting untuk dilakukan karena dapat memberikan beberapa manfaat sebagaimana berikut :

1) Bagi Instansi

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan organisasi khususnya kebijaksanaan mengenai *kerja sama atau kemitraan yang dijalin oleh Lembaga Kemanusiaan ESQ Jatim.*

2) Bagi Penulis

Merupakan media untuk menerapkan teori-teori yang diperoleh di bangku perkuliahan terhadap realita yang ada di dunia kerja, terutama yang berhubungan dengan *Strategi Membangun Kemitraan dengan Media Support dalam Pengembangan Lembaga Kemanusiaan ESQ Jatim.*

3) Bagi Lembaga

Dapat digunakan sebagai bahan referensi ilmiah sekaligus menjadi bahan masukan untuk kepentingan pengembangan ilmu bagi pihak-pihak tertentu guna menjadikan skripsi ini menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya terhadap objek sejenis atau aspek lainnya yang belum tercakup dalam penelitian ini.

¹¹ Drs. Abd. Rachman Chudlori, MM, dkk, 2012, *Panduan Penulisan Skripsi Jurusan Manajemen Dakwah*, IAIN Sunan Ampel, Surabaya, hal. 19

E. Definisi Konsep

Setelah mengemukakan beberapa teori tentang variabel yang diteliti, kemungkinan ada beberapa konsep yang ada dalam teori tersebut. Untuk itu kita perlu menjelaskan arti dari konsep yang kita pakai, sebab tiap orang mungkin punya pengertian yang berbeda dengan orang lain dalam mengartikan suatu konsep.

Menurut Masri Singarimbun dikutip oleh Drs. Mardalis mengatakan, “Konsep adalah generalisasi dari sekelompok fenomena tertentu, sehingga dapat dipakai untuk menggambarkan berbagai fenomena yang sama. Dalam kenyataannya konsep dapat mempunyai tingkat generalisasi yang berbeda. Semakin dekat suatu konsep kepada realita semakin mudah konsep tersebut diukur dan diartikan.”¹²

Definisi konsep adalah batasan tentang pengertian yang diberikan peneliti terhadap variabel-variabel (konsep) yang hendak diukur, diteliti, dan digali datanya.¹³

Konsep merupakan unsur pokok atau inti dari sebuah penelitian dan suatu konsep sebenarnya adalah definisi singkat dari sejumlah fakta atau tanda-tanda yang muncul. Konsep dalam penelitian ini ditentukan oleh batasan permasalahan dan ruang lingkup, dengan harapan di dalam permasalahan tersebut tidak terjadi salah pengertian atau salah pemahaman dan persepsi yang tetap mengacu pada tata aturan penelitian. Untuk mempermudah

¹² Drs. Mardalis, 1999, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, Cet 4, PT Bumi Aksara, Jakarta, hal. 40

¹³ Hamidi, 2004, *Metode Penelitian Kualitatif “Aplikasi Praktis Pembuatan Proposal dan Laporan Penelitian*, UMM Press, Malang, hal. 141

pembahasan perlu adanya definisi operasional yang jelas untuk menghindari kesalahpahaman sehubungan dengan judul di atas, yaitu :

1. Strategi

Strategi adalah visi yang diarahkan pada “apa” yang harus dicapai oleh organisasi dan bukan “bagaimana” cara mencapainya.¹⁴ Strategi dapat didefinisikan pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Di dalam strategi yang baik terdapat koordinasi team kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan, dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif.

2. Membangun Kemitraan

Kemitraan adalah seni berkomunikasi antar orang yang satu dengan yang lain, berbagi ide, informasi dan sumber daya untuk meraih kesuksesan individu atau kelompok. Selain itu, kemitraan juga diartikan sebagai jalinan hubungan yang bermanfaat dan saling menguntungkan. Dalam arti kata lain, membangun kemitraan haruslah berlandaskan prinsip saling menguntungkan dan komunikasi dua arah (dialogis).¹⁵

3. Media Patner

Media Partner adalah kerjasama sebuah orang/instansi/organisasi dengan media untuk menyebarkan sebuah informasi. Media patner menjadi

¹⁴ Benjamin B. Tregoe dan John W. Zimmerman, 1980, *Strategi Manajemen*, Erlangga, Jakarta, hal. 15

¹⁵ Ir. Bambang Sigit & Nizar, S.Sos, 2012, *Membangun Jejaring Kerja dan Kemitraan*, BP2SDMK, Kementrian Kehutanan, hal.5

penting bagi seseorang / perusahaan karena mereka membutuhkan satu publisitas untuk memperkenalkan dan memberikan informasi segala hal tentang mereka kepada khalayak umum. Sebuah organisasi atau perusahaan tidaklah mungkin berkembang tanpa menggunakan media atau sarana dalam melakukan kegiatan operasionalnya. Setiap organisasi atau perusahaan tentu menginginkan usahanya lebih maju dengan cara menjalin kerjasama atau bermitra dengan *patner*-nya. *Patner* disini, peneliti artikan sebagai media atau alat yang mendukung terjalinnya kerjasama diantara 2 pihak melalui media massa. Jadi dapat dikatakan bahwa media patner adalah alat / media yang mendukung kemitraan tersebut atau bisa disebut sebagai media massa.

Media massa adalah teknologi yang membawa pesan-pesan yang di-*encode* dibawa melalui suatu medium, yaitu alat untuk mengirimkan informasi kepada sejumlah orang, seperti surat kabar membawa kata-kata yang tercetak, serta radio membawa suara musik dan berita.¹⁶

4. LKESQ Jatim

LKESQ Merupakan lembaga non profit yang mendedikasikan seluruh potensi yang ada bagi pemberdayaan masyarakat kurang mampu melalui pengelolaan dana sosial/ CSR dan donasi kemanusiaan dari masyarakat (Donasi, Infaq, Sedekah, dan Zakat) serta dana lain baik dari

¹⁶ Stanley J. Baran, 2012, *Pengantar Komunikasi Massa*, ed 5, Erlangga, Jakarta, hal. 7

perseorangan, lembaga maupun perusahaan/ CSR, dalam upaya mewujudkan kebaikan bersama menuju Indonesia Emas 2020.

F. Sistematika Pembahasan

Untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan dan kejelasan mengenai hasilnya, maka skripsi ini terdiri dari 5 Bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini merupakan pengantar permasalahan yang akan dibahas dan meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi konsep dan sistematika pembahasan.

BAB II : KAJIAN TEORETIK

Pada Bab ini akan memaparkan tentang hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan dan tujuan penelitian, serta landasan teori yang menjadi dasar pembahasan. Teori-teori yang dimaksudkan diantaranya adalah teori-teori tentang Strategi serta teori-teori tentang kemitraan atau kerjasama (*Partnership*) dengan media massa yang digunakan dalam pengembangan Lembaga Kemanusiaan ESQ Jatim.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi penjelasan yang mengemukakan mengenai jenis penelitian dan pendekatan yang digunakan, lokasi penelitian, jenis

dan sumber data, tahap-tahap penelitian, teknik pengumpulan data, teknik validitas data, dan teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Bab ini membahas tentang gambaran umum obyek penelitian, penyajian data, dan deskripsi hasil penelitian, Analisis data mengenai Strategi membangun Kemitraan dengan Media Patner dalam Pengembangan Lembaga Kemanusiaan ESQ Jatim yang merupakan hasil dari penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang simpulan, saran dan rekomendasi, keterbatasan penelitian, dan hasil yang diperoleh dari pembahasan yang telah dilakukan dan tindak lanjut apa yang harus dikerjakan agar hasil penelitian ini dapat lebih memberikan manfaat bagi pihak instansi yang bersangkutan dan bagi peneliti selanjutnya.