

LAMPIRAN

Lampiran 1 : Panduan Wawancara

Kepada pihak DSP

Pendekatan Deskriptif: Teori *stakeholder* dalam pendekatan deskriptif, bertujuan untuk memahami bagaimana manajer menangani kepentingan *stakeholder* dengan tetap menjalankan kepentingan perusahaan.

1. Siapakah sajakah *stakeholder* dari DSP? Organisasi/ organisasi/perorangan/ pemerintah/ pihak siapa sajakah yang sering bekerja dengan DSP?
2. Apa yang menjadi tujuan utama DSP menjalin komunikasi dengan *stakeholder* DSP?
 1. Bagaimana cara DSP menjaga komunikasi dengan para *stakeholdernya*?
 2. Apakah keuntungan yang dimiliki oleh pengelola DSP yang diminati oleh *stakeholder* eksternal? (pelayanan, dll)
 3. Bagaimana bentuk partisipasi konkrit dukungan DSP pada masing-masing *stakeholder*?
 4. Apa saja bentuk pelayanan yang diberikan DSP dalam menjaga kesinambungan hubungan baik dengan para *stakeholder* DSP?
 5. Apakah DSP memiliki program khusus terkait dengan membina hubungan baik dengan para *stakeholder*?

Pendekatan Instrumental: strategi pihak manajemen perusahaan untuk menghasilkan kinerja perusahaan yang lebih baik adalah dengan memperhatikan para pemangku kepentingan.

1. Bagaimana upaya DSP memberikan pelayanan kepada para *stakeholdernya*?
3. Bagaimana strategi yang digunakan pengelola DSP untuk mempengaruhi pihak eksternal agar bekerjasama? (Dengan para pemasok barang/ pemerintah kota/perangkat desa, dll)
4. Bagaimana upaya DSP memperkuat pengaruhnya pada *stakeholder* pemasok?
5. Bagaimana upaya DSP memperkuat pengaruhnya pada *stakeholder*?
6. Bagaimana upaya DSP memperkuat jaringan dengan para stakholder?

Pendekatan Normatif: Pendekatan normatif juga bertujuan untuk mengidentifikasi pedoman moral atau filosofis terkait dengan aktivitas ataupun manajemen perusahaan.

1. Bagaimana bentuk dukungan yang diberikan oleh DSP pada pemasok?
2. Bagaimana bentuk dukungan DSP pada pihak pemerintah?
3. Bagaimana bentuk dukungan DSP pada organisasi / LSM / Organisasi lainnya?

Kepada Pihak Pemerintah Kota Surabaya

Pendekatan Deskriptif: Teori *stakeholder* dalam pendekatan deskriptif, bertujuan untuk memahami bagaimana manajer menangani kepentingan *stakeholder* dengan tetap menjalankan kepentingan perusahaan.

1. Bagaimana upaya yang dilakukan oleh pemerintah untuk membantu DSP agar berkembang menjadi sentra perdagangan dan mampu mendorong perekonomian warga yang bernaung di bawah DSP?
2. Seperti apakah bentuk koordinasi yang dilakukan antara pihak pemerintah dengan DSP?
3. Apa tujuan dari pemerintah kota Surabaya membentuk DSP?

Pendekatan Instrumental: strategi pihak manajemen perusahaan untuk menghasilkan kinerja perusahaan yang lebih baik adalah dengan memperhatikan para pemangku kepentingan.

1. Bagaimana cara koordinasi pemerintah kota Surabaya, khususnya yang berkaitan dengan DSP dan *stakeholder* lainnya di bawah DSP?
2. Bagaimana strategi yang digunakan pemerintah untuk membantu DSP guna mempengaruhi pihak eksternal agar bekerjasama? (Dengan para pemasok barang/ instansi pemerintah lainnya kota/ perangkat desa, dll)

Pendekatan Normatif: Pendekatan normatif juga bertujuan untuk mengidentifikasi pedoman moral atau filosofis terkait dengan aktivitas ataupun manajemen perusahaan.

1. Bagaimana bentuk pertanggung jawaban DSP terhadap pemerintah kota Surabaya?
2. Bagaimana pembagian kerja antara DSP dengan pemerintah kota Surabaya?

Kepada Pihak UMKM (*Stakeholder*)

Pendekatan Deskriptif: Teori *stakeholder* dalam pendekatan deskriptif, bertujuan untuk memahami bagaimana manajer menangani kepentingan *stakeholder* dengan tetap menjalankan kepentingan perusahaan.

1. Bagaimana upaya pemberdayaan yang dilakukan oleh DSP dan pemerintah untuk membantu anda agar berkembang dan mampu mendorong perekonomian anda sebagai warga binaan DSP?
2. Bagaimana bentuk komunikasi kerjasama antara DSP dengan pihak anda?
3. Apa goal utama ditargetkan oleh DSP terhadap anda sebagai pengusaha UMKM?

Pendekatan Instrumental: strategi pihak manajemen perusahaan untuk menghasilkan kinerja perusahaan yang lebih baik adalah dengan memperhatikan para pemangku kepentingan.

1. Bagaimana pola komunikasi antara DSP, pemerintah kota Surabaya dan anda sebagai warga binaan DSP?
2. Bagaimana strategi yang digunakan pemerintah dan DSP guna mempengaruhi pihak eksternal agar bekerjasama? (Dengan para pemasok barang/ instansi pemerintah lainnya kota/ perangkat desa, dll) untuk membantu warga binaannya?

Pendekatan Normatif: Pendekatan normatif juga bertujuan untuk mengidentifikasi pedoman moral atau filosofis terkait dengan aktivitas ataupun manajemen perusahaan.

1. Bagaimana bentuk pertanggung jawaban warga binaan terhadap DSP dan pemerintah kota Surabaya?
2. Bagaimana pembagian kerja antara DSP dengan pemerintah kota Surabaya dan anda sebagai warga binaan?
3. Menurut anda apakah yang dilakukan oleh DSP dan pemerintah kota Surabaya sudah sesuai dengan kebutuhan anda sebagai UMKM?

Lampiran 2 : Transkrip Wawancara

Dengan Pihak DSP

Nama Narasumber : Luthfi Nur Zaman

Jabatan : Koordinator DSP

Tanggal Wawancara : 26 Oktober 2021

Naufal : Mas Luthfi selamat siang. Sebagai awal kita membahas analisis situasinya dahulu ya. Bisa diceritakan mas. Siapakah sajakah *stakeholder* dari DSP? Organisasi/ organisasi/perorangan/ pemerintah/ pihak siapa sajakah yang sering bekerja dengan DSP?

Luthfi : *Stakeholder* dari DSP ya para UKM2 tersebut, kemudian dinas perindustrian dan perdagangan, kemudian supplier, buyer DSP, kira2 itu ajah sih mas.

Naufal : Apa yang menjadi tujuan utama DSP menjalin komunikasi dengan *stakeholder* DSP?

Luthfi : Tujuan DSP itu antara lain ya pemberdayaan UMKM di lini pasca produksi yakni pemasaran dan penjualan, kemudian kita juga bersinergi dengan *stakeholder* terkait buat membantu UKM2 lebih berdaya tujuan akhirnya ya pasti peingkatan omzet UKM sih

Naufal : Bagaimana cara DSP menjaga komunikasi dengan para *stakeholdernya*?

- Luthfi : Kita ada grup WA yang ngomongin ttg progress atau berbagi informasi, kita juga ada semacam rapat bulanan, khususnya di momen2 khusus kayak pameran, atau lebaran, atau pas season dimana penjualan meninggi dan membutuhkan koordinasi bersama. Karakteristik komunikasinya ya 2 arah, saling sinergi aja, saling koordinasi, saling sharing kalo ada informasi terbaru atau ada pelatihan-pelatihan yang berguna buat masing-masing orang.
- Naufal : Apakah keuntungan yang dimiliki oleh pengelola DSP yang diminati oleh *stakeholder* eksternal? (pelayanan, dll)
- Luthfi : Kita sih berupaya sebisa mungkin meningkatkan penjualan dengan selain rajin pameran ya, kita educate mereka utk lebih banyak mengandalkan media sosial ya.. Misalnya bikin pelatihan gimana bikin rebranding yang bagus, digital marketing itu kayak gimana, kemudia kita juga lakukan rset produk yang sama itu kayak gimana, dan kita kasih saran ke mereka, baiknya peningkatan seperti apa yang mesti mereka bikin supaya menjadikan produk mereka ini lebih baik lagi.
- Naufal : Bagaimana bentuk partisipasi konkrit dukungan DSP pada masingmasing *stakeholder*?

Luthfi : Dukungan kita ke supplier secara riil itu ya mempertemukan antara buyer dengan mereka. Tapi dalam proses tersebut langkahnya banyak dan biasanya case per case. Jadi misalnya ada buyer yang produknya bagus, tapi packagingnya kurang, ada yang packagingnya bagus, produknya bagus, tapi bahan bakunya sering susah, jadi barangnya sering discontone, kendalanya seperti itu rata-rata. Jadi aspek bisnis itu ibarat mata rantai yang panjang kalo saya bilang sih, setiap pemasok DSP memiliki problema tersendiri yang mesti kita bantu cari solusinya terlebih dahulu, khususnya di aspek peningkatan value produk mereka dulu.

Naufal : Apa saja bentuk pelayanan yang diberikan DSP dalam menjaga kesinambungan hubungan baik dengan para *stakeholder* DSP?

Luthfi : Partisipasi konkrit kita itu pastinya pada peningkatan value produk, jadi sebelum barang di pajang di DSP itu kayak ada quality control produk gitu, baik dari segi rasa, tampilan dan banyak juga semacam wawancara informal yang kita lakukan sama supplier kita, apakah barangnya ini selalu ada atau sifatnya seasonal, kayak materi produk asinan salak atau kedondong itu khan nunggu musim. Trus misalnya kayak sambel gitu, khan selalu bisa tersedia setiap waktu, atau ayam bumbu kuning itu selalu ada, tinggal kita pakein freezer

buat nyimpen. Nah kita melakukan koreksi terhadap produk tersebut apa yang udah bagus, atau apa yang perlu ditingkatkan, baik dari segi rasa, kemasan, atau presentasi produk. Apa yang bisa ditambahkan added value yang ga bikin berat ongkos produksinya gitu. Kayak produk ayam frozen gitu kita usulkan tambah sambel kecap atau sambel terasinya, jadi orang beli tinggal goreng udah dapet sambel pula. Kemudian kalo udah beres soal materi produk kita berusaha menemukan buyer buat mereka, misalnya kita pasarkan di media sosial, kita juga berupa membina mereka buat bisa memasarkan produk tersebut sendiri, kita ajarin sampe bisa soalnya kalo soal media sosial. Nah kemudian kalo ada pameranpameran gitu juga selalu kita informasikan ke semua supplier kita lewat grup WA.

Naufal : Apakah DSP memiliki program khusus terkait dengan membina hubungan baik dengan para *stakeholder*?

Luthfi : Kalo program khusus belum ada sih, tapi saya selalu berusaha menempatkan prioritas-prioritas penting ya, seperti apa dan bagaimana jika berkaitan dengan para *stakeholder* itu seperti apa, karena setiap *stakeholder* itu punya case per case yang berbeda dan hal itu otomatis menuntut treatment yang berbeda pula.

Naufal : Bagaimana upaya DSP memberikan pelayanan kepada para *stakeholdernya*?

Luthfi : Ini *stakeholder* meliputi semuanya khan, seperti yang sudah saya bilang, kalo *stakeholder* itu intinya di komunikasi. Komunikasi itu banyak, mulai cara kita approach ke mereka, meraih kepercayaan mereka, sampai kemudian bagaimana kita bekerjasama dengan mereka. Intinya itu saja sih. Kalo program khusus belum ada sih, tapi saya selalu berusaha menempatkan prioritas-prioritas penting ya, seperti apa dan bagaimana jika berkaitan dengan para *stakeholder* itu seperti apa, karena setiap *stakeholder* itu punya case per case yang berbeda dan hal itu otomatis menuntut treatment yang berbeda pula.

Naufal : Bagaimana strategi yang digunakan pengelola DSP untuk mempengaruhi pihak eksternal agar bekerjasama? (Dengan para pemasok barang/ pemerintah kota/ perangkat desa, dll)

Luthfi : Cara kita sederhana sih, kita mesti sering sowan, pendekatan lokal itu istilahnya kita mesti sering nongkrong bareng, nggak mesti bahas soal DSP, tapi lebih banyak pendekatan yang sifatnya human to human yang berusaha utk saling mengenal

Naufal : Bagaimana upaya DSP memperkuat pengaruhnya pada *stakeholder* pemasok?

Luthfi : Strategi kita memperkuat pengaruh ke *stakeholder* ya kita berusaha mencari mereka pembeli, dan berusaha meningkatkan nilai jual produk mereka sih mas.

Naufal : Bagaimana upaya DSP memperkuat pengaruhnya pada *stakeholder* pemerintah?

Luthfi : Kita mesti rajin berkunjung, sowan, trus bawa oleh-oleh contoh produk... Ya nggaklah, tapi komunikasi itu mesti dibina, bentuknya bisa silaturahmi, Disperindag itu ibaratnya khan mentor kita, jadi kita mesti pro aktif dan sering buat diskusi setiap perkembangan di DSP itu seperti apa. Jadinya pemerintah juga tahu perkembangan kita seperti apa, biasanya kemudian mereka menyarankan hal-hal yang emang baik buat perkembangan usaha mereka. Dari komunikasi tersebut, saling tahu, saling asuh, saling koreksi apakah ada hal-hal yang perlu ditingkatkan oleh Disperindag itu seperti apa, apakah kita butuh bantuan permodalan, apakah membutuhkan workshop, atau butuh pengalaman misalnya ikut pameran kemana untuk menjajagi pasar ekspor impor, itu semua kita dapat dari jalur Disperindag. Selain memperkuat hubungan dengan supplier,

hubungan dengan Disperindag memang ga boleh disepelekan, mesti terus menerus dan kontinyu dilakukan pembinaan, karena dari situ banyak kesempatan yang terbuka buat kita.

Naufal : Bagaimana upaya DSP memperkuat jaringan dengan para stakholder?

Luthfi : Kita berupaya memperkuat jaringan dengan mereka dengan cara maintenance hubungan itu seperti apa. Saling mengetahui kebutuhan masing-masing itu seperti apa. Misalnya dari pihak supplier, kebutuhan utama mereka adalah pasar, nah kita berupaya menjembatani hubungan mereka dengan para buyer tersebut. Itu gimana caranya roduk mereka punya nilai yang pantas dan ada pemesanan yang continue. Kemudian dengan pihak pemerintah, itu kita mesti jaring relasi dan hubungan baik dengan memberitahukan progress kita itu seperti apa. Sama pemerintah kita mesti lebih pro aktif sih, sebab jujur sejauh ini banyak jaringan dan kesempatan yang di dapat oleh DSP itu dari pemerintah juga. Misalnya kesempatan untuk pameran keluar negeri atau dalam negeri, atau misalnya mereka ada kebutuhan baik instansi atau personal yang bisa kita sambungkan dengan supplier kita.

Naufal : Bagaimana bentuk dukungan yang diberikan oleh DSP pada pemasok?

Luthfi : Dukungan kita ke supplier secara riil itu ya mempertemukan antara buyer dengan mereka. Tapi dalam proses tersebut langkahnya banyak dan biasanya case per case. Jadi misalnya ada buyer yang produknya bagus, tapi packagingnya kurang, ada yang packagingnya bagus, produknya bagus, tapi bahan bakunya sering susah, jadi barangnya sering discontone, kendalanya seperti itu rata-rata. Jadi aspek bisnis itu ibarat mata rantai yang panjang kalo saya bilang sih, setiap pemasok DSP memiliki problema tersendiri yang mesti kita bantu cari solusinya terlebih dahulu, khususnya di aspek peningkatan value produk mereka dulu.

Naufal : Bagaimana bentuk dukungan DSP pada pihak pemerintah?

Luthfi : Sejauh ini meskipun sejujurnya pemerintah memang banyak upaya buat membantu DSP dan orang-orang di belakang DSP, tapi bagaimanapun produk-produk DSP adalah representasi dari bagaimana pemerintah memberikan pembinaan ke masyarakatnya. Jadi bentuk dukungan kita ke pemerintah itu nggak secara langsung. Namun dengan upaya DSP membantu menggerakkan perekonomian banyak UMKM, dimana UMKM tersebut juga memiliki

pegawaipegawai dan banyak membuka lapangan pekerjaan baru, nah itulah peranan DSP disitu, dimana kita berupaya untuk menumbuhkan perekonomian-perekonomian baru bagi masyarakat dan meningkatkan pendapatan dari masyarakat sehingga mereka memiliki daya beli, membayar pajak, dll. Itu khan sudah peranan tersendiri.

Dengan Pihak Pemerintah Kota

Nama Narasumber : Rohana Rochmawati

Jabatan : Divisi Promosi Dinas Ketahanan Pangan
Surabaya

Tanggal Wawancara : 26 Oktober 2021

Naufal : Bagaimana upaya yang dilakukan oleh pemerintah untuk membantu DSP agar berkembang menjadi sentra perdagangan dan mampu mendorong perekonomian warga yang bernaung di bawah DSP?

Luthfi : Ya banyak kalo ngomong *stakeholdernya* mas, mulai dari UKM under DSP, kemudian pihak-pihak yang support DSP misalnya Disperindag, Dinas Koperasi, BKKBN, ada juga Kantor Dagang setahu saya, kemudian pihak-pihak swasta, entah dari

beberapa perusahaan yang sering ngajak kerjasama, kemudian banyak pihak ya, saya nggak terlalu hafal siapa saja, tapi banyak yang pasti.

Naufal : Seperti apakah bentuk koordinasi yang dilakukan antara pihak pemerintah dengan DSP?

Rohana : Bentuk komunikasinya ya saling ya, saling memberikan manfaat. DSP sebagai istilahnya agen atau distributor beberapa produk mempertemukan UMKM dengan buyer. Setahu saya mereka ada grup WA bersama untuk saling sharing informasi.

Naufal : Apa tujuan dari pemerintah kota Surabaya membentuk DSP?

Rohana : Tujuan pemerintah membentuk DSP ya sudah jelas, sebagai wadah UMKM di sekitar Putat Jaya untuk memasarkan produkproduknya. Sekaligus memberikan pemberdayaan dan kesejahteraan perekonomian pada warga sekitar yang sebelum tinggal dan perekonomiannya menjadi penyangga bisnis prostitusi kemudian kita rubah bagaimana caranya agar mereka nggak bergantung lagi ke bisnis tersebut tetapi menjadi usaha yang lebih bersih dan bermartabat.

Naufal : Bagaimana cara koordinasi pemerintah kota Surabaya, khususnya yang berkaitan dengan DSP dan *stakeholder* lainnya di bawah DSP?

Rohana : Pola kerjasama kita sama berbagai pihak itu tentunya simbiosis mutualisme ya berusaha saling menguntungkan dan jalan tengahnya seperti apa. Karena segala sesuatu mesti dibicarakan sebab melibatkan banyak orang dan banyak kepentingan.

Naufal : Bagaimana strategi yang digunakan pemerintah untuk membantu DSP guna mempengaruhi pihak eksternal agar bekerjasama? (Dengan para pemasok barang/ instansi pemerintah lainnya kota/ perangkat desa, dll)

Rohana : Mempengaruhi saya rasa bukan kata yang tepat ya, jadi kita itu berusaha meningkatkan kualitas value produk, kalo emang produk itu valuenya naik dengan sendirinya ya. Jadi jika value itu naik maka kita nggak perlu mempengaruhi atau doing such things ya, para pihak itu akan datang dengan sendirinya ya.

Naufal : Bagaimana bentuk pertanggung jawaban DSP terhadap pemerintah kota Surabaya?

Rohana : Jadi kayak DSP ini ada beberapa pihak pemerintah yang sering kita kerjasama dan mesti kita bina hubungan baik sama mereka,

misalnya Disperindag, Dinas Koperasi, trus BKKBN, nggak tahu itu dibawah dinas mana, pokoknya kita sering banget kerjasama sama BKKBN. Nah, itu kita mesti suplai informasi dan perkembangan sama mereka sih, seenggaknya ada hal yang dilaporkan sama mereka, jadi mesti ada progress dari kegiatan yang sudah mereka kasih. Jadi mereka itu ada laporan berkala, kegiatan berkala, yah walaupun kadang kita sukar juga menempatkan diri, tapi DSP berusaha sebisa mungkin kerjasama dan hubungan baik ini continue. Misalnya ada informasi pameran oleh mereka, seenggaknya kita mesti hadir lah, entah di wakili oleh UKM yang mana, tapi seenggaknya DSP mesti hadir. Kadang yang susah itu kalo teman-teman UKM banyak kesibukan, dan tim kita udah banyak terjun di beberapa pameran potensial lainnya, jadi agak susah bagi tenaga dan waktunya.

Naufal : Bagaimana pembagian kerja antara DSP dengan pemerintah kota Surabaya?

Rohana : Intinya kita sama DSP ini adalah mitra kerjasama, pemerintah punya program pengentasan kemiskinan, pemberdayaan masyarakat, dan mengubah stigma prostitusi di wilayah Putat Jaya, DSP ini adalah istilahnya motor penggerak bagi pemerintah yang

langsung bekerjasama dengan warga, memfasilitasi kebutuhan warga dengan bantuan juga dari pemerintah, DSP istilahnya wakil pemerintah juga dalam menggerakkan UMKM khususnya di wilayah Putat Jaya, mulai mengkoordinasikan UMKM, memberikan penyuluhan utk bergabung di DSP, kemudian membantu meningkatkan value nilai barang dari UMKM tersebut, membantu membuka pemasaran produk UMKM, banyaklah tugas DSP ini, pemerintah memberikan fasilitasi itu semua, misalnya kebutuhan untuk ruang pameran, kita perbaiki bangunan fasum untuk ruang pameran, kemudian UMKM butuh apa, kita beri berdasarkan laporan dari DSP, demikian pula kalo ada pameran, kita ngajak UMKM dan DSP buat pameran. Kurang lebih kayak gitu ya, intinya antara pemerintah sama DSP ini adalah mitra kerja gimana caranya kita kolaborasi untuk membebaskan masyarakat dari ketergantungan perekonomian sebagai penyangga bisnis prostitusi

Dengan Pihak UMKM (*Stakeholder*)

Nama Narasumber : Parmin (Cak Mimin)

Jabatan : Pelaku UMKM

Tanggal Wawancara : 26 Oktober 2021

Naufal : Bagaimana upaya pemberdayaan yang dilakukan oleh DSP dan pemerintah untuk membantu anda agar berkembang dan mampu mendorong perekonomian anda sebagai warga binaan DSP?

Mimin : Ohh, kalo pemberdayaan itu saya diajak mas Luthfi buat gabung sama DSP, trus kemudian diajarin apa itu... kayak bikin kemasan itu kayak gimana, terus misalnya saya promo-promo di facebook atau instagram itu kayak gimana fotonya, banyak banget itu mas yang diajarkan sama DSP, kita ada workshop-nya buat setiap UKM di Putat Jaya, sering diajak ikut pameran, sering dicarikan pembeli juga, kita dapet pembeli bumbu rujak dari luar pulau itu juga dari DSP mas. Jadi ya kayak gitu pemberdayaannya kurang lebih.

Naufal : Bagaimana bentuk komunikasi kerjasama antara DSP dengan pihak anda?

Mimin : Komunikasi ya ngomong biasa mas, anu... itu seringnya koordinasi di WA kalo ada kegiatan apa, pameran ta apa, mas Luthfi selalu kabar-kabar di WA, trus nawarin ke anggota siapa yang ready mau ikutan. Ntar kalo mau ikutan dikasih aturan ini itu, kalo udah sanggup sama aturannya ya berangkat. Gitu aja sih kalo komunikasi. Ya abis dilemapr ke grup WA kalo udah ada yang

setuju langsung... itu apa namanya itu briefing sendiri mas, trus ditata yang bagus nanti koordinasinya kayak gimana, yan dipersiapkan apa aja. Gitu sih mas.

Naufal : Apa goal utamaditargetkan oleh DSP terhadap anda sebagai pengusaha UMKM?

Mimin : Kalo goal ya semua UMKM dibawah DSP mesti maju, sejahtera trus bisa merekrut banyak pekerja mas, apa itu menyerap banyak pekerja lebih banyak, jadi bisa berkembang mas. Soale kita ini di plot jangan sampe tergantung dengan itu... apa itu bisnis prostitusi itulah mas. Pokoknya kita ndak boleh gitu-gitu lagi. Intinya pokoknya gitu mas, saya bingung niki ngomongnya mas.

Naufal : Bagaimana pola komunikasi antara DSP, pemerintah kota Surabaya dan anda sebagai warga binaan DSP?

Mimin : Komunikasi kita ya sama seperti jawaban diatas mas, kita komunikasi seringnya menggunakan WA pertama, ada pembinaan atau arahan apa baru kemudian kita kumpul ke DSP trus ngomongin bareng kondisinya seperti apa, misalnya kalo ada pameran tuh koordinasinya di WA, ngomongin matengnya ya ketemuan semua pihak. Kayak gitu aja kok.

Naufal : Bagaimana strategi yang digunakan pemerintah dan DSP guna mempengaruhi pihak eksternal agar bekerjasama? (Dengan para pemasok barang/ instansi pemerintah lainnya kota/ perangkat desa, dll) untuk membantu warga binaannya?

Mimin : Wah kalo itu ya aku kurang paham mas, tapi kalo kasus saya sih ya, ndak tahu ini disebut mempenaruhi atau nggak, tapi awalnya saya kenal Mas Lutfhi itu ya dari forum warga terdampak, dikenalkan sama ibu-ibu dinas bahwa ini DSP siap mewadahi dan membantu warga yang punya usaha macam-macam nanti dibantu menjualkan, dibantu memperbaiki kemasannya biar lebih layak jual, trus kemudian ya kita banyak yang daftar buat ikutan biar barang kita di pameran sama DSP. Mereka juga rajin infoin kalo ada waorkshop atau misalnya ada bantuan modal dari pemerintah, info pameran juga, pokoknya kita merasa diperhatikan dan difasilitasi kebutuhan kita sama DSP dan pemerintah.

Naufal : Bagaimana bentuk pertanggung jawaban warga binaan terhadap DSP dan pemerintah kota Surabaya?

Mimin : Oh kita ada laporan mas, misalnya kalo abis pemeran kita ada laporan penjualan gitu abis berapa, soale khan ada berapa % dari produk kita masuk ke DSP mas. Kao dari kita sih laporan penjualan

aja, tapi kalo DSP ke pemerintah kayaknya laporan kegiatan sama laporan keuangan. Setahu saya gitu sih mas.

Naufal : Bagaimana pembagian kerja antara DSP dengan pemerintah kota Surabaya dan anda sebagai warga binaan?

Mimin : Setahu saya ya mas, kalo DSP itu pokoknya bantu kita ke pengembangan produk kita seperti apa, manajemen kita kayak gimana, diajarin juga supaya usaha kita berkembang, kemudian dibantu pemasaran juga mas. Kalo pemerintah lebih banyak ngasih modal, ngasih pelatihan, trus ngasih fasilitas buat pameran, ya gitulah pokoknya mas, antara DSP sama pemerintah itu saling kerjasama bantu kita pokoknya, mungkin istilahnya kalo DSP itu bantu soft skill kalo pemerintah bantu hard skill gitu mas.

Naufal : Menurut anda apakah yang dilakukan oleh DSP dan pemerintah kota Surabaya sudah sesuai dengan kebutuhan anda sebagai UMKM?

Mimin : Ya kurang lebih mas, namanya kebutuhan UMKM itu khan banyak, dan emang wajar kalo ga semuanya kita mesti minta ke pemerintah atau DSP, khan supaya kita mandiri. Kalo dikatakan sesuai dengan kebutuhan ya cukuplah, apa yang dikasih sama pemerintah atau DSP ya kita syukuri aja, karena apa yang dibantu

pemerintah sama DSP juga baik semuanya buat kita. Syukur2 toh mas, jaman sekarang aja syukur toh mas, masa ya kita ini minta yang muluk2 toh mas.

Lampiran 3 : Suasana Bersama Narasumber



Lampiran 4 : Lembar Revisi



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Program Studi : Adm. Publik, Adm. Bisnis, Ilmu Komunikasi, Magister Adm. Publik, Doktor Ilmu Adm.
Gedung: F 101. Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
Telp. 031 5925982, 5931800 psw. 159 e-mail : fisip@untag-sby.ac.id

PERINTAH REVISI

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Penguji Skripsi dari mahasiswa :

N A M A : M. Naufal Kurniawan
N. B. I. : 1151700079
Jurusan : Ilmu Komunikasi

Memerintahkan Untuk Mengadakan Revisi Skripsi Sbb :

NO	MATERI	BAB	HAL
	tekankan detail 7 strategi di hasil dan pembahasan		

Setuju telah direvisi,
Dosen Penguji,


Fitri Norhabiba, S.I.Kom., M.I.Kom.

Surabaya, Selasa 28 Desember 2021
Dosen Penguji,


Fitri Norhabiba, S.I.Kom., M.I.Kom.



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Program Studi : Adm. Publik, Adm. Bisnis, Ilmu Komunikasi, Magister Adm. Publik, Doktor Ilmu Adm.

Gedung: F 101. Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)

Telp. 031 5925982, 5931800 psw. 159 e-mail : fisip@untag-sby.ac.id

PERINTAH REVISI

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Penguji Skripsi dari mahasiswa :

N A M A : M. Naufal Kurniawan

N. B. I. : 1151700079

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Memerintahkan Untuk Mengadakan Revisi Skripsi Sbb :

NO	MATERI	BAB	HAL
	Jabarkan bab 4 terkait strategi.		

Setuju telah direvisi,
Dosen Penguji,

Surabaya, Selasa 28 Desember 2021
Dosen Penguji,

Irmasanthi Danadharta, S.Hub., MA.

Irmasanthi Danadharta, S.Hub., MA.



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Program Studi : Adm. Publik, Adm. Bisnis, Ilmu Komunikasi, Magister Adm. Publik, Doktor Ilmu Adm.

Gedung: F 101. Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)

Telp. 031 5925982, 5931800 psw. 159 e-mail : fisip@untag-sby.ac.id

PERINTAH REVISI

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Penguji Skripsi dari mahasiswa :

N A M A : M. Naufal Kurniawan

N. B. I. : 1151700079


Jurusan : Ilmu Komunikasi


Memerintahkan Untuk Mengadakan Revisi Skripsi Sbb :

NO	MATERI	BAB	HAL
	-Penyajian data dan pembahasan tambahkan terkait dengan 7 strategi komunikasi		

Setuju telah direvisi,
Dosen Penguji,

Surabaya, Rabu 29 Desember 2021
Dosen Penguji,


Herlina Kusumaningrum, S. Sos., MA.


Herlina Kusumaningrum, S. Sos., MA.