

Penciptaan *Public Value* oleh Sektor Swasta Melalui Kolaborasi Lintas-Sektor: Studi Empiris Program Gojek Wirausaha

Abstrak

Realitas sosial yang selalu dinamis di dalam praktiknya seringkali menyebabkan ranah *public* dan *private* semakin sulit dipisahkan. Penciptaan *public value* bukan lagi menjadi ranah eksklusif pemerintah, bahkan dapat dilakukan oleh sektor swasta berupa ide – ide inovatif bagi kebutuhan masyarakat yang banyak diterapkan oleh industri *startup*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana sektor swasta dalam menciptakan *public value* dalam tataran empiris. Penelitian ini melakukan studi kasus terhadap program Gojek Wirausaha yang bertujuan membantu para pelaku UMKM untuk dapat ‘naik kelas’ dengan memberikan pelatihan berbisnis serta akses teknologi melalui *platform* digital. Adapun penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus serta menggunakan data primer dan sekunder yang diperoleh dari wawancara semi-terstruktur dan studi pustaka. Hasil temuan menunjukkan bahwa penciptaan *public value* di dalam praktiknya memiliki dinamika tersendiri yang dipengaruhi oleh *interest* dari aktor yang ingin menciptakan *public value* itu sendiri. Bagi sektor swasta, penciptaan *public value* tidak dapat dipisahkan dengan ‘market value’ sebagai strategi ekspansi bisnis. Kontribusi penelitian ini adalah adanya data baru mengenai penciptaan *public value* oleh sektor swasta melalui kolaborasi lintas-sektor pada konteks baru yaitu negara berkembang.

Kata kunci: *Public Value*, Penciptaan *Public Value*, Kolaborasi Lintas-Sektor, Sektor Swasta

Abstract

The social reality that always dynamic in practice often caused by the public and private sphere to be more difficult to separated. The creation of public value was no longer the exclusive domain of the government, it can even be created by the private sector in the form of innovative ideas for the needs of public that were widely applied by the startup industry. This study aims to find out how the private sector creates public value at an empirical level. So thus research conducted a case study of Gojek Wirausaha programme which aims to help SMEs to be able to ‘grade up’ by providing business training and technology access through digital platforms. This research used a qualitative research method with a case approach and used primary and secondary data obtained from semi-structured interviews and literature studies. The findings show that the creation of public value in practice has its own dynamics that were influenced by the interests of actors who want to create public value itself. For the private sector, public value can not be separated from market value as a business expansion strategy. The contribution of this research was the existence of new data on the creation of public value by private sector through cross-sector collaboration in the context of developing contries.

Keywords: *Public Value, Public Value Creation, Cross-Sector Collaboration, Private Sector*