

Interview Guide

Edi Priyanto selaku Kepala Assekper Humas PT Pelindo III

(Wawancara Pada Tanggal 13 September 2016)

1. Bagaimana partisipasi Assekper Humas PT Pelabuhan Indonesia III (Persero) Surabaya dalam mengambil keputusan dan kebijakan perusahaan?

Untuk Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pelindo III sudah mempunyai Road Map seperti Perencanaan dan Pelaksanaan, setiap tahun sudah cukup jelas bahwa dari berbagai bidang telah mengalokasikan anggaran kegiatan. Di dalam penyusunan anggaran itulah dapat diusulkan seandainya ada aktifitas baru, tetapi Pelindo III membatasi di unit. Jadi kegiatan detail dalam perencanaan Pelindo III sangat fleksibel untuk menyesuaikan situasi dilapangan kaitanya dengan Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) itu sendiri, kecuali program-program yang rutin seperti program wawasan nusantara, mudik gratis yang sudah jelas. Di lain hal ada Program *Corporate Social Responsibility* CSR yang sifatnya mendesak dan mendadak, namun Pelindo III akan melokalisir dalam bidang tertentu sehingga tidak mendetail.

2. Bagaimana letak divisi Assekper Humas PT Pelabuhan Indonesia III (Persero) Surabaya dalam struktur organisasi perusahaan?

Letaknya berada dibawah pimpinan langsung direktur utama.

3. Bagaimana peran Assekper Humas PT Pelabuhan Indonesia III (Persero) Surabaya dalam membina hubungan baik dengan publik internal perusahaan?

Dalam internalnya Pelindo III melakukan kordinasi dengan serikat pekerja seperti karyawan, manajemen tentunya melakukan komunikasi yang intensif.

4. Bagaimana peran Assekper Humas PT Pelabuhan Indonesia III (Persero) Surabaya dalam membina hubungan baik dengan publik eksternal perusahaan?

Dengan eksternal Pelindo III menjalin hubungan tidak hanya dengan media jurnalistik, tetapi juga redaktur wartawan, kemudian juga dengan lembaga masyarakat lalu kepada organisasi kemasyarakatan seperti organisasi-organisasi asosiasi dan komunitas tertentu. Pelindo III menjalin komunikasi yang baik dengan mereka baik internal maupun eksternal.

5. Bagaimana peran Assekper Humas PT Pelabuhan Indonesia III (Persero) Surabaya dengan kegiatan *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) yang dilakuakn perusahaan?

Karena Asekper Humas Pelindo III dalam kegiatan program *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) yang di lakukan perusahaan berperan menyeluruh.

Pertanyaan mengenai program *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) kampung lawas maspati.

1. Apa yang menjadi latar belakang dipilihnya program kampung lawas maspati sebagai program *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) PT Pelabuhan Indonesia III (Persero) Surabaya?

Pertama Pelindo III memang ingin memiliki sebuah kampung binaan, kampung yang menjadi binaan terus menerus dari tahun-ketahun dengan jangka waktu yang telah ditentukan karena terkadang di tempat lain tidak terus menerus, sebelumnya Pelindo III pernah memiliki desa binaan di Malang. Namun kali ini ingin mempunyai kampung binaan yang dekat pelabuhan sendiri, dengan pertimbangan bahwa di Kampung Lawas Maspati ini memiliki banyak keunggulan di banding kampung lainnya. Pertama disana memiliki rumah yang sudah tua yang sebenarnya masuk Cagar Budaya karena itu patut dilestarikan. Kedua Kampung Lawas Maspati tersebut memiliki kekompakan, keguyupan dan kegiatan dimasyarakat untuk melaksanakan gotong-royong. Kemudian ketiga adalah kampung tersebut menjuarai perlombaan Green and Clean dikota Surabaya, lingkunganya yang asri, hijau, dan tertata dengan baik. Salah satu yang menjadi alasan kita untuk memilih Kampung Lawas.

2. Apa tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan dari dibentuknya Program *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) PT Pelabuhan Indonesia III (Persero) Surabaya?

Tujuanya adalah ingin memberdayakan warga sendiri, jadi tidak hanya sekedar membantu sekali tapi justru ingin memberdayakan. Nah di

Maspati sendiri harapannya bisa menjadi penghasil jasa seperti gaet untuk sumber penghidupan, bukan kita memberikan uang maupun pelatihan saja tetapi memancing dengan membuat berbagai macam event dikemas supaya Kampung Lawas Maspati ini menjadi menarik tentu tujuannya menjadi tujuan wisata dan warga dapat memanfaatkan untuk mendapatkan mata pencarian. Yang utama dari pemberdayaan ini, mereka dapat hidup dan menghidupi.

Perencanaan

1. Apakah masyarakat sasaran ikut berpartisipasi dalam proses perencanaan Program *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) kampung lawas maspati? Jadi saat perencanaan kita berdiskusi dengan Ketua RW dan RT yang terlibat di dalamnya, ditahap pertama kita meminta masukan untuk masyarakat dahulu karena yang mengerti persis lapangan adalah mereka. Baru masukan itu kita tampung di dalam perencanaan dan yang mana prioritas untuk dilakukan, terus terang kalau tidak prioritas nanti menjadi simpang siur disebabkan keinginan masyarakat banyak. Maka harus membuat prioritas mana yang didahulukan contoh diawali dengan membuat event festival, kemudian kita membentuk yang namanya koperasi, kemudian kita melakukan pelatihan, kemudian kita membenahi lingkungan itulah salah satu cara yang dilakukan secara prioritas dan tidak semua diselesaikan dalam satu tahun namun bertahap.
2. Siapa saja pihak yang terlibat dalam perencanaan Program *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) kampung lawas maspati?

Jika perencanaan di assekper itu nanti approvenya di SDM/ sekretariat perusahaan SDM dan umum.

3. Berapa lama waktu yang digunakan dalam penyusunan Program *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* kampung lawas maspati?

Road Map sudah berjalan sekitar dua tahunan lebih, menyusun itu tidak lama jadi ada target jangka pendek dan juga jangka panjang. Jangka pendek menyusunnya tidak lama, sekitar dua tiga harian itu dalam satu tahun ya. kemudahan untuk jangka panjang kita menyusunnya kurang lebih satu bulan kita juga melibatkan Pemerintah Kota dan juga mengajaknya berdiskusi, jadi tidak bisa asal mengembangkannya sendiri kita harus kordinasikan dengan Pemerintah Kota program tahunannya seperti target yang harus di tingkatkan. Misalkan pertama membenahi lingkungan dulu seperti membangun aulanya, dilanjutkan dengan pemugaran makam, namun makampun sutuhnya. Tahun kedua kita mebangun yang namanya bufleat, kemudian pelatihan, lalu membentuk kopras, kemudian kita baru membenahi seperti petunjuk arah, lalu kemudian Webside sudah mulai online.

4. Bagaimana perusahaan menentukan sasaran dari Program *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* PT Pelabuhan Indonesia III (Persero) Surabaya?

Sasaran adalah dimana Kampung Lawas Mapati itu nanti bisa mandiri, berdiri sendiri serta dapat melayani jasa khususnya untuk jasa tourisem. jadi destinasi wisata juga bisa di intragatedkan dengan wisata lainnya.

5. Bagaimana proses penyusunan Program *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) kampung lawas maspati, adakah metode yang digunakan dalam perencanaan program tersebut?

Dengan diskusi, masukan – masukan dari Ketua RW dan RT lalu selanjutnya ketika menyusun program jangka panjang memperhatikan sisi masalah karena nanti disesuaikan oleh anggaran. Pemembangun juga bertahap, tidak mungkin mngalokasikan banyak hal sekaligus. Harus bisa diprioritaskan mana saja yang belum itu yang harus diperhatikan alokasinya terutama sumberdaya, bertahap dari merubah mainset dan keterlibatan seluruh warga yang terpenting.

6. Bagaimana perusahaan mengkomunikasikan Program *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) kampung lawas maspati kepada masyarakat sasaran?

Jadi Pelindo III diawal melakukan diskusi dengan melibatkan Pemerintah Kota termasuk dengan Dinas Pariwisata atau pengelola obyek wisata, karena kampung ini juga di daftarkan menjadi destinasi sebuah kampung wisata kota Surabaya. jadi setelah itu tahapnya cukup banyak melalui pembangunan fisik.

Pelaksanaan

1. Apa saja kegiatan yang dilakukan dalam Program *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) kampung lawas maspati?

Kegiatan pembangunan ekonomi kreatif warga Kampung Lawas Maspati dalam meningkatkan wisata di Surabaya.

2. Sarana dan prasana apa saja yang dibutuhkan dalam kegiatan Program *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* kampung lawas maspati?

Membutuhkan perbaikan bangunan di beberapa titik seperti yang sudah dilakukan.

3. Pihak siapa saja yang terlibat dalam pelaksanaan Program *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* kampung lawas maspati?

Bagian asp humas, asp PKBL, dan warga penerima manfaat Kampung Lawas Maspati, lalu pemkot maupun dinas pariwisata tetapi tidak secara resmi hanya untuk kordinasi saja.

4. Kapan dimulai pelaksanaan Program *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* kampung lawas maspati?

Akhir 2014 kita mulai survei lalu kita mengawali renovai gedung serba guna karena itu fasilitas untuk diskusi, lalu festival, baru setelah itu gapura dan persarean.

5. Dimana Program *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* kampung lawas maspati dilaksanakan?

Dilakukan di jalan maspati, kecamatan bubutan. Kelurahan bubutan, kota surabaya. Tepatnya ditengah kota surabaya berdekatan dengan tugu pahlawan dan beberapa mall.

6. Bagian kegiatan mana yang dianggap lebih spesifik dan waktu pelaksanaanya?

Kegiatan seperti festival tahunan.

7. Bagaimana respon masyarakat dengan proses pelaksanaan program *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) kampung lawas maspati?

Respon baik.

8. Bagaimana kemajuan Program *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) kampung lawas maspati setelah dimulai?

Kemajuan untuk 2 tahun atau setelah beberapa bulan diresmikan semakin ramai dan pesat.

9. Faktor pendukung apa yang dihadapi dalam pelaksanaan program dan apa pengaruhnya?

Banyak warga yang kompak dan kreatif contohnya dengan setiap RT mempunyai keunggulannya masing-masing dan beberapa warga berjualan jajanan pasar, hal itu membuat perekonomian meningkat.

10. Faktor penghambat/kendala apa yang dihadapi dalam pelaksanaan program dan bagaimana cara mengatasinya?

Kurang kompaknya beberapa orang dan setelah berdiskusi keadaan dapat membaik.

Evaluasi

1. Indikator apa yang digunakan dalam proses evaluasi?

Tidak ada

2. Pengaruh apa saja yang diperoleh perusahaan setelah Program *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) kampung lawas maspati?

Image, karena kita bukan perusahaan jadi kita tidak menjual produk, karena kita jasa jika di prinsip *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) image yaitu nama baik atau citra, karena tidak ada yang kita jual dan itu menjadi salahsatu bentuk kepedulian perusahaan kemasyarakat.

3. Hal apa yang terpenting dari Program *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) kampung lawas maspati yang menciptakan manfaat bagi perusahaan?

Sama dengan image juga dan kita tidak menjual brand karena kita tidak mempunyai produk misalkan ada kampung speedy atau perusahaan yang berdampak seperti petro, semen ataupun bank karena yang lain kan sambil berjualan.

4. Siapa yang melakukan evaluasi terhadap Program *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) kampung lawas maspati?

Evaluasi dilakukan hanya saat event itu selesai, program atau kegiatan yang ada pada hari sabtu dan minggu.

5. Bagaimana proses yang dilakukan terhadap Program *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) kampung lawas maspati?

Proses berjalan dengan baik, mungkin hanya sedikit hambatan karena ada beberapa yang pada awalnya tidak setuju/ berperan serta.

6. Bagaimana mengukur keberhasilan Program *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) kampung lawas maspati terhadap masyarakat sasaran?

Dari pemberitaan dan daftar pengunjung karena awal kita masuk tahun 2014 akhir Kampung Lawas Maspati tidak ada yang tau dan di pemberitaan belum pernah ada parameternya, semakin banyak membuat even disitu maka semakin menarik. Dengan banyak even yang diselenggarakan maka mereka dapat memberdayakan masyarakat, jelas ada kontribusi disitu.

7. Bagaimana keadaan masyarakat sasaran setelah Program berakhir dan adakah perbedaan sebelum program dilaksanakan?

Dikarenakan program sedang berjalan selama 2 tahun dan target maksimal sebelum 5 tahun maka belum bisa di evaluasi secara mendetail namun dari beberapa program kegiatan yang telah dilakukan dapat terlaksana dengan baik dan membawa banyak perubahan terutama peningkatan perekonomian.

Sabar Seastono ketua masyarakat penerima manfaat program *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* kampung lawas maspati

(Wawancara Pada Tanggal 12 September 2016)

1. Apa tanggapan anda mengenai program *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* kampung lawas maspati?

Baik, sangat membantu.

2. Apa saja yang anda lakukan dalam program *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* kampung lawas maspati?

Ya bertanggung jawab kepada warga RT, dan bantuan *Corporate Sosial Responsibility* CSR itu pasti bagi saya. Keuntungannya akhirnya warga menikmatinya.

3. Apa saja yang anda harapkan dari Program *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) kampung lawas maspati bagi kehidupan anda kedepanya?

Program SDM sudah berjalan, tahun ini saya memang menekan UKM agar bisa berkembang dan mandiri/ tumbuh kembang. Dan jangan terlena dengan pembangunan.

4. Sarana dan prasarana apa saja yang dibutuhkan dalam pelaksanaan Program *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) kampung lawas maspati?
Pamflet panten, seperti video berjalan untuk menunjukkan kegiatan kampung lawas maspati. Karena semua program sudah berjalan dengan baik, untuk sekarang ini hanya tinggal menggecarkan promosi.

5. Apa saran terhadap Program *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) kampung lawas maspati?

Saya harapkan jangan terputus sampai disini, karena yang namanya pembinaan itu mulai hilir sampai hulu. Setelah itu baru ditinggal, tentu pembinaan ini tidak hanya diberi donasi uang. Pembinaan ini diperlukan kasih sayang, pembinaan ini bukan hanya finansial, namun komunikasi yang terbuka.

6. Apakah program Program *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) kampung lawas maspati membawa perubahan dalam peningkatan ekonomi dan kegiatan warga?

Ya pasti.

7. Siapa saja yang terlibat dalam Program *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) kampung lawas maspati?

Ketua RW 8, Ketua RT 1-6 dan terkadang adanya pengurus wisata dengan jumlah 8 orang yaitu: (yitno ,rini, hermin, agus, eki, mayang, sandi, taufik).

8. Mengapa anda bersedia bergabung dalam Program *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) kampung lawas maspati?

Karena yang menanggapi permintaan kemitraan dan binaan dalam bentuk proposal yang disebar ke 10 perusahaan hanyalah Pelindo III.

9. Adakah pemantauan monitoring dari perusahaan selama Program *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) kampung lawas maspati berlangsung?

Ada monev tapi saya tidak tau seberapa jauh dan itu secara diam-diam.

10. Sejauh mana anda ikut berperan serta dalam pelaksanaan Program *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) kampung lawas maspati?

Saya berperan penuh 100%.

11. Tujuan apa yang ingin anda capai dalam peran serta pelaksanaan Program *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) kampung lawas maspati?

Kampung berkembang (wisata), kampung UKM.

12. Bagaimana awal mula kemitraan yang dijalin antara PT Pelabuhan Indonesia III (Persero) Surabaya terkait dengan Program *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) kampung lawas maspati?

Awal mulanya saya membuat 10 proposal untuk dibagikan kepada perusahaan-perusahaan yang memiliki Program Program *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) dan yang menanggapi adalah Pelindo III walaupun sebelumnya Kampung Lawas Maspati telah di riset untuk apakah layak atau tidak menerima Program program *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) dari Pelindo III.

13. Bagaimana intensitas pertemuan dalam Program *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) kampung lawas maspati?

Terbatas karena hanya berkomunikasi melalui Whats Up.

14. Manfaat apa saja yang anda dapatkan dalam pelaksanaan Program *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) kampung lawas maspati?

Lebih terbantu untuk meningkatkan ekonomi warga.

15. Perubahan apa saja yang anda rasakan sebelum dan sesudah mengikuti Program *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) kampung lawas maspati?

Tentunya sebelumnya tidak semua warga yang bergerak karena mungkin kurangnya komunikasi dan contoh real keberhasilan program yang besar, namun sekarang semua warga baik usia tua maupun muda sudah mau ikut dalam membantu berlangsungnya program.

Transkrip Wawancara

Nama : Ardella Trastiana Dewi/ +62 821-3399-7107

Jabatan: **Pelaksana Utama I Humas** dari Assekper
Hubungan Masyarakat

Tanggal, Jam/ Tempat : 30 April 2016, 11:10 – UNS

(wawancara pra-survey) Pertanyaan & jawaban

**1. Ada data bahwa mendapat dukungan resmi dari stakeholder/
pemerintah?**

Alamat web:

2. Kenapa kampung lawa maspati? Secara khusus

3. Kenapa mengambil pelindo III?

“Karena menarik” karena ini BUMN ke pelabuhanan tetapi dia menyasarannya untuk wisata, jadi disitu yang menarik adalah tidak hanya fokus ke pelabuhanan tetapi juga sudah merambah kepariwisata. Karena secara tidak langsung itu akan mempengaruhi bisnisnya. Misal kedatangan kapal pesiar bisa diarahkan ke sana itu. Salah satu upaya untuk meningkatkan pariwisata dan juga meningkatkan taraf hidupnya warga dikampung lawas maspati. Dan tidak ada keegoisan atau semata-mata mencari keuntungan

4. Apakah ini program CSR unggulan?

Jika untuk kampung binaan memang unggulan karena ada banyak CSR contohnya pendidikan, tempat ibadah atau lain sebagainya. Sebenarnya dulu ada 2, yang pertama di kampung nelayan tetapi tidak bergerak

5. Walikota terkesima karena apa?

Karena beliau melihat sinergi antara BUMN dengan masyarakat secara langsung dan tidak hanya asal bicara tetapi sudah ada bukti.

6. Dulu apa? Sekarang menjadi apa? Lingkungan kampung lawas maspati (misalnya dulu bukan apa-apa/ nothing)

Cp bapak sabar

7. Apa sesuatu yang membuat kampung itu meningkat?

8. Pendukung & penghambat?

Transkrip Wawancara

Nama : Sabar Seastono/ +62 821-3996-9600

Jabatan: Ketua RW08 di Kampung Lawas Maspati

Tanggal,Jam/ Tempat : 07 Mei 2016, 14:20 – surabaya

(wawancara pra-survey) Jawaban

Penjelasan menyeluruh pertama kali menjadi RW saya berfikir bagaimana pengembangan ekonomi kebangkitan wong kampung, yang perlu diketahui kampung dan negara dahuluan kampung. Sejarah mengatakan begitu tanpa adanya kampung tidak mungkin adanya negara.

Barometer ini saya ambil dan bicara kronologis kampung lawas maspati, saya browsing ternyata di kampung lawas maspati itu mempunyai sejarah yang sangat luar biasa, ternyata perumahan adipati kerajaan. Di tengah kota surabaya ini terjadi kerajaan keraton, di tengah-tengah keraton itu ada tepikalasan dari kerajaan surabaya dan pelabuhan di tanjung perak.

Disini perumahan adipati, dan disinilah saya membuat brand. Pertama saya melangkah itu dengan brand, tanpa ada brand tidak bisa untuk melangkah. Saya bikin kampung lawas maspati, saya berfikir surabaya yang di tontok opone. Masak tugu pahlawan/ kebun binatang/ masak kenjeran. Disitulah kampung adalah sumber ekonomi kalau kita kemas dengan baik akhirnya, kampung lawas maspati ini saya jadikan sebagai brand.

Ada petilasan-petilasan rumah yaitu rumah 1907 yang dibangun pada 1907 rumah itu masih ada utuh tidak berubah sama sekali, dan rumah onoko loro adalah sekolah kolonial belanda jaman dulu setiap kampung ada rumah yang dibuat sekolah untuk memberantas buta huruf dan rumah jajaharjo asli ponorogo dan bapaknya raden itu adalah selir, dari situ ada tanah percikan karena bebas pajak dingamba'an ponorogo bapaknya seorang. Akhirnya dia merantau kesurabaya mencari pekerjaan disitu dia masuk, dijaman kolonial belanda cari pekerjaan itu gampang kalau keturunannya raden.

Akhirnya masuk dikesehatan dikampung ini dinamakan mantri dan disitu juga ada makan bah bunyut suruh adalah cucu dari sawung galih, kita jadikan desa wisata yang pertama, kedua kita mempunyai 6 RT dengan jumlah KSK 350 jiwa, masing-masing RT mempunyai yang berbeda-beda dan masing-masing mempunyai prestasi yang luar biasa pada waktu itu GREEN AND CLEAN dan masing masing-masing RT pun juara semuanya.

Lomba itu antar RT surabaya dengan kategorinya masing-masing sudah punya rumah secara historis dan sejarah "kalian itu sudah ijo royo-royo dengan swadaya masyarakat sendiri, akhirnya yang saya harapan itu untuk masing-masing RT mempunyai produk unggulan dari tanaman RT 1 cincau, RT 2 lidah buaya, RT 3 jahe, RT 4 Belimbing, RT 5 dibuat aera perdagangan, RT 6 markisa yang buahnya di buat sirup itulah produk unggulan.

Akhirnya saya branding bagaimana cara orang disini bisa ada 2 wisata yaitu kuliner dan historis, tinggal nanti masuk RT 4 itu welcome drink dan ucapan

selamat datang. Kita pake sarung juga, adat surabaya masuk RT 2 bicara produksi dan kalau ada wisata datang secara rombongan kita siapkan tempat untuk melihat cara produksi nah misalhnya bagaimana sih cara produksi cincau dan saya khususkan di RT 1 ada rumah 1907 dan ongko loro dan di gang 6 ini ada permainan lawas (komplit) dengan itu pemberdayaan ekonomi meningkat, melestarikan sejarah kita kemas menjadi wisata secara ekonominya ternyata sejarah itu bukan hanya sejarah tetapi produk yang masing-masing seperti yang sudah saya jalankan.

Peneliti menanggapi berarti benar yang ada alur masuk gang semarang dan keluar.. ya benar sehingga semua kena dan sehingga semua RT itu merasakan dan disitu juga ada musik patrol, membuat festival kampung lawas, apa sih itu ? “festival kok dikampung orang pasti bingung, saya ingin menumbuh kembangkan kampung – kampung ini menjadi perekat kesatuan anak bangsa, kampung ini mempunyai talenta yang sangat bagus, menjaga bineka tunggal ika bedakan dengan perumahan misalkan agama. Di sini yang saya harapkan jika kampung saya hilang siapa yang melestarikan budaya nah maka kesimpulannya harus diperhatikan, dan harus didukung oleh teman – teman semuanya.

Barusan ini saya yang membuat kampung menuju MEA sekarang sampai sampean sarjana apakah harus kerja di singapore ? duite piro nek merono ? dan apakah akan sukses disana ? yang kita bisa pegang adalah budaya, budaya inilah yang harus kita jual yaitu budaya kampung. Setiap sabtu minggu saya membiasakan warga berjualan disini agar supaya bisa menerima. Rata – rata warga disini yang sudah buka kurang lebih 3 bulan peputaran uang 2 juta eh 5

juta. Berarti logikanya uang itu kembali ke warga. Kalau seandainya meningkat maka akan kaya warganya, benarkan ?

Dan kedepan saya kepingin pola pikir kita bagaimna RT/RW bukan hanya mengurus KTP/ mengantarkan surat kekelurahan tetapi bagaimna meningkatkan perekonomian bukan diributkan dengan masalah seperti raskin itu akan bikin capek. Kalau itu bisa diterapkan di selurauh suarabaya enggak bakal ada wong melarat. Saya katakan kepada warga bahwa RT/RW, pak sampaean niku seng ngongkon. Jika itu jamannya jadi orang kaya saiku enggak jaman ngrasani orang kaya. Kita harus melangkah, iki MEA. Nangis pak, bulan desember atau bulan ramadhan besok pecah semua banyak PHK kita enggak kerasa, kita dijajah tenaga asing dan perekonomian kalau kita tidak melakukan dari bawah (pemberdayaan warga) kerjaan apa ? mari S1 kon sekolah maneh S2, indonesia dikon sekolah terus.

- 1. Penghambat** : memang semua orang tidak sama pemikirannya karena belum merasakan untungnya, sudah dapat untung pasti senang. Saya berusaha membangun kampung dan perekonomiannya tidak sepeserpun meminta uang kepada warga tetapi dengan dana CSR.
- 2. Pendukung** : kesimpulan orang itu jika pingin maju berusaha, orang – orang ini jangan samaai dimintai uang. Tunjukan pada CSR jangan aneh - aneh saya berkali – kali minta di kasih dan wargapun bertambah senang.

3. **Membangun melek warga sekitar berapa lama pak ?** sekitar satu sampai dua tahun (2013) tanpa pelindo, pelindo mulai pertengahan 2015.
4. **Bagaimana keadaan sekitar / lingkungan ?** baik
5. **Siapa yang membuat video atau iklan ?** warga secara sukarela.
6. **Komunitas** karang taruna tetapi tidak berjalan
7. **Pekerjaan**
Lansia 10% wirausaha 20% pelajar 30% pegawai 40%
8. **Perilaku kriminal** normal
9. **Kesehatan** –
10. **Kegiatan masyarakat** sementara sabtu, minggu dan hari tertentu jika adanya event

Transkrip Wawancara

Nama : Sabar Seastono

Jabatan : Ketua RW 8

Tanggal, Jam: 19 Juli 2015, 02:08pm

(wawancara pra-survey) Pertanyaan & Jawaban

1. Apa saja program yang dibuat oleh Pelindo 3 untuk Kampung Lawas Maspati (berapa macam)
2. Sudah menerima dana sebanyak berapa jumlahnya dan berapa kali perperiode?

Jawaban:

**uang pembangunan fisik seperti aula, persarean, gapura, koperasi
uang binaan 40juta-60juta-70juta
dan terkadang setiap event diberi uang 15juta**

3. Diweb dijelaskan bahwa Pelindo 3 memeberikan binaan, pelatihan, dan mempromosikan. Nah yang seperti apa di Kampung Lawas Maspati? Maka bisa dikatakan CSR yang seperti apa misal. Community atau?

Jawaban:

Pembinaan program lanjutan tetapi bukan paten, pelatihan belum ada, promosi dengan pembuatan web/blog dan juga mendatangkan wartawan

4. Saat Pelindo 3 masuk, kampung lawas maspati sudah berjalan berapa hitungan persen

Jawaban:

Sekitar 40%, kampung lawas sendiri memasukan 10 proposal permohonan binaan ke10 perusahaan

5. Bina lingkungan yang mempunyai tujuan untuk?
6. Dalam ruang lingkupnya masuk dalam kategori, (apakah bantuan perlestarian alam- mempertahankan/ merehabilitasi kondisi alam berupa pelestarian cagar budaya. Ongko loro?
7. Biografi pak RW, dan 6 RT-
 - a. Nama lengkap. Umur. Asal
8. Penjelasan singkat & detail tentang Kampung Lawas Maspati oleh pak Edi Priyanto selaku Humas= Apa, Kapan, kenapa, Dimana, Mengapa, bagaimana

Transkrip Wawancara

Nama : Edi priyanto/ +62811366478

Jabatan : Assekper Humas Pelindo III

Tanggal, Jam : 21 Juli 2016, 08:29am

(wawancara pra-survey) Jawaban

Untuk yang memang membutuhkan ya, kalau ini adalah masyarakat yang potensial. Maka ini kita bantu

Ini bukan korban atau yayasan yang anak asuhan (bukan carity) masuk kategori cagar budaya termasuk seni, kalau bentuknya mulai dari kita membantu perbaikan fasilitas-fasilitas seperti balai RW, kemudian makam, renovasi gapura, kemudian kita juga menyiapkan pendukung ada photo booth yang kita siapkan, kemudian papan nama, kemudian arah lokasi, terus kemudian ada fungsi juga adalah kita pembina untuk didikan koperasi, mendirikan koperasi, kemudian membina terus kemudian memberikan pelatihan UMKM, pelatihan gaet, pelatihan enterpreneur, terus kemudian juga memberdayakan memberikan fasilitas kepada seni patrol. Nah musik patrol itu juga adalah kita bina, dan kita promosikan supaya mereka ini ibaratnya menjadi terkenal sehingga nanti ada tanggapan uangnya krotibusi untuk mereka. Kan mereka selama ini hany tampil dikampung nah ini udah mulai kita bawa ke luar, nah kita mulai dari acara-acara pelindo mereka kita libatkan. Mereka ngisi acara itu, nah beberapa acara itu mereka kita undang kan musik patrol itu seperti acra sepeda santai, terus seperti acara konfrensi bisnis maritim, mereka kami berikan kesempatan

Binaanya bertahap-berkelanjutan, jadi gak bisa hanya setahun jasi sekali juga gak bisa, kemudian penyelenggaraan event festival setiap tahun, festival itu sebagai gaungnya, terus kemudian kita yang intengible adalah mempublikasikan kita mengajak media kesitu untuk memperkenalkan, termasuk blogger. Termasuk yang terakhir web itu bertahap itu nanti tahapanya ini masih proses berjalan tidak semerta-merta langsung selesai

Kegiatan paten festival tiap tahun, lalu kalau yang melibatkan dengan luar ya itu tapi kan agendany kan banyak peminat yang masuk kesitu menggunakan fasilitas itu event-event banyak sih cuman kita sifatnya lebih mereka harus ada kemandirian bukan harus dituntun terus, salah kita kalau harus dituntun terus, kita harus memberikan kailnya bukan memberikan ikannya, contohnya kail itu satu tapi kita harus bisa ngembangkan termasuk mulai jualan tiap sabtu minggu kan kita buka. Kalau event mereka sabtu minggu buka untuk pengunjung domestik termasuk untuk yang jualan nah itu untuk memperdayakan, jadi itu ada campur tangan orang luar tapi mereka bisa hidup dan itu menhidupkan.

Memang kita tidak bisa terus-terusan karena gak mungkin kan, sumber daya juga kita tidak mungkin. Cuman kita sifatnya apa yang bisa dikerjakan ya dikerjakan, Dia kan yang diterimakan uang fisik, kita kan membatasi untuk menerima uang karena menerima uang itu bisa kemana-mana. Maka kita lebih banyak wujud barang

Transkrip Wawancara

Nama : Edi Priyanto

Tanggal : 2 Oktober 2016

Tentang logo artinya, menunjukkan lambang rumahh lama/bawah menggambarkan Kampung, itu adalah kampung yang memiliki beberapa bangunan rumah ta. (sebenarnya ada 2 logo, dengan yang pohon hijau) Tambahan CSR didalamnya bina Lingkungan.

Pelindo 3

Kemitraan (Pinjaman Lunak).

Bina Lingkunagn (sarana, prasarana),

Bisnis (Pembagian sembako),

Sponsorship (event Festival) branding, promosi kemediia.

sekper

Asp PKBL – Ketua RW

Asp Humas – Kampung Lawas – Ketua RT

Kordinasi dengan pemkot namun tidak secara langsung, pelindo satu kesatuan jadi langsung. Target tumbuh mandiri secara ekonomi, mandiri hasil jualan ronde, bakso, Kripik, Jajanan Pasar. Makanan dibuatkan koperasi dan menjadi wisata herritag. Camat sawan ingin menjadi seperti Kampung Lawas Mapati, nextnya pinjaman lunak.

Kegiatan Program Besar

- Infrastruktur, sarana dan prasarana.
- Program education, seperti pelatihan gaet, dan keterampilan enterprener.
- Membuat buflet, website, dan event tahunan untuk memancing wisatawan.

Transkrip Wawancara

Nama : Rini Sutrisno/ +62 821-3996-9600

Jabatan : Humas Kampung Lawas Maspati

Tanggal, Jam : 18 Desember 2016, 07:00-10:00

(wawancara survey) Jawaban

Nanti masuk PKK RW. PKK RT sendiri. Jadi nanti Kecamatan juga memiliki PKK sendiri dan saya juga Ketua PKK Kota. Jadi nanti dari PKK kecamatan turun ke PKK kelurahan lalu ke PKK RW, PKK RT sistem informasi dari atas kebawah, dari ibu-ibu.

Karena seorang ibu adalah penyampai terbaik. Nisal kependudukan, akte itu harus terlambat akan kena denda, atau akte kematian bayar 100 Ribu. (informasi terdepan itu dari ibu-ibu). Peran ibu PKK, ada buku admin, tentang pengembangan toga, dana mandiri swadaya dan swadaya. Benar memang sebuah Kampung yang termanagemen dan mangemennya dipegang oleh PKK, misal per RT mempunyai program satu tahun, admistrasi Lingkungan, dari Kota jadi setiap kegiatan ada dokumentasinya.

Keunggulan RT 1 tanaman Cincau hijau diolah, dijual dipacking dan diproduksi, lalu edicationya juga dijual seperti cara pembuatan, saya sebagai ketua kader lingkungan dan ketua PKK dan juga ketua Posyandu punya misi bahwa yang membuat ikon antara RT 1 dan lainnya tidak bertabrakan, karena program peranan kan ada di ibu-ibu semua maka dari itu saya bagi sesuai kelompok seperti yang ada didalam hadist dan ternyata satu RT itu mempunyai pemikiran yang sama. Jadi karena dulu ada pembuat cincau temanggung suksesnya dengan

kapasitas menjual dengan grobak, tapi sering kekurangan bahan baku. Nilai ekonominya pembibitannya mudah, menjualnya enak dan banyak yang suka dan sari situ diwajibkan setiap rumah mempunyai minimal 2 tanaman boleh lebih, harga 1 kg 15 ribu dan satu kampung dengan diberi edukasi dengan pelatihan pembuatan cincau hijau dan pembibitan, cara penanaman, panen, dan petiknya. Pembelajarannya Rp 200.000 bagaimana meremasnya, bagaimana managemennya/marketing dan bibitnya dijual juga. Dan orang korea itu suka minumannya diracik langsung. Lomba rujak ulek dengan asosiasi mahasiswa teknik se asia

RT 2 lidah buaya, mudah perawatannya dan tamnaman yang banyak digunakan sampo sabun dan lainnya. Dan tiap rumah diwajibnya 2 tanmanan herbal. Dan membuat stik/kue liah buay. Dan manisan lidah buaya (es lidah buaya natadecoco). Pepaya, tomat, dan mengembangkan produk pare seperti industri kembangkan UKM. RT 3 Jahe, dan jahenya sudah mempunyai nomor Pom sebagai jamu dan makanan herbal. RT 4 belimbing wuluh sirup, tetepi sekarang belimbing buah manisan. RT 5 dan RT 6 dulu markisa dan punah beli dimalang asam jawa

Saya pengen Kampung Mapati jadi Kampung Klengkeng kristal dan mebuat kincir, karena mengikat angin, lansia dan anak-anak, motoriknya tidak main kau hanya main pundak lutut kaki, biar tidak pikun.

Pemkot dulu baru pelindo, tapi sebelum itu pelindo sudah membantu.

Tradisional, dakon, bakia, engkle, dan yel-yel, bazar kuliner, kerajinan likal pembuatan blangko. Ibu –inu sudah mendapat pelatihan batik sebenarnya tapi pak sabar tidak kordinasi, dan pak sabar lebih memilih orang luar/anak relawan.

Pembentukan kopasi, dinas koprasian, sebelum pelindo masuk Maspati haru memiliki bdan hukum seperti SPJ. Surat pertanggung jawaban seperti laporan. Dan ide semua dari pelindo misal di tempel. Membantu pembiayaan/fisik koperasi. Tetapi koprasinya sekarang mati, hanya digunakan sebagai alur keluar masuk uang, dan tidak ada perputaran uang. Semua produk UKM di bawah koprasi, dan akhirnya RT 1 membuat simpan pinjam sendiri, karang taruna tidak hidup, yang berjala PKK kader lingkungan. Posyandu lansia dan balita sebulan 2 kali rabu minggu kedua, dan terakhir kamis ketiga, dan pengajian rutin selasa dan pengajian aisyah minggu sebulan sekali dan pertemuan pengurus RT dan RW ketuanya.

POKDARWIS ? (struktur organisasi)

Festival Kampung Lawas 2 kali karena masih 3 tahun, tahun ke 3 sibuk karena ada UN HABITAT, keduanya bu Risma datang. Jajaran redaksi pelindo,. Namun waktu pertama tidak ada yang datang, Kepala Dinas, Kapolres, Kapolsek, kementrian Kesehatan bapak Bambang Sulistono. Kegiatan sabu minggu hampir satu tahun ada kuliner tapi kalau binaan dari pelindo lebih keperwisataan seperti pelatihan festival Kampung pertama 2014 bulan November.

- Tujuanya pengembangan perekonomian, kampung figur/percontohan

- Target rapat anggota 20 orang untuk pelaporan koperasi yang berumur satu tahun.

Pengelolaan Pak Sabar Semua, pelaporan SPJ nyuruh orang dan uang CSR tidak tau dapat berapa.

Eki jurusan pariwisata tapi sibuk. Taufik Pak RT 2, humas Kampung Lawas, Penggerak, Guad yang bekerja disini Bu rini, Bu Hermi, Pak Yitno.

Mekanisme keuangan Kampung Lawas tidak jelas.

Bikin apa, branding, tapi memperkenalkan/mempresentasikan (foto akad) saat Kampung Lawas dengan Pelindo. Masyarakat ikut berpartisipasi dalam membuat program, yang diundang saat akad adalah orang-orang yang mempunyai produksi seperti Pak Anton mempunyai distro. EKONOMI kreatif bikin lukisan, baju disewakan yang daur ulang (menjadikan sesuatu lebih kreatif dan agar Kampung tidak tergeser)

Tanggapan: CSR sangat membantu sekali, dengan program yang nantinya ingin diwujudkan Kampung Lawas, bantuan-bantuan dari CSR itu menmbuhkan kreatifitas menumbuhkan ekonomi kreatif, menjadikan ajaran dari Kampung Lawas walaupun tidak seluruhnya, yang kena dampak positif yaitu pelaku-pelaku yang istiqomah. Dampak pembangunan, sembako, pelatihan sebelum mendapatkan CSR. Jadi meningkatkan taraf hidup dan kami bertrimakasih.

Harapan CSR yang utama pengaruhnya termangema/tersampaikan lebih tepat sasaran tidak hanya CSR yang sebagai ajang promosi sebuah perusahaan,

seperti branding semua harus tertulis perusahaan tersebut, benar-benar bantuan sosial, jangan jadi korban market, benar-benar meningkatkan ekonomi sosial.

Sarana/prasarana: lebih dikenal lagi, parkir area ingin mempunyai parkir karena selama ini parkirnya di Tugu Pahlawan.

RT 4 Pak Fandi (tempat jualan kare-kare) seharusnya bisa dibuat parkir, pemasukan kedia semua. Komplek Gapura di pegang preman (tidak ada komunikasi/polemik) rancangan ITS. Dan Pak Edi juga kaget dan Pak Sabar takut dengan RT4.

Bu Risma juga ramah kenapa pintu masuk digang belakang, sekarang digang 5. Dan menjadi masalah lagi sana tidak terbagi pengunjung karena alur keluar yang tidak benar/kurang tepat. Dan RT 2 juga kress dengan Pak Sabar. Dan sampai mengundurkan diri digantikan dengan teman dekatnya, perkara pafing, padahal tidak ada banjir.

Tanpa ada amdal analisa dampak lingkungan, ditinggikan 20meter dan akhirnya tanahkirinya tenggelam, padahal bisa diandudukan diulang lagi. Proyek di blokir dan diberhentikan, asal kontraktor akhirnya ganti lagi dan orang dikasih uang per RT seperti sejuta, dan akhirnya mendon gaweni dengan uang sendiri.

Masak welcome drink gelasnya karatan dan jorok tapi yang sekarang dibuat orasmanan. (kolerasi visual dan narasi tidak nyambung/ tidak bisa di deskripsikan. Datangnya gimana pembandingnya jadi bingung).

Perjuangan dari dulu pak eko no 1 20 tahun, lalu estafet kakak ke adik yaitu Pak Sabar masih 3 Tahun tujuan ikut lomba agar lebih baik dan dikenal, dan kartini day itu adalah gebrakan. Dan manggil Bu Risma yang baru satu tahun menajbat.

Dipegang oleh cak daning Surabaya disponsori honda dan suzuki. Bu Rini pengganggu banyak acara.

Apa Saran: Harus meningkat seiring meningkatnya yang dibantu, alokasinya kurang tepat, dan tidak ada SPJ. Padahal Bu rini sudah disuruh lompat kewenangan. Usulan misal uang 55 untuk pengembangan, malah buat mbah buyut tapi tidak selsai, seharusnya yang tidak penting tidak usah, karena semua sarana prasarana ada di RT 5 semua. Seharusnya 55 juta itu bisa dibagi per RT 6 Juta karena tiap RT mengetahui apa yang dibutuhkan untuk dibenahi. Destinasi yang mandiri benar-benar berdiri dikaki sendiri

Perubahan: yang dulu ngerumpi ibu-ibu, sekarang ada pacuan orang asing datang jadi ada kreatifitas berjualan makanan/ tanaman dan memang membawa dampak positif dari pola pikir, perilaku, dan ekonomi, memang tidak drastis namun setidaknya nyata.

Kenapa bersedia: seperti hubungan batin seblum CSR karena sering diundang dan sebaliknya karena satu wilayah dan Pelindo disamping perusahaan yang besar tetapi mempunyai profit yang baik. Pertanggung jawabanya menajadi baik seperti kebun binatang jambagnya itu dengan menjadi baik selain hubungan batin maupun care Pelindo juga mempunyai Visi yang sama dengan Kampung Lawas Mapati.

Pemantauan – kita memang sering dipanggil untuk sering bikin laporan. Bagaimana perkembangnya dan kirim gaet, booth, sekarang pemberian uang, EO diberi secara full. Kalok uang audit itu dulu.

Tujuan – merubah secara ekonomi (Kampung berkembangnya UKM wisata tengah Kota) dan lebih pesatnya UKM merubah keseluruhan kehidupan ekonomi. Kaitanya dengan adanya wisata makan akan ada peningkatan ekonomi.

Awal mula kemitraan – Kampung bikin Festival dengan mengundang erusahaan besar saranya seponsor dan setaunya belum mengenal CSR, dan pernah membantu kredit-kredit kecil dibantu oleh pertamna pelindo secara pribadi

Dan masuk suara Surabaya setiap hari. Dulunya mau kasih mesin untuk markisa dan Bu Risma perintah – perintah ayo Pelindo batu ini “makanya Pelindo akhirnya bantu. Majalah dermaga (sponsor) respon dari 10 persahaan pelindo tas dan komunikasi.

REKAP DANA YANG TELAH DIKELUARKAN UNTUK KAMPUNG LAWAS MASPATI**TAHUN 2015**

| NO | URAIAN | PERIODE | BESARAN |
|-----------|--|-----------------|-----------------------|
| 1 | Renovasi ruang serbaguna | 6 April 2015 | 41.000.000,00 |
| 2 | Partisipasi Kegiatan Festival Kampung Lawas Maspati | Mei 2015 | 15.500.000,00 |
| 3 | Transportasi perwakilan warga kampoeng lawas maspati - diskusi tgl 27 Agustus 2015 - 14 orang x @Rp.150.000,- | Agustus 2015 | 2.100.000,00 |
| 4 | Pembangunan Gapura, ruang resepsionis, renovasi pesarean, renovasi balai RW | 27 Agustus 2015 | 58.990.000,00 |
| 5 | Biaya Transportasi perwakilan warga Kampoeng lawas Maspati acara Jawa Pos Metropreneur 2015 season ke-3 tanggal 21 September 2015 - 11 orang x @Rp.125.000,- | September 2015 | 1.375.000,00 |
| 6 | Biaya Transportasi perwakilan warga Kampoeng lawas Maspati acara Jawa Pos Metropreneur 2015 season ke-4 tanggal 28 September 2015 - 11 orang x @Rp.125.000,- | September 2015 | 1.375.000,00 |
| 7 | Biaya Hiburan musik patrol acara FH BUMN tanggal 1-2 Oktober 2015 | Oktober 2015 | 1.500.000,00 |
| 8 | Biaya Hiburan musik patrol acara Konferensi Bisnis Maritim tanggal 28 Oktober 2015 | Oktober 2015 | 4.000.000,00 |
| 9 | Pekerjaan interior Gapura, conter souvenir, kantor koperasi | 6 November 2015 | 74.988.000,00 |
| | TOTAL BANTUAN TAHUN 2015 | | 200.828.000,00 |

TAHUN 2016

| | | | |
|----|--|--------------|---------------|
| 1 | Partisipasi Kegiatan Peresmian Kampung Lawas Maspati sebagai Kampung Wisata Surabaya | Januari 2016 | 52.298.500,00 |
| 2 | Biaya pembuatan buku dan x banner untuk acara Festival Kampoeng Lawas Maspati 2016 tgl 24 Januari 2016 | Januari 2016 | 12.590.000,00 |
| 3 | Pembuatan website Kampung Lawas Maspati www.kampunglawas.com | Maret 2016 | 20.000.000,00 |
| 4 | Biaya Pembayaran Penampilan Musik Patrol Kampung Lawas Maspati dan Bantuan Transportasi Penjaga Stand Acara <i>Pre Launching Surabaya North Quay</i> | Maret 2016 | 6.800.000,00 |
| 5 | Biaya Sewa Tenant Surabaya North Quay | April 2016 | 1.000.000,00 |
| 6 | Pembangunan 2 Gapura | April 2016 | 52.403.000,00 |
| | Neon box logo Pelindo dan kampoeng | | 2.940.000,00 |
| | Neon box nama gang | | 15.925.000,00 |
| 7 | Biaya Akomodasi Pengurus Kampung Lawas Maspati ke Asdep Pemberdayaan Masyarakat di Jakarta | Juni 2016 | 7.040.079,00 |
| 8 | Partisipasi Acara Hari Habitat Sedunia di Kampung Lawas Maspati | Juli 2016 | 28.950.000,00 |
| 9 | Pembuatan materi utk acara hari habitat sedunia di kampung lawas maspati | Juli 2016 | 27.910.000,00 |
| 10 | Booklet Kampung Lawas | | 7.250.000,00 |

TOTAL SEMENTARA 2016

235.106.579,00

| Pembuatan materi utk acara hari habitat sedunia di kampung lawas maspati | | | | | | |
|--|---|---------|-------|---------------|----------------------|--|
| 1 | Booth photo 2 lokasi Kampung Lawas | 2 | unit | 6.250.000,00 | 12.500.000,00 | Juli 2016 |
| 2 | Signage petunjuk arah | 5 | unit | 950.000,00 | 4.750.000,00 | |
| 3 | Signage papan informasi | 3 | unit | 770.000,00 | 2.310.000,00 | |
| 4 | Plafon makam | 1 | paket | 4.850.000,00 | 4.850.000,00 | |
| 5 | Dekorasi dan cat rumah lawas | 1 | paket | 3.500.000,00 | 3.500.000,00 | |
| SUB TOTAL | | | | | 27.910.000,00 | |
| 6 | Booklet Kampung Lawas | 50 0 | pcs | 14.500,00 | 7.250.000,00 | |
| SUB TOTAL | | | | | 7.250.000,00 | |
| 7 | Pembuatan website Kampung Lawas Maspati www.kampunglawas.co m | 1 | paket | 20.000.000,00 | 20.000.000,00 | Proses pengaju an Maret 2016 |
| SUB TOTAL | | | | | 20.000.000,00 | |
| Materi Publikasi Festival Kampoeng Lawas Maspati 2016 Tanggal 24 Januari 2016 | | | | | | |
| 8 | Buku kampung lawas maspati | 50 0 | buku | 15.700,00 | 7.850.000,00 | Januari 2016 |
| 9 | X banner | 12 | buah | 395.000,00 | 4.740.000,00 | |
| SUB TOTAL | | | | | 12.590.000,00 | |

RINCIAN ANGGARAN BIAYA
KEGIATAN HARI HABITAT SEDUNIA TAHUN 2016
DI KAMPOENG LAWAS MASPATI
24 - 30 JULI 2016

| NO | URAIAN | JUMLAH | HARGA SATUAN | TOTAL |
|-----------|--|--|---|--|
| 1 | Kesekretariatan - Konsumsi panitia pra acara 3 hari - Akomodasi, transportasi, komunikasi | 90 (30 orang x 3 hari) 1 paket | 20.000,00 2.000.000,00 | 1.800.000,00 2.000.000,00 |
| 2 | Seksi Acara - Musik Patrol - Tari Remo - Welcome Drink - Sarung dan Udeng - Guide - Guide Spot | 2 grup 2 grup 100 orang 100 pcs 4 orang 2 orang | 500.000,00 750.000,00 5.000,00 60.000,00 50.000,00 50.000,00 | 1.000.000,00 1.500.000,00 500.000,00 6.000.000,00 200.000,00 100.000,00 |
| 3 | Konsumsi - Tamu - Air mineral 600 ml | 100 orang 10 dos | 25.000,00 35.000,00 | 2.500.000,00 350.000,00 |
| 4 | Perlengkapan - Sound Sistem - Penjor/umbul-umbul | 1 paket 50 pcs | 1.500.000,00 90.000,00 | 1.500.000,00 4.500.000,00 |
| 5 | Dokumentasi - Dokumentasi foto dan video | 1 paket | 2.000.000,00 | 2.000.000,00 |
| 6 | Biaya Lain-lain tak terduga | 1 | 5.000.000,00 | 5.000.000,00 |
| | TOTAL | | | 28.950.000,00 |