

IMPLEMENTASI PROGRAM CSR DALAM PENINGKATAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT MELALUI PENGEMBANGAN UKM DI PAMEKASAN

Nurul Alfian

fyanque89@yahoo.com

Runik Puji Rahayu

runik@unira.ac.id

Fakultas Ekonomi Universitas Madura

ABSTRACT

This study aims to see how much the implementation and role of Corporate social responsibility (CSR) in increasing the independence and welfare of the community through the development of SMEs in Pamekasan. This research uses a descriptive method with a qualitative approach. In qualitative research the researcher studies various selected issues, cases, and events in depth and in detail. The results of this study are in the CSR program run by the East Java UMKM Livestock Office stating that in addition to providing funding assistance to the UKM, it turns out that the CSR program from the East Java UMKM Bank provides training and guidance to the guided SMEs. Moreover, there are many problems that occur in SMEs, especially in Pamekasan Regency, so it can be concluded that it can help SMEs in improving the welfare and independence of the community through the development of SMEs.

Keywords: CSR, UKM development, Welfare and independence

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk melihat seberapa besar implementasi dan peran *Corporate social responsibility* (CSR) dalam meningkatkan kemandirian dan kesejahteraan masyarakat melalui pengembangan UKM di Pamekasan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Dalam Penelitian kualitatif peneliti mempelajari berbagai isu-isu, kasus- kasus, serta kejadian-kejadian yang terpilih secara mendalam dan rinci. Hasil dari penelitian ini adalah dalam program CSR yang dijalankan oleh pihak Bank UMKM Jatim menyatakan bahwa selain memberikan bantuan pendanaan kepada pihak UKM ternyata program CSR dari Bank UMKM Jatim memberikan pelatihan dan pembinaan kepada para UKM binaan. terlebih lagi banyak berbagai permasalahan yang terjadi di UKM khususnya di Kabupaten Pamekasan sehingga dapat disimpulkan dapat membantu para UKM dalam meningkatkan kesejahteraan dan kemandirian masyarakat melalui pengembangan UKM.

Kata Kunci: CSR, pengembangan UKM, Kesejahteraan dan kemandirian

PENDAHULUAN

Pola kemitraan akan mendorong adanya peningkatan terhadap daya saing UKM. Kemitraan tersebut akan membangun adanya kepastian terhadap pasokan produk, karena semuanya sudah diatur dalam kesepakatan dalam bentuk kontrak. Selain kemitraan yang didasarkan pada inter-relasi atau keterkaitan usaha, di beberapa negara juga dikembangkan berbagai program kemitraan yang didorong karena kepedulian perusahaan besar untuk membina perusahaan kecil, khususnya usaha kecil. Pola kepedulian perusahaan besar dalam bentuk sosial seperti ini yang sering disebut *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah banyak dikembangkan.

Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan kini menjadi hal yang semakin populer di berbagai kalangan perusahaan sejak disahkannya Undang-undang Nomor 25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal dan Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Pasal 74 UU Perseroan Terbatas mewajibkan bahwa perusahaan diharuskan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang melekat pada setiap perseroan dan yang tidak melaksanakannya akan dikenakan sanksi hukum. Pasal 15 (b) UU Penanaman Modal juga mewajibkan bahwa setiap penanam modal harus memiliki kewajiban untuk dapat melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan. Ketentuan tentang CSR tersebut menjadi masalah baru bagi semua investor yang akan menanamkan modalnya secara langsung di Indonesia. Perusahaan tersebut akan menganggarkan untuk kewajiban tersebut sebagai bagian dari biaya perseroan, yang akan membebarkannya terhadap biaya pengurang pada penghasilan bruto dan berpotensi akan mengurangi kewajibannya dalam pajakan yang terutang pada kemudian hari.

Berbagai program dan strategi telah diupayakan dalam pemberdayaan Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Salah satu sinergitas yang sering dilakuka di negara-negara lain adalah melkukan kerjasama atau kemitraan antara UKM dengan Usaha besar. Kemitraan tersebut dilandasi adanya keterkaitan usaha melalui prinsip saling memerlukan, saling memperkuat dab saling menguntungkan yang sering kita kenal dengan sebutan “*win-win solution*”. Berbagai konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) dari Pemerintah, perusahaan, LSM yang berbeda bisa mengakibatkan hanya sekitar kurang lebih 20% perusahaan besar yang dapat melaksanakan CSR. Sesuai dengan penelitian dan survei yang telah dilakukan oleh *Public Interest research and Advocacy atau PIRAC* sebagaimana yang telah disimpulkan oleh Saidi,Zaim,dkk. (2003) menunjukkan bahwa berbagai bentuk CSR perusahaan di Indonesia dapat berupa bantuan modal usaha sebesar (59%), pelatihan manajemen usaha sebesar (34%), ruang usaha dan pameran sebesar (21%), bantuan teknologi sebesar (13%) dan bantuan lain-lain sebesar (7%) yang dialokasikan dalam bentuk hibah, *joint promotion*, *special event*, *payroll giving* dan zakat perusahaan. Seperti yang telah kita ketahui bersama mengenai komitmen pemerintah dan sektor swasta dalam program CSR semakin dapat meningkatkan program yang lebih bervariasi, mulai dari bentuk *philanthropy*, kemitraan dan bina lingkungan, pemberdayaan ekonomi, dan berbagai program lainnya. Program CSR ini dapat diyakini akan menjadi salah satu solusi dari pemberdayaan ekonomi masyarakat serta dapat menjadi penguatan terhadap UKM di Indonesia.

Rizki Fauzia (2008) melakukan Penelitian dengan menggunakan metode deskriptif-kualitatif dan penelitian ini mendalami strategi kemitraan guna menguatkan UMKM melalui pola CSR. Persamaan penelitian ini terletak pada metode penelitian yang digunakan yakni metode kualitatif. Selain itu perbedaannya adalah penelitian saudari Rizki Fauzia mendalami strategi kemitraan guna menguatkan UMKM melalui pola CSR

sedangkan penelitian yang akan dilakukan peneliti laksanakan mendalami strategi membangun kemitraan melalui program CSR perusahaan.

Suparno, Anggit Wicaksono, dan Wiwit Ariyani (2013) melakukan penelitian yang berjudul "Model Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Melalui Program Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Industri Rokok Di Kudus". Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Perusahaan rokok yang berskala besar di kabupaten Kudus semuanya mengetahui tentang CSR (*Corporate Social Responsibility*) atau tanggung jawab sosial perusahaan. Pengetahuan tersebut diperoleh dari pemerintah dan dari media massa baik cetak maupun elektronik. Pengetahuan tersebut diperoleh juga karena perkembangan konsep CSR yang semakin memasyarakat. Bantuan yang diberikan tidak dilakukan melalui keterlibatan pemerintah atau LSM, namun langsung dilakukan sendiri oleh perusahaan.

Netty Dyah Kurniasari (2015) melakukan penelitian yang berjudul "Program CSR Berbasis Pemberdayaan Masyarakat (Untuk Meningkatkan Produktivitas Usaha Mikro, Kecil Menengah Di Madura)", lokasi dari penelitian ini adalah Kota Madura. Beberapa permasalahan UMKM di Madura antara lain *packaging* (kemasan), pemasaran dan permodalan. Pertama, kemasan. *Packaging* (kemasan) menjadi salah satu masalah utama yang dihadapi usaha kecil dan menengah (UKM) di Madura. Sebagian besar UKM di Madura masih mengemas produknya dengan tampilan yang tidak menarik. Sebab, masih ada pandangan bahwa kemasan itu mahal. Pandangan itu karena UMKM mengira dibutuhkan alat yang mahal untuk mengemas produk makanan atau pun minumannya agar bagus dilihat konsumen. Padahal, kemasan merupakan kunci bagi produk untuk lebih "menjual" dan memiliki nilai tambah. Beberapa permasalahan UMKM di Madura antara lain *packaging* (kemasan), pemasaran dan permodalan. Pertama, kemasan. *Packaging* (kemasan) menjadi salah satu masalah utama yang dihadapi usaha kecil dan menengah (UKM) di Madura. Sebagian besar UKM di Madura masih mengemas produknya dengan tampilan yang tidak menarik. Sebab, masih ada pandangan bahwa kemasan itu mahal. Pandangan itu karena UMKM mengira dibutuhkan alat yang mahal untuk mengemas produk makanan atau pun minumannya agar bagus dilihat konsumen. Padahal, kemasan merupakan kunci bagi produk untuk lebih "menjual" dan memiliki nilai tambah.

Beberapa penelitian tentang efektifitas CSR tersebut sudah bukan menjadi rahasia umum lagi karena sudah banyak dilakukan seperti penelitian yang dilakukan oleh Irwanto dan Prabowo (2009), yang mengkaji tentang efektifitas program CSR pada PT Unilever. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa Program CSR yang paling efektif adalah program daur ulang. Sedangkan Penelitian yang dilakukan oleh Indrawan (2011) mengkaji tentang berbagai pengaruh program CSR terhadap kinerja bisnis dengan lebih menekankan pada aspek finansial dalam kinerja bisnis. Sejauh ini masih sedikit peneliti yang mengkaji tentang efektifitas program CSR di Indonesia dengan Konfigurasi profil UKM yang mempertimbangkan terhadap orientasi wirausaha, akses pemodal, dan dinamika lingkungan. Sehingga, Peneliti berupaya untuk dapat melakukan penelitian terkait dengan seberapa besar peran dari CSR dalam meningkatkan kemandirian dan kesejahteraan masyarakat melalui pengembangan UKM di Pamekasan

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana implementasi program CSR yang dilakukan PT Bank UMKM jatim ?

2. Bagaimana peran CSR yang dilakukan PT Bank UMKM jatim dalam pemberdayaan UKM untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Kota Pamekasan?

TINJAUAN TEORI

Corporate Social Responsibility (CSR)

Berbagai pengertian dari *Corporate Social Responsibility (CSR)* telah dikemukakan oleh banyak para ahli, diantaranya adalah Maigan dan Ferrel (Susanto, 2009) mendefinisikan pengertian CSR sebagai “sebuah bisnis yang bertanggung jawab secara sosial ketika keputusan dan tindakan yang telah diperhitungkan untuk menyeimbangkan beragam kepentingan”. Definisi ini dapat menekankan perlunya memberikan perhatian secara seimbang di dalam setiap kepentingan dari berbagai stakeholder yang beragam pada setiap keputusan dan tindakan yang diambil oleh para pelaku bisnis yang dapat dilakukan melalui perilaku yang secara sosial bertanggung jawab. Menurut Wibisono (2007) *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan suatu komitmen berkelanjutan yang dilakukan pada dunia usaha untuk bertindak etis dan dapat memberikan berbagai kontribusi kepada pengembangan ekonomi yang berasal dari komunitas setempat maupun dari masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan terhadap taraf hidup pekerja beserta keluarganya.

Menurut Putri (2007) yang dikutip dari buku Untung (2008) menjelaskan bahwa definisi dari CSR (*Corporate Social Responsibility*) adalah ‘komitmen pada perusahaan atau dunia bisnis untuk memberikan kontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan’. Sedangkan Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (Rahmatullah dan Kurniati, 2011), Definisi dari CSR adalah suatu komitmen bisnis untuk memberikan berbagai kontribusi dalam pembangunan ekonomi yang terus berkelanjutan, bekerja dengan para karyawan perusahaan, keluarga karyawan, berikut komunitas-komunitas setempat, masyarakat secara keseluruhan, dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan. Pemikiran tentang CSR kini dapat didasarkan pada kebijakan perusahaan sebagai komitmen untuk meningkatkan kualitas hidup pada komunitas melalui kerjasama antara para pelaku bisnis dan sumber daya yang ada dalam kehidupan komunitas, jadi kini dunia usaha tidak lagi hanya memperhatikan tentang keuntungan dari perusahaan semata saja, melainkan juga sudah meliputi keuntungan, sosial dan aspek terhadap lingkungan yang biasa disebut *triple bottom line*.

Dari definisi berbagai peneliti diatas dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan kumpulan dari berbagai kebijakan dan praktek yang dilakukan perusahaan sesuai dengan kemampuan perusahaan sebagai salah satu bentuk tanggungjawab terhadap masyarakat dan lingkungan di sekitar perusahaan yang berhubungan dengan *stakeholder*, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, serta ketentuan hukum dan komitmen dunia usaha untuk ikut serta dalam pembangunan ekonomi dari komunitas setempat ataupun masyarakat luas secara berkelanjutan. Secara umum CSR bisa dikatakan tanggung jawab sosial dunia usaha. Memang masih diperlukan kajian tersendiri untuk mencari pandangan dan pemikiran yang tepat dalam bahasa Indonesia. Selanjutnya, dari sisi definisi tersendiri, dapat disimpulkan bahwa konsep dari CSR menawarkan pada sebuah kesamaan, yaitu keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis dan perhatian terhadap aspek sosial serta lingkungan sekitar.

Bentuk CSR

Rudito (2007) membagi kegiatan program yang sering dilaksanakan oleh perusahaan dalam konteks pada tanggung jawab sosialnya ke dalam tiga bentuk, yaitu:

1. *Public Relation*

Bentuk ini lebih menekankan terhadap penanaman persepsi tentang perusahaan kepada berbagai komunitas, dengan cara membuat suatu kegiatan sosial sehingga menanamkan *image* bahwa perusahaan yang bersangkutan telah menyisihkan sebagian dari keuntungannya untuk kegiatan sosial. Pada dasarnya kegiatan atau usaha ini dapat menjalin hubungan yang baik antara perusahaan dengan komunitas, khususnya dalam menanamkan sebuah persepsi yang baik mengenai perusahaan terhadap komunitas.

2. Strategi Defensif

Bentuk ini biasanya dapat dijalankan oleh perusahaan guna menangkis anggapan negatif terhadap komunitas luas yang sudah tertanam pada kegiatan perusahaan terhadap karyawannya dan biasanya untuk melawan serangan negatif dari anggapan berbagai komunitas yang sudah terlanjur berkembang.

3. Keinginan tulus untuk melakukan kegiatan yang baik, yang benar-benar berasal dari visi perusahaan itu.

Bentuk ini merupakan bentuk keinginan yang tulus dari suatu perusahaan dalam kegiatan tanggung jawab sosialnya, yang didorong dan berkaitan erat dengan kebudayaan Untuk pengawasan penyaluran dana CSR, PT Bank Sumut melakukan cara dengan cek on the spot progress atau turun langsung dalam mengawasi pelaksanaan program CSR yang dilakukan oleh kantor cabang penyalur apabila penyaluran dana CSR melalui kantor cabang. Misalnya ada sebuah lembaga yang mengajukan proposal permohonan bantuan dana CSR kepada PT Bank Sumut, jika proposal lembaga tersebut disetujui maka penyaluran dana bantuan akan dilakukan oleh kantor cabang yang lokasinya berdekatan dengan kantor lembaga tersebut. Apabila tidak ada kantor cabang PT Bank Sumut terdekat, maka bantuan tersebut akan diturunkan langsung oleh Tim CSR PT Bank Sumut Kantor Pusat. Untuk kuota yang disediakan oleh PT Bank Sumut untuk penerima bantuan CSR kepada pelaku UMKM tidak pasti setiap tahun nya, karena RAB dalam proposal untuk dana bantuan pelaku UMKM berbeda-beda jumlahnya setiap tahun. PT Bank Sumut mempunyai 3 pilar untuk program CSR, yaitu pilar lingkungan, pilar pendidikan dan kewirausahaan dan yang ketiga adalah pilar ekonomi. Jadi, bantuan yang diberikan PT Bank Sumut berdasarkan berapa banyak proposal yang masuk dan berapa proposal yang disetujui. Misalnya tahun ini proposal permohonan bantuan yang masuk kebanyakan mengenai pendidikan, jadi bantuan dana CSR tersebut banyak dialihkan untuk bantuan pendidikan misalnya perbaikan gedung sekolah. Begitu juga halnya dengan kedua pilar lainnya. Untuk pengelolaan CSR tersebut. Kegiatan ini akan selalu berhubungan dengan *Corporate Culture* yang terdapat dalam perusahaan.

Program CSR

Kotler dan Lee (2006) yang dikutip dalam buku Ismail Solihin (2009) menyebutkan bahwa terdapat enam kategori tentang program CSR. Pemilihan pada program alternative CSR yang akan dilaksanakan oleh perusahaan sangat bergantung kepada tujuan pada pelaksanaan CSR yang ingin dicapai oleh perusahaan.

Keenam dari jenis program CSR tersebut adalah sebagai berikut.

1. *Cause Promotions*
Dalam program ini, perusahaan menyediakan dana atau sumber daya lainnya yang dimiliki perusahaan untuk dapat meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap suatu masalah sosial atau untuk mendukung pengumpulan dana, partisipasi dari masyarakat, atau perekrutan tenaga sukarela untuk suatu kegiatan tertentu.
2. *Cause Related Marketing (CRM)*
Dalam program ini, perusahaan memiliki komitmen untuk menyumbangkan presentase tertentu dari penghasilannya untuk suatu kegiatan sosial yang berdasarkan pada besarnya penjualan produk.
3. *Corporate Social Marketing (CSM)*
Dalam program ini, perusahaan mengembangkan dan melaksanakan kampanye untuk dapat mengubah perilaku masyarakat dengan tujuan untuk meningkatkan kesehatan dan keselamatan publik, menjaga kelestarian pada lingkungan hidup, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
4. *Corporate Philanthropy*
Dalam program ini, perusahaan memberikan sumbangan langsung dalam bentuk derma untuk kalangan masyarakat tertentu.
5. *Community Volunteering*
Dalam program ini, perusahaan memberikan dukungan serta mendorong para karyawan, para pemegang saham *franchise* atau para pedagang eceran untuk dapat menyisihkan waktu mereka secara sukarela guna untuk membantu organisasi – organisasi masyarakat local maupun masyarakat yang menjadi sasaran program.
6. *Socially Responsible Business Practice (Community Development)*
Dalam program ini, perusahaan ini melaksanakan aktivitas bisnis melampaui aktivitas bisnis yang diwajibkan oleh hukum serta melaksanakan investasi yang mendukung kegiatan sosial dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas dan memelihara lingkungan hidup.

Implementasi CSR

Pada perkembangan *Corporate Social Responsibility (CSR)* dalam konteks di Indonesia sendiri dapat dilihat pada dua perspektif yang berbeda dalam hal ini yang sudah dijelaskan Suliha (2008). Pertama, pelaksanaan CSR merupakan bagian dari praktik bisnis yang secara sukarela berasal dari inisiatif perusahaan. Kedua, dalam pelaksanaan CSR bukan lagi merupakan bagian dari praktik bisnis yang dilakukan secara sukarela, tetapi pelaksanaannya sudah diatur berdasarkan pada Undang-undang yang dapat bersifat *mandatory*. CSR di Indonesia secara konseptual masih harus dilakukan pemilahan bagaimana pelaksanaan CSR yang dilakukan oleh perusahaan besar, perusahaan kecil dan menengah. karena selama ini tahapan dan sistematika dari pelaksanaan CSR dimulai dengan melihat kebutuhan masyarakat sekitar.

Dengan mengidentifikasi masalah yang ada di kemudian akan dicarikan solusi yang tepat dan terbaik menurut kebutuhan masing-masing masyarakat. Setelah itu membuat rencana aksi, lengkap dengan anggaran dan jadwal juga sumberdaya manusia yang ditunjuk untuk melakukannya. Monitoring yang dapat dilakukan melalui survei maupun kunjungan lapang. Pemberdayaan masyarakat merupakan salah satu pendekatan yang harus menjadi prinsip utama bagi seluruh unit-unit dari pemerintahan maupun pihak korporasi dalam menjalankan tugas, wewenang dan fungsinya dalam memberikan pelayanan sosial. Menurut kaidah ekonomi, pemberdayaan masyarakat adalah proses kesempatan untuk

pelaku ekonomi untuk memperoleh *surplus value* sebagai hak manusia yang terlibat dalam berbagai kegiatan produksinya.

Pemberdayaan Usaha Kecil dan Menengah (UMKM)

Pemberdayaan UKM dimaksudkan adalah upaya untuk membangun UKM dengan mendorong, memotivasi, dan membangkitkan kesadaran akan berbagai potensi dari UKM tersebut dan berupaya untuk mengembangkannya. Undang Undang Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Kecil dan Menengah menjelaskan bahwa dalam pemberdayaan adalah salah satu upaya yang dilakukan oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Dunia Usaha, dan masyarakat yang secara sinergis dalam bentuk penumbuhan iklim dan pengembangan usaha terhadap Usaha kecil dan Menengah sehingga mampu untuk tumbuh dan berkembang serta mampu untuk bersaing menjadi usaha yang tangguh dan mandiri.

Model Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) Dalam Pemberdayaan UMKM

Kebijakan dan strategi pertama pada dasarnya merupakan penerjemahan dari fungsi pemerintah sebagai bagian dari regulator dalam kegiatan ekonomi di masyarakat. Oleh karena itu, pemerintah harus mampu untuk mengembangkan regulasi-regulasi ekonomis yang dapat memberikan tingkat kepastian usaha yang sekaligus dapat memberikan pemihakan yang tepat kepada segenap pelaku UKM dalam menjalankan dan mengembangkan usahanya. Kebijakan dan strategi kedua pada dasarnya merupakan bagian dari solusi terobosan terhadap adanya "gap" antara UKM, dan perbankan/lembaga keuangan bukan bank, dalam hal permodalan/pembiayaan usaha. Secara empiris, selama ini UMKM terutama usaha mikro sangat sulit untuk memenuhi kriteria 5-C (*character, condition of economy, capacity to repay, capital, collateral*) yang merupakan aturan/mekanisme baku dari pihan perbankan dalam penyaluran pada kredit untuk membiayai usaha dan permodalan.

Metode Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif tidak dimaksudkan untuk membuat generalisasi dari penelitiannya. Oleh karena itu subjek penelitian akan memberikan informasi yang diperlukan selama proses penelitian dilakukan. Informan penelitian diharapkan mempunyai banyak pengalaman mengenai latar dari penelitian yang dilakukan.

Adapun yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah:

1. Informan kunci, (*key informan*), yaitu mereka yang mengetahui dan memiliki informasi pokok yang diperlukan dalam penelitian. Hal ini yang menjadi Informan kunci peneliti adalah Kepala Tim Bidang CSR PT Bank UMKM Pamekasan.
2. Informan utama, yaitu mereka yang terlibat secara langsung dalam interaksi sosial yang diteliti. Hal ini yang menjadi Informan utama adalah Lembaga Swadaya Masyarakat atau kelompok organisasi masyarakat yang pernah menerima bantuan dari PT Bank UMKM.

Analisis Data

Menurut Miles dan Huberman (1994) dan Faisal (2003) dalam Sujarweni (2014) analisis data dilakukan selama pengumpulan data di lapangan dan setelah semua data

terkumpul dengan teknis analisis model interaktif. Analisis data berlangsung secara bersama-sama dengan proses pengumpulan data dengan alur tahapan sebagai berikut:

1. Reduksi data
2. penyajian data
3. penyimpulan dan verifikasi
4. kesimpulan akhir

Hasil Penelitian

PT Bank UMKM Jatim adalah sebuah bank pembangunan daerah bersifat devisa didirikan pada tahun 1984/1985. PT Bank UMKM Jatim Berawal saat Pemerintah Jawa Timur mengeluarkan kebijakan di bidang perkreditan guna mendorong pengembangan usaha kecil, dengan membentuk Kredit Pedesaan yang disebut Kredit Usaha Rakyat Kecil (KURK). PT Bank UMKM Jatim mempunyai program CSR yang sudah dianggarkan pada tahun 2011, namun aktif dan berjalan pada tahun 2014 dengan terciptanya sebuah tim CSR. Program CSR pada PT Bank UMKM Jatim terkait dengan tiga pilar, yang pertama adalah pilar lingkungan, yang kedua adalah pilar pendidikan dan kewirausahaan dan yang ketiga adalah pilar ekonomi. Penyaluran bantuan baik berupa dana maupun fisik yang akan diberikan oleh PT Bank UMKM Jatim kepada lembaga-lembaga penerima bantuan CSR memiliki beberapa tahapan dan prosedur. Pihak lembaga ataupun dari pihak UKMnya harus membuat proposal pengajuan dana dengan jelas yaitu mencantumkan data informasi diri dari penerima bantuan serta memberikan daftar RAB. Ketika proposal tersebut sudah diajukan, maka tahapan selanjutnya adalah PT Bank UMKM Jatim akan memeriksa dan memverifikasi proposal yang diajukan, jika proposal tersebut sudah sempurna dan sesuai dengan ketentuan yang sudah ditentukan dari pihak Bank, maka akan dilakukan realisasi atau pembiayaan atas proposal tersebut. Partisipasi PT Bank UMKM Jatim dalam pemberdayaan UKM ini adalah dengan memberikan bantuan berupa pendanaan dan fisik. Namun yang sebenarnya menjalankan dan memberdayakannya adalah pihak lembaga-lembaga yang menerima bantuan CSR. PT Bank UMKM Jatim hanya membantu untuk mengawasi lembaga tersebut dan juga ikut serta dalam memberikan sosialisasi dan pembinaan untuk masyarakat sekitar yang menerima bantuan CSR.

Berdasarkan pada hasil analisis wawancara baik dari informan kunci dan informan utama, maka dapat diketahui bahwa PT Bank UMKM Jatim dapat melakukan CSR atau *Corporate Social Responsibility* dengan kata lain adalah bagaimana Tanggung Jawab Sosial Perusahaan kepada masyarakat yang ada di Kabupaten Pamekasan. Dalam penelitian ini penulis terfokus kepada bantuan CSR PT Bank UMKM Jatim dalam pemberdayaan UKM yang ada di Kabupaten Pamekasan. PT Bank UMKM Jatim dapat memberikan bantuan kepada masyarakat baik melalui lembaga ataupun organisasi masyarakat, dalam bentuk bantuan pendanaan maupun bentuk fisik, semua itu tergantung dari permintaan atau RAB lembaga atau organisasi masyarakat yang mengajukan proposal tersebut. Selain memberikan bantuan pendanaan kepada pihak UKM ternyata program CSR dari Bank UMKM Jatim memberikan pelatihan dan pembinaan kepada para UKM binaan. hal ini bisa memberikan kontribusi yang cukup besar kepada para UKM binaan bagaimana cara untuk melanjutkan kelangsungan usahanya dengan sebaik mungkin.

Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan diatas, maka dapat diambil beberapa kesimpulan, antara lain sebagai berikut:

1. CSR PT Bank UMKM Jatim sudah berdiri sejak tahun 2014. Tahapan dan prosedur dalam penyaluran CSR kepada pelaku UKM itu adalah dengan menerima usulan terhadap program bantuan terhadap UKM dari tim koordinasi maupun dari organisasi atau lembaga masyarakat, kemudian dari unit CSR melakukan analisa terhadap kelayakan pada proposal atau usulan dari program tersebut. Apabila disetujui maka akan dilakukan realisasi melalui kantor cabang atau unit CSR langsung ke rekening lembaga atau organisasi masyarakat. Kemudian lembaga atau organisasi masyarakat tersebut dapat membelanjakan dana yang telah diberikan sesuai dengan yang sudah tertera didalam RAB (Rencana Anggaran Biaya) yang tercantum diproposal. Kemudian PT Bank UMKM Jatim akan mengawasi bagaimana jalannya perkembangan UKM yang dinaungi dan dibina oleh lembaga atau organisasi masyarakat tersebut. Kemudian dari pihak lembaga akan terus memberikan laporan sejauh mana perkembangan UKM tersebut berjalan kepada PT Bank UMKM Jatim. Pada saat itu PT Bank UMKM Jatim masih tetap mengawasi dan mengontrol, dan pengawasan tersebut akan berakhir pada saat masa program antara kedua belah pihak telah selesai.
2. Peran CSR PT Bank UMKM Jatim berjalan sesuai dengan visi dan misi PT Bank UMKM Jatim “Menjadi bank andalan untuk memberikan kontribusi terbaik guna membangun masyarakat Jawa Timur melalui berbagai produk layanan terbaik dan ikut serta mendorong pertumbuhan perekonomian Jawa Timur melalui perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dan koperasi di daerah dan pedesaan.”. Melalui CSR PT Bank UMKM Jatim terhadap Pelaku UKM diharapkan bahwa bantuan CSR tersebut dapat membantu dan mendorong berbagai tingkat perekonomian dan pembangunan daerah. Kemudian peran dari CSR PT Bank UMKM Jatim adalah menjembatani atau membantu dalam mewujudkan program pemerintah untuk melakukan pemberdayaan UKM di Kabupaten Pamekasan.

Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka penulis memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadikan masukan terhadap perusahaan pemberi CSR kepada pelaku UKM. PT Bank UMKM Jatim sebaiknya lebih memprioritaskan bantuan CSR untuk pemberdayaan UKM agar UKM yang terdapat di Kabupaten Pamekasan yang membutuhkan bantuan dana maupun fisik bisa lebih maju dan mampu bersaing dengan usaha lainnya. Dengan banyaknya UKM yang maju di Kabupaten Pamekasan, maka hal ini dapat menjadi simbol tersendiri di Kabupaten Pamekasan.

Kabupaten Pamekasan dapat menjadi *Trading City* jika pasar UKM berkembang dengan baik. Nilai tambah dan keuntungan untuk perusahaan sendiri, semakin banyak UKM yang ada di Kabupaten Pamekasan maka semakin banyak pula nasabah yang akan menabung di PT Bank UMKM Jatim, sehingga hal itu akan menjadi sebuah keuntungan untuk PT Bank UMKM Jatim Pamekasan. Saran selanjutnya adalah diharapkan bagi PT Bank UMKM Jatim untuk turun langsung ke lapangan dan mencari UKM yang kreatif namun sebenarnya membutuhkan perhatian khusus. Artinya, UKM tersebut dalam mendapatkan bantuan CSR tidak dengan cara mengajukan proposal, namun dengan cara mendapatkan perhatian langsung dari PT Bank UMKM Jatim itu sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Undang-Undang Republik Indonesia Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UKM) Nomor 20 tahun 2008, Tambahan lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4866.
- Undang-Undang Tentang Penanaman Modal, Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 67, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4724.
- Undang-Undang Tentang Perseroan Terbatas, Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 106, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4756.
- Irwanto AK, Prabowo A, 2009. Kajian efektivitas program *corporate Social Responsibility* (CSR) Yayasan Unilever Indonesia. *Jurnal Manajemen* 99-110.
- Indarawan, Danu Candra, 2011. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja Perusahaan. Skripsi. Universitas Diponegoro: Semarang.
- Saidi, Zaim dkk, (2003). *Sumbangan Sosial Perusahaan*. Piramida Jakarta,
- Untung, Hendri Budi, 2008. *Corporate Social Responsibility*, Sinar Grafika Jakarta.
- Solihin, Ismail, 2009. *From Charity to Sustainability*, Jakarta : Salemba Empat.
- Peraturan Menteri BUMN Republik Indonesia* Nomor PER-05/MBU/2007 tanggal 27 April 2007 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan (PKBL).
- Rizki Fauzia, Strategi Penguatan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) melalui kerjasama kemitraan pola CSR, *Infokop Volume 16-September 2008*; 62-75.
- Suparno dkk. 2013. Model Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Melalui Program Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Industri Rokok Di Kudus. *Jurnal Universitas Muria Kudus Volume 6 Nomor 2 Desember 2013*.
- Netty Dyah Kurniasari. 2015. Program CSR Berbasis Pemberdayaan Masyarakat (Untuk Meningkatkan Produktivitas Usaha Mikro, Kecil Menengah Di Madura). *Jurnal NeO-Bis*. Prodi Ilmu Komunikasi – FISIP Universitas Trunojoyo Madura.
- Yustisia Ditya Sari. 2012. *Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Sikap Komunitas Pada Program Perusahaan (Studi Kuantitatif Implementasi CSR Terhadap Sikap Komunitas Pada Program "Street children Sponsorship" Migas Hess Indonesia*.
- Mursitama. 2011. *Corporate Social Responsibility di Indonesia Teori dan Implementasi*. Jakarta: Institute for Develop of Eco and Finance (Indef).
- Rahmatullah dan Kurniati. 2011. *Panduan Praktis Pengelolaan CSR (Corporate Social Responsibility)*. Yogyakarta: Samudra Biru.