

Peran Csr Pt.Astra International Tbk Dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat (Umkm) Melalui Kampung Berseri Astra

Yuli Ermawati

Universitas Wijaya Putra

Email: yuliermawati@uwp.ac.id

Puijianto Puijianto

Universitas Wijaya Putra

Email: pujianto@uwp.ac.id

Rodhiah Rodhiah

Universitas Wijaya Putra

Email: rodhiah@uwp.ac.id

Abstract. *Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia, which are contributors to national economic growth, still experience many obstacles in their development, such as ineffective partnership patterns, and their development does not meet expectations. This makes the implementation of CSR carried out by companies or BUMN still not on target or still partial. The aim of this research is to evaluate and create a pattern of synergy between the implementation of corporate CSR and community economic empowerment in the form of MSMEs. This research was conducted at PT Astra International Tbk with one of the CSR partners in the form of Kampung Berseri Astra, namely KBA Semanggi Suroboyo. The research method is a qualitative approach, using 3 key informants. The results of the research show that PT Astra International Tbk has committed to implementing corporate CSR with a focus on community economic development through Kampung Berseri Astra which is developed and monitored continuously every year through 4 main pillars, namely Education, Health, Environment and Entrepreneurship. KBA Semanggi Suroboyo, as one of the partners, feels that the implementation of CSR is right on target, but is still hampered by the synergy of regional government programs, especially those related to empowering MSMEs. An appropriate synergy pattern is needed to synergize the implementation of the Company's CSR with community economic empowerment, especially in terms of empowering MSMEs.*

Keywords: *Kampung Berseri Astra, Community Economic Empowerment, MSMEs*

Abstrak. *usaha mikro, kecil dan menengah (umkm) di indonesia yang merupakan kontributor pertumbuhan ekonomi nasional, masih banyak mengalami kendala dalam pengembangannya, seperti tidak efektifnya pola kemitraan, serta pengembangannya tidak sesuai harapan. Hal ini membuat penerapan csr yang dilakukan oleh perusahaan atau bumh masih belum tepat sasaran atau masih parsial. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi dan membuat pola sinergitas antara penerapan csr perusahaan dengan pemberdayaan ekonomi masyarakat dalam bentuk umkm. Penelitian ini dilakukan pada pt.astra international tbk dengan salah satu mitra binaan csr dalam bentuk kampung berseri astra, yaitu kba semanggi suroboyo. Metode penelitian dengan pendekatan kualitatif, menggunakan 3 orang informan kunci. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pt.astra international tbk telah berkomitmen menerapkan csr perusahaan dengan fokus pada pengembangan ekonomi masyarakat melalui kampung berseri astra yang dibina dan diawasi perkembangannya secara berkesinambungan tiap tahun melalui 4 pilar utama yaitu pendidikan, kesehatan, lingkungan, dan kewirausahaan. Kba semanggi suroboyo sebagai salah satu mitra, merasa bahwa penerapan csr tersebut sudah tepat sasaran, namun masih terkendala dengan sinerginya program pemerintah daerah terutama berhubungan dengan pemberdayaan umkm. Diperlukan pola sinergitas yang tepat untuk mensinergikan penerapan csr perusahaan dengan pemberdayaan ekonomi masyarakat terutama dalam hal pemberdayaan umkm.*

Kata Kunci: *Kampung Berseri Astra, Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat, UMKM*

PENDAHULUAN

Kerjasama kemitraan dalam pengembangan kampung masih dilakukan dengan sistem kontraktual. Efek rembesan (*trickle down effect*) dari kerjasama pola kemitraan tersebut secara langsung belum memberikan dampak yang positif bagi perkembangan ekonomi masyarakat. Perusahaan baik BUMN maupun Perusahaan Swasta juga mempunyai kewajiban untuk membantu masyarakat sekitar perusahaan melalui program CSR. Akan tetapi, setiap perusahaan mempunyai model yang khas yang dikembangkan sesuai dengan visi dan misi dari perusahaan tersebut. (Mulyana & Zainuddin, 2017)

Pelaksanaan model kemitraan antara pengusaha UMKM dengan usaha skala sedang dan besar selama ini ditingkatkan dengan melibatkan perusahaan melalui program Corporate Social Responsibility (CSR). Keterlibatan pemerintah daerah juga melalui peraturan dengan konsep kemitraan pengusaha UMKM dengan perusahaan sedang dan besar. Melalui program CSR, dirumuskan kembali mekanisme upaya untuk meningkatkan kesejahteraan sosial masyarakat yang melibatkan unsur perusahaan, masyarakat dan pemerintah desa mulai dari tahap perencanaan, pelaksanaan, hingga pemantauan evaluasi, melalui proses pemberdayaan partisipatif, kesadaran kritis, kemandirian masyarakat dan peran perusahaan. (Suprayogi dan Ma'ruf, 2018).

Kehadiran dan kepedulian perusahaan besar melalui program CSR telah terbukti banyak membantu dalam pengembangan UKM di banyak negara di dunia. CSR juga mengurangi kecemasan kegagalan finansial (Gangi, et al., 2018). Di Colombia, penerapan CSR juga memberikan berbagai keuntungan pada berbagai lapisan, termasuk usaha mikro dan kecil. Melalui CSR, usaha mikro dan kecil tidak malu untuk berubah, melakukan komunikasi simetris dengan pelaku CSR, menambah asosiasi bisnis, serta membuka peluang usaha (Pastrana & Sriramesh, 2014)

PT. Astra Internasional merupakan salah satu diantara banyak perusahaan multinasional yang menjalin hubungan baik dengan perusahaan dan *stakeholder*, baik pihak intern perusahaan (karyawan dan keluarga) maupun pihak ekstern perusahaan seperti pemerintah, masyarakat maupun konsumen dalam rangka penciptaan citra positif perusahaan untuk menunjang kelancaran operasional serta untuk mengetahui harapan publik (internal/eksternal) terhadap PT.Astra Internasional melalui program CSR. Salah satu bentuk CSR yang dilakukan adalah melalui Program Kampung Berseri Astra. Kampung Berseri Astra merupakan program Kontribusi Sosial Berkelanjutan Astra yang diimplementasikan kepada

masyarakat dengan konsep pengembangan yang mengintegrasikan 4 pilar program yaitu Pendidikan, Kewirausahaan, Lingkungan dan Kesehatan.

Berdasarkan hasil penelitian Mujaini et al (2022) menemukan bahwa persepsi masyarakat kampung Enggros terhadap program kampung berseri Astra (KBA) dalam menganalisis penerimaan masyarakat dimana jumlah persentase terbesar bahwa masyarakat mengetahui dan menerima keberadaan program Kampung Berseri Astra (KBA) di kampung Enggros. Ardiyanto dan Hamid (2021), dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa banyak proses/tahapan yang dilakukan Astra dalam melakukan pemberdayaan masyarakat melalui Program kampung berseri Astra, selain itu juga Astra harus tetap menerapkan Prinsip-Prinsip Pemberdayaan Masyarakat. Di sisi lain Ekawanti et al (2022) dalam penelitiannya menemukan bahwa tipe implementasi yang dilakukan di program KBA adalah *community assistance* dan *community empowerment*. Ditemukan juga program KBA memiliki motivasi pada *corporate philanthropy*.

Berdasarkan beberapa sudut pandang diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah mengevaluasi implementasi CSR PT.Astra International Tbk melalui program Kampung Berseri Astra pada KBA Semanggi Suroboyo dan menemukan solusi atas kendala atau hambatan yang dihadapi.

TINJAUAN PUSTAKA

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY(CSR)

CSR merupakan singkatan dari *Corporate Social Responsibility* atau Tanggung Jawab Sosial. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas Pasal 1 Ayat 3, Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan adalah “komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.” Maksud dari Perseroan Terbatas (PT) juga dijelaskan pada Undang-Undang ini di Pasal 1 Ayat 1 yang berarti “Perseroan Terbatas, yang selanjutnya disebut Perseroan, adalah badan hukum yang merupakan persekutuan modal, didirikan berdasarkan perjanjian, melakukan kegiatan usaha dengan modal dasar yang seluruhnya terbagi dalam saham dan memenuhi persyaratan yang ditetapkan dalam Undang-Undang ini serta peraturan pelaksanaannya.”. *Corporate Social Responsibility* dapat didefinisikan sebagai tanggung jawab moral suatu perusahaan terhadap

para strategic-stakeholdersnya, terutama komunitas atau masyarakat disekitar wilayah kerja dan operasinya (Tamam Achda, 2006)

Wibisono (2007), menyatakan bahwa perusahaan yang menerapkan CSR memperoleh beberapa keuntungan, karena antara lain: mempertahankan dan mendongkrak reputasi dan brand image perusahaan; layak mendapatkan ijin untuk beroperasi (social license to operate), mereduksi risiko bisnis perusahaan; melebarkan akses ke sumber daya; membentangkan akses menuju market; mereduksi biaya; memperbaiki hubungan dengan stakeholders, memperbaiki hubungan dengan regulator; dan meningkatkan semangat dan produktifitas karyawan.

Yanti (2007) menemukan bahwa implementasi CSR di Indonesia mengalami beberapa hambatan, antara lain: keterbatasan SDM yang ahli dalam mengimplementasikan CSR, struktur perusahaan yang tidak mengakomodasi fungsi CSR, manajemen lokal merasa aneh dengan CSR, serta mengalami perubahan sikap yang cepat ketika ada masalah

Dalam praktik CSR, ada beberapa cara untuk mengimplementasikan CSR yaitu: (1) sentralisasi, (2) desentralisasi, dan (3) kombinasi (Nurlatifa, Komariah, dan Nugraha, 2020).

Dalam CSR ada yang dinamakan piramida CSR yang terdiri dari 4 kategori yaitu ekonomi, hukum, etika, dan filantropi. Konsep piramida ini sendiri dikembangkan oleh Archie B. Carrol yang dengan jelas mengatakan bahwa perusahaan itu memiliki banyak tanggungjawab selain dari sisi sosialnya saja. Piramida CSR dari Archie B. Carrol yang dimaksud adalah sebagai berikut: 1. Economic Responsibility (tanggung jawab ekonomi). Pada dasarnya tanggung jawab ekonomis adalah tanggung jawab untuk membuat barang dan jasa yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan kostumer. Harga barang dan jasa yang ditawarkan kepada kostumer juga harus sesuai dengan barang dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut dan bertujuan untuk menghasilkan profit. Profit ini nantinya akan berguna untuk keberlanjutan dan perkembangan perusahaan tersebut. Perusahaan bertanggung jawab untuk melanjutkan bisnisnya dan mencari profit dengan sebanyak mungkin agar perusahaan tersebut dapat dijadikan perusahaan yang berkomitmen dalam mencari keuntungan dan dapat membantu perekonomian regional maupun global. Kata kunci dari tanggung jawab ekonomi adalah make a profit. 2. Legal Responsibility (tanggung jawab hukum). Tanggung jawab legal tentu saja bersangkutan dengan hukum, kebijakan, dan lain-lain. Masyarakat atau kostumer tentu menginginkan perusahaan tidak hanya semata-mata mencari keuntungan sebanyak mungkin seperti di kategori pertama, akan tetapi masyarakat atau kostumer menginginkan perusahaan juga berjalan sesuai dengan hukum atau kebijakan yang berlaku dinegaranya. Selain masyarakat, tentu saja dari pihak pemerintah yang

membuat hukum dan kebijakan mau perusahaan yang beroperasi dibawah pemerintahannya menaati hukum yang berlaku dinegaranya. Kostumer mengharapkan bahwa dengan perusahaan beroperasi sesuai dengan hukum dan kebijakan yang berlaku, maka barang dan jasa yang mereka tawarkan juga dapat dikonsumsi dengan baik dan aman. Kata kunci dari tanggung jawab hukum adalah *obey the law*. 3. Ethic Responsibility (tanggung jawab etik). Dalam hal tanggungjawab etik, tentu akan bersangkutan kepada nilai maupun norma yang berlaku di masyarakat umum. Walaupun sudah ada hukum yang melindungi semua praktik praktik bisnis, akan tetapi nilai dan norma merupakan sesuatu yang terkadang tidak ada di hukum atau kebijakan. Nilai dan norma tumbuh berdampingan dengan masyarakat sehingga hukum atau kebijakan saja tentu tidak cukup. Pada intinya, perusahaan perlu melakukan praktik bisnis yang baik, benar, adil, dan memenuhi standar yang ada di masyarakat. Kata kunci dari tanggung jawab etis adalah *be ethical*. 4. Philanthropic Responsibilities (tanggung jawab filantropi). Selain perusahaan memiliki tanggung jawab untuk menghasilkan laba, mematuhi hukum dan kebijakan, menjalankan praktik bisnis berdasarkan norma dan lain, maka yang selanjutnya perusahaan juga memiliki tanggung jawab untuk memberikan kontribusi yang dampaknya dapat dirasakan oleh masyarakat sekitar maupun masyarakat umum. Sebenarnya dalam tanggung jawab filantropi, perusahaan tidak diwajibkan untuk melakukannya karena hal ini tidak memengaruhi tanggung jawab etis. Jika perusahaan tidak melakukan tanggung jawab filantropi seperti memberikan sumbangan, pemberian gratis produk atau layanan, kesukarelaan karyawan, dan melakukan pengembangan atau pemberdayaan masyarakat tidak akan dikatakan tidak melakukan tanggung jawab etis. Hal ini dikarenakan tanggung jawab filantropi semata-mata hanyalah bersifat sukarela dan tidak diwajibkan. Akan tetapi, tentu saja masyarakat mengharapkan perusahaan akan melakukan aktivitas sosial sebagai anggapan atau bayaran dari masyarakat apalagi jika perusahaan tersebut dapat menyebabkan kerusakan lingkungan di daerah tempat tinggal masyarakat. Kata kunci dari tanggung jawab filantropi adalah *be a good corporate citizen*.

Menurut Edi Suharto dalam buku Pekerjaan Sosial Industri, CSR dan ComDev (2007) yang merujuk dari Saidi dan Abidin (2004: 64-65), ada empat model CSR yang ada di Indonesia yaitu sebagai berikut: 1. Keterlibatan langsung. Dalam kasus ini, perusahaan yang menjalankan program CSR akan melaksanakannya sendiri tanpa perantara dari pihak manapun. Mereka akan menyelenggarakan sendiri acaranya atau menyumbangkan uangnya sendiri tanpa campur tangan pihak lainnya. 2. Melalui yayasan atau organisasi sosial

perusahaan. Biasanya perusahaan akan membangun yayasan sendiri dibawah perusahaannya dan perusahaan akan menyediakan dana awal, dana rutin, atau dana abadi agar kegiatan yayasan ini dapat berjalan secara teratur. Model ini biasanya ada di negara-negara maju salah satunya adalah perusahaan Coca Cola yang membangun Yayasan Coca Cola Company. 3. Bermitra dengan pihak lainnya. Maksudnya disini adalah perusahaan mengadakan kegiatan CSR dengan cara bekerja sama dengan pihak-pihak lain seperti lembaga sosial atau non-pemerintahan (NGO), instansi pemerintah, media massa, dan universitas, baik dalam hal mengelola dana maupun dalam kegiatannya. Contoh beberapa pihak yang dapat diajak Kerjasama yaitu Palang Merah Remaja (PMI), Dompot Dhuafa, Universitas Indonesia, Kita Peduli Indosiar, dan lain-lainnya. 4. Mendukung atau bergabung dalam suatu konsorsium. Perusahaan biasanya akan ikut bergabung menjadi anggota, mendirikan, atau mendukung lembaga sosial yang memiliki tujuan sosial tertentu. Model ini memiliki pola pemberian hibah yang bersifat “hibah pembangunan”. Pihak konsorsium atau lembaga semacam itu yang dipercayai oleh perusahaan perusahaan yang mendukungnya secara pro aktif mencari mitra kerjasama dari kalangan lembaga operasional dan kemudian mengembangkan program yang disepakati bersama.

Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat (UMKM)

Menurut H.M. Ya’kub yang dikutip oleh Azis Muslim dalam buku “ Metodologi Pemberdayaan Masyarakat” mengungkap bahwa : “Pengembangan masyarakat adalah proses pemberdayaan (empowering society). Proses ini mencakup tiga aktivitas penting yaitu pertama; membebaskan dan menyadarkan masyarakat kegiatan ini subyektif dan memihak kepada masyarakat lemah atau masyarakat tertindas dalam rangka memfasilitasi mereka dalam suatu proses penyadaran sehingga memungkinkan lahirnya upaya untuk pembebasan diri dari kemiskinan dan keterbelakangan. Kedua; berupaya agar masyarakat dapat mengidentifikasi masalah yang dihadapi dan yang ketiga; mengerakkan partisipasi dan etos swadaya masyarakat agar dapat menggunakan kemampuannya untuk memecahkan masalah yang sedang dihadapinya

Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat melalui Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan salah satu alternatif yang dipilih pemerintah dalam upaya mengurangi pengangguran, mengentas kemiskinan dan pemerataan pendapatan. Untuk memberdayakan UMKM diperlukan peranan pemerintah, lembaga – lembaga keuangan dan pelaku usaha. Menurut UU RI No.20 Tahun 2008 Tentang UMKM, bahwa pemberdayaan adalah upaya

yang dilakukan Pemerintah, Pemerintah Daerah, Dunia Usaha, dan Masyarakat secara sinergis dalam bentuk penumbuhan iklim dan pengembangan usaha terhadap UMKM sehingga mampu tumbuh dan berkembang menjadi usaha yang tangguh dan mandiri. Pemberdayaan masyarakat dapat dilakukan dengan cara melibatkan masyarakat di dalam kegiatan Usaha Kecil Menengah (UKM). Pemberdayaan UKM berkaitan langsung dengan kehidupan dan peningkatan kesejahteraan bagi sebagian besar rakyat Indonesia. Selain itu, potensi dan peran strategis telah terbukti menjadi penopang kekuatan dan pertumbuhan ekonomi nasional. Faktor dominan yang memberikan porsi besar peran UKM sebagai penyumbang PDB terbesar adalah pemberdayaan UKM (Hapsari dkk, 2014:94).

Model Penerapan CSR pada Pemberdayaan UMKM

Salah satu program yang sekiranya mampu untuk dijadikan perantara dalam pemberdayaan UMKM adalah program Corporate Social Responsibility (CSR). Keterlibatan CSR ini mendorong pelaku usaha yang dilibatkan mengembangkan pengelolaan perusahaan (corporate governance) yang lebih efisien. CSR juga mengurangi kecemasan kegagalan finansial (Gangi, et al., 2018).

Secara garis besar, terdapat 3 (tiga) model kebijakan yang dibutuhkan dalam pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Pertama, menciptakan iklim usaha yang kondusif (conducive business climate) sekaligus menyediakan lingkungan yang mampu (enabling environment) mendorong pengembangan UMKM secara sistemik, mandiri, dan berkelanjutan. Kedua, menciptakan sistem penjaminan (guarantee system) secara finansial terhadap operasionalisasi kegiatan usaha ekonomi produktif yang dijalankan oleh UMKM. Dan, ketiga, menyediakan bantuan teknis dan pendampingan (technical assistance and facilitation) secara manajerial guna meningkatkan status usaha UMKM agar "feasible" sekaligus "bankable" dalam jangka panjang.

Kebijakan dan strategi pertama pada dasarnya merupakan penerjemahan dari fungsi pemerintah sebagai regulator dalam kegiatan ekonomi di masyarakat. Oleh karenanya, pemerintah harus mampu mengembangkan regulasi-regulasi ekonomis yang dapat memberikan tingkat kepastian usaha sekaligus memberikan pemihakan yang tepat kepada segenap pelaku UMKM dalam menjalankan dan mengembangkan usahanya. Kebijakan dan strategi kedua pada dasarnya merupakan solusi terobosan terhadap adanya "gap" antara UMKM, 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 perbankan dalam penyaluran kredit untuk membiayai usaha dan permodalan. Oleh karenanya wajar apabila selama ini pemerintah melalui berbagai program pemberdayaan masyarakat dan penanggulangan kemiskinan lebih cenderung menciptakan sekaligus menyediakan skema "kredit program" yang lebih banyak bersifat "dana hibah bergulir" kepada berbagai kelompok masyarakat (pokmas) yang bergerak dalam usaha mikro. Skema kredit program tersebut merupakan salah satu alternatif strategi untuk membiayai kegiatan UMKM dan koperasi (terutama usaha mikro) yang berkesan lebih cenderung untuk "mengabaikan" rigiditas kriteria 5-C yang diberlakukan kalangan perbankan. Dalam rangka implementasi CSR, maka perusahaan yang berskala besar dapat memilih model kedua dan ketiga, yaitu dapat membantu dalam hal bantuan modal dan dalam hal pendampingan pada UMKM di bidang manajemen usaha.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Alasan peneliti memilih metode kualitatif adalah untuk memahami situasi yang akan dikaji secara mendalam pada penelitian ini. Adapun langkah-langkah penelitian yang dilakukan, (1) Pengumpulan Data. Proses ini bisa dilakukan dengan berbagai cara baik melalui observasi, kuesioner, wawancara mendalam dengan subjek survei, survei dokumenter, dan diskusi kelompok terfokus. (2) Reduksi dan Klasifikasi Data. Pada langkah ini, peneliti menyaring data mentah dengan memilih data yang paling relevan untuk mendukung penelitian mereka. Kemudian, data yang disaring sebelumnya akan dikategorikan sesuai kebutuhan untuk memudahkan klasifikasi data. (3) Menarik Kesimpulan Terakhir. Peneliti akan menarik kesimpulan yang harus mencakup semua informasi relevan yang ditemukan dalam penelitian. Informan kunci pada penelitian ini adalah perwakilan dari PT.Astra International Tbk yang menangani CSR, Kepala KBA Semanggi Suroboyo, dan perwakilan dari Pemerintah Daerah (Kecamatan Benowo) yang menangani pemberdayaan UMKM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kampung Berseri Astra (KBA) Semanggi Suroboyo adalah salah satu desa binaan PT.Astra International Tbk yang terletak di Kampoeng Semanggi, Desa Kendung, Keelurahan Sememi, Kecamatan Benowo, Kota Surabaya. Dari hasil wawancara, dokumentasi dan studi literatur diperoleh gambaran bahwa Kendung dikenal dengan nama Kampoeng Semanggi karena mayoritas pedagang pecel semanggi dan petani semanggi berasal dari Desa Kendung. Lahan budidaya Semanggi banyak berada di kampoeng ini, selain itu kampoeng ini juga memiliki potensi lokal seperti bendungan, gedung serbaguna, dan lapangan olah raga baik indoor maupun outdoor. Lokasinya juga sangat strategis karena menjadi jalur perumahan modern, rumah sakit umum daerah, dan beberapa sekolah negeri baik SD, SMP,dan SMA. Sehingga kampoeng semanggi memiliki potensi untuk menjadi kampung wisata. Kampoeng Semanggi resmi menjadi KBA sejak tahun 2020. Sebagaimana disampaikan Suparmo, Ketua KBA Semanggi Suroboyo,

“KBA Semanggi Suroboyo resmi menjadi KBA di tahun 2020. Awalnya tim Astra mensurvey lokasi kami, kemudian berdiskusi dengan pengurus desa agar Kampoeng Semanggi menjadi bagian dari CSR Astra. Perwakilan pengurus kami mengikuti sosialisasi dan sampai pada kontrak kerja sama dengan Astra.”

PT. Astra International Tbk dengan salah satu program CSR nya yaitu Kampung Berseri Astra (KBA) memiliki tujuan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat dengan cara mewujudkan wilayah yang bersih, sehat, cerdas, dan produktif. Kegiatan Kampung Berseri Astra (KBA) memiliki empat pilar yaitu: (1) pendidikan, (2) kewirausahaan, (3) lingkungan, dan (4) kesehatan

Dalam meninjau dari konsep model CSR, PT. Astra International Tbk menggunakan model pertama yaitu perusahaan terlibat langsung dalam kegiatannya. Astra membuat tim khusus untuk program Kampung Berseri Astra (KBA) yang akan menjalankan program ini di masing – masing KBA. Perusahaan Astra juga menggunakan strategi sentralisasi dikarenakan program KBA mendapatkan segala arahan untuk kegiatan dari atasannya. Hal ini sesuai dengan pernyataan William Harianto, Supervisor PT.Astra Internastional yang menangani KBA Wilayah Jawa Timur.

“Kami memantau KBA secara langsung melalui tim fasilitator, jadi setiap bulan kami diberikan laporan perkembangan atau progress KBA yang sedang berjalan. Kami juga membuat Whats App group sebagai wadah laporan dan diskusi saat program KBA berjalan. Di sisi lain kami juga melaporkan progress kepada tim KBA Astra Pusat dan memiliki group WA juga.”

Hal tersebut juga disampaikan Suparmo, Ketua KBA Semanggi Suroboyo, *“Tiap beberapa periode, biasanya tiga bulan sekali kami selalu diundang dalam pertemuan online dengan Tim KBA Astra Pusat di Jakarta, kadang membahas tentang Proklamasi, tentang posyandu, dan lain-lain. Setiap tahun juga ada Gathering secara online yang membahas kebijakan baru Astra terkait kami di KBA Seluruh Indonesia.”*

Namun selain model tersebut, program Kampung Berseri Astra (KBA) juga menerapkan model ketiga yaitu bermitra dengan pihak lainnya. Untuk KBA Semanggi Suroboyo, pihak Astra juga bermitra dengan Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Wijaya Putra terkait fasilitasi pemberdayaan masyarakatnya. Hal ini sebagaimana disampaikan William Harianto,

“Dalam hal penanganan KBA Semanggi Suroboyo waktu itu kami menawarkan kerjasama dengan dua Perguruan Tinggi terdekat dengan lokasi KBA, yaitu Universitas Negeri Surabaya dan Universitas Wijaya Putra. Kebetulan yang mendapatkan kesempatan tersebut adalah Universitas Wijaya Putra. Jadi kami juga berkolaborasi dalam perkembangan KBA”.

Selain bekerjasama dengan Universitas Wijaya Putra, Astra juga bekerjasama dengan Pemerintah Daerah setempat seperti pihak Kelurahan dan Kecamatan.

“Astra memang berkolaborasi dengan pihak Kecamatan Benowo untuk mengawal KBA Semanggi Suroboyo. Tidak hanya dalam hal pemberdayaan lingkungan dan kesehatan, tapi juga UMKM.” ungkap Didik penanggungjawab pemberdayaan UMKM di tingkat Kecamatan Benowo.

Kampung Berseri Astra (KBA) merupakan program kontribusi sosial berkelanjutan astra yang diimplementasikan kepada masyarakat dengan konsep pengembangan yang mengintegrasikan 4 pilar program, yaitu Pendidikan, Kewirausahaan, Lingkungan dan Kesehatan. Melalui program Kampung Berseri Astra (KBA) ini masyarakat dan perusahaan dapat berkolaborasi untuk bersama mewujudkan wilayah yang bersih, sehat, cerdas dan produktif sehingga dapat meningkatkan kualitas hidup masyarakat di wilayah Kampung Berseri Astra. Adapun program yang dijalankan sebagai berikut :

Tabel 1. Program Kampung Berseri Astra

No	Pilar	Kegiatan
1	Pendidikan	Pembelajaran Sekolah PAUD/TK
		Beasiswa Lestari
		Pendataan Masyarakat Bebas Buta Aksara
		Pendampingan masyarakat belajar membaca dan menulis
		Pelatihan Komputer
2	Kesehatan	Posyandu
		Pemberian Susu untuk Lansia
		Balita bebas Gizi Buruk
		Pemberian PMT untuk Balita
		Prestasi Kesehatan Pembinaan Perilaku Hidup Bersih & Sehat
3	Lingkungan	Pembuatan Apotek Hidup
		Poster Kebersihan
		Kerja bakti Lingkungan
		Sosialisasi Tanaman Hidroponik
4	Kewirausahaan	Handcraft
		Pelatihan Kerajinan Daur Ulang Sampah
		Pembuatan Kelompok Usaha /Koperasi
		Pembinaan, Pendampingan & Monitoring Kelompok Usaha

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan di lapangan, beberapa program diatas sudah berjalan, namun masih belum maksimal di beberapa program. Untuk memaksimalkan beberapa program diatas, diperlukan sinergi yang terbangun dari tiga tungku (fasilitator, pemerintah daerah dan masyarakat). Namun untuk sinergi tersebut masih memiliki beberapa kendala. Kendala tersebut antara lain kurangnya kompetensi SDM, kurangnya komunikasi antar *stakeholder*, dan kurangnya antusias warga masyarakat. Hal tersebut seperti yang disampaikan William Harianto dari pihak Astra,

“Untuk faktor kendala yang dialami beberapa KBA adalah pada Sumber Daya Manusia. Terkadang semangat, sinergi, dan kekompakan SDM di KBA sangat diperlukan bagi pesatnya perkembangan KBA itu sendiri. Jika orangnya mau maju, dengan sendirinya progressnya akan sangat cepat, begitu juga sebaliknya.”

*.”Untuk kendala yang dihadapi KBA Semanggi Suroboyo adalah pada antusias warga. Warga akan semangat berkembang ketika hasil program sudah kelihatan. Jika masih babat alas seperti, biasanya warga belum begitu antusias. Jadi yang berjalan sementara ini ya warga yang punya kepedulian terhadap perkembangan kampung kita. Apalagi soal UMKM, warga masih cenderung belum familiar dengan yang namanya kelompok usaha, jadi masih meraba-raba ”*ungkap Suparmo ketua KBA Semanggi Suroboyo

*“Kesulitan yang dihadapi saat berkolaborasi dengan KBA adalah kurangnya sinergi dan komunikasi antara pihak Astra, KBA, dan Pemerintah Desa. Kalau sinergi kita maksimal kemungkinan jalannya pemberdayaan UMKM akan lancar juga. Sementara ini yang berjalan maksimal ya UMKM yang masuk kedalam daftar Kecamatan Benowo, untuk yang diluar itu masih belum terjamah dengan maksimal untuk program pemberdayaannya”*ucap Didik PJ UMKM Kecamatan Benowo.

Pemberdayaan disebut program bila dilihat dari tahapan-tahapan kegiatan yang dilakukan untuk mencapai tujuan dan membutuhkan jangka waktu tertentu untuk pencapaiannya. Pemberdayaan dipandang sebagai proses apabila pemberdayaan itu terus berjalan sepanjang usia manusia dan tidak berhenti di suatu masa. Demikian pula halnya dalam masyarakat, proses pemberdayaan akan terus berjalan selama komunitas itu tetap ada dan tetap mau memberdayakan diri mereka sendiri. (Ocennaz In Komunitas, 2010).

Bradford (2007) menunjukkan bahwa keterampilan yang paling dibutuhkan UMKM adalah bagaimana mengelola keuangan bisnis dan bagaimana memasarkan produk serta kemampuan berkomunikasi. Bantuan permodalan juga menjadi factor yang penting, karena kurangnya modal yang diperlukan, maka sebagian besar penerima pelatihan tidak mempraktikkan pengetahuan mereka dalam bisnis (Kithae, Maganjo, and Kavinda, 2013)

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT.Astra International Tbk telah berkomitmen menerapkan CSR perusahaan dengan fokus pada pengembangan ekonomi masyarakat melalui Kampung Berseri Astra yang dibina dan diawasi perkembangannya secara berkesinambungan tiap tahun melalui 4 pilar utama yaitu Pendidikan, Kesehatan, Lingkungan, dan Kewirausahaan. KBA Semanggi Suroboyo sebagai salah satu mitra, merasa bahwa penerapan CSR tersebut sudah tepat sasaran, namun masih terkendala dengan faktor SDM dan kurang sinerginya program KBA dengan pemerintah daerah terutama berhubungan dengan pemberdayaan UMKM. Diperlukan pola sinergitas yang tepat untuk mensinergikan penerapan CSR Perusahaan dengan pemberdayaan ekonomi masyarakat terutama dalam hal pemberdayaan UMKM.

SARAN

Saran untuk kemajuan KBA Semanggi Suroboyo kedepan adalah perlunya sinergitas antara program KBA dengan program pemerintah daerah yang perlu disosialisasikan kepada warga terutama berhubungan dengan pemberdayaan UMKM. Saran untuk penelitian lebih lanjut adalah .dengan melakukan survei atau pembagian kuesioner serta FGD untuk menjanging aspirasi dan persepsi warga terkait pemberdayaan yang diminati dan diperlukan masyarakat terutama pemberdayaan UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Carroll, A. B., Brown, J. A., & Buchholtz, A. K. 2018. *Business & Society: Ethics, Sustainability, and Stakeholder Management*, 10th Edition. Cengage Learning, 1–793.
- [2] Ekawanti,Raharjo, dan Resnawati. 2022. Model Implementasi CSR Melalui Program Kampung Berseri Astra oleh PT.Astra International. Tbk. *Humanitas : Jurnal Ilmu Kesejahteraan Sosial*, Vol.4, No.2, Halaman: 21-34
- [3] Ghoniyah,Nunung. 2019. Model Pemberdayaan UMKM Melalui CSR Berbasis Suplly Chain Mangement. Unissula Press
- [4] Hardilawati, Wan Laura. 2020. Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi & Ekonomika*. Vol. 10, No.1, halaman 89-98
- [5] Kurniasari,Dyah. 2015. Program CSR Berbasis Pemberdayaan Masyarakat (Untuk Meningkatkan Produktivitas Usaha Mikro, Kecil, Menengah, di Madura). *Jurnal Neo-Bis* Vol.9. No.1, Halaman: 98-109
- [6] Mujaini, Setiati dan Pegawak. 2022. Sinergitas Antar Fasilitator, Pemerintah Daerah dan Masyarakat melalui Program Kampung Berseri Astra Sebagai Upaya PengembanganKampung Enggros . *Accounting Profession Journal*. Vol. 4 No.2 Halaman 63-69
- [7] Rinawati, dan Sadewo. 2019. Pengembangan Model Kemitraan UMKM Dengan Usaha Skala Besar di Jawa Timur melalui CSR. *Matra Pembaruan: Jurnal Inovasi Kebijakan*. Vol. 3 No.2 halaman 67-77
- [8] Sutinah, Bagong Suyanto, dan Ratna Azis P. 2020. Pemberdayaan Pelaku UMKM Merespon Pergeseran Karakteristik Konsumen di Era Digital. *Jurnal Layanan Masyarakat*. Vol. 4 No.1 halaman 202-207
- [9] Suparnyo,et al. 2013. Model Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Melalui Program Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Industri Rokok Di Kudus. *Sean* Vol.6 No.2 halaman: 29-39
- [10] Tanudjaja, B. B. 2006. Perkembangan Corporate Social Responsibility Di Indonesia. *Nirmana*, Vol.8 No.2,halaman 92–98
- [11] Thaha, Abdurrahman Firdaus. 2020. Dampak Covid-19 terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Brand*. Vol. 2 No.1 halaman 147-153
- [12] Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007. 2007. Undang-Undang Republik Perseroan Terbatas. Retrieved from www.hukumonline.co