

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Corporate Social Responsibility (CSR)

CSR adalah singkatan dari *Corporate Social Responsibility*, *corporate* berarti perusahaan yang bersifat badan hukum, *social* artinya sosial kemasyarakatan dan *responsibility* diartikan sebagai tanggung jawab. Jadi CSR adalah suatu tindakan atau konsep yang dilakukan oleh perusahaan (sesuai kemampuan perusahaan tersebut) sebagai bentuk tanggung jawab mereka terhadap sosial/lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada (Mahyaruddin, 2012: 17).

Tujuan CSR untuk membangun hubungan harmonis dengan masyarakat setempat yang berdomisili di daerah tersebut. Secara teoritik, CSR dapat didefinisikan sebagai moral suatu perusahaan terhadap para *strategic stakeholdersnya*, terutama komunitas atau masyarakat di sekitar wilayah kerja dan operasinya. CSR memandang perusahaan sebagai agen moral, sehingga parameter keberhasilan suatu perusahaan terikat dengan prinsip moral dan etis tanpa merugikan kelompok masyarakat. Perusahaan dalam bekerja harus mengedepankan prinsip moral dan etis dengan memberikan manfaat terbesar bagi masyarakat (Mahyaruddin, 2012: 17).

Terdapat beberapa definisi CSR yang dikemukakan. Tanggung jawab sosial perusahaan atau yang dikenal *Corporate Social Responsibility (CSR)* suatu konsep bahwa organisasi, khususnya perusahaan adalah memiliki suatu tanggung

jawab terhadap karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan. Secara umum tanggung jawab sosial perusahaan adalah kewajiban untuk mengambil tindakan yang melindungi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan serta kepentingan organisasi.

Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 menyatakan bahwa 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. Tanggung jawab sosial perusahaan adalah kewajiban organisasi untuk melayani kepentingan sendiri maupun kepentingan *stakeholder*. Meskipun memiliki definisi yang berbeda, namun secara esensi CSR merupakan wujud kepedulian (*giving back*) dari perusahaan kepada komunitas (Nurlina, 2016: 22).

Wibisono 2007, mengemukakan bahwa konsep CSR (*Corporate Social Responsibility*) memiliki beberapa definisi. Definisi CSR berasal dari konsep dan pemikiran yang dicetuskan oleh John Elkington (1997) dalam bukunya yang berjudul "*Cannibals With Forks, The Triple Bottom Line of Twentieth Century Business*", di mana dalam buku tersebut Elkington mengemukakan konsep "3P" (*profit, people, dan planet*) yang menerangkan bahwa dalam menjalankan operasional perusahaan, selain mengejar profit/keuntungan ekonomis sebuah korporasi harus dapat memberikan kontribusi positif bagi *people* (masyarakat) dan berperan aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*).

Menurut ISO 26000 CSR adalah tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat. CSR (*Corporate Social Responsibility*) adalah tanggung jawab suatu perusahaan atas dampak dari berbagai keputusan dan aktivitas mereka terhadap masyarakat dan lingkungan melalui suatu perilaku yang terbuka dan etis, yang :

- Konsisten dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat;
- Memperhatikan ekspektasi para pemangku kepentingan
- Diintegrasikan ke dalam seluruh bagian organisasi.

CSR dikatakan sebagai *discretionary* yang dalam arti luas berarti sesuatu yang perlu dilakukan. Seandainya tidak dilakukan, akan berakibat merugikan diri sendiri. Saat ini di Indonesia CSR telah diharuskan melalui UU Perseroan. Menurut *World Business Council for Sustainable Development*, CSR bukan sekedar *discretionary* tetapi suatu komitmen yang merupakan kebutuhan bagi perusahaan yang baik sebagai perbaikan kualitas hidup secara filosofis, jika perusahaan berusaha untuk berguna bagi umat manusia maka dalam jangka panjang tentunya akan tetap eksis (Solihin 2008).

Hadirnya perusahaan di tengah-tengah masyarakat memberikan kontribusi kepada permasalahan nasional yaitu pengangguran. Perusahaan menggerakkan masyarakat yang ada di sekitar perusahaan untuk melakukan aktivitas produksi yaitu bekerja. Secara langsung peran perusahaan adalah berhubungan erat dalam

menciptakan stabilitas perekonomian dan pengurangan tingkat pengangguran di Indonesia (Harori dan Toto Gunarto 2012)

Dari berbagai definisi di atas yang dapat disimpulkan bahwa CSR merupakan sebuah bentuk tanggung jawab sosial pada suatu perusahaan terhadap lingkungan sekitar dan masyarakat, dimana perusahaan tersebut menjalankan kegiatan usahanya. Tanggung jawab tersebut dilakukan oleh perusahaan selama jangka panjang dan dengan adanya CSR yang dilakukan oleh suatu perusahaan maka akan meningkatkan pula kesejahteraan masyarakat. Di sisi lain CSR juga akan berdampak positif bagi perusahaan untuk bertahan dalam menjalankan dan meningkatkan profitabilitas. Jika suatu saat perusahaan mengalami permasalahan maka masyarakat akan menjadi benteng utama perusahaan tersebut.

2.1.1 Model Pelaksanaan CSR

Model pelaksanaan CSR terbagi menjadi dua yang pertama pelaksanaan CSR secara *Mandatory* yang artinya diwajibkan undang-undang oleh perusahaan besar dan perusahaan yang mengelola atau terkait dengan sumber daya alam. Kedua, pelaksanaan CSR secara *Voluntary* dipengaruhi oleh perkembangan pelaksanaan CSR di negara asal perusahaan multinasional maupun pemberi *franchise* atau lisensi (Sholihin 2008 : 162).

2.1.2 Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Mardikanto (2014: 130) menyebutkan bahwa manfaat CSR dapat dibagi dalam tiga manfaat utama, yaitu:

1. Manfaat CSR Bagi Masyarakat

Perusahaan mempertimbangkan kepentingan masyarakat dengan mengambil tanggung jawab atas dampak kegiatan mereka terhadap pelanggan, pemasok, pemegang saham, karyawan, masyarakat dan pemangku kepentingan lainnya, serta lingkungan, memperhatikan masyarakat membuat perusahaan dapat berkontribusi terhadap peningkatan kualitas hidup masyarakat. Perhatian tersebut dapat dilakukan dengan cara melakukan aktivitas-aktivitas serta kebijakan yang dapat meningkatkan kesejahteraan, kualitas hidup dan kompetensi masyarakat di berbagai bidang.

2. Manfaat Bagi Pihak Pemerintah

Pelaksanaan CSR juga memberikan manfaat bagi pemerintah. Melalui CSR akan tercipta hubungan antara pemerintah dan perusahaan dalam mengatasi berbagai masalah sosial, seperti kemiskinan, rendahnya kualitas pendidikan, minimnya akses kesehatan dan lainnya. Tugas pemerintah untuk menciptakan kesejahteraan bagi rakyatnya menjadi lebih ringan dengan adanya partisipasi pihak swasta (perusahaan) melalui kegiatan CSR. CSR yang dapat berperan dalam mengatasi permasalahan-permasalahan adalah CSR yang bersifat *community development* seperti memberikan beasiswa, pemberdayaan ekonomi masyarakat memberikan lapangan pekerjaan dan pembangunan sarana kesehatan.

3. Manfaat CSR Bagi Korporasi

- a. Mempertahankan dan mengdongkrak reputasi serta citra perusahaan.
- b. Memperkuat nama perusahaan

- c. Membedakan perusahaan dengan pesaing
- d. Melebarkan aspek sumber daya
- e. Membuka akses untuk investasi dan pembiayaan bagi perusahaan

2.1.3 Pelaksanaan CSR di Indonesia

Perkembangan *Corporate Social Responsibility* (CSR) untuk konteks Indonesia dapat dilihat dari dua perspektif yang berbeda. Pertama pelaksanaan CSR memang merupakan praktik bisnis secara sukarela yang berasal dari inisiatif perusahaan, pelaksanaan CSR bukan lagi merupakan praktik bisnis secara sukarela, melainkan pelaksanaannya sudah diatur oleh undang-undang (bersifat *mandatory*).

CSR di Indonesia secara konseptual masih harus dipilih antara pelaksanaan CSR yang dilakukan oleh perusahaan dan pelaksanaan CSR perusahaan kecil dan menengah. Selama ini, terdapat anggapan yang keliru bahwa CSR hanya diperuntukkan bagi perusahaan besar, padahal tidak hanya perusahaan besar yang dapat memberikan dampak negatif melainkan perusahaan kecil dan menengah sekalipun bisa memberikan dampak negatif terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar. CSR yang dilakukan oleh perusahaan di Indonesia masih berkisar pada pembukaan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar dan pemberian *charity* kepada masyarakat sekitar (Solihin, 2008 : 161).

2.1.4 Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) oleh Badan Usaha Milik Negara (BUMN)

Pelaksanaan CSR yang bersifat *mandatory* adalah pelaksanaan CSR yang dilakukan oleh Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Badan Usaha Milik Negara

berbentuk perseoran, memiliki karakteristik berbeda dengan perusahaan korporasi yang dimiliki sepenuhnya oleh swasta (*private company*). Pada perusahaan BUMN berbentuk perseroan, selain melekat tujuan perusahaan untuk memperoleh optimalisasi laba, perusahaan juga dituntut untuk memberikan layanan kepada publik. Misalnya, melalui Paket Januari 1990, Menteri Keuangan membuat Surat Keputusan Menteri Keuangan yang mewajibkan BUMNK menyisihkan 1-5% dari laba yang mereka peroleh untuk membina Usaha Kecil dan Koperasi atau yang saat ini diubah menjadi Program Kemitraan Bina Lingkungan (PKBL).

Program Kemitraan Bina Lingkungan yang dilakukan BUMN sejauh ini belum mencerminkan pelaksanaan CSR yang menunjang rencana strategis perusahaan dalam jangka panjang. Hal ini terlihat dari berbagai rencana program bina lingkungan yang dilaksanakan BUMN sejauh ini yang masih bersifat sporadis. Misalnya pelaksanaan bantuan untuk usaha kecil dan koperasi, biasanya dalam bentuk pemberian kredit bunga rendah sebesar enam persen, pelatihan teknis dan pendampingan manajemen diberikan kepada usaha kecil dan koperasi yang tidak memiliki kaitan dengan bisnis inti perusahaan. Bina lingkungan sebagai salah satu program CSR akan lebih berdaya jika pelaksanaan bina lingkungan disesuaikan dengan kompetensi perusahaan, meningkatkan dana yang disisihkan dari laba BUMN serta digunakan untuk PKBL setiap tahunnya mencapai Rp. 600 – 900 miliar.

Pelaksanaan CSR oleh BUMN yang bersumber pendanaannya berasal dari penyisihan laba perusahaan, memiliki kelemahan yang fundamental yakni ketentuan ini memberikan celah bagi BUMN untuk berkelit dari kewajiban melaksanakan

CSR dengan alasan perusahaan belum mendapatkan laba. Oleh sebab itu, alangkah baiknya bila perusahaan BUMN diwajibkan untuk melaksanakan CSR yang sumber pendanaannya diperlukan sebagai biaya dan bukan berasal dari penyisihan laba perusahaan (Solihin 2008: 168).

2.1.5 CSR Sebagai Praktik Pemberdayaan Masyarakat

Pemberdayaan masyarakat adalah serangkaian kegiatan untuk meningkatkan aset dan kemampuan masyarakat agar mau dan mampu mengakses berbagai sumberdaya, permodalan, teknologi dan pasar dengan pendekatan pendampingan, peningkatan kapasitas pelayanan serta pembelajaran menuju kemandirian. Tujuan pemberdayaan masyarakat adalah meningkatkan kemampuan mendorong kemauan dan keberanian, serta memberikan kesempatan bagi upaya-upaya masyarakat setempat untuk dengan atau tanpa dukungan pihak luar mengembangkan kemandiriannya demi terwujudnya perbaikan kesejahteraan secara berkelanjutan (Untung 2014:63-64)

Mardikanto (2014:160) mengungkapkan CSR sebagai praktik pemberdayaan masyarakat oleh perusahaan, harus dilandasi oleh teori-teori :

1. Pembangunan berbasis masyarakat yang mensyaratkan partisipasi dan pemberdayaan masyarakat. Pemberdayaan masyarakat diarahkan untuk memperbaiki kapasitas dan kekuasaan masyarakat kaitannya dengan peningkatan kesadaran, kemampuan dan kesempatan. Partisipasi (dalam pengambilan keputusan, perencanaan, pelaksanaan, pemantauan dan evaluasi dan pemanfaatan hasil pembangunan) akan meningkatkan pemerataan pendapatan dan usaha bagi seluruh masyarakat.

2. Pengembangan masyarakat (*community development*) yang merupakan upaya sadar yang dilakukan oleh pemerintah untuk mengoptimalkan potensi yang ada dalam masyarakat demi perbaikan mutu hidup.
3. Pemberdayaan masyarakat (*community empowerment*) yang merupakan kapasitas individu, entitas dan jaringan (sistem) baik kapasitas manusia, kapasitas usaha, kapasitas lingkungan dan kapasitas kelembagaan.

2.2. Hubungan antara Bantuan CSR dan Pengembangan UMKM

Kondisi kemiskinan dan krisis yang melibatkan banyak usaha berskala besar yang mengalami stagnasi bahkan berhenti aktivitasnya, sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) terbukti lebih tangguh dalam menghadapi krisis tersebut. Namun UMKM sering kali terabaikan hanya karena hasil produksinya dalam skala kecil dan belum mampu bersaing dengan unit usaha lainnya. Pengembangan terhadap sektor swasta merupakan suatu hal yang tidak diragukan lagi dan perlu untuk dilakukan. UMKM memiliki peran penting dalam pengembangan usaha di Indonesia. UMKM juga merupakan cikal bakal dari tumbuhnya usaha besar, hampir semua usaha besar berawal dari UMKM. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) harus terus ditingkatkan dan aktif agar dapat maju dan bersaing dengan perusahaan besar (Kurniasari, 2015).

Perusahaan memegang peran yang sangat penting untuk ikut andil dalam pengembangan UMKM. Salah satu peran yang bisa dilakukan adalah melalui program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan memanfaatkan bantuan CSR yang telah disalurkan oleh perusahaan tersebut. CSR merupakan salah satu

komitmen perusahaan yang bertujuan untuk membangun kualitas kehidupan yang lebih baik dengan para pihak yang terkait, terutama masyarakat dan lingkungan sosial di mana perusahaan tersebut didirikan. Bantuan CSR suatu perusahaan dan pengembangan UMKM memiliki hubungan yang sangat erat, dimana bantuan CSR yang disalurkan oleh suatu perusahaan dapat meningkatkan pengembangan UMKM pada daerah-daerah di Indonesia.

2.2.1 Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Undang-Undang Republik Indonesia Nomer 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil Menengah menyatakan :

1. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Kriteria usaha mikro memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp.50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagian dimaksud dalam Undang-Undang ini. Kriteria usaha kecil memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah). Tidak termasuk tanah dan

bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Kriteria usaha menengah memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

2.2.2 Pengungkapan CSR dengan Menggunakan GRI

Standar pengungkapan CSR yang berkembang di Indonesia merujuk pada standar yang diterapkan GRI (*Global Reporting Initiative*). Standar GRI dipilih karena lebih memfokuskan pada standar pengungkapan sebagai kinerja ekonomi, sosial dan lingkungan perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas dan pemanfaatan *sustainability reporting*. Pengungkapan CSR dengan menggunakan GRI dapat dilakukan melalui tiga aspek yaitu :

1. Aspek ekonomi, terdiri dari 9 item indikator kinerja

2. Aspek lingkungan, terdiri dari 34 item indikator kinerja.
3. Aspek sosial, terdiri dari 48 item indikator kinerja. Indikator kinerja sosial dapat dibagi menjadi beberapa kategori yaitu kategori sosial praktik ketenagakerjaan dan karyawan bekerja, kategori sosial hak asasi manusia, kategori sosial masyarakat dan kategori sosial tanggung jawab produk.

2.2.3 Pemberdayaan Masyarakat (*Community Development*)

Pemberdayaan merupakan salah satu upaya dalam membantu masyarakat memecahkan masalahnya secara mandiri tanpa terpaku dengan bantuan orang lain. Pemberdayaan ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup manusia, meningkatkan harkat dan martabat manusia. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia daya berarti kekuatan atau kemampuan untuk mengerjakan sesuatu, berarti dalam proses pemberdayaan menunjuk pada kemampuan seseorang, khususnya kelompok yang rentan dan lemah sehingga memiliki kemampuan dalam memecahkan masalah yang sedang dihadapinya. Pemberdayaan yang dimaksud yaitu upaya untuk membangun daya masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya dengan pendampingan dan pemberian bantuan agar dapat mengembangkan usaha masyarakat guna meningkatkan perekonomian mereka (Marlena, 2014).

Pemberdayaan masyarakat atau *community development* yang bertujuan untuk menciptakan kemandirian komunitas lokal, sehingga dengan demikian masyarakat akan mandiri tanpa ketergantungan dengan pihak perusahaan. *Community development* harus berdasarkan prinsip pemberdayaan tidak hanya sekedar pertolongan. Masyarakat membutuhkan pendamping yang dapat

mensejahterakan kehidupan. Kegiatan CSR yang dilakukan saat ini sudah beragam, disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat setempat berdasarkan *need assessment*. Secara umum ruang lingkup program-program *community development* dapat dibagi berdasarkan tiga kategori (Nurlina, 2016: 43).

2.2.4 Kesejahteraan Menurut BKKBN

Keluarga sejahtera menurut Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana (BKKBN) adalah keluarga yang dibentuk berdasarkan atas perkawinan yang sah, maupun memenuhi kebutuhan hidup spiritual dan materiil yang layak, hubungan yang serasi, selaras dan seimbang antara anggota dan antara keluarga dan masyarakat dan lingkungan.

Berikut merupakan indikator tahapan keluarga sejahtera menurut BKKBN yaitu sebagai berikut:

1. Enam indikator tahapan keluarga sejahtera I (KS I) atau indikator kebutuhan dasar keluarga (*Basic Needs*).
 - a. Pada umumnya anggota keluarga makan dua kali sehari atau lebih.
 - b. Anggota keluarga memiliki pakaian yang berbeda untuk di rumah, bekerja atau sekolah dan bepergian.
 - c. Rumah yang ditempati keluarga mempunyai atap, lantai dan dinding yang baik.
 - d. Bila ada anggota keluarga sakit dibawa ke sarana kesehatan.
 - e. Bila pasangan usia subur ingin ber KB pergi ke sarana pelayanan kontrasepsi.
 - f. Semua anak umur 7-15 tahun dalam keluarga bersekolah.

2. Delapan indikator keluarga sejahtera II (KS II) atau indikator kebutuhan psikologis (*Psychological Needs*)
 - a. Pada umumnya anggota keluarga melaksanakan ibadah sesuai dengan agama dan kepercayaan masing-masing.
 - b. Paling kurang sekali seminggu seluruh anggota keluarga makan daging/ikan/telur.
 - c. Seluruh anggota keluarga memperoleh paling kurang satu stel pakaian baru dalam setahun.
 - d. Luas lantai rumah paling kurang 8m² untuk setiap penghuni rumah.
 - e. Tiga bulan terakhir keluarga dalam keadaan sehat sehingga dapat melaksanakan tugas masing-masing.
 - f. Ada atau lebih anggota keluarga yang bekerja memperoleh penghasilan.
 - g. Seluruh keluarga umur 10-60 tahun bisa membaca tulis latin.
 - h. Pasangan usia subur dengan anak dua atau lebih menggunakan alat/obat kontrasepsi.
3. Lima indikator keluarga sejahtera III (KS III) atau indikator kebutuhan pengembangan (*Develomental Needs*)
 - a. Keluarga berupaya meningkatkan pengetahuan agama.
 - b. Sebagian penghasilan keluarga ditabung dalam bentuk barang.
 - c. Kebiasaan keluarga makan bersama paling kurang seminggu sekali dimanfaatkan untuk berkomunikasi.
 - d. Keluarga ikut dalam kegiatan masyarakat di lingkungan sekitar.

- e. Keluarga memperoleh informasi dari surat kabar/ majalah/ radio/ tv/ internet.
4. Dua indikator keluarga sejahtera III plus (KS III Plus) atau indikator aktualisasi diri (*Self Esteem*).
 - a. Keluarga secara teratur dengan sukarela memberikan sumbangan materiil untuk kegiatan sosial.
 - b. Ada anggota keluarga yang aktif sebagai pengurus perkumpulan sosial/yayasan/institusi masyarakat.

2.2.5 Kesejahteraan Sosial Menurut UURI

Kesejahteraan Sosial menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2009 adalah suatu kondisi terpenuhinya kebutuhan material, spiritual dan sosial warga negara agar dapat hidup layak dan mampu mengembangkan diri, sehingga dapat melaksanakan fungsi sosialnya. Penyelenggaraan kesejahteraan sosial bertujuan :

- a. Meningkatkan taraf kesejahteraan, kualitas dan kelangsungan hidup.
- b. Memulihkan fungsi sosial dalam rangka mencapai kemandirian.
- c. Meningkatkan ketahanan sosial masyarakat dalam mencegah dan menangani masalah kesejahteraan sosial.
- d. Meningkatkan kemampuan, kepedulian dan tanggung jawab sosial dunia usaha dalam penyelenggaraan kesejahteraan sosial secara berlembaga dan berkelanjutan.
- e. Meningkatkan kualitas manajemen penyelenggaraan kesejahteraan sosial.

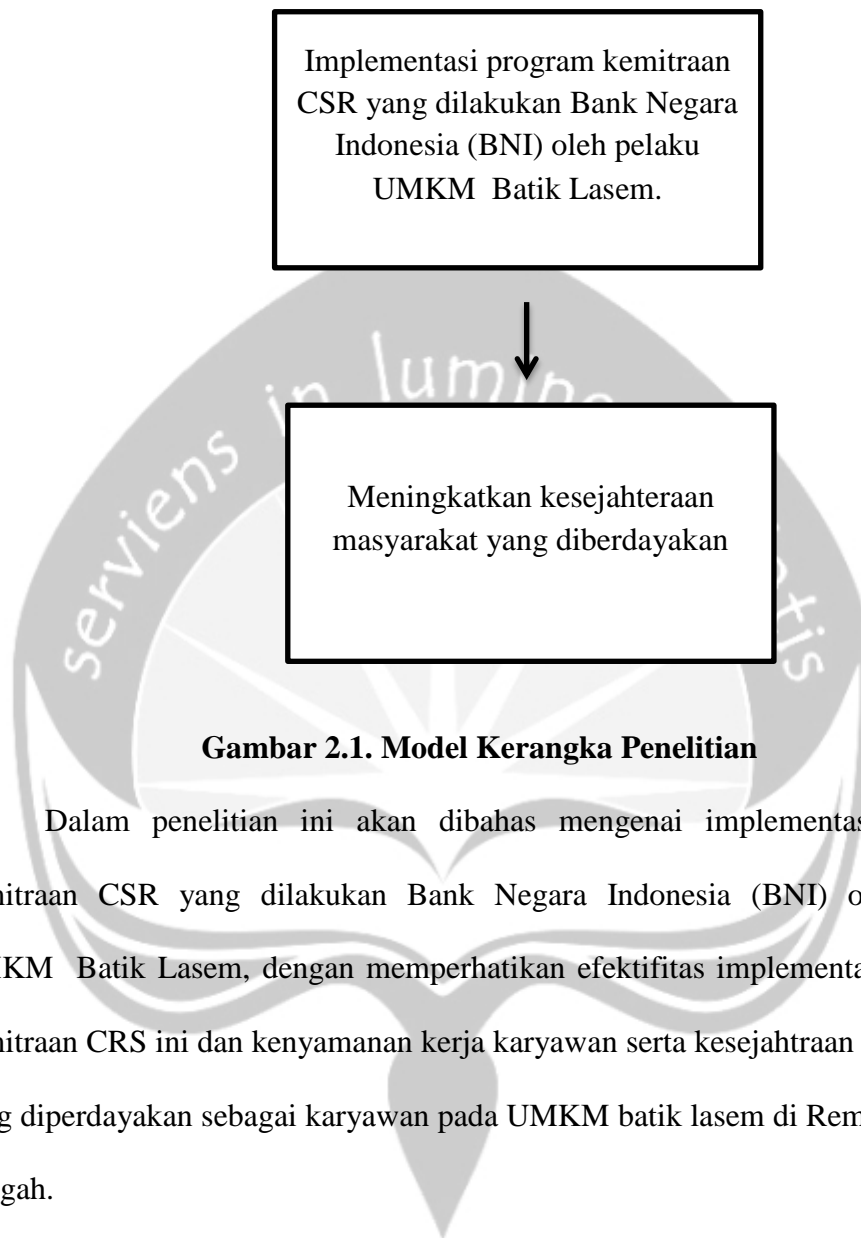
2.3. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1. Penelitian Sebelumnya

Peneliti	Judul	Variabel	Objek	Hasil
Aisyah (2018)	Pengaruh Program <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Implementasi CSR PT. Pertamina Geothermal Energy (PGE) Desa Pagar Alam dan Desa Ngarip Kecamatan Ulubelu Kabupaten Tanggamus)	- Variabel independent: <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) - Variabel dependent: Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat	ICSR PT. Pertamina Geothermal Energy (PGE) Desa Pagar Alam dan Desa Ngarip Kecamatan Ulubelu Kabupaten Tanggamus	Variabel program CSR berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat, sumbangan variabel program CSR terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat sebesar 35% di Desa Pagar Alam dan sebesar 40% di Desa Ngarip dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian
Paryadi (2013)	Pengaruh Implementasi Program <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Terhadap Kesejahteraan Masyarakat (Study Kasus: PT Air Mancur Karanganyar	- Variabel independent: <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) - Variabel dependent: Kesejahteraan Masyarakat	<i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) PT Air Mancur Karanganyar	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) terhadap kesejahteraan masyarakat sebesar 87,5% untuk besarnya masing-masing variabel adalah 0,756 untuk corporate relations program, sedangkan ulasan kegiatan CSR yang diinginkan masyarakat adalah perbaikan jalan,

				beasiswa, pengobatan gratis, penerangan jalan dan pasar murah
Wahyunin grum (2014)	Pengaruh Program <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Peningkatan Pemberdayaan Masyarakat (Studi Pada Implementasi CSR PT. Amerta Indah Otsuka Desa Pacarkeling Kecamatan Kejayan Pasuruan	- Variabel independent: <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) - Variabel dependent: Peningkatan Pemberdayaa n Masyarakat	<i>Corporate Social Responsibilit y</i> (CSR) PT. Amerta Indah Otsuka Desa Pacarkeling Kecamatan Kejayan Pasuruan	Terdapat pengaruh signifikan secara simultan dan parsial antar variabel sosial, ekonomi dan lingkungan dengan pemberdayaan masyarakat.

2.4. Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1. Model Kerangka Penelitian

Dalam penelitian ini akan dibahas mengenai implementasi program kemitraan CSR yang dilakukan Bank Negara Indonesia (BNI) oleh pelaku UMKM Batik Lasem, dengan memperhatikan efektifitas implementasi program kemitraan CRS ini dan kenyamanan kerja karyawan serta kesejahteraan masyarakat yang diperdayakan sebagai karyawan pada UMKM batik lasem di Rembang, Jawa Tengah.

2.5. Hipotesis

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah suatu konsep bahwa organisasi, khususnya (namun bukan hanya) perusahaan adalah memiliki suatu tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan,

pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan (Aziz (2013: 208). Konsep *corporate social responsibility* melibatkan tanggung jawab kemitraan antara pemerintah, lembaga sumber daya masyarakat, juga komunitas setempat (lokal). Kemitraan ini, tidaklah bersifat pasif dan statis. Kemitraan ini merupakan tanggung jawab bersama secara sosial antar *stakeholders* (Bambang, 2013: 107).

Penelitian Aisyah (2018) disimpulkan bahwa variabel program CSR berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat, sumbangan variabel prgram CSR terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat sebesar 35% di Desa Pagar Alam dan sebesar 40% di Desa Ngarip dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian. Suatu perusahaan menuntut diberlakukannya tanggung jawab sosial perusahaan sebagai upaya timbal balik dari perusahaan terutama kepada lingkungan perusahaan yang diantaranya adalah masyarakat sekitar perusahaan. Penerapan tanggung jawab sosial perusahaan dilakukan agar masyarakat merasakan manfaat dari perusahaan. Hal ini penting karena jika perusahaan menerapkan tanggung jawab sosial kepada masyarakat maka reputasi perusahaan juga akan baik dimata masyarakat. Berdasarkan hal tersebut maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

H1 : Implementasi *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) Perbankan berpengaruh positif terhadap UMKM Batik Lasem