
MODEL KOMUNIKASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) BANK INDONESIA

Puji Lestari

Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP UPN "Veteran" Yogyakarta
Jl. Babarsari No. 2 Tambakbayan Yogyakarta, Telp. (0274) 485268
e-mail : pujilestariginting@yahoo.co.id

Abstract

The purpose of this research was found a model of communication between companies, Bank Indonesia (BI) and Small Medium Enterprises (SME) in Bantul, and communities. This research used subjective approach by qualitative data. The data collection was conducted using interview. Subjects of this research included occurred SME who suffered the earthquake in Manding, Bantul Regency. Another subject was Corporate Social Responsibility (CSR) team from BI Yogyakarta. The data analysis was conducted qualitatively. This research found synergic communication model among Bank Indonesia, government, and society Through CSR Program. CSR Program of BI had fulfilled the systematic of CSR program that suggested by Ambadar, i.e. by planning the implementation and evaluation. The communication held between the company, government, and constructed partner, i.e. SME in Manding industrial centre had been intensive, through the official meeting, reviewing and informally via telephone. CSR program conducted included successful in outsourcing the SME post-earthquake in Manding, Bantul Regency. It seem by the existence of human resources of which had followed English course and computer, physical development by shape of parking lots, ATM, the meeting hall, gates as identity as letter handicraft centre of Manding, and the ballyhoo concerning on Manding, there are plenty of crowd shops visited by both domestic or foreign consumers.

Key words: *corporate social responsibility, economical outsourcing of society*

Pendahuluan

Pada tanggal 27 Mei 2006, wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) dan Jawa Tengah diguncang gempa bumi yang dahsyat, banyak korban jiwa dan harta benda. Sekitar 5000 orang meninggal dunia, tak terhitung lagi yang sakit, cacat, dan menderita tekanan mental. Banyak rumah, pertokoan, gedung sekolah, hotel, tempat usaha, dan berbagai fasilitas umum lainnya hancur. Termasuk para penduduk yang memiliki Usaha Kecil Menengah (UKM) kerajinan kulit di Manding Kabupaten Bantul.

Berbagai kegiatan filantropi dilakukan oleh beberapa perusahaan memang baik, namun menurut hasil observasi (Juni 2007), secara umum masih ditemukan banyak problem berkaitan dengan pemberdayaan ekonomi masyarakat pasca

gempa. Banyak masyarakat yang mengeluh usahanya terancam gagal, ada juga yang resah berkaitan dengan jaminan usaha yang akan diambil alih oleh bank, dan sebagainya. Hal ini membuktikan bahwa penanganan pemerintah terhadap pemberdayaan ekonomi masyarakat belum optimal. Padahal, secara psikologis, kesulitan ekonomi yang berkepanjangan sangat mengganggu stabilitas kehidupan masyarakat. Dengan demikian, diperlukan riset komunikasi untuk mengetahui perubahan kondisi ekonomi masyarakat yang berkaitan dengan program CSR, mengingat prinsip program tersebut bersifat *empowerment* yaitu memberdayakan masyarakat menjadi mandiri secara ekonomi maupun sosial (Palupi, MIX 16 Oktober 2006).

Masalah yang menjadi fokus penelitian

adalah : bagaimana model komunikasi perusahaan dan masyarakat melalui program CSR Bank Indonesia (BI) guna meningkatkan pemberdayaan ekonomi masyarakat korban gempa pada UKM di Manding Kabupaten Bantul Yogyakarta?

Penelitian ini bertujuan mengevaluasi program dan menemukan model komunikasi perusahaan dan masyarakat melalui program CSR BI pada UKM di Manding Kabupaten Bantul Yogyakarta.

Metode Penelitian

Penelitian ini bersifat evaluatif, yaitu mengevaluasi pelaksanaan program CSR BI di Manding Bantul, dari perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi, apakah dalam penyusunan program CSR ini sudah melibatkan komunikasi yang baik antara BI, UKM di sentra Industri kulit Manding, Pemerintah Daerah Bantul, dan institusi pendidikan.

Pengambilan sampel dilakukan secara *purposive sampling*, di mana peneliti menentukan kriteria sebagai berikut : (a) Pengelola program CSR BI; (b) Pengusaha kecil menengah di Manding yang terkena musibah gempa tahun 2006 yang menjadi Mitra Binaan BI.

Data primer dikumpulkan dari hasil wawancara mendalam yang telah dilakukan dengan subjek penelitian sebagai berikut: (a). Pimpinan dan staf CSR “Program Desa Kita” di BI Yogyakarta; (b). Pemilik CV. SEAGA (pengusaha sukses) di Manding Bantul; (c). Para pemilik toko sepatu dan tas di Manding.; (d). Para pegawai toko di Manding yang sudah menerima program CSR BI.

Sementara itu data sekunder dihimpun dari beberapa sumber sebagai berikut: (a). Dokumentasi Tim “Program Desa Kita” CSR BI di Yogyakarta; (b). Laporan Hasil Evaluasi Pelaksanaan “Program Desa Kita” CSR BI di Yogyakarta; (c). Sumber dari internet.

Data yang terkumpul dianalisis dengan teknik deskriptif-kualitatif. Pertama-tama data direduksi untuk menentukan mana yang relevan dengan substansi penelitian dan mana yang tidak. Hasil reduksi data kemudian dibuat kategorisasi untuk memilah-milah data berdasarkan kategori-kategori yang telah ditentukan. Dalam proses analisis data ditemukan model komunikasi sinergi

antara BI, UKM di Manding, Pemda Bantul, dan Perguruan Tinggi, sejak proses perencanaan program, pelaksanaan, dan evaluasi, guna mempermudah membaca data dan menarik kesimpulan, analisis data juga melibatkan “diskusi teoretik” antara temuan yang diperoleh dari hasil penelitian dengan konsep-konsep mengenai CSR serta kajian-kajian sejenis yang pernah dilakukan peneliti lain.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Implementasi CSR, merujuk pada *general system theory* bahwa seluruh organisme terbuka, dan berinteraksi dengan lingkungan eksternal organisme tersebut (Lawrence, Weber & Post dalam Meylani, 2007). Walaupun kebanyakan dari organisme mempunyai batasan lingkungan yang jelas, namun tidak dapat dipahami secara terpisah, tetapi hanya dapat dipahami hubungan mereka dengan lingkungan. Ketika teori sistem diterapkan dalam konteks korporat sebagai suatu institusi sosial dan ekonomi, maka teori sistem ini mengibaratkan perusahaan sebagai organisme yang terikat dengan lingkungan eksternal, yaitu struktur sosial masyarakat di mana kedua belah pihak saling berinteraksi. Salah satu lingkungan eksternal perusahaan adalah masyarakat di mana perusahaan tersebut beroperasi. Lingkungan eksternal BI Yogyakarta adalah masyarakat Yogyakarta, khususnya di Kabupaten Bantul.

Menurut *general system theory*, perusahaan harus selalu beradaptasi terhadap lingkungan eksternal. Dasar perusahaan untuk bertahan terletak pada kemampuan beradaptasi dengan perubahan lingkungan. *General system theory* menyatakan adanya *interactive social system*, di mana perusahaan dan masyarakat saling membutuhkan dan saling mempengaruhi. Korporat adalah bagian dari masyarakat dan masyarakat bagian dalam bisnis perusahaan dan seringkali mempengaruhi keputusan perusahaan (Lawrence, Weber & Post dalam Meylani, 2007).

Lingkungan eksternal yang mempengaruhi perusahaan tersebut kemudian dikenal dengan *stakeholders* (pemangku kepentingan). Menurut *stakeholder theory of firm*, perusahaan melayani keinginan publik yang lebih luas, untuk menciptakan nilai dalam masyarakat (Lawrence, weber &

Post dalam Maylani, 2007:1). Teori ini berpendapat bahwa perusahaan mempunyai banyak kewajiban, dan seluruh kepentingan *stakeholders* harus diperhatikan. Perusahaan yang menyadari hak dan kepedulian dari berbagai kelompok akan bertahan lebih lama daripada mereka yang tidak. Argumen ini berkeyakinan bahwa hubungan baik dengan *stakeholders* merupakan nilai tersendiri bagi perusahaan. Sejalan dengan pendapat tersebut, maka perusahaan sudah sewajarnya tanggap dan segera merespon kepentingan masyarakat sekitar. Dalam penelitian ini masyarakat sekitar perusahaan yang mengalami keterpurukan ekonomi akibat musibah gempa pada tanggal 27 Mei 2007. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa kegiatan CSR sangat terkait dengan pengembangan masyarakat atau pemberdayaan masyarakat. Konsep pemberdayaan masyarakat yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada pendapat Priyono dan Pranaka (1996:56) bahwa:

Pertama, pemberdayaan menekankan kepada proses memberikan atau mengalihkan sebagian kekuasaan, kekuatan atau kemampuan (*power*) kepada masyarakat, organisasi atau individu agar menjadi lebih berdaya. *Kedua*, kecenderungan sekunder menekankan pada proses menstimulasi, mendorong dan memotivasi individu agar mempunyai kemampuan atau keberdayaan untuk menentukan apa yang menjadi pilihan hidupnya.

Pemberdayaan dalam penelitian ini juga dimaksudkan agar masyarakat korban gempa khususnya UKM di Kabupaten Bantul Yogyakarta segera bangkit, terdorong, dan termotivasi kembali melakukan berbagai usaha yang telah dilakukan sebelum tertimpa musibah gempa dengan berbagai mitra usaha yang ada. Beberapa alasan pentingnya mengembangkan pemberdayaan masyarakat dilatarbelakangi oleh empat hal (Simamora, 2001: 27), yaitu : pertama, Melalui upaya pembangunan, potensi sumberdaya nasional diarahkan menjadi kekuatan di bidang ekonomi, sosial budaya, politik dan pertahanan, keamanan yang nyata, didukung oleh sumberdaya manusia berkualitas, memiliki kemampuan memanfaatkan, mengembangkan dan menguasai ilmu pengetahuan

dan teknologi serta kemampuan manajemen; kedua, Sumberdaya manusia dipandang sebagai unsur yang sangat menentukan dalam proses pembangunan, terutama di negara sedang berkembang. Hal ini berkaitan dengan pengalaman negara industri baru yang menunjukkan bahwa pertumbuhan bersumber dari pertumbuhan masyarakat yang didukung oleh sumberdaya manusia berkualitas; ketiga Adanya anggapan bahwa sumber daya manusia lebih penting daripada sumber daya alam; keempat Pembangunan sumber daya manusia dapat menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang maksimal.

Dengan beberapa alasan tersebut, maka penelitian mengenai model komunikasi perusahaan dengan masyarakat demi pemberdayaan ekonomi masyarakat korban gempa di Kabupaten Bantul Yogyakarta melalui program CSR ini, menjadi semakin penting untuk dilakukan. Model komunikasi dapat diterapkan dalam rangka Pemberdayaan ekonomi masyarakat korban gempa, dampaknya akan mempengaruhi proses pembangunan masyarakat pada umumnya. Secara konseptual dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar 1. Tujuan CSR Jangka Panjang Yang Ingin Dicapai Komunikasi Perusahaan, Pemerintah, & Masyarakat



Sumber : Modifikasi dari PT ADARO (<http://www.envirocoal.com>)

Adapun tujuan jangka panjang yang ingin dicapai setelah adanya program CSR pasca musibah gempa bumi adalah terciptanya masyarakat yang mandiri, dalam arti kemandirian ekonomi, kemandirian intelektual, dan kemandirian manajemen. Dengan kemandirian tersebut, potensi ekonomi daerah juga meningkat, dampaknya kesejahteraan masyarakat pun meningkat.

Menurut catatan *Tempo* (April, 2007) bahwa aktivitas CSR memiliki keragaman bentuk, antara lain dengan membentuk divisi khusus CSR di bawah direktorat, mendirikan lembaga khusus

baik sebagai pelaksana maupun konsultan, serta pembentukan perkumpulan perusahaan yang telah menjalankan CSR, di samping menyelenggarakan CSR Awards. Dengan cara demikian, perusahaan merasa aman terhadap *stakeholder*, yang mewakili masing-masing pilihan dari 3P *Profit* (keuntungan ekonomi), *People* (peduli manusia) dan *Planet* (peduli lingkungan hidup).

Perusahaan melakukan CSR dengan beberapa macam strategi. Terdapat tahapan CSR yang sistematis dan kompleks dengan langkah-langkah: perencanaan, pelaksanaan dan monitoring atau evaluasi. Berikut tahapan CSR menurut Ambadar :

Dimulai dengan melihat dan menilai kebutuhan (*needs assessment*) masyarakat sekitar. Caranya dengan mengidentifikasi masalah atau problem yang terjadi di masyarakat dan lingkungannya setelah itu dicarikan solusinya yang terbaik menurut kebutuhan masyarakat.... Monitoring, yang dapat dilakukan melalui survey maupun kunjungan langsung. Evaluasi dilakukan secara reguler dan dilaporkan agar menjadi panduan untuk strategi atau pengembangan program selanjutnya. Selain itu, evaluasi juga dilakukan dengan mencocokkan hasil evaluasi internal perusahaan dengan pihak eksternal. Di samping itu, perlu pula dilakukan audit sosial (*social audit*) secara objektif terhadap pelaksanaan program, untuk melihat apakah program telah tepat sasaran, serta dirasakan manfaatnya oleh masyarakat, sesuai tujuan pelaksanaannya (Ambadar, 2008:39).

Penelitian ini juga menganalisis program CSR BI, apakah sudah memenuhi langkah-langkah yang sistematis atau belum. Mengingat program CSR ini terkait dengan komitmen memberdayakan masyarakat.

Pelaksanaan CSR dapat dilakukan secara bersinergi antara unit bisnis (dengan dana CSR BUMN atau dana CSR perusahaan), pemerintah (pusat dan daerah, mengenai pendanaan, regulasi, insentif, fasilitator, dan *network*), masyarakat atau perseorangan, dan akademi atau perguruan tinggi (riset dan pengembangan, pelatihan, advokasi/

pendampingan). Hal ini dikenal dengan sinergi 4 kaki *creative capitalism* (Majalah SWA hal 40 no.24/XXIV/13-23 November 2008).

Program CSR Bank Indonesia

BI memiliki tiga tugas pokok di bidang moneter, perbankan dan sistem pembayaran. Di samping tugas-tugas pokok tersebut, BI tetap peduli pada lingkungan sekitar. Artinya, BI memiliki kepekaan terhadap apa yang sedang terjadi di sekitarnya. Kepedulian tersebut diwujudkan dengan kegiatan yang dinamakan Bank Indonesia *Social Responsibility* (BSR). Hingga akhir tahun 2007, BSR telah dilaksanakan di Desa Mekar Jaya, Cirebon, Desa Ilepadung, di Pulau Flores, Nusa Tenggara Timur dan Dusun Manding, Desa Sabdodadi, Kecamatan Bantul, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Pelaksanaan masing-masing BSR dimaksud disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat dan ketersediaan dana di Bank Indonesia. Aktifitas BSR tersebut diberi nama Program Desa Kita (PDK).

Visi PDK adalah mewujudkan desa-desa yang mandiri sehingga dapat berperan sebagai tiang-tiang pancang pembangunan bangsa Indonesia yang kokoh dan mandiri. Adapun misinya adalah mewujudkan masyarakat yang produktif dan mampu mengembangkan dirinya sendiri. PDK mempunyai tujuan membina desa yang masih sangat terbatas dalam aspek fisik dan non-fisik namun memiliki potensi pengembangan guna mencapai standar kapasitas untuk menjadi desa yang mampu mengembangkan diri sendiri (mandiri). Itulah pemberdayaan masyarakat Manding, agar mandiri setelah terpuruk akibat musibah gempa bumi 2006. PDK dikembangkan oleh tim CSR BI, dengan tahapan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program.

Perencanaan Program

Kantor Bank Indonesia (KBI) Yogyakarta menjalankan amanat Kantor Pusat Bank Indonesia (KPBI) dalam melaksanakan Bank Indonesia *Social Responsibility* (BSR) yang juga dikenal dengan PDK. Sebelum melaksanakan program CSR ini, BI melakukan survai terhadap beberapa sentra UKM yang terkena musibah gempa 2006. Tempat survai antara lain, UKM Wayang di

Imogiri, Gerabah di Kasongan dan Pundong, serta UKM Kulit di Manding. Berdasarkan penjelasan tim CSR BI Yogyakarta (Purwoko) bahwa:

Sebelum menentukan lokasi untuk kegiatan CSR ini, BI melakukan survai lokasi. Banyak pertimbangan yang ditentukan agar bisa mendampingi UKM. Antara lain, menjadi korban gempa bumi 2006, kegiatannya tidak mencemari atau merusak lingkungan. Di samping itu Tim CSR BI juga mendatangi pemerintah Kabupaten Bantul untuk dimintai persetujuannya. Setelah mereka setuju dan mau mendukung, kami mendatangi warga Manding. Semua unsur warga kami mintai masukan, yaitu : Kelompok ibu-ibu, kelompok Bapak-bapak, dan Remaja atau karangtaruna. Mereka mengungkapkan berbagai persoalan yang ada melalui pertemuan-pertemuan yang dilakukan oleh tim CSR BI dengan warga. Pertemuan dilakukan berkali-kali untuk membuat keputusan program apa yang akan dilakukan (Wawancara 9 Maret 2009).

Program ini dilaksanakan di Dusun Manding dengan tiga pertimbangan utama. (1) Manding merupakan sentra industri kerajinan kulit yang dulu pernah mengalami kejayaan; (2) Manding merupakan salah satu dusun yang rusak parah akibat gempa bumi 27 Mei 2006; (3) Manding dipilih oleh Bupati Bantul karena sentra-sentra industri lain yang berada di Kabupaten Bantul telah dibantu oleh lembaga-lembaga nasional atau internasional.

PDK di Dusun Manding dilakukan dengan pendekatan *community based*. Proyek-proyek yang dilaksanakan berdasarkan aspirasi dan prakarsa masyarakat sehingga kesinambungan dan kelestariannya dapat terjaga. Melalui mekanisme *bottom-up*, seluruh masyarakat diminta untuk mengemukakan kebutuhan-kebutuhannya yang digolongkan berdasarkan empat aspek yaitu perekonomian, pendidikan, kesehatan dan lingkungan hidup.

Tim Kerja BI Yogyakarta memperoleh gambaran akan kebutuhan-kebutuhan berdasarkan empat aspek dimaksud, telah melakukan

penjaringan aspirasi dari empat kelompok masyarakat yang digolongkan menjadi satu kelompok perajin, dua kelompok umum, tiga kelompok ibu-ibu dan empat kelompok karangtaruna. Melalui kegiatan ini diperoleh gambaran kebutuhan yang kemudian digolongkan menjadi proyek fisik dan non-fisik.

Kebutuhan seluruh warga masyarakat berdasarkan empat aspek dimaksud yang digolongkan menjadi proyek fisik dan non-fisik kemudian diinformasikan dan didiskusikan dengan Bupati Bantul dan jajarannya. Dari hasil diskusi dapat dipilah-pilah proyek apa saja yang bisa dipenuhi oleh Anggaran Pendapatan Belanja Daerah (APBD) Kabupaten Bantul dan yang diperlukan bantuan dari BI. PDK Manding diawali dengan penandatanganan *Memory of Understanding* (MoU) antara Pemimpin BI Yogyakarta, Djarot Sumartono, dengan Bupati Bantul, HM Idham Samawi, yang disaksikan oleh Direktur Perencanaan Strategis dan Hubungan Masyarakat, Budi Mulya, pada tanggal 11 Desember 2006.

Gambar 2 Model Proses Perencanaan Program CSR Desa Kita



Sumber : Dokumen BI, 2007

Pelaksanaan Program Desa Kita di Dusun Manding Tahun 2007

PDK 2007 di Dusun Manding dalam pelaksanaannya melibatkan tiga unsur utama, yaitu BI, pemerintah daerah dan masyarakat Manding. Tim teknis dari pemerintah daerah personelnnya ditunjuk melalui Surat Keputusan Bupati Bantul. Ketua tim teknis adalah Kepala Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi.

Sampai akhir tahun 2007, beberapa Pro-

gram Desa Kita telah berhasil dilaksanakan yang terdiri dari pembangunan fisik dan non-fisik. Pembangunan fisik meliputi pembangunan gapura, taman parkir, dua unit ATM, dua unit mandi, cuci, kakus (MCK), gedung Unit Kesehatan Kerja (UKK), perbaikan Balai Dusun, pemasangan 65 tempat sampah, pemasangan empat baliho dan sebelas penunjuk arah, serta pemasangan drainase sepanjang 136 meter. Pembangunan non-fisik meliputi: mengikutsertakan perajin pada pameran-pameran, memberangkatkan siswa berprestasi ke Jakarta menghadiri Hari Ulang Tahun (HUT) BI ke-54 di Jakarta, pelatihan tata cara ekspor, pelatihan desain alas kaki (sepatu, sandal) dan jaket, serta pelatihan Bahasa Inggris dan komputer. Kesemua hasil kegiatan tersebut telah diresmikan oleh Deputy Senior Gubernur BI Dr. Miranda S. Goeltom.

Menurut Tim PDK Endang Sedyadi, selain proyek fisik tersebut BI telah memberikan kesempatan kepada para perajin kulit warga Manding untuk mengikuti pameran-pameran yang diselenggarakan di Yogyakarta maupun Jakarta, memberikan kesempatan kepada sejumlah anak berprestasi kurang mampu dari Manding untuk ikut hadir pada acara perayaan HUT BI ke 54 di Jakarta.

Menurut tim CSR BI Yogyakarta (Purwoko) mengatakan bahwa : Kegiatan-kegiatan pameran ditujukan agar masyarakat semakin meningkatkan wawasan dalam proses pemasaran produk hasil karya mereka. Mereka juga perlu membandingkan hasil produknya dengan produk lain sejenis. Di samping itu mereka juga memperoleh pangsa pasar baru sebagai pelanggan baru. Dengan mengikuti pameran-pameran di berbagai kota, maka jaringan pemasaran akan semakin luas. Dengan demikian, masyarakat pengrajin Manding tinggal mengembangkan di waktu yang akan datang (Wawancara tgl 9 Maret 2009).

Kerjasama BI dengan Pemkab Bantul juga menyelenggarakan kegiatan non fisik meliputi sejumlah kursus seperti Bahasa Inggris, komputer dan desain produk kulit. “PDK Manding ini diawali

dengan penandatanganan MoU antara Bupati Bantul dengan Pemimpin BI Yogyakarta pada tanggal 11 Desember 2006 lalu,” kata Endang Sedyadi.

Sementara itu Bupati Bantul Drs. HM. Idham Samawi menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan kepada BI atas kepeduliannya terhadap warga perajin di Manding pasca gempa, berharap agar para perajin kulit di Manding dapat lebih rajin dalam bekerja untuk menghasilkan produk yang memiliki kualitas agar mampu bersaing dengan produk lain. Diharapkan para perajin jangan sampai menjadi besar pasak dari pada tiang, artinya pegeluarannya lebih besar dari pada pendapatannya.

Sedangkan Deputy Gubernur Senior BI Miranda S Gultom dalam kata sambutan peresmian mengatakan selama ini bantuan atau sumbangan BI masih bersifat *ad-hoc* yaitu berdasar proposal atau permohonan yang masuk. Hal ini dipandang belum mampu menyentuh sendi-sendi kehidupan masyarakat sehingga masih jauh dari upaya membantu pemecahan masalah utama masyarakat yaitu kemiskinan, kebodohan dan penyakit. Menurut tim CSR BI Yogyakarta bahwa:

PDK di Manding merupakan perwujudan kepedulian BI terhadap masyarakat desa yang membutuhkan pengembangan, dimana program ini bersifat strategis. Artinya kepedulian BI tidak hanya untuk sebagian aspek saja, melainkan secara holistik atau menyentuh seluruh kehidupan masyarakat desa sehingga dapat membantu desa mewujudkan desa yang mandiri dan memiliki kemampuan mengembangkan dirinya sendiri, (Wawancara dengan tim CSR BI Yogyakarta, Asep tgl 9 Maret 2009).

Sentra kerajinan kulit Manding berhasil bangkit dari keterpurukan karena gempa 27 Mei 2006, berkat bantuan BI. Bahkan promosi yang dilakukan pun semakin gencar. Di samping melalui baliho-baliho yang dibuatkan oleh BI, pengrajin juga promosi via mulut ke mulut dan internet. (<http://mycityblogging.com/yogyakarta/2007/06/28/manding-cibaduyut-nya-yogya>).

Dalam pelaksanaan program CSR ini,

peneliti juga melakukan penelitian dengan masyarakat yang memperoleh bantuan program dari BI, untuk menguji validitas data. Penelitian dilakukan dengan peserta kursus Bahasa Inggris Eri Tri Rahayu, mengatakan bahwa:

“Semenjak lulus Sekolah Menengah Atas (SMA) saya kerja di SEAGA untuk menjaga *counter* di Manding. Selama bekerja saya belum pernah memperoleh pelatihan. Saya bersyukur diikutkan untuk ikut pelatihan Bahasa Inggris yang merupakan programnya BI di Manding. Dengan adanya kursus itu, saya semakin percaya diri dalam melayani tamu, terutama dari asing, disamping itu saya juga diberi pelatihan cara berbisnis, yaitu menerima telepon, menulis surat, email, dan dalam menerima tamu” (Wawancara tanggal 5 April 2009).

Pelaksanaan program CSR BI memang betul-betul dirasakan manfaatnya oleh masyarakat sasaran yaitu para pengusaha dan penduduk di Manding. Dengan adanya kursus Bahasa Inggris juga akan menguntungkan bagi pengusaha karena calon konsumen terutama orang asing dapat dilayani dengan baik.

Di samping peserta kursus Bahasa Inggris, peneliti juga melakukan penelitian dengan peserta kursus komputer yaitu dengan Aris pemilik SEAGA. Menurut Aris peserta diberi kursus tentang penggunaan komputer dan program keuangan. Berikut pernyataan Aris:

“Saya merasa beruntung ikut kursus komputer dan program keuangan. Menurut saya, sebenarnya program itu kalau bisa diterapkan akan bagus, aliran keuangan dapat dilihat dengan mudah sewaktu-waktu. Disamping itu bisa untuk mengontrol kondisi keuangan, tetapi rasanya sulit untuk diterapkan dalam bisnis sehari-hari karena belum biasa.” (Wawancara tanggal 19 April 2009).

Berkaitan dengan pelaksanaan program, hasil penelitian di lapangan tampak bahwa semua program baik fisik maupun nonfisik dapat dinikmati oleh masyarakat, termasuk para pengunjung

di Manding. Keberadaan Anjungan Tunai Mandiri (ATM) dan Lapangan Parkir menguntungkan mereka.

Evaluasi Program dengan Survei

PDK dievaluasi pada pertengahan program melalui survei yang dilakukan oleh BI dengan tujuan agar pelaksanaannya lebih baik dan hasilnya lebih bermanfaat bagi seluruh masyarakat. Dengan demikian diperoleh informasi dari seluruh masyarakat tentang persepsi dan penilaian masyarakat terhadap pelaksanaan PDK.

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan terhadap berbagai kelompok masyarakat, ternyata telah terdapat perbedaan persepsi antar kelompok masyarakat tentang PDK 2007. Perbedaan persepsi tersebut signifikan secara statistik dan dapat diperoleh gambaran berdasarkan wawancara mendalam terhadap berbagai kelompok masyarakat. Sebagian masyarakat memandang bahwa PDK 2007 hanya bermanfaat bagi perajin dan pemilik toko. Selain kedua kelompok tersebut merasa tidak ikut dilibatkan. PDK 2007 juga hanya milik warga Manding RT (Rukun Tetangga) tertentu, dan tidak melibatkan semua RT.

Meski terdapat perbedaan persepsi antar kelompok masyarakat, sebagian besar memiliki persepsi yang sama bahwa PDK bermanfaat bagi Dusun Manding. Program Desa kita juga harus dilanjutkan tahun 2008 dengan lebih banyak melibatkan peran serta berbagai kelompok masyarakat di Manding. Peran serta masyarakat ini diwujudkan dalam bentuk swakelola terhadap proyek-proyek PDK.

Pada PDK 2007, banyak proyek-proyek fisik yang dikerjakan oleh pemborong, sedangkan masyarakat menjadi penonton. Masyarakat meskipun merasakan manfaat dari keberadaan proyek-proyek fisik tersebut, namun dari sisi kualitas sangat kecewa. Menurut kesaksian masyarakat, kualitas bangunan fisik tidak seperti yang diharapkan. Proyek fisik yang sangat dibanggakan masyarakat ada dua, yaitu perbaikan balai dusun dan gapura. Perbaikan balai dusun yang dikerjakan secara swakelola memberikan kepuasan paling tinggi bagi masyarakat. Partisipasi masyarakat terwujud dalam bentuk bantuan tenaga dan biaya. Pembangunan gapura telah

menjadi kebanggaan masyarakat Manding karena telah diimpikan sejak lama.

PDK telah membawa manfaat dari aspek perekonomian, kesehatan, lingkungan dan pendidikan. Perekonomian dusun Manding telah bergairah kembali. Perajin dan pemilik toko menikmati peningkatan omset sebagai dampak semakin dikenalnya Manding oleh masyarakat daerah lain. Keberadaan ATM dan fasilitas umum lainnya seperti taman parkir, toilet umum dan tempat sampah menambah kenyamanan pengunjung untuk berlama-lama di Manding. Sayangnya keberadaan taman parkir belum berfungsi secara optimal. Masih banyak kendaraan-kendaraan pribadi lebih suka parkir di depan toko. Hasil pengamatan menunjukkan bahwa hanya bis-bis besar saja yang parkir di taman parkir dan hanya sedikit kendaraan pribadi memanfaatkan taman parkir.

Momentum meningkatnya kehidupan ekonomi dan sosial Dusun Manding harus terus dipelihara dan ditingkatkan tahun 2008. Semua kelompok masyarakat sepakat bahwa PDK harus dilanjutkan tahun depan (2008). Ada beberapa catatan penting yang tampaknya harus diperhatikan oleh pihak-pihak yang akan mengimplementasikan PDK 2008. Pertama, sosialisasi untuk menyamakan persepsi bahwa PDK ditujukan untuk semua kelompok masyarakat dan semua warga Manding tidak terbatas beberapa RT tertentu saja. Kedua, sosialisasi mendalam terkait *sharing* masing-masing pihak dalam setiap kegiatan PDK. Pengetahuan terhadap *sharing* masing-masing pihak akan memperlancar kerjasama antar pihak dalam mengimplementasikan PDK. *Ketiga*, masyarakat lebih banyak dilibatkan dalam mengelola proyek-proyek PDK dengan cara swakelola. Cara ini dipandang lebih efisien dan efektif karena akan menggali swadaya masyarakat, serta masyarakat akan lebih bertanggung jawab dalam mengelola hasil proyek tersebut. Pengabaian terhadap harapan masyarakat di atas dapat menghambat pelaksanaan PDK 2008.

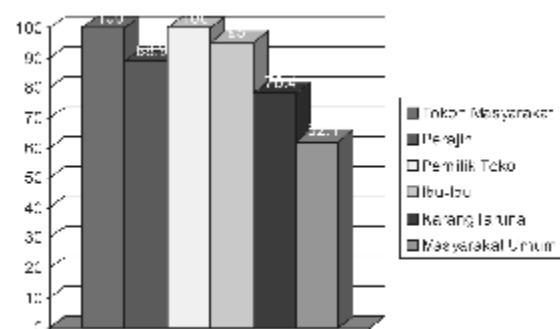
Manfaat PDK dari Aspek Perekonomian bahwa masyarakat sebagian besar memiliki persepsi bahwa PDK 2007 bermanfaat bagi perkembangan perekonomian Dusun Manding (81,7 persen), hanya 9,1 persen yang berpandangan sebaliknya, sisanya 9,2 persen netral (tidak ber-

pendapat). Antar kelompok masyarakat memiliki variabilitas persepsi yang cukup besar dalam melihat manfaat PDK 2007 dari aspek perekonomian. Kelompok tokoh masyarakat dan pemilik toko semuanya menyatakan PDK 2007 bermanfaat bagi perekonomian Dusun Manding. Kelompok ibu-ibu yang memiliki pandangan bahwa PDK 2007 bermanfaat bagi perekonomian Manding sebanyak 95 persen, kelompok perajin 88,9 persen, kelompok karang taruna 78,4 persen. Kelompok masyarakat umum hanya 62,4 persen yang menyatakan bahwa PDK 2007 bermanfaat bagi perekonomian Dusun Manding.

Manfaat PDK 2007 dari aspek perekonomian menurut pemilik toko tercermin dari meningkatnya jumlah pengunjung (50 persen menjawab sangat setuju/setuju), meningkatnya jumlah omset (50 persen menjawab sangat setuju/setuju), dan meningkatnya pendapatan (58,3 persen menjawab sangat setuju/setuju). Keberadaan ATM dipandang sangat membantu kelancaran transaksi pembayaran (75 persen menjawab sangat setuju/setuju). Separuh lainnya menyatakan tidak terdapat perubahan jumlah pengunjung dan jumlah omset. Hampir separuh menyatakan tidak terdapat perubahan pendapatan. Hasil ini menunjukkan bahwa manfaat PDK 2007 dari aspek perekonomian belum dirasakan secara merata oleh pemilik toko.

Hasil observasi tampak bahwa toko yang ramai dikunjungi pembeli memang hanya separuh, yaitu toko-toko di sebelah timur. Adapun toko-toko di sebelah barat relatif sepi dari pembeli. Kurang berfungsinya taman parkir di sebelah barat mengakibatkan relatif tidak berubahnya kondisi tumpukan pengunjung di sebelah timur.

Gambar 3 Manfaat PDK 2007 dari Aspek Perekonomian Menurut Persepsi Masing-Masing Kelompok (Persen)



(Sumber: Evaluasi Pelaksanaan Program Desa Kita oleh BL2007).

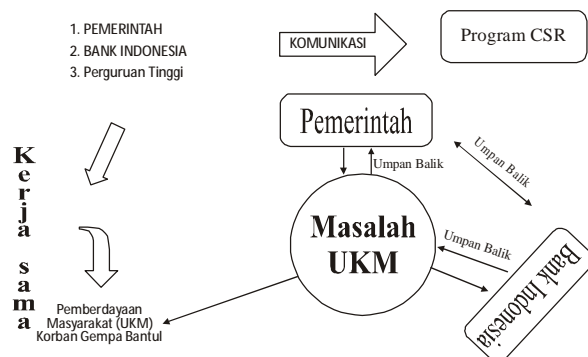
Apabila semua kendaraan pribadi diharuskan parkir di taman parkir, pemilik toko di sebelah timur khawatir akan berkurangnya keramaian yang telah dirasakan saat ini.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kegiatan CSR yang dilaksanakan oleh BI Yogyakarta sangat terkait dengan pemberdayaan masyarakat khususnya pemberdayaan ekonomi bagi UKM yang terkena musibah gempa. UKM di Manding Bantul menjadi perhatian khusus BI melalui program CSR "Desa Kita".

Pemberdayaan dalam penelitian ini juga dimaksudkan agar UKM korban gempa di Kabupaten Bantul Yogyakarta segera bangkit, terdorong, dan termotivasi kembali melakukan berbagai usaha yang telah dilakukan sebelum tertimpa musibah gempa dengan berbagai mitra usaha yang ada. Berikut model komunikasi yang ditemukan dalam penelitian ini :

Pada model tersebut dapat dilihat adanya

Gambar 4 Model Komunikasi Sinergi antara Bank Indonesia, Pemerintah Daerah dan UKM Program CSR pada Bank Indonesia di Yogyakarta.



komunikasi (timbang balik) antara BI, pemerintah, perguruan tinggi, dengan para UKM. BI melakukan komunikasi untuk melakukan program CSR dengan perencanaan yang matang, melalui survei ke masyarakat dan pemda Bantul. Ada komunikasi yang lebih intensif antar ketiganya. Hal ini dinyatakan oleh pimpinan perusahaan SEAGA di Manding (Wawancara dengan Siti Galwati dan beberapa karyawan yang ada di sentra kerajinan kulit Manding Kabupaten Bantul, tanggal 5 April 2009) bahwa masyarakat puas atas program CSR dan proses komunikasi yang dilakukan oleh BI. Masyarakat merasa sangat terbantu dan hal ter-

sebut dibuktikan melalui data hasil survei yang dilakukan oleh BI.

Dengan demikian tujuan jangka panjang yang dapat dicapai setelah adanya program CSR pasca musibah gempa bumi adalah terciptanya masyarakat yang mandiri, dalam arti kemandirian ekonomi, kemandirian intelektual, dan kemandirian manajemen. Dengan kemandirian tersebut, potensi ekonomi daerah juga meningkat, dampaknya kesejahteraan masyarakat pun meningkat.

Simpulan

Program CSR BI sudah memenuhi sistematisa program CSR menurut Ambadar (2008) yaitu dengan membuat perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Komunikasi yang terjalin antara perusahaan, pemerintah dan mitra binaan yaitu para UKM di sentra industri Manding sudah intensif. Komunikasi dilakukan baik pada proses perencanaan, pelaksanaan, maupun evaluasi, baik secara formal dan informal. Secara formal misalnya melalui rapat-rapat resmi dan pengajian. Secara informal, banyak para pengrajin yang menelepon tim CSR BI dan aparat pemerintah di luar jam kerja. Program CSR yang dilakukan termasuk berhasil dalam memberdayakan UKM pasca gempa di Manding Bantul. Terlihat banyak UKM yang beroperasi di sentra industri tersebut dan sering ramai dikunjungi konsumen baik domestik maupun manca negara.

Saran

Bagi BI perlu membuat program CSR untuk kalangan masyarakat lainnya di Yogyakarta yang masih membutuhkan perhatian, seperti penganggur dan petani.

Daftar Pustaka

- Ambadar, Jeckie & Dodi MAwardi (ed), 2008, *CSR Dalam Praktik di Indonesia: Wujud Kepedulian Dunia Usaha*, Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Budianta, Arif, Prasetyo Adi, Rudito, Bambang, 2005, *Corporate Social Responsibility: Jawaban Bagi Model Pembangunan Indonesia Masa Kini*, ICSD, Jakarta.
- Creswell, John W, 2003, *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed*

- methods Approaches*, Sage Publication, London.
- Cutlip, Scott M., dkk, Renata V.H.Pohan (Alih bahasa), 2005, *Effective Public Relations: Merancang dan Melaksanakan Kegiatan Kehumasan dengan Sukses*, PT Indeks, Jakarta.
- Irwin, Harry & Elizabeth More, 1994, *Managing Corporate Communication*, Allen & Unwin, Australia.
- Priyono, S. Onny & A.M.W. Pranaka (ed), 1996, *Pemberdayaan Konsep, Kebijakan, dan Implementasi*, CSIS, Jakarta.
- Simamora, Henry, 2001, *Manajemen Sumberdaya Manusia*, YKPN, Yogyakarta.
- Saidi, Zaim dan Hamid Abidin, 2004, *Menjadi Bangsa Pemurah: Wacana dan Praktek Kedermawanan Sosial di Indonesia*, Piramedia, Jakarta.
- Suharto, Edi, 2007, *Pekerjaan Sosial di Dunia Industri: Memperkuat Tanggungjawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility)*, PT Refika Aditama, Bandung.
- Susanto, 2007, *Corporate Social Responsibility: A Strategic Management Approach*, The Jakarta Consulting Group, Jakarta.
- Untung, Hendrik Budi, 2008, *Corporate Social Responsibility*, Sinar Grafika, Jakarta.
- Widjaja, Gunawan & Yeremia Ardi Pratama, 2008, *Seri Pemahaman Perseroan Terbatas: Risiko Hukum & Bisnis Perusahaan Tanpa CSR*, Forum Sahabat, Jakarta.
- Tulisan tidak diterbitkan :**
- Meylani Yo, 2007, *Penerapan Pendekatan Sistem dalam Relasi Tanggung Jawab Sosial Korporat dengan Stakeholders di Indonesia*, UAJY, Yogyakarta.
- Pramono, Suryo Adi, 2007, *Corporate Social Responsibility (CSR) : Perkembangan, Pemahaman, Pro-Kontra, dan Praktik di Indonesia*, FISIP UAJY, Yogyakarta.
- Suprpto, Riga Adiwoso, 2007, *Corporate Social Responsibility Landasan Dasar*, FISIP UAJY, Yogyakarta.
- Sumber Lain :**
- Data dari Tim Penanganan Bencana Propinsi DIY, 2006.
- Majalah MIX, 16 Oktober – 16 November 2006
- Majalah Tempo April 2007.
- Majalah SWA Sembada, NO.24/XXIV/13-23 November 2008.
- Data dari Direktorat Perencanaan Strategis dan Hubungan Masyarakat, Bank Indonesia.