

NASKAH PUBLIKASI

**PELAKSANAAN PADA PROGRAM *CORPORATE SOSIAL
RESPONSIBILITY* KAMPOENG BNI PERIODE 2016-2017 DI
DAERAH IMOGIRI KABUPATEN BANTUL**



Disusun Oleh :

Maya Sari Putri Adisty

20140530018

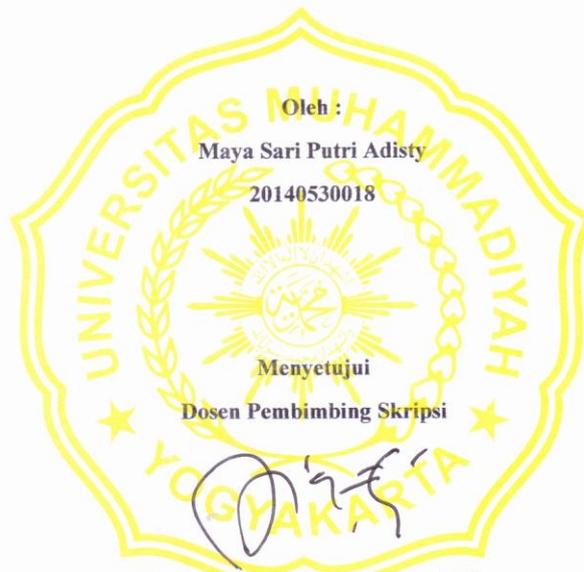
**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2018

HALAMAN PENGESAHAN NASKAH PUBLIKASI

Naskah publikasi dengan judul :

**PELAKSANAAN PADA PROGRAM *CORPORATE SOSIAL RESPONSIBILITY*
KAMPOENG BNIPERIODE 2016-2017 DI DAERAH IMO GIRI KABUPATEN
BANTUL**



Dr. Adhianty Nurjanah, S.Sos., M.Si.

NIP 19781204201210 163125

**PELAKSANAAN PADA PROGRAM *CORPORATE SOSIAL RESPONSIBILITY*
KAMPOENG BNI PERIODE 2016-2017 DI DAERAH IMOIRI KABUPATEN
BANTUL**

Maya Sari Putri Adisty

Abstrak

Program *Corporate Sosial Responsibility* Kampong BNI oleh PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk di Desa Karangtengah Imogiri Bantul adalah berdasarkan kondisi masyarakat Desa Karangtengah, lingkungan Desa Karangtengah dan potensi produk lokal. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengevaluasi tahapan pelaksanaan program CSR yang dilakukan dari tahap persiapan, pelaksanaan dan evaluasi. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini berlokasi di Desa Karang Tengah Imogiri Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai kampung binaan dari PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Sumber data dari penelitian ini adalah wawancara dengan informan dari pihak pelaksana program kampung binaan, serta peserta kampung binaan dan dokumen perusahaan. Hasil penelitian ini menemukan PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk dalam melaksanakan program CSR Kampong BNI melakukan tiga tahapan, yaitu tahap persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Pada tahap persiapan BNI melakukan survey lokasi dan pengajuan kerjasama dengan Koperasi Catur Makaryo guna menjadi pendamping dalam pelaksanaan program CSR Kampong BNI. Selanjutnya dalam tahap pelaksanaan, BNI menjalankan empat program, yaitu program penghijauan, penyaluran dana pinjaman, *workshop*, pameran Inacraft. Pada tahap evaluasi BNI hanya melihat sejauh mana keberhasilan program.

Kata Kunci : *Corporate Sosial Responsibility*, Kampong BNI, PT Bank Negara Indonesia

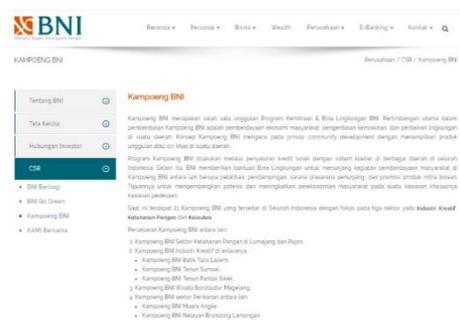
PENDAHULUAN

PT. Bank Negara Indonesia (persero) Tbk merupakan bank pertama yang didirikan dan dimiliki oleh Pemerintah Indonesia. Namun pada saat ini di Indonesia tidak hanya berdiri BNI saja, banyak bank umum ataupun Bank Pengkreditan Rakyat (BPR) yang tersebar diseluruh Indonesia.

Pada saat ini BNI sedang berupaya mengembangkan kehidupan masyarakat, hal ini sejalan dengan salah satu misi BNI yakni meningkatkan kepedulian dan tanggung jawab terhadap lingkungan dan sosial, salah satunya dengan melaksanakan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) sesuai dengan UU yang berlaku di Indonesia.

Bank BNI memiliki beberapa program CSR kemasyarakatan. BNI menyadari bahwa pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan sebuah tanggung jawab moral kepada para pemangku kepentingan (stakeholders). BNI berkomitmen bahwa dengan atau tanpa aturan hukum, Perseroan senantiasa menjunjung tinggi moralitas. Sehingga, parameter keberhasilan adalah dengan mengedepankan prinsip moral dan etis, yakni menggapai hasil terbaik tanpa merugikan kelompok masyarakat lainnya. Dalam melaksanakan CSR, BNI

berpedoman pada ISO 26000: Guidance Standard on Social Responsibility. Dalam ISO 26000, CSR meliputi 7 (tujuh) isu pokok yaitu: 1) Organizational Governance, 2) Hak Asasi Manusia, 3) Ketenagakerjaan, 4) Lingkungan Hidup, 5) Praktik Kegiatan Institusi yang Adil, 6) Isu Konsumen, dan 7) Pelibatan dan Pengembangan Masyarakat. Melalui implementasi program CSR yang terencana, tepat sasaran, transparan dan



berkelanjutan, BNI ingin menciptakan manfaat atas kehadiran perusahaan melalui upaya peningkatan taraf hidup dan kesejahteraan masyarakat Indonesia secara keseluruhan.

Gambar 1.1 Kolom CSR pada Official website BNI

Sumber: <http://www.bni.co.id/id/perusahaan/csr/kampoengbni>

Program Kampoeng BNI ini merupakan program kampung binaan dimana BNI telah melihat potensi yang dimiliki Indonesia sebagai negara maritim

yang kaya dengan sumber daya alam dan sangat disayangkan jika kekayaan alam Indonesia tidak dimanfaatkan dengan baik untuk dijadikan daerah pariwisata sehingga dapat memajukan pertumbuhan ekonomi Indonesia. Dengan menjadi kampung binaan, diharapkan akan mendukung pemasaran dan penjualan produknya sekaligus mendatangkan wisatawan yang berarti menjadi nilai tambah perekonomian daerah setempat. BNI membantu masyarakat yang tinggal di daerah tersebut untuk dibina dan dikembangkan agar menjadi masyarakat yang produktif dan kreatif.

Program Kampoeng BNI dengan menggandeng koperasi Catur Makaryo sebagai lembaga pendamping, menjadikan program Kampoeng BNI ini merupakan pionir bagi para perusahaan atau organisasi lain dalam membuat CSR yang serupa. Dimana perusahaan melakukan sebuah binaan terhadap suatu lingkungan masyarakat. Tidak hanya sebagai pionir namun program CSR ini juga membawa keberuntungan tersendiri bagi masyarakatnya.

Dengan adanya program ini pendapatan masyarakat sekitar pun meningkat secara *signifikan*. Didalam program ini BNI memberikan kredit kepada masyarakat Desa Karang Tengah dengan suku bunga ringan dan melakukan

pembinaan seperti pelatihan kain tenun, pelatihan pembukuan, pelatihan pemasaran dan pelatihan yang lain sesuai dengan kebutuhan mitra binaan.

Program ini berhasil meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar. Dilansir dalam krjogja.com “PKBL Bank BNI 46 ini mampu memberdayakan masyarakat Desa Karangtengah dan menjadikan desa ini mampu bertumbuh sebagai sentra kerajinan pendukung pariwisata serta mampu membebaskan warga dari jerat rentenir.”

KAJIAN PUSTAKA

CSR Menurut Para Ahli

Menurut Rudito dan Famiola (2013, 12) mengartikan bahwa “Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada dasarnya adalah sebuah kebutuhan bagi korporat untuk dapat berinteraksi dengan komunitas lokal sebagai bentuk masyarakat secara keseluruhan. Kebutuhan korporat untuk beradaptasi dan guna mendapatkan keuntungan sosial dari hubungannya dengan komunitas lokal, sebuah keuntungan sosial berupa kepercayaan (trust). *Corporate Social Responsibility*

(CSR) tentunya sangat berkaitan dengan kebudayaan dan etika bisnis yang harus dimiliki oleh budaya perusahaan, karena untuk melakukan *Corporate Social Responsibility* (CSR) diperlukan suatu budaya yang didasari oleh etika yang bersifat adaptif”. Apa yang dikatakan oleh Rudito dan Famiola menjelaskan bahwasanya korporat dalam aktifitas bisnisnya tentu tidak hanya berusaha untuk mendapatkan keuntungan secara finansial belaka, akan tetapi keuntungan sosial tentu menjadi sasaran juga sebagaimana tanggung jawab suatu perusahaan.

Definisi yang lebih spesifik yang dinyatakan oleh *World Business Council For Sustainable Development* (WBCSD) (dalam Rudito dan Famiola, 2013:12) pada tahun 1995, sebuah lembaga forum bisnis yang digagas oleh Badan Perserikatan Bangsa-Bangsa untuk kalangan bisnis dapat berkontribusi dalam pembangunan yaitu: “*Corporate Social Responsibility is the continuing commitment by business to and contributed to economic development*

while improving the quality of live of the workforce and their families as well as of the local community and society at large”. (dalam Rudito, 2013:12) CSR adalah komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan para karyawan perusahaan. Keluarga karyawan berikut komunitas lokal dan masyarakat secara keseluruhan dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan.

Apa yang disampaikan oleh WBSD menjelaskan bahwa konteks *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah pembangunan berkelanjutan (*Sustainable Development*), suatu konsep demi masa depan tanpa merusak sumber daya alam, mencoba menyatukan tiga elemen pembangunan ekonomi, lingkungan, dan sosial. Atau dalam konteks ini *Corporate Social Responsibility* (CSR) dimaknai sebagai komitmen bisnis untuk berperilaku etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi sekaligus meningkatkan kualitas

hidup karyawan dan keluarganya, serta masyarakat lokal dan masyarakat pada umumnya.

Ruang Lingkup CSR

Ruang lingkup *Corporate Social Responsibility* (CSR) sangat luas sehingga harus ada acuan atau pedoman untuk memudahkan pemahaman dan implementasinya dikalangan perusahaan. Berkaitan dengan ruang lingkup tersebut, Jhon Elkingston's (Wahyudi dan Azheri, 2008: 44) berdasarkan pengertian atau perumusan *Corporate Social Responsibility* (CSR), ruang lingkup kelompok menjadi 3 aspek lebih dikenal dengan istilah "*Tripple Bottom Line*" yang meliputi kesejahteraan atau kemakmuran ekonomi (Economic prosperity), peningkatan kualitas lingkungan (Environmental quality), dan keadilan sosial (social justice).

Pada sisi lain Boardshaw dan Vogel (dalam Wahyudi dan Azheri 2008 : 46) menyatakan bahwa ada 3 (tiga) dimensi dari garis ruang lingkup *Corporate Social Responsibility* (CSR) yaitu sebagai:

- a. *Corporate Philantropy* adalah usaha-usaha yang dilakukan oleh suatu perusahaan dimana usaha-usaha amal ini tidak berhubungan secara langsung dengan kegiatan normal perusahaan. Usaha – usaha amal ini dapat berupa tanggapan langsung perusahaan atas permintaan langsung perusahaan atau juga berupa pembentukan suatu badan tertentu, seperti yayasan untuk mengembangkan amal usaha tersebut.
- b. *Corporate resposibility* adalah usuha-usaha sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan karena sedang mengajar profesionalitas sebagai tujuan perusahaan.
- c. *Corporate policy* adalah berkaitan erat dengan bagaimana hubungan perusahaan dengan hubungan pemerintah yang meliputi suatu posisi perusahaan dengan adanya berbagi kebijakan pemerintah yang

mempengaruhi baik bagi perusahaan atau masyarakat secara keseluruhan.

Bentuk Pelaksanaan CSR

Pada sisi lain Boardshaw dan Vogel (dalam Wahyudi dan Azheri 2008 : 46) menyatakan bahwa ada 3 (tiga) dimensi dari garis ruang lingkup Corporate Social Responsibility (CSR) yaitu sebagai:

- a. *Corporate Philantropy* adalah usaha-usaha yang dilakukan oleh suatu perusahaan dimana usaha-usaha amal ini tidak berhubungan secara langsung dengan kegiatan normal perusahaan. Usaha – usaha amal ini dapat berupa tanggapan langsung perusahaan atas permintaan langsung perusahaan atau juga berupa pembentukan suatu badan tertentu, seperti yayasan untuk mengembangkan amal usaha tersebut.
- b. *Corporate resposibility* adalah usuha-usaha sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan karena sedang mengajar profesionalitas sebagai tujuan perusahaan.
- c. *Corporate policy* adalah berkaitan erat dengan bagaimana hubungan

perusahaan dengan hubungan pemerintah yang meliputi suatu posisi perusahaan dengan adanya berbagi kebijakan pemerintah yang mempengaruhi baik bagi perusahaan atau masyarakat secara keseluruhan.

CSR Berbentuk Pengembangan Masyarakat

Community Development adalah kegiatan pembangunan masyarakat yang dilakukan secara sistematis, terencana dan diarahkan untuk memperbesar akses masyarakat guna mencapai kondisi sosial, ekonomi, dan kualitas kehidupan yang lebih baik apabila dibandingkan dengan kegiatan pembangunan sebelumnya, Budimanta (Rudito dan Famiola, 2003:142). Secara hakikat, *Community Development* merupakan suatu proses adaptasi sosial budaya yang dilakukan oleh industri, Pemerintah pusat dan daerah terhadap kehidupan komunitas lokal. Secara umum, ruang lingkup program-program *Community Development* dapat dibagi berdasarkan tiga kategori yang

secara keseluruhan akan bergerak secara bersama-sama (Rudito dan Famiola,2013:144) ketiga kategori dapat digambarkan sebagai berikut:

a. *Community Development* yaitu kegiatan-kegiatan yang menyangkut pengembangan kesepahaman melalui komunikasi dan informasi kepada para pihak yang terkait, seperti seringkali pihak perusahaan dengan anggota komunitas lokal bertukar pikiran dalam suatu hal, atau membangun pertemuan-pertemuan yang kerap dilakukan. Dalam kategori ini. Program lebih cenderung mengarah pada bentuk-bentuk kedermawanan (*charity*) perusahaan. Kegiatan-kegiatan yang menyangkut hubungan antara perusahaan dan komunitas lokal pada dasarnya merupakan kegiatan yang dilakukan pertama kali dalam kaitanya hubungan antara perusahaan dan komunitas lokal. Dari hubungan ini maka dapat dirancang pengembangan hubungan yang lebih mendalam yang

terkait dengan bagaimana mengetahui kebutuhan-kebutuhan dan masalah0masalah yang ada di komunitas lokal sehingga dapat menerapkan program selanjutnya.

b. *Community Services* merupakan pelayanan perusahaan untuk memenuhi kepentingan masyarakat ataupun kepentingan umum, ini dapat ditunjukkan dengan adanya pembangunan secara fisik sektor-sektor kesehatan, keagamaan, pendidikan, transportasi, dan sebagainya, yang berupa puskesmas, sekolah, rumah ibadah, jalan raya, sumber air minum, dan sebagainya. Inti dari kategori ini adalah memberikan kebutuhan yang ada dimasyarakat dan pemecahan tentang masalah yang ada dimasyarakat dilakukan oleh masyarakat sendiri sedangkan perusahaan hanyalah fasilitator dari pemecahan yang ada di masyarakat. Kebutuhankebutuhan yang ada di masyarakat di analisis oleh para *Community Development Officer*,

dengan menggunakan metode yang bersifat kualitatif. Hal ini berkaitan dengan untuk menggali kebutuhan yang muncul di masyarakat itu sendiri secara fungsional yang bersumber dari masyarakat itu sendiri.

c. *Community Empowerment* adalah program-program yang berkaitan dengan memberikan akses yang lebih luas kepada masyarakat untuk menunjang kemandiriannya, seperti pembentukan koperasi, usaha industri kecil yang secara natural anggota masyarakat sudah mempunyai pranata sosial yang ada tersebut agar dapat berlanjut. Kategori ini pada dasarnya lebih mendalam dari pada *Community Services*, hal ini menyangkut keberlanjutan dari kegiatan yang ditanamkan pada pranata-pranata sosial yang ada di masyarakat. Sehingga dalam kategori ini, kemandirian masyarakat adalah sasaran utama dari program pembangunan masyarakat. Selain masyarakat dapat melaksanakan

program secara mandiri dengan “pancingan” akses yang diberikan oleh perusahaan dalam program pembangunan masyarakat. Kategori ini pada dasarnya melalui tahapantahapan kategori lain seperti *Community Relations* pada awalnya, yang berkembang pada *Community Services* dengan segala metodologi penggalian data dan kemudian diperdalam melalui ketersediaan pranata sosial yang sudah lahir dan muncul di masyarakat melalui program ketgori ini.

Evaluasi CSR

Evaluasi dimaksudkan sebagai kegiatan menilai, menaksir, mengukur serata obyektif atas program sejak perencanaan selma pelaksanaan hingga pelaporan diakhir program (Gunawan 2008: 53).

Tujuan utama melakukan evaluasi adalah utuk menjamin bahwa program yang digelar berjalan sebagaimana perencanaan yang telah dibuat serta sesuai dengan tujuan akhir yang hendak dicapai

(Prayogo 2011: 219). Menurut Prayogo (2011:219), bentuk evaluasi dapat ditentukan berdasarkan pendekatan program Corporate Social Responsibility (CSR) dan Community Development yang digunakan. Dalam pendekatan social planing, tujuan utama yang hendak dicapai adalah memecahkan masalah tertentu dalam masyarakat, misalnya masalah kemiskinan, pendidikan, kesehatan, integrasi dan sejenisnya. Bentuk evaluasi yang digunakan yaitu:

1. Evaluasi Formatif, merupakan penilaian untuk meningkatkan performa atau kinerja program, biasanya dilaksanakan saat program masih atau sedang berjalan. Dimaksudkan untuk capaian program sesuai dengan rencana.
2. Evaluasi summatif, merupakan evaluasi diakhir program untuk memastikan bahwa program yang dijalankan adalah berhasil atau gagal menurut ukuran tujuan program. Evaluasi ini digunakan untuk menjamin bahwa program

tersebut dapat diaplikasikan di tempat lain.

METODE

Penelitian ini termasuk ke dalam jenis penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif menurut Whitney (dalam Nazir, 2009: 54) yaitu penelitian untuk pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat. Tujuan dari penelitian ini mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat, tata cara masyarakat dan situasi-situasi tertentu. Termasuk tentang hubungan kegiatan-kegiatan, sikap-sikap, pandangan-pandangan dan proses-proses yang sedang berlangsung serta pengaruh-pengaruh dari suatu fenomena. Tujuan penelitian ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki. Sedangkan penelitian kualitatif adalah penelitian ilmiah yang bertujuan untuk memahami fenomena dalam konteks sosial secara alamiah dengan mengedepankan

bagaimana sebuah proses komunikasi yang mendalam antara peneliti dengan fenomena yang diteliti.

Penelitian ini akan dilakukan di Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta dengan pengkhususan pada program CSR Kampoeng BNI desa Karang Tengah Imogiri Bantul periode 2017. Waktu penelitian akan dimulai dari Agustus - September 2018.

Adapun dalam penelitian ini akan menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Wawancara Mendalam

Kriteria informan yang dipilih oleh peneliti untuk diwawancarai adalah pihak-pihak yang terlibat dari perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi terkait kegiatan program Kampoeng BNI dan koordinator program. Data berikutnya diambil dengan melakukan wawancara dengan perangkat desa Karang Tengah dan beberapa masyarakat sekitar.

2. Dokumentasi

Data sekunder yang diperoleh oleh peneliti terdiri dari berbagai sumber sebagai

referensi untuk mendukung penelitian seperti buku teks, jurnal online, internet, berita online, dan situs resmi perusahaan.

Adapun analisis data dalam penelitian ini akan dianalisis secara kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan suatu prosedur yang menghasilkan data deskriptif berupa kata tertulis, atau lisan orang-orang atau perilaku yang diamati (Moleong, 2001: 103). Dalam analisis data, data yang diperoleh dianalisis dengan langkah-langkah analisis data diawali dengan Pengumpulan data. Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara dan pengumpulan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian. Kemudian melakukan reduksi data yaitu pemilihan, penyederhanaan dari informasi data kasar yang diperoleh dari catatan lapangan. Peneliti melaksanakan pemilahan data yang diperoleh dari wawancara dan pengumpulan dokumen-dokumen yang relevan dan bermakna serta berkaitan dengan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Program CSR Kampoeng BNI Imogiri

PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk merupakan Bank BUMN (Badan Usaha Milik Negara) pertama yang menjadi perusahaan publik setelah mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya pada tahun 1996. Sesuai dalam UU PT No.40 Tahun 2007 pasal 74 Undang-undang Perseroan Terbatas (UUPT) dan UU No.25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal. Pasal 15 (b) selajutnya lebih terperinci adalah UU No.19 Tahun 2003 tentang BUMN. Undang-Undang ini kemudiaan dijabarkan lebih jauh oleh Peraturan Menteri Negara BUMN No.4 Tahun 2007 yang mengatur mulai dari besaran dana hingga tatacara pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* CSR. BNI selaku BUMN wajib melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai bentuk tanggung jawab dan kepeduliannya kepada lingkungan.

Seperti misi BNI yaitu “meningkatkan kepedulian dan tanggung jawab kepada lingkungan dan komunitas” sesuai dengan konsep CSR yang dipublikasikan oleh *World Business Council for Sustaineble Development* (WBCSD)(dalam Rudito dan Famiola, 2013:12), CSR dilaksanakan sesuai dengan komitmen untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan para karyawan perusahaan, keluarga karyawan beserta komunitas lokal dan masyarakat secara keseluruhan dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan. Menurut WBCSD konteks *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah pembangunan berkelanjutan (*Sustainable Development*), suatu konsep demi masa depan tanpa merusak sumber daya alam, mencoba menyatukan tiga elemen pembangunan ekonomi, lingkungan, dan sosial.

Definisi yang disebutkan oleh WBCSD tersebut telah menyebutkan pentingnya *Corporate Social*

Responsibility (CSR) bagi perusahaan, karena dengan adanya program *Corporate Social Responsibility* maka perusahaan akan dengan mudah berinteraksi dengan masyarakat. Dalam hal ini BNI sebagai *stakeholder* mendekati diri kepada masyarakat secara langsung melalui perekonomian masyarakat. Dengan tujuan memperbaiki finansial masyarakat sekitar, yang terjerat oleh rentenir, dengan memberikan solusi berupa pemberian peminjaman modal dengan suku bunga rendah, atau yang sering disebut Kredit Untuk Rakyat (KUR). Dengan begitu akan tercipta hubungan yang harmonis antara masyarakat dengan perusahaan, sehingga masyarakat tidak merasa bahwa perusahaan hanya memikirkan keuntungan saja namun juga peduli dengan perekonomian masyarakat.

Pelaksanaan Program Kampoeng BNI oleh PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk sesuai dengan ruang lingkup *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dikenal dengan "*Tripple Bottom Line*"

(Wahyudi dan Azheri, 2008:44). Hal ini meliputi 3P, yaitu "*Profit, Planet, People*" dimana semua aspek ini berkesinambungan satu sama lain. Perusahaan yang melakukan CSR dengan konsep pembangunan berkelanjutan (*Sustainable Development*), harus memperhatikan "*Triple P*" ini. Dalam penerapan konsep ini BNI tidak hanya memikirkan profit sebagai wujud aspek ekonomi, namun juga memikirkan planet sebagai aspek lingkungan, dan people sebagai aspek sosial. Aspek Profit dilihat dari kemampuan perusahaan dalam alokasi dananya, disini BNI melakukan peminjaman modal dengan bentuk KUR kepada masyarakat sekitar. Aspek Planet yang terlihat dari program-program pemberdayaan yang fokus pada peningkatan kualitas lingkungan untuk mewujudkan planet sebagai aspek lingkungan, BNI melakukan program penghijauan, dan untuk mewujudkan people sebagai aspek sosial memberikan pelatihan, dimana pelatihan tersebut

berkesinambungan dengan aspek profit dan aspek planet. Pada aspek ini BNI telah memperhatikan ketiga aspek tersebut dengan memanfaatkan sumber daya disekitar masyarakat guna memperbaiki perekonomian masyarakat sekitar.

Selanjutnya ada bentuk *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dikemukakan oleh beberapa ahli, salah satunya Gunawan (2008:15) mengatakan terdapat tiga bentuk *Corporate Social Responsibility* yaitu *Corporate Social Responsibility* berbasis karitatif (*charity*), *Corporate Social Responsibility* berbasis kedermawanan (*philantropy*) dan *Corporate Social Responsibility* berbasis berbentuk (*community development*) yakni pemberdayaan masyarakat. Peneliti mengidentifikasi bahwa program Kemitraan Kampong BNI masuk dalam *Corporate Social Responsibility* berbentuk *community development* yaitu yang berbasis pemberdayaan masyarakat. Program *Corporate Social Responsibility* Kemitraan Kampong BNI berbentuk

community development atau disebut pemberdayaan masyarakat ini dimaksudkan sebagai program CSR yang digunakan untuk membangun masyarakat dan menjaga pelestarian lingkungan yang bertujuan untuk menjaga hubungan yang harmonis dengan masyarakat sekitar. hal ini termasuk seperti pengelolaan lingkungan secara baik, membantu peningkatan kesejahteraan umum masyarakat setempat, serta ikut melestarikan lingkungan setempat seperti halnya melakukan penghijauan.

Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang berbentuk *community development* memiliki ruang lingkup yang dibagi menjadi tiga kategori (Rudito dan Famiola, 2013:142) yaitu *community development*, *community services*, *community empowerment*. program CSR masuk kedalam strategi *community development* tepatnya *community empowerment* dilihat dari tujuannya karena ingin mewujudkan masyarakat yang mandiri dan sejahtera

yang mana masuk dalam pengertian *community empowerment* itu sendiri.

Community Empowerment adalah program-program yang berkaitan dengan memberikan akses yang lebih luas kepada masyarakat untuk menunjang kemandirianya, seperti pembentukan koperasi, usaha industri kecil yang secara natural anggota masyarakat sudah mempunyai pranata sosial yang ada tersebut agar dapat berlanjut. Hal ini dapat dilihat dari adanya pelatihan UKM untuk masyarakat, pemberian peminjaman modal untuk membuka usaha. Kemandirian masyarakat adalah sasaran utama dari program pembangunan masyarakat ini. Melahirkan masyarakat yang kreatif dan inovatif lebih bermanfaat bagi masyarakat dalam menghadapi permasalahan yang sedang dihadapi dengan mengembangkan kemampuan/potensi yang mereka miliki, sehingga perusahaan untuk melakukan praktik Corporate Social Responsibility (CSR) tidak hanya terfokus pada bentuk bantuan materi saja.

EVALUASI

Evaluasi merupakan kegiatan untuk mengukur keberhasilan program dan kegiatan yang dilaksanakan. Tahap evaluasi dilakukan setelah tahap perencanaan dan pelaksanaan program berlangsung. Menurut Gunawan (2008:53) evaluasi dimaksudkan sebagai kegiatan menilai, menaksir, mengukur serata obyektif atas program sejak perencanaan selama pelaksanaan hingga pelaporan diakhir program. Hal ini dilakukan BNI dengan melihat sebesar apa pencapaian terhadap tujuan dari awal hingga akhir program.

Evaluasi ini dapat dilakukan dengan bentuk evaluasi formatif maupun summatif. Evaluasi formatif dilakukan dengan melihat performa atau kinerja program. Sedangkan evaluasi summatif dilakukan diakhir program. Menurut analisa peneliti BNI melakukan evaluasi formatif dan summatif, dilihat pada saat program berlangsung disetiap kegiatannya BNI selalu mengadakan evaluasi guna

mencari tau kekurangan dari program sehingga dapat memperbaiki secara maksimal. Seperti halnya berdasarkan proses program dari awal hingga akhir perlu ditingkatkan kembali, terutama dari sumber daya manusia. Hal tersebut perlu dilakukan karena dinilai berdasarkan pengamatan terhadap proses pelaksanaannya program Kampoeng BNI pada kegiatan peminjaman dana, BNI menilai kurang cepatnya dalam penyaluran dana pinjaman.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan Desa Karang Tengah Kampoeng BNI imogiri mengenai pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility*, dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam pelaksanaan program program *Corporate Social Responsibility* Kampoeng BNI dilakukan dalam beberapa tahapan, yaitu Perencanaan, pelaksanaan dan yang terakhir evaluasi. Melalui program

Corporate Social Responsibility Kampoeng BNI PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk dapat ditarik kesimpulan bahwa Program *Corporate Social Responsibility* CSR Kampoeng BNI melalui pemberdayaan masyarakat Desa Karang Tengah merupakan sebuah program *Corporate Social Responsibility* berbasis *community development*, dengan fokus kepada pemberdayaan masyarakat dan pelestarian lingkungan. Agar masyarakat Desa Karangtengah menjadi masyarakat yang mandiri dan sejahtera, melalui kerjasama dengan Koperasi catur Makaryo. **REFERENSI**

Budimanta, Rudito, A Prasetijo, & Kusairi, (2003). Akses Peran Serta Masyarakat Lebih Jauh Memahami *Community Development*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.

Dody Prayogo. 2011. “Evaluasi Program Corporate Social Responsibility Dan Community Development Pada Industri Tambang Dan Migas” Makara, Sosial Humaniora, Vol. 15, No. 1: 43-58

DPR RI. Undang-Undang Nomor 40
tahun 2007 tentang Perseroan
Terbatas.

Moleong, Lexy J. 2001. *Metodologi
Penelitian Kualitatif.* Bandung:
Remaja
Rosdakarya.

Nazir, Moh. 2009. Metodologi
Penelitian. Bogor: Ghalia
Indonesia.

**Wahyudi, Isa & Busyra Azheri,
(2008).** *Corporate Social
Responsibility: Prinsip,
Pengaturan dan Implementasi.*
Malang: INSPIRE Indonesia.