

Implementasi Progam Corporate Social Responsibility Bank Jatim Surabaya Berbasis Pemberdayaan Masyarakat dalam Peningkatan Produktivitas Usaha Mikro Kecil Menengah

Aulia Romadona¹, Elva Widya Lestari², Eva Maulidiyah Oktaviani³, Verina Amelia Arisanti⁴, Muhammad Awwaluddin Afiquil Ibad⁵, Bakhrul Huda⁶

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

E-mail: 08040421125@uinsby.ac.id¹, 08020421054@uinsby.ac.id², 08010421012@uinsby.ac.id³, 08020421074@uinsby.ac.id⁴, 08010421036@uinsby.ac.id⁵, bakhrulhuda@gmail.com⁶

Article History:

Received: 28 November 2023

Revised: 26 Desember 2023

Accepted: 28 Desember 2023

Keywords: *Corporate Social Responsibility (CSR).*

Pemberdayaan Masyarakat, Produktivitas Usaha Mikro Kecil Menengah.

Abstract: *Penelitian ini bertujuan untuk 1) Mempelajari bentuk dan strategi program CSR (Corporate Social Responsibility) yang telah dilaksanakan Bank Jatim Surabaya; 2) Bagaimana implementasi konsep pemberdayaan masyarakat dalam program CSR (Corporate Social Responsibility) yang dikelola Bank Jatim; 3) Mengetahui akibat dari program CSR (Corporate Social Responsibility) ini terhadap produktivitas UMKM di wilayah sekitarnya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif non interaktif yang didapat melalui pencarian yang bersumber pada jurnal-jurnal, data, ebook, yang menampilkan studi pustaka yang relevan dengan topik. Kemudian dianalisis menggunakan beberapa tahapan seperti mempelajari data, kata-kata kunci, menganalisis bahasan, serta menyimpulkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Program CSR oleh Bank Jatim menerapkan konsep TBL (Triple Bottom Line) pada program CSR-nya. Dan strategi yang digunakan oleh program CSR Bank Jatim adalah strategi kombinasi yang mencakup sentralisasi dan desentralisasi; 2) Dalam adanya program CSR seperti pelatihan, kursus, dan pertolongan untuk masyarakat, Bank Jatim bertujuan untuk memberdayakan masyarakat; 3) Dalam beberapa tahun terakhir implementasi berbagai program CSR oleh Bank Jatim dalam telah membawa dampak positif bagi masyarakat di sekitar perusahaan tersebut. Untuk penelitian berikutnya, disarankan untuk lebih mendalami dampak jangka panjang dari program CSR Bank Jatim terhadap UMKM di Surabaya. Analisis dapat difokuskan pada perkembangan ekonomi UMKM dalam beberapa tahun terakhir dan perannya dalam kesejahteraan masyarakat. Selain itu, penting untuk mengevaluasi*

*efektivitas strategi sentralisasi dan desentralisasi
serta faktor-faktor lain yang memengaruhi
kesuksesan program CSR.*

PENDAHULUAN

Gagasan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) menggarisbawahi pentingnya kontribusi bermanfaat yang dapat diberikan perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat. Korporasi memasukkan keterlibatan masyarakat dalam inisiatif CSR-nya, baik sebagai peserta aktif maupun sebagai penerima. Pihak yang paling terkena dampak langsung dari operasional perusahaan adalah masyarakat, maka keterlibatan mereka sangat penting untuk menjamin kelangsungan hidup perusahaan (Ratnasari, 2012).

Corporate Social Responsibility (CSR) dilaksanakan Bank Jatim melalui kemitraan dengan pemerintah, dunia usaha, dan organisasi masyarakat sipil, serta wilayah dimana ketiga kelompok tersebut berinteraksi. Untuk mendorong tanggung jawab sosial perusahaan dalam situasi ini, pemerintah mengembangkan kebijakan publik CSR. Kebijakan publik juga dimaksudkan untuk mendorong kegiatan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) yang lebih nyata di kalangan dunia usaha dalam konteks hubungan antara dunia usaha dan pemerintah. Kebijakan CSR publik bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan pemangku kepentingan masyarakat sipil mengenai hubungan antara Negara dan masyarakat. Untuk mencapai tujuan kemakmuran bersama dan pembangunan berkelanjutan, pelaku korporasi, pemerintah, dan masyarakat harus bekerja sama secara erat melalui kebijakan publik CSR (Albareda et al., 2008).

CSR di Indonesia masih sering terbatas pada memberikan uang tanpa memenuhi kebutuhan nyata masyarakat. Hal ini disebabkan masih banyak dunia usaha yang belum menyadari betapa pentingnya mengenali dan memenuhi kebutuhan aktual masyarakat melalui tanggung jawab sosial perusahaan yang memadai. Pola ini menumbuhkan kepercayaan masyarakat terhadap dunia usaha. Dunia usaha perlu memahami bahwa untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat, diperlukan pembangunan. Lebih dari 115 miliar rupiah dana CSR dikumpulkan pada tahun 2001 untuk 279 inisiatif sosial oleh 180 perusahaan di Indonesia. Meski masih terbilang kecil dibandingkan pendanaan CSR Amerika, namun perkembangan CSR Indonesia sangat baik. Rata-rata sebuah korporasi memberikan sekitar 640 juta rupiah setiap kegiatannya (Gina Bunga Nayenggita; Santoso Tri Raharjo; Risna Resnawaty, 2019).

Pada periode ekspansi ekonomi yang semakin canggih saat ini, industri harus memperhitungkan dampaknya terhadap masyarakat dan lingkungan selain memaksimalkan keuntungan. UMKM maupun korporasi besar dituntut untuk mampu mempertimbangkan permasalahan sosial dan lingkungan. Pengembangan ikatan kerjasama antara UMKM dan usaha skala menengah dan besar sangat penting untuk menyelesaikan masalah ini. Inisiatif CSR merupakan bentuk yang dapat mempercepat pertumbuhan ini. Diharapkan UMKM mampu melaksanakan Corporate Social Responsibility (CSR) (Soetjipto, 2020).

UMKM (usaha mikro, kecil, dan menengah) berperan dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. Sektor UMKM berkontribusi sangat pesat terhadap peningkatan lapangan pekerjaan, upaya pengurangan tingkat kemiskinan, serta menjelma sebagai elemen kunci dalam menjaga kestabilan ekonomi berbasis masyarakat (Ghazani, 2015). Oleh karena itu, sangat penting untuk memberikan perhatian khusus dalam pembinaan UMKM agar mereka dapat memberikan kontribusi yang lebih positif dalam menggerakkan pertumbuhan ekonomi di daerah pedesaan. Selain itu, upaya ini juga diperlukan untuk meningkatkan daya serap tenaga kerja, sehingga dapat membantu mengatasi masalah pengangguran dan mengurangi tingkat kemiskinan.

Proses meningkatkan kemampuan seseorang atau kelompok untuk berpartisipasi aktif dalam pengambilan keputusan, memecahkan masalah pribadi, dan memajukan pertumbuhan dengan memperoleh lebih banyak informasi, keterampilan, motivasi, dan nilai-nilai dikenal sebagai pemberdayaan masyarakat (Anggraeni Charismanur Wilfarda, Wulan Puspita Ningtiyas, 2021). Dalam periode globalisasi saat ini, perusahaan-perusahaan di Indonesia secara sistematis terlibat dalam serangkaian tindakan yang bertujuan untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu yang lebih luas dan menyeluruh yang telah mereka tetapkan.

Untuk mencapai tujuan sangat penting, yaitu diadakannya praktek dalam menjalankan tugas. Dalam proses banyak pihak yang terlibat ini, termasuk korporasi dan interaksi langsung maupun tidak langsung dengan pihak luar. ini mencakup entitas seperti negara bagian, kota, dan lembaga sosial. Perusahaan biasanya bekerja dengan kelompok luar yang mendukung kepentingan mereka untuk mencapai tujuan mereka (Anggraeni Charismanur Wilfarda, Wulan Puspita Ningtiyas, 2021).

Dunia usaha mempunyai akibat yang menimbulkan segi positif dan negatif terhadap masyarakat. Bisnis, di satu sisi, menciptakan lapangan kerja, menawarkan keuntungan ekonomi, dan keperluan masyarakat dalam menyediakan barang dan jasa. Operasi komersial korporasi seringkali menimbulkan dampak yang kurang baik. Sejumlah permasalahan dapat menyebabkan ketidakpuasan masyarakat, seperti pencemaran lingkungan, perlakuan tidak adil terhadap pekerja, prasangka buruk terhadap perempuan dan kelompok minoritas, penyalahgunaan wewenang, produksi barang-barang berkualitas rendah dan berbahaya, serta eksploitasi sumber daya alam yang membahayakan lingkungan hidup. Ekosistem (Fatmawatie, 2017).

Perusahaan yang berada dalam persaingan yang ketat lebih cenderung mengupayakan efisiensi dengan memangkas biaya dan menghasilkan keuntungan yang besar. Namun, faktor sosial seperti kesejahteraan pekerja dan keselamatan lingkungan terkadang diabaikan. Dunia usaha dan masyarakat mempunyai hubungan yang rumit, dimana permasalahan sosial dan pengaruh eksternal mempunyai dampak yang besar. Akibatnya, pilihan dan tindakan yang diambil oleh perusahaan mempengaruhi lingkungan. Saat ini, CSR yang mencakup aspek sosial, lingkungan, dan ekonomi menjadi semakin penting bagi banyak perusahaan. Inisiatif CSR dianggap mampu mencapai tujuan keuangan sekaligus memperbaiki lingkungan dan masyarakat (Dawkins, 2005).

Namun menurut kajian Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur, inisiatif kerjasama tersebut belum dilakukan secara maksimal. Sangat sedikit tindakan kolaboratif yang berhasil diselesaikan, dan hasilnya jauh dari harapan. Pasalnya, perusahaan industri besar dan menengah kurang berminat menggarap UMKM. Perlu disebutkan bahwa kolaborasi yang baru terjalin sebagian besar berkaitan dengan pemasaran produk. Kemitraan diartikan sebagai kolaborasi dalam hubungan usaha, baik secara langsung maupun tidak langsung, berdasarkan asas saling membutuhkan, percaya, mengoptimalkan, dan bermanfaat, yang mengaitkan pihak UMKM dengan usaha besar yang sesuai dengan Pasal 1 (13) UU No. 20 Tahun 2008 mengenai Usaha Mikro, Kecil, dan Usaha Menengah, UMKM) (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun, 2008).

Dalam penelitian sebelumnya, Ambarwati, Dwi Puji Rahayu, dan Indrian Supheni mengkaji bagaimana komponen ekonomi, sosial, dan lingkungan hidup dari program CSR Bank Jatim Cabang Nganjuk mempengaruhi pemberdayaan masyarakat secara parsial dan simultan. Hasilnya menunjukkan bahwa pemberdayaan masyarakat ditingkatkan secara signifikan oleh komponen keuangan dari inisiatif tanggung jawab sosial perusahaan. Dengan bantuan Bank Jatim, masyarakat Kabupaten Nganjuk merasakan manfaat langsung peningkatan kesejahteraan melalui

pemberian alat-alat kerja antara lain tenun, potong stiker, dan mesin pembuka. Komponen sosial dari tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) terbukti sangat penting dalam pemberdayaan masyarakat Kabupaten Nganjuk melalui program CSR Bank Jatim (Ambarwati et al., 2021).

Tio Septian Marsiona melakukan penelitian yang mengkaji strategi Corporate Social Responsibility (CSR) Bank Jatim cabang Batu dan pelaksanaannya. Berdasarkan observasi, Bank Jatim menggunakan pendekatan kombinasi dalam penerapan CSR. Ketergantungan mereka pada *triple bottom line* (TBL) lebih besar dibandingkan dengan kewajiban berdasarkan nilai perusahaan atau *single bottom line* (SBL), jika dilihat dari sudut pandang kondisi perekonomian saat ini. Bank Jatim menerapkan manajemen Corporate Social Responsibility-Nya yang mencakup penghimpunan keterangan, bekerja sama dengan pemangku kepentingan, serta pengambilan keputusan dan kesimpulan. Keselamatan kerja, lingkungan hidup, praktik ketenagakerjaan, kesehatan, serta pengembangan sosial dan kemasyarakatan hanyalah beberapa inisiatif CSR yang dilakukan Bank Jatim (Marsiona & Pradana, 2021).

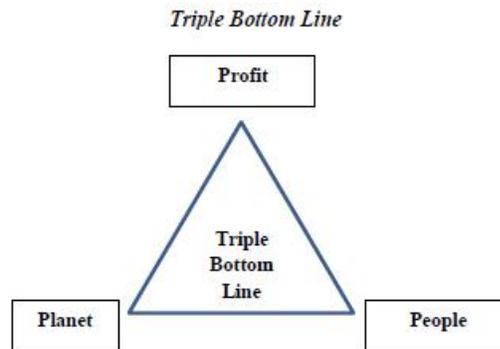
Anisa Justice melakukan kajian mengenai kebijakan tanggung jawab sosial (CSR) Bank Jatim dan pengaruhnya terhadap kesejahteraan masyarakat Mojokerto. Pemerintah Kota Mojokerto dan Bank Jatim bekerja sama untuk melaksanakan program CSR Perusahaan. Masyarakat untuk mendapat manfaat dari Program CSR Bank Jatim yang memperbaiki infrastruktur rumah rusak dan memberikan tenda gratis kepada pedagang kaki lima memiliki pendapatan lebih tinggi dan kualitas hidup lebih baik. Pada musim hujan, pedagang kaki lima biasanya tidak bisa berdagang dan merugi. Meski begitu, mereka tetap bisa berdagang dan mendapat untung berkat bantuan Bank Jatim (Justice, 2013).

Artikel ini mengangkat tema penelitian dengan judul “Implementasi Program Corporate Social Responsibility (CSR) Bank Jatim Surabaya Berbasis Pemberdayaan Masyarakat dalam Meningkatkan Produktivitas Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)” mengingat adanya kesenjangan yang telah disebutkan sebelumnya dalam temuan penelitian. Artikel ini bertujuan dalam memahami fungsi program Corporate Social Responsibility (CSR) Bank Jatim Surabaya, penelitian ini mencoba menjelaskan struktur dan taktiknya. Hal ini juga bertujuan untuk menjelaskan bagaimana manajemen program memasukkan konsep pemberdayaan masyarakat dan bagaimana hal ini mempengaruhi produktivitas UMKM di sekitarnya.

LANDASAN TEORI

CSR (Corporate Social Responsibility)

Ungkapan "tanggung jawab sosial perusahaan" (CSR) pertama kali muncul pada tahun 1970an dan mendapatkan perhatian dalam skala global, terutama setelah keadilan sosial, pertumbuhan ekonomi, dan perlindungan lingkungan diidentifikasi sebagai tiga komponen utama pembangunan berkelanjutan dalam buku *Cannibals* karya John Elkington tahun 1998. *With Forks: Triple Bottom Line* dalam Bisnis Abad 21. Komponen-komponen ini awalnya diusulkan oleh Komisi Dunia untuk Lingkungan Hidup dan Pembangunan (WCED) dalam Laporan Brundtland (1987). Elkington membagi tiga tema CSR-nya menjadi: Tiga P adalah manusia, planet, dan keuntungan. Selain fokus pada peningkatan keuntungan, perusahaan besar juga mempertimbangkan kesejahteraan masyarakat (people) dan lingkungan (Kholis, 2020).



Gambar 1. Triple Bottom Line (Ambarwati et al., 2021)

Menurut Dewan Bisnis Dunia untuk Pembangunan Berkelanjutan mengartikan tentang CSR menjadi bentuk komunitas bisnis yang berkelanjutan dalam menegakkan standar moral, menaikkan kehidupan karyawan dan keluarga mereka, memajukan pertumbuhan ekonomi dan komunitas lokal, serta awam umum (Ernawan, 2014).

Menurut *Triple Bottom Line*, komitmen perusahaan untuk menerima akuntabilitas atas dampak tindakan sosial, ekonomi, dan lingkungan terhadap lingkungan dan masyarakat adalah cara lain untuk memahami CSR. Aspek etika bisnis adalah melalui CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan, yang berperan dalam memberikan keuntungan kepada pemangku kepentingan secara timbal balik. Pemerintah dan lingkungan sekitar, antara lain, harus mendukung tujuan perusahaan untuk lebih terlibat dalam kesejahteraan sosial. Keterlibatan masyarakat sangat penting agar bisnis dapat beroperasi secara efisien, dan keterlibatan pemerintah dapat memainkan peran yang menentukan dalam mengembangkan perusahaan yang menguntungkan dan tidak manipulatif (Nursahid, 2006).

Terdapat lima faktor penting dalam mempengaruhi penerapan CSR, Menurut *Princes of Wales Foundation* dimulai dari; sumber daya manusia, atau pemberdayaan masyarakat. Kedua, setting yang membahas permasalahan lingkungan hidup. Ketiga, tata kelola perusahaan yang baik, yaitu proses dimana sumber daya bisnis didistribusikan sesuai dengan hukum kekuasaan dan hak. Keempat, kohesi sosial, yang menyatakan bahwa kecemburuan sosial tidak boleh timbul dari pelaksanaan CSR. Kelima, kekuatan ekonomi, atau memungkinkan lingkungan hidup menjadi mandiri secara ekonomi. Selain itu, umur dan skala usaha, peraturan pemerintah, struktur perpajakan, dan dedikasi pimpinan perusahaan semuanya berdampak pada pelaksanaan CSR (Untung, 2007).

Kehadiran suatu perusahaan harus memberikan manfaat bagi lingkungan sekitar. Hal ini menunjukkan bahwa prinsip dasar CSR adalah pengembangan komunitas otonom melalui pemberdayaan komunitas lokal. Selain mendorong keterlibatan masyarakat, aktivitas bisnis tidak terganggu dan beroperasi secara efisien. Anda mungkin yakin bahwa ada masalah jika hubungan antara perusahaan dan masyarakat umum buruk. Hal ini akibat dari ketidakpedulian dunia usaha terhadap penerapan CSR. Hal ini menjelaskan mengapa bisnis yang terlibat dalam program CSR memperoleh sejumlah manfaat, antara lain (Wilda, 2020):

1. Melindungi dan menaikkan citra merek dan reputasi perusahaan;
2. Memperoleh izin untuk beroperasi secara sosial;
3. Meminimalisir bahaya usaha dalam perusahaan;
4. Memperluas operasional usaha guna meningkatkan sumber daya;

5. Memberikan kesempatan pasar dengan leluasa;
6. Meminimalisir beban biaya, contohnya yaitu akibat pembuangan limbah;
7. Membangun relasi yang kuat dengan pemangku kepentingan;
8. Membangun relasi dengan regulator;
9. Menambah jiwa dan kreativitas karyawan;
10. Membuka kesempatan untuk memperoleh apresiasi.

Pemberdayaan Masyarakat

Pemberdayaan masyarakat adalah kemampuan pihak-pihak yang bekerja bersama masyarakat untuk memperkuat keberdayaan masyarakat tersebut sehingga bercita-cita untuk mengidentifikasi peluang-peluang baru bagi pengembangan masyarakat. Setidaknya enam faktor berbeda berkontribusi terhadap pemberdayaan masyarakat, termasuk pertumbuhan sosial, ekonomi, politik, budaya, lingkungan, dan pribadi/spiritual. Faktor-faktor ini berinteraksi satu sama lain dengan cara melibatkan faktor kognitif, psikomotorik, psikologis, ekonomi, dan politik semuanya berperan dalam pemberdayaan. Setelah itu, akses terhadap pengetahuan dan kemampuan (internal dan eksternal) untuk menjaga cadangan modal alam dan lingkungan secara berkelanjutan (Rasyid, 2015):

Secara teoritis, pemberdayaan masyarakat dilaksanakan baik bagi mereka yang tidak mampu maupun mereka yang kurang memiliki keterampilan untuk membantu mereka tumbuh dan mandiri. Oleh karena itu, inti dari pemberdayaan masyarakat adalah (Herianingrum & Maulana, 2016):

1. Pengembangan (fasilitasi)
2. Mempercepat potensi atau kekuatan (empowerment)
3. Terbentuknya kemerdekaan.

Pada intinya, pemberdayaan masyarakat melibatkan pemberian kepada klien (pihak yang diberdayakan) kemampuan untuk memutuskan sendiri tindakan apa yang akan mereka ambil, termasuk mengurangi dampak hambatan sosial dan pribadi dengan mengembangkan kapasitas dan kepercayaan diri untuk menggunakan kekuasaan, yang dimilikinya, antara lain. hal lain, melalui transfer kekuatan lingkungan hidup (Juniansyah, 2017).

Berdasarkan definisi di atas, pemberdayaan diartikan sebagai gerakan penguatan sosial yang memberikan pengaruh lebih besar kepada masyarakat yang sebelumnya terpinggirkan di bidang sosial, politik, dan ekonomi. Hal ini memberi mereka lebih banyak kesadaran terhadap komunitasnya, meningkatkan potensi mereka, dan memungkinkan mereka merencanakan dan melaksanakan perlakuan yang diinginkan. mandiri dengan menggunakan taktik dan metode tertentu yang dapat menjamin keberhasilan akhir dalam bentuk kemandirian (Juniansyah, 2017).

Hubungan CSR (*Corporate Sosial Responsibility*) Terhadap Pemberdayaan Masyarakat

Aspek dalam kegiatan CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan di Indonesia merupakan bentuk pendekatan dalam pemberdayaan masyarakat (*community development*). Sekalipun CSR tidak terbatas pada pengembangan masyarakat, pendekatan ini masih relevan dengan keadaan dan kebutuhan masyarakat kita. Masyarakat kita masih banyak menghadapi tantangan seperti pengangguran, rendahnya kualitas Pendidikan, kemiskinan, dan layanan kesehatan yang kurang, yang merupakan faktor utama yang menyulitkan masyarakat untuk keluar dari lingkaran setan. Tujuan CSR perusahaan adalah untuk menciptakan masyarakat yang berpengaruh, artinya seluruh kegiatan CSR harus ditujukan pada pemberdayaan masyarakat (Saleh & Sihite, 2020).

Bahkan ketika perusahaan telah memenuhi kewajiban sosialnya, pemberdayaan masyarakat

masih merupakan tantangan yang sulit untuk dicapai. Hal ini disebabkan oleh sifat tanggung jawab sosial perusahaan yang cenderung berpihak pada filantropi dibandingkan kegiatan produktif. Dengan kata lain, perusahaan sering kali memberikan dukungan finansial tanpa memberikan keterampilan atau kemampuan yang diperlukan. Akibatnya, masyarakat menjadi ketergantungan terhadap bantuan tersebut. Model CSR seperti ini jelas tidak efektif dalam memajukan masyarakat. Oleh karena itu, terdapat kebutuhan untuk memperkenalkan model-model CSR alternatif yang terbukti lebih efektif dalam menjaga akuntabilitas masyarakat (Saleh & Sihite, 2020).

CSR erat kaitannya dengan hubungan dunia usaha dengan masyarakat, dimana dunia usaha dapat berperan dalam memecahkan masalah kemiskinan melalui kewajibannya sosialnya. Kinerja keuangan suatu perusahaan mempunyai dampak langsung terhadap kemampuannya dalam memberikan manfaat ekonomi kepada masyarakat. Melalui CSR, dunia usaha mempunyai peluang untuk mendukung kelestarian lingkungan dan keanekaragaman hayati dengan melakukan langkah-langkah seperti penanaman pohon, penyediaan air bersih, perbaikan perumahan, pengembangan pariwisata, dan penyediaan benih. Varietas tanaman bagi masyarakat. Dengan tujuan untuk memperbaiki kondisi perekonomian masyarakat, perusahaan menjalankan berbagai program yang bertujuan untuk memantapkan, mengembangkan dan mengintegrasikan sumber daya perusahaan dengan memperhatikan aspek lingkungan (Ambarwati et al., 2021).

Dengan demikian, dari sinilah CSR sangat berhubungan dengan pemberdayaan masyarakat guna membantu menyelesaikan masalah dalam mencapai kesejahteraan bersama. Praktik *Corporate Social Responsibility* ini digunakan sebagai cara atau bentuk untuk menjalin hubungan antara perusahaan dan masyarakat sekitar agar menjadi harmonis dan dinamis melalui program-program yang dilakukan oleh perusahaan (Ambarwati et al., 2021).

Program CSR yang dilakukan perusahaan dalam melaksanakan kegiatan terbagi menjadi tiga kategori. Adapun tingkatan yang pertama yaitu *charity*, *charity* (kegiatan sukarela) adalah salah satu bentuk dari CSR atau program tanggung jawab sosial perusahaan dalam memberikan suatu bantuan ini sifatnya langsung. Tingkatan yang kedua yaitu *philanthropy*, tingkatan yang kedua ini dalam pelaksanaan kegiatan penyelesaian dan juga membantu suatu permasalahan secara parsial, Dalam artian, perusahaan akan melaksanakan kegiatan CSR berdasarkan permasalahan yang dialami oleh awam sekitar (Rahmadani et al., 2019). Dan tingkatan yang ketiga yaitu *citizenship*, tingkatan ini merupakan suatu kegiatan CSR yang berfokus pada pemberdayaan masyarakat untuk memperkuat daya saing mereka. Melalui implementasi program ini, diupayakan agar kapasitas masyarakat dapat ditingkatkan sehingga mereka mampu mandiri dan menemukan solusi atas permasalahan yang mereka hadapi. Ada enam tujuan dari pemberdayaan masyarakat menurut Mardikanto, yaitu (Rahmadani et al., 2019):

1. *Better Institution* / perbaikan kelembagaan adalah suatu usaha untuk meningkatkan kualitas lembaga melalui perbaikan kegiatan dan tindakan. Tujuannya adalah untuk memperbaiki kondisi kelembagaan secara keseluruhan, termasuk pengembangan kemitraan dan usaha.
2. *Better Business* / perbaikan bisnis, diharapkan bahwa dengan melakukan perbaikan usaha terutama dalam hal pendidikan, semangat belajar, aksesibilitas bisnis, kegiatan, dan kelembagaan, akan berdampak positif pada bisnis yang kita jalankan dalam program better business.
3. *Better Income* / perbaikan pendapatan, dengan melakukan perbaikan dalam bisnis, bertujuan agar dapat meningkatkan pendapatan yang diperoleh, baik pendapatan keluarga maupun pendapatan masyarakat, yang disebut juga sebagai better income.

4. *Better Environment* / perbaikan lingkungan, hal tersebut bertujuan bahwa perbaikan pendapatan dapat melakukan peningkatan terhadap lingkup fisik dan sosial. Ini penting dikarenakan rusaknya lingkungan terjadi akibat adanya kemiskinan atau pendapatan yang terbatas oleh masyarakat.
5. *Better Living* / perbaikan Kehidupan: Mempertinggi Pendapatan, meningkatkan lingkungan, dengan adanya pendapatan yang meningkat dan juga kondisi lingkungan yang baik, ini bertujuan agar bisa merubah kehidupan oleh beberapa keluarga dan juga warga sekitar.
6. *Better Community* yaitu masyarakat yang lebih baik diharapkan mampu menciptakan aktivitas yang diinginkan dengan dorongan lingkungan fisik dan sosial yang lebih baik.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Usaha kecil yang memiliki peran dalam peningkatan dan perkembangan ekonomi masyarakat sebab terdapat kemampuan bertahan dalam keadaan apapun demi tercapainya kesejahteraan masyarakat merupakan arti dari UMKM. Saat krisis moneter tahun 1998 terjadi, UMKM terbukti kuat. Disaat usaha besar hampir mengalami gulung tikar, tetapi UMKM tetap bertahan dan bahkan lebih banyak (Farisi et al., 2022).

Menurut Pasal 1 UU Republik Indonesia Nomer 20 Tahun 2008 mengenai usaha mikro kecil dan menengah, UMKM ialah bisnis kreatif yang dilakukan oleh seseorang atau badan usaha perorangan yang telah memenuhi kualifikasi usaha mikro tertera dalam Undang-Undang tersebut. UMKM adalah bisnis ekonomi kreatif yang menjalankan sendiri, dilakukan oleh seseorang atau badan usaha perorangan yang tidak menjadi anak perusahaan atau anak cabang yang dikuasai, atau dimiliki oleh orang lain (Feni Dwi Anggraeni, Imam Hardjanto, 2021).

Hal ini membuktikan bahwa, UMKM memainkan peran besar dalam perekonomian nasional. Selain itu, karena mereka tidak terekspos dengan perekonomian global, UMKM lebih tahan terhadap resesi ekonomi global, memproduksi barang sederhana bukan barang mewah, dalam produksi dan pemasaran masih dilakukan secara tradisional, dan biasanya lebih fleksibel dan tidak terbebani dengan biaya administrasi yang tinggi (Suyadi et al., 2017).

Persyaratan UU No. 9 Tahun 1995 tentang usaha mikro kecil dan menengah, yang selanjutnya diterapkan oleh Aturan Pemerintah No. 44 Tahun 1997 tentang kemitraan, menetapkan definisi UKM antara lain:

1. Bisnis kecil adalah perusahaan yang beroperasi di tingkat lokal dan memenuhi persyaratan hukum kepemilikan, kekayaan bersih, dan angka penjualan tahunan.
2. Perusahaan menengah atau besar adalah orang-orang memiliki kriteria dalam melakukan bisnisnya yang didapat dari kekayaan bersih atau angka penjualan tahunan mereka melampaui bisnis kecil.

Menurut Bank Indonesia Nomer.26/1/UKK Tanggal 29 Mei 1993, "UKM" didefinisikan sebagai:

1. Usaha Kecil ialah sebuah bisnis dianggap kecil jika total asetnya, tidak termasuk tanah dan rumah yang ditempati, tidak melebihi Rp 600 juta.
2. Usaha Menengah ialah perusahaan ekonomi yang diklasifikasikan sebagai perusahaan menengah memiliki aset (tidak termasuk tanah dan bangunan) antara 200 juta hingga 600 juta, dan mempekerjakan 20 hingga 99 orang (Suyadi et al., 2017).

Ada beberapa ciri usaha kecil, menurut Isono dan Heryadi yang dikutip oleh Suyadi, Syahdanur, dan Suryani, antara lain:

1. Perusahaan ini kecil dalam hal tenaga kerja, modal, dan fokus pada pasar.;

2. Banyak yang tinggal di kota, pinggiran kota, atau daerah pedesaan di kota-kota besar.;
3. Perusahaan ini dimiliki secara pribadi atau keluarga.
4. Lingkungan sosial budaya (geografi etnis) adalah sumber tenaga kerja.
5. Biasanya, jadwal kerja bersifat paruh waktu atau melibatkan pekerjaan sampingan.
6. Meskipun tidak memiliki kemampuan untuk mengadopsi teknologi, pengelolaan bisnis dan administrasi sendiri tetap mudah.
7. Karena struktur permodalannya yang sangat bergantung pada aset fiscal yang berarti tidak memiliki modal kerja, sebagian besar bergantung pada sumber pendanaan pribadi dan lingkungan.
8. Persyaratan resensi cepat berubah dan izin usaha sering tidak ada (Suyadi et al., 2017).

CSR Dalam Peran Membangun Ekonomi Melalui UMKM

Dalam pembangunan ekonomi Indonesia, sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) telah menjadi prioritas utama. Sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) adalah satu-satunya sektor yang mampu bertahan dari krisis keuangan tahun 1998, sementara sektor-sektor yang lebih besar runtuh. Lebih banyak penelitian harus dilakukan tentang iklim bisnis dan faktor-faktor yang membantu UMKM berkembang. Infrastruktur penting untuk sukses, termasuk pendanaan, transfer teknologi, perpajakan, promosi pasar, potensi ekspor, serta penelitian dan pengembangan, harus diidentifikasi oleh para pengusaha UMKM. Elemen-elemen ini membentuk keadaan yang dibutuhkan UMKM untuk mengatasi hambatan (Suyadi et al., 2017).

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dapat menciptakan lebih banyak lapangan kerja dan menawarkan berbagai layanan ekonomi kepada masyarakat. UMKM dapat mendukung stabilitas nasional, meningkatkan tingkat pendapatan, dan mendorong kemajuan ekonomi. UMKM memiliki beberapa kendala dalam pertumbuhannya, seperti tantangan untuk mendapatkan data pasar, memperluas jangkauan pasar, membangun jaringan, dan mendapatkan akses ke situs-situs utama untuk bisnis mereka. Meningkatkan akses ke data pasar, lokasi perusahaan, dan jaringan bisnis diperlukan jika UMKM ingin menjadi lebih produktif dan kompetitif. Oleh karena itu, keterlibatan dan peran berbagai pihak diperlukan untuk mendukung dan memungkinkan akses UMKM (perusahaan kecil dan menengah) terhadap informasi, terutama pemerintah daerah dan kalangan universitas (Suparno et al., 2013).

Secara umum, ada tiga kerangka kerja kebijakan CSR yang diperlukan untuk mengembangkan UMKM. Langkah pertama dalam mendorong pertumbuhan UMKM yang sistematis, otonom, dan berkelanjutan adalah dengan menciptakan lingkungan yang mendukung bisnis. Kedua, membangun kerangka kerja jaminan keuangan untuk operasionalisasi usaha komersial UMKM yang menguntungkan. Ketiga, menyediakan dukungan teknis dan fasilitasi bagi UMKM yang ingin mengembangkan usahanya (Suparno et al., 2013).

METODE PENELITIAN

Tema dalam penelitian ini dibahas dengan menggunakan metode kualitatif non-interaktif yang dipilih untuk fokus menganalisis konseptual terkait bentuk dan strategi program CSR oleh Bank Jatim, implementasi pemberdayaan masyarakat dalam program *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) serta dampak program *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) terhadap kemajuan produktivitas Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Surabaya. Menurut Rukminingsih Penelitian kualitatif non-interaktif adalah jenis penelitian mendalam yang

melibatkan pengumpulan data secara langsung; contohnya adalah analisis isi dan konsep (Rukminingsih et al., 2020). Metode ini dipilih karena penelitian ini tidak melibatkan pengumpulan data secara langsung dari individu dalam lingkungan alamiah, seperti yang sering dilakukan dalam penelitian kualitatif non- interaktif.

Data untuk penelitian ini diperoleh melalui pencarian pada jurnal-jurnal, data, *ebook*, dan melalui analisis dokumen yang berisikan program Corporate Sosial Responsibility (CSR) Bank Jatim yang relevan dengan topik. Pendekatan dalam penelitian ini melibatkan proses pengumpulan, identifikasi, dan analisis data yang kemudian diintegrasikan untuk menghasilkan interpretasi konsep yang baik secara langsung maupun tidak langsung dapat diamati.

Data yang telah terkumpul, dianalisis menggunakan beberapa tahapan. Tahap pertama adalah membaca atau mempelajari data, yaitu proses menandai gagasan dan kata kunci yang ada dalam kata. Tahap kedua mempelajari kata kunci tersebut untuk mencari tema yang berasal dari kata. Tahap ketiga, adalah menganalisis bahasan yang telah terkumpul. Tahap keempat, adalah disimpulkan, yaitu merelevansikan hasil analisis dengan tema kajian, sesuai dengan asumsi ilmiah yang dimiliki oleh peneliti (Suparman, 2020).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada tanggal 17 Agustus 1961, Bank Jatim didirikan dengan nama PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur. Kemudian, berdasarkan Peraturan Daerah No. 2 tahun 1976, nama bank diubah menjadi Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur. Bank Jatim merupakan organisasi keuangan yang menawarkan berbagai produk dan jasa perbankan yang tersebar di beberapa kabupaten dan kota, sehingga secara langsung memberikan manfaat bagi masyarakat Jawa Timur. Mulai dari daerah padat seperti Kota Surabaya hingga daerah dengan kepadatan penduduk yang rendah seperti Kabupaten Situbondo (Laporan Keberlanjutan 2022 Sustainability Report Bank Jatim, 2022).

Sesuai dengan Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Bank Jatim memiliki komitmen terhadap program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) disamping memberikan keuntungan langsung melalui layanan perbankan. TJSL merupakan wujud komitmen Bank Jatim dalam menjunjung tinggi pelestarian lingkungan, pemberdayaan masyarakat, dan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan (Laporan Keberlanjutan 2022 Sustainability Report Bank Jatim, 2022).

Dalam pelaksanaannya, Bank Jatim mengeksekusi TJSL melalui berbagai program CSR dengan harapan dapat berkontribusi pada kemajuan, pemberdayaan, dan kemandirian masyarakat, serta pertumbuhan ekonomi di tingkat lokal. Sebagai bagian dari komitmennya untuk membantu pemerintah dalam mencapai tujuan-tujuan berkelanjutan tersebut, Bank Jatim juga menjalankan inisiatif CSR dan menunjukkan kepeduliannya terhadap pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (Sustainable Development Goals/SDGs) di Indonesia (Laporan Keberlanjutan 2022 Sustainability Report Bank Jatim, 2022).

Program dan kegiatan CSR yang telah dilakukan oleh Bank Jatim didasarkan pada sejumlah regulasi dan keputusan internal, antara lain:

1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 berisi peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan perseroan terbatas;
2. Peraturan Pemerintah No. 47 tahun 2012, yang mengatur tanggung jawab sosial dan lingkungan perseroan terbatas;
3. Peraturan Daerah Provinsi Jawa Timur No. 4 Tahun 2011 tentang Tanggung Jawab Sosial Perusahaan;
4. Peraturan OJK No. 51/POJK. 03/2017 tahun 2017 tentang Penerapan Keuangan

- Berkelanjutan, peraturan-peraturan berikut ini berlaku bagi lembaga jasa keuangan, emiten, dan perusahaan public;
5. Pada tanggal 7 Desember 2022, Direksi PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk menerbitkan Surat Keputusan No. 061/218/DIR/PRS/KEP tentang Struktur Organisasi dan Tata Kerja Bank;
 6. Surat Keputusan Direksi Bank Jatim No. 061/227/DIR/MJR/KEP, tanggal 30 Desember 2022, tentang Batasan Wewenang Persetujuan dan Pembayaran atas Pengadaan Barang dan Jasa dan Pengeluaran Non Produk Beserta Perubahannya;
 7. Pedoman Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk, tercantum dalam Surat Keputusan Direksi Bank Jatim Nomor: 059/188.3/DIR/CSE/KEP, tanggal 21 Juli 2020 (Marsiona & Pradana, 2021).

Bank Jatim sangat menyadari pentingnya menjalin hubungan yang positif dengan semua pihak yang terlibat, baik di dalam maupun di luar organisasi. Hal ini termasuk dengan masyarakat yang tinggal di sekitar lokasi kerja perusahaan. Perusahaan yang merupakan komponen penting dalam perekonomian Jawa Timur ini juga terlibat dalam memenuhi kewajiban tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), yang meliputi kewajiban sosial dan lingkungan (Marsiona & Pradana, 2021).

Dalam implementasi CSR, Bank Jatim menerapkan konsep *Triple Bottom Line* (TBL), yang melibatkan tiga pilar: *profit* (keuntungan), *people* (masyarakat), dan *planet* (lingkungan). Profit adalah tujuan utama setiap kegiatan bisnis untuk meningkatkan produktivitas. People mencakup perhatian terhadap kepentingan masyarakat, dengan upaya seperti program-program yang mendukung masyarakat. Lingkungan (*planet*) menjadi pertimbangan penting dalam CSR karena terkait dengan aspek penting dalam kehidupan manusia (Ambarwati et al., 2021).

Dalam pelaksanaan CSR, Bank Jatim menggunakan strategi program kombinasi yang mencakup sentralisasi dan desentralisasi. Mereka melibatkan pihak lain, termasuk pemerintah dan swasta, dalam pelaksanaan CSR, terutama dalam program-program pemberdayaan masyarakat. Hal ini dilakukan untuk mencapai efisiensi penggunaan dana CSR, sehingga manfaatnya dapat diperluas ke lebih banyak penerima manfaat. Program kemitraan adalah contoh nyata di mana semua pihak yang bermitra saling menguntungkan. Bank Jatim dapat mencapai efisiensi dalam penggunaan dana CSR, sementara mitra dapat meningkatkan penghimpunan dana mereka (Ambarwati et al., 2021).

Menjaga kepercayaan nasabah merupakan salah satu faktor yang paling penting dalam menjaga kesuksesan perusahaan, yang mana Bank Jatim memahami bahwa hal ini sangat penting bagi keberlangsungan bisnisnya. Dengan inisiatif tanggung jawab sosial perusahaan, perusahaan dapat berkontribusi terhadap pengurangan kemiskinan dalam rangka pemberdayaan ekonomi. Kemampuan perusahaan untuk memberikan pengaruh positif terhadap ekonomi lokal berkorelasi langsung dengan kinerja keuangannya. Bank Jatim bertujuan untuk memberdayakan masyarakat melalui inisiatif CSR-nya, yang meliputi kegiatan pelatihan dan pendidikan bagi masyarakat. (Ambarwati et al., 2021).

Tujuan dari pemberdayaan masyarakat ini antara lain adalah memotivasi individu, meningkatkan kesadaran akan potensi yang mereka miliki, menciptakan lingkungan yang mendukung perkembangan, serta memperkuat daya potensi masyarakat melalui upaya positif dalam mengembangkan kapabilitas mereka. Penting juga untuk diingat bahwa industri memiliki dampak positif terhadap masyarakat, termasuk dalam hal pembangunan infrastruktur dan penciptaan lapangan kerja yang memanfaatkan tenaga kerja lokal (Ambarwati et al., 2021).

Sebagai aturan umum, perusahaan yang menerapkan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) juga harus berkonsentrasi pada proses akuntabilitas dan alokasi dana, karena hal ini sangat penting untuk kelangsungan hidup jangka panjang perusahaan. Dana yang dialokasikan untuk program CSR Bank Jatim berasal dari laba perusahaan, PT Bank Pembangunan Daerah (Bank Jatim). Pada tahun 2022, Rp 18,38 miliar adalah jumlah keseluruhan dana yang dialokasikan secara rinci, menurut laporan Bank Jatim. Sebanyak Rp 2,31 miliar diperuntukkan bagi proyek-proyek yang berhubungan dengan kesehatan, Rp 1,57 miliar untuk pendidikan, dan Rp 13,94 miliar untuk inisiatif sosial (Prabowo & Wahyudi, 2023).

Pengimplementasian sejumlah program CSR oleh Bank Jatim selama beberapa tahun terakhir telah berdampak positif bagi masyarakat sekitar perusahaan. Salah satu contoh program CSR yang dijalankan oleh Bank Jatim pada tahun 2022 merupakan bukti nyata komitmennya dalam mendukung Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB/SDGs) dan menciptakan manfaat yang signifikan. Program tersebut adalah Bantuan Zakat Produktif dan penyediaan peralatan bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di berbagai Kabupaten/Kota. Tujuan utama dari program ini adalah untuk menciptakan lapangan kerja yang layak dan mendukung pertumbuhan ekonomi di tingkat lokal (Laporan Keberlanjutan 2022 Sustainability Report Bank Jatim, 2022).

Bank Jatim telah mengalokasikan dana sebesar Rp 2.848.122.350 untuk menjalankan program ini dengan periode pelaksanaan yang berlangsung sepanjang tahun, mulai dari bulan Januari hingga Desember. Program ini mencakup bantuan kepada 6 institusi UMKM yang berlokasi di berbagai wilayah, yang bertujuan untuk memperkuat sektor UMKM secara keseluruhan. Selain itu, dalam rangka menghargai dan memberikan pengakuan kepada UMKM yang telah menjadi mitra binaan Bank Jatim, perusahaan ini juga menyelenggarakan acara UMKM Awards. Acara penghargaan ini bertujuan untuk mendorong semangat dan inovasi di kalangan UMKM serta memberikan apresiasi atas kontribusi positif yang telah mereka berikan dalam pembangunan ekonomi lokal (Laporan Keberlanjutan 2022 Sustainability Report Bank Jatim, 2022).

Terakhir, Bank Jatim juga melaksanakan program zakat produktif dua kali dalam setahun. Program ini tidak hanya membantu para penerima zakat, tetapi juga berfungsi sebagai salah satu wujud komitmen Bank Jatim dalam memberikan kontribusi positif kepada masyarakat melalui program CSR yang berkelanjutan. Keseluruhan inisiatif ini menunjukkan tanggung jawab sosial yang kuat dari Bank Jatim dan kontribusinya dalam mencapai berbagai tujuan pembangunan berkelanjutan di Indonesia (Laporan Keberlanjutan 2022 Sustainability Report Bank Jatim, 2022).

KESIMPULAN

Dari pemaparan di atas maka dapat disimpulkan bahwa Bank Jatim Surabaya telah mengimplementasikan program Corporate Social Responsibility (CSR) dengan pendekatan Triple Bottom Line (TBL), mencakup aspek profit, pemberdayaan masyarakat, dan pelestarian lingkungan. Fokus utama pada pemberdayaan masyarakat terlihat melalui inisiatif seperti pelatihan, kursus, dan dukungan ekonomi untuk UMKM. Strategi sentralisasi, desentralisasi, serta kemitraan dengan pihak lain memperkuat efektivitas program CSR. Dampaknya terhadap produktivitas UMKM di wilayah sekitarnya, terutama Surabaya, sangat positif dengan terciptanya lapangan kerja layak, dukungan terhadap pertumbuhan ekonomi lokal, dan motivasi bagi UMKM untuk terus berinovasi, sebagaimana tercermin dalam acara penghargaan UMKM Awards yang diadakan oleh Bank Jatim.

DAFTAR REFERENSI

- Albareda, L., Lozano, J. M., Tencati, A., Midttun, A., & Perrini, F. (2008). The changing role of governments in corporate social responsibility: drivers and responses. *Business Ethics: A European Review*, 17(4), 347–363. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8608.2008.00539.x>
- Ambarwati, Rahayu, D. P., & Supheni, I. (2021). Peran Corporate Social Responsibility Bank Jatim Cabang Nganjuk Terhadap Pemberdayaan Masyarakat Di Kabupaten Nganjuk. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 19(1), 34–51.
- Anggraeni Charismanur Wilfarda, Wulan Puspita Ningtiyas, N. M. A. (2021). Kebijakan Pemerintah Dalam Pemberdayaan UMKM Di Masa Pandemi. *Journal of Government and Politics*, 3(1), 47–65.
- Dawkins, J. (2005). Corporate responsibility: The communication challenge. *Journal of Communication Management*, 9(2), 108–119. <https://doi.org/10.1108/13632540510621362>
- Ernawan, E. R. (2014). Tanggungjawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Performa)*, 11(2).
- Farisi, S. Al, Fasa, M. I., & Suharto. (2022). Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 9(1), 73–84.
- Fatmawatie, N. (2017). Tanggungjawab Sosial Perusahaan. *Stain Kediri Press*, 125–162.
- Feni Dwi Anggraeni, Imam Hardjanto, A. H. (2021). Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Melalui Fasilitasi Pihak Eksternal Dan Potensi Internal (Studi Kasus pada Kelompok Usaha "Emping Jagung" di Kelurahan Pandanwangi Kecamatan Blimbing. Kota Malang). *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, 1(6), 1286–1295.
- Ghazani, N. (2015). Kemitraan Pengembangan UMKM (Studi Deskriptif Tentang Kemitraan PT.PJB (Pembangkit Jawa Bali) Unit Gresik Pengembangan UMKM Kabupaten Gresik). *Kebijakan Dan Manajemen Publik*, 3(2), 142–151.
- Gina Bunga Nayenggita; Santoso Tri Raharjo; Risna Resnawaty. (2019). *PRAKTIK CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DI INDONESIA*. 2, 61–66.
- Herianingrum, S., & Maulana, A. (2016). Peran Koperasi Fatayat Nu Ar-Roudhoh Ranting Babat Jerawat-Benowo-Surabaya Dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Babat Jerawat. *El-Qist: Journal of Islamic Economics and Business (JIEB)*, 6(2), 1219–1245. <https://doi.org/10.15642/elqist.2016.6.2.1219-1245>
- Juniansyah. (2017). *Pemberdayaan Masyarakat Melalui Corporate Social Responsibility (Csr) Pt . Kaltim Nitrate Indonesia*. 5(3), 195–196.
- Justice, A. (2013). “Analisis Kebijakan Csr Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Di Mojokerto Tahun 2011”(Study Kasus Pada Bank Jatim Cabang Mojokerto). *Jurnal Akuntansi AKUNESA*, 1(3).
- Kholis, A. (2020). *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY KONSEP DAN IMPLEMENTASI* (pp. 8–9). Economic & Business Publishing.
- Laporan Keberlanjutan 2022 Sustainability Report Bank Jatim. (2022). *Harmonisasi Mewujudkan Pertumbuhan Berkelanjutan Harmonization to Realize Sustainable Growth*.
- Marsiona, T. S., & Pradana, B. I. (2021). IMPLEMENTASI STRATEGI CSR (CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY) BANK JATIM CABANG BATU. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawihaya*, 9(2), 1–31.
- Nursahid, F. (2006). *Tanggung Jawab Sosial BUMN: Analisis Terhadap Model Kedermawanan Sosial* (pp. 13–14). Piramedia.
- Prabowo, S. A., & Wahyudi, K. E. (2023). Corporate Social Responsibility PT Bank

-
- Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk (Bank Jatim) Surabaya. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journa*, 6, 366–377. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v6i1.3940>
- Rahmadani, R., Raharjo, S. T., & Resnawaty, R. (2019). Fungsi Corporate social responsibility (CSR) Dalam Pengembangan dan Pemberdayaan Masyarakat. *Share : Social Work Journal*, 8(2), 203. <https://doi.org/10.24198/share.v8i2.20081>
- Rasyid, A. (2015). Komunikasi dalam CSR Perusahaan: Pemberdayaan Masyarakat dan Membangun Citra Positif. *Jurnal Mimbar*, Vol. 31, N(Komunikasi dalam CSR Perusahaan: Pemberdayaan Masyarakat dan Membangun Citra Positif), 510.
- Ratnasari, D. (2012). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perataan Laba pada Perusahaan Manufaktur yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2007-2010. *Jurnal Universitas Diponegoro*.
- Rukminingsih, Adnan, G., & Latief, M. A. (2020). Metode Penelitian Pendidikan. Penelitian Kuantitatif, Penelitian Kualitatif, Penelitian Tindakan Kelas. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9).
- Saleh, A., & Sihite, M. (2020). Strategi Komunikasi untuk Program Corporate Social Responsibility dalam Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Interaksi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 98–105. <https://doi.org/10.30596/interaksi.v4i1.4134>
- Soetjipto, N. (2020). Ketahanan UMKM Jawa Timur Melintasi Pandemi COVID-19. In *K-Media*.
- Suparman, U. (2020). *Bagaimana Menganalisis Data Kualitatif?* (p. 5). Pusaka Media.
- Suparno, Wicaksono, A., & Ariyani, W. (2013). Model Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Melalui Program Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Industri Rokok Di Kudus. *Jurnal Sosial Budaya*, 6(2), 29–39.
- Suyadi, Syahdanur, & Suryani, S. (2017). Analisis Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Bengkalis-Riau. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 29(1), 1–10.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun. (2008). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008. 1*.
- Untung, hendrik budi. (2007). *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Sinar Grafika.
- Wilda, Y. A. (2020). Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Meningkatkan Mutu Kualitas Pendidikan SMK NU Banat Kudus. *Jurnal Kependidikan Dasar Islam Berbasis Sains*, 5(2), 174–175. <https://doi.org/10.51195/iga.v3i1.102>