

ANALISIS PROGRAM CSR (CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY) DALAM PENGEMBANGAN BISNIS MASYARAKAT

Camila Putri Andriana
camilaputriandriana@gmail.com
Suhermin

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

The CSR (Corporate Social Responsibility) program is one of the companies' efforts in showing social responsibility in public economic development. The success of CSR depends on the company, government, and public itself. Therefore, the research aimed to find out whether the CSR programs which were run by PT. Angkasa Pura I Surabaya suited the public reality and expectation or not. The research was qualitative. Moreover, the data were both primary and secondary which were taken from PT. Angkasa Pura I and Fostered Partners of PT Angkasa Pura I area. The data collection technique was done by observing, interviewing with informants, and documentation of research results or triangulation. The result showed that the form of corporate responsibility on the public was by planning CSR programs with developing the existence potency in public especially in trading, beauty, and service. From this, the public expectation had been suited to reality. Furthermore, the success of CSR programs implementation could be seen from the three fostered partners of PT. Angkasa Pura I area of its planning, mapping, and giving also evaluation that had been well-applied.

Keywords: Social Responsibility, Corporate Social Responsibility (CSR)

ABSTRAK

Program CSR merupakan salah satu upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk menunjukkan tanggung jawab sosial dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat. Berhasilnya CSR tidak akan lepas dari peran serta pengusaha, pemerintah serta masyarakat itu sendiri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tanggung jawab sosial perusahaan terhadap program yang dijalankan oleh PT. Angkasa Pura I Surabaya apakah sudah sesuai dengan harapan dan kenyataan di masyarakat. Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif. Sumber data dalam penelitian ini berupa data primer dan sekunder yang didapat dari pihak PT. Angkasa Pura I dan Mitra Binaan wilayah PT. Angkasa Pura I. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara dengan informan, dokumentasi hasil penelitian dan gabungan atau triangulasi. Berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat adalah dengan cara melakukan perencanaan untuk program *Corporate Social Responsibility (CSR)* dengan cara mengembangkan potensi yang ada pada masyarakat dibidang sektor usaha perdagangan, kecantikan, dan jasa. sehingga harapan masyarakat terhadap program *Corporate Social Responsibility (CSR)* PT. Angkasa Pura I Surabaya sudah sesuai dengan kenyataan yang diharapkan. kesuksesan pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility (CSR)* seperti pada tiga contoh mitra diatas adalah bukti bahwa pada proses pemetaan, pemberian dan evaluasi sudah dilakukan dengan baik.

Kata Kunci : Tanggung jawab sosial, *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

PENDAHULUAN

Corporate Social Responsibility (CSR) yang disebut juga dengan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan kegiatan wajib bagi perusahaan untuk memenuhi tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat sebagaimana diatur dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (PT) pasal 74, dimana pada ayat pertama disebutkan bahwa "Perusahaan yang bergerak di bidang sosial dan/atau sumber daya alam wajib memenuhi tanggung jawabnya." *Corporate Social Responsibility* adalah tanggung jawab organisasi profit dan non-profit atas dampak keputusan dan aktivitas mereka terhadap masyarakat dan lingkungan, meskipun di Indonesia, masih belum ada definisi yang seragam mengenai hal tersebut. Konsep tanggung jawab perusahaan dijelaskan dalam pasal 15B Undang-Undang

Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal (UUPM), yang menyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan melekat pada tanggung jawab setiap perusahaan penanaman modal untuk menciptakan hubungan yang serasi, seimbang, dan sesuai budaya dengan lingkungan setempat, nilai, norma, dan budaya masyarakat. Program pengembangan bisnis masyarakat, juga dikenal sebagai UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah), serta peningkatan ekonomi bertujuan untuk meningkatkan proses dan hasil bisnis dari usaha kecil dan menengah yang beroperasi di lingkungan masyarakat. Kegiatan ini merupakan bagian dari *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang fokus pada pengembangan bisnis masyarakat setempat. Program ini mencakup beberapa kegiatan seperti peningkatan kapasitas dan bisnis secara umum, pembangunan hubungan supply chain untuk industri bahan baku, kerja sama dalam *supply chain*, dan pengelolaan value chain (Sunarji, 2016).

Pelaksanaan model kemitraan antara pengusaha bisnis masyarakat dan usaha skala sedang serta besar telah ditingkatkan melalui partisipasi perusahaan dalam program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Keterlibatan pemerintah daerah juga dilakukan melalui regulasi yang mengadopsi konsep kemitraan antara pengusaha bisnis masyarakat dan perusahaan skala sedang serta besar. Salah satu hambatan yang dihadapi adalah kurang optimalnya koordinasi antar stakeholder. Dengan meningkatnya kemitraan dalam pengembangan bisnis masyarakat bagi usaha skala sedang dan besar, diharapkan dapat mengatasi berbagai hambatan yang muncul, seperti keterbatasan sumber daya. Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan hasil dari kritik terhadap teori ketergantungan dan keterbelakangan pada tahun 1960-an. Teori ini menganggap bahwa perkembangan ekonomi masyarakat di negara sedang berkembang dan tidak berkembang adalah hasil dari relasi yang tidak seimbang. *Corporate Social Responsibility* dapat dikatakan komitmen yang berkesinambungan dari kalangan bisnis, untuk berperilaku secara etis dan memberi kontribusi bagi perkembangan ekonomi, seraya meningkatkan kualitas kehidupan dari karyawan dan keluarganya, serta komunitas lokal dan masyarakat luas pada umumnya. Dalam interaksi dengan para pemangku kepentingan (*stakeholders*) berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan (Nurlela, 2019:11).

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah salah satu praktik yang direkomendasikan oleh para praktisi bisnis. Hal ini merupakan bentuk tanggung jawab sosial yang harus dilakukan oleh pelaku bisnis terhadap masyarakat. Program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL), sebelumnya dikenal sebagai Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL), merupakan implementasi dari tanggung jawab sosial perusahaan, terutama dalam lingkup Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Hal ini diatur dalam Peraturan Menteri BUMN No. Per-05/MBU/04/2021, yang menjelaskan bahwa pendirian BUMN bertujuan untuk memberikan manfaat dalam berbagai sektor seperti ekonomi, sosial, lingkungan, hukum, dan tata kelola perusahaan, serta memberikan dukungan kepada usaha mikro dan kecil. Hal ini menjadi program wajib dalam TJSL (Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan). Salah satu contoh perusahaan yang menerapkan CSR sebagai bagian dari TJSL BUMN adalah PT. Angkasa Pura I Bandara Internasional Juanda. Pada tahun 2022, PT Angkasa Pura I mengalokasikan dana TJSL sebesar Rp 33,4 miliar, terdiri dari bantuan TJSL Non Pendanaan UMK senilai Rp 14,8 miliar dan TJSL Pendanaan UMK senilai Rp 18,6 miliar. Dana TJSL ini disalurkan sesuai dengan program prioritas Tujuan Pembangunan Berkelanjutan yang telah ditetapkan oleh Kementerian BUMN. Meskipun demikian, PT Angkasa Pura I Bandara Internasional terus berupaya bertahan dan memenuhi kewajibannya terhadap mitra binaannya. Hal ini terbukti dengan kesinambungan upaya yang dilakukan hingga saat ini.

Bisnis masyarakat masih tetap dapat melanjutkan program tersebut, karena dengan adanya program *Corporate Social Responsibility* (CSR) untuk pengembangan bisnis masyarakat yang diberikan oleh PT. Angkasa Pura I Juanda Surabaya, memberikan dampak kepada para pelaku bisnis masyarakat. Binaan kepada bisnis masyarakat menjadi nama program *Corporate Social Responsibility* yang dibuat oleh PT. Angkasa Pura I Bandara Internasional Juanda.

Program tersebut ditujukan kepada masyarakat yang memerlukan bantuan perkembangan terhadap bisnis masyarakat. Masyarakat di Kabupaten Sidoarjo menjadi prioritas sasaran dari *Corporate Social Responsibility* PT. Angkasa Pura I Bandara Internasional Juanda ini. Program *Corporate Social Responsibility* harus dilakukan secara berkelanjutan dan terintegrasi dengan tujuan bisnis perusahaan, hal ini memastikan bahwa program CSR tidak hanya memberikan manfaat bagi masyarakat tetapi juga membantu meningkatkan kinerja bisnis perusahaan ada beberapa unsur penting *Corporate Social Responsibility* yang harus dimiliki oleh perusahaan.

Menurut Said (2018:23) mengemukakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan strategi yang digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan reputasinya di mata publik melalui berbagai program amal, baik yang bersifat eksternal maupun internal. Program eksternal ini melibatkan kemitraan dengan seluruh pemangku kepentingan (stakeholder) untuk menunjukkan komitmen perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Sementara itu, di sisi internal, *Corporate Social Responsibility* juga berperan dalam meningkatkan efisiensi produksi, mencapai keuntungan maksimal, dan meningkatkan kesejahteraan karyawan. Peran *corporate social responsibility* sangat penting dalam menjaga hubungan baik antara perusahaan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat seperti program pendidikan, kesehatan dan lingkungan yang berkelanjutan. selain itu juga dapat meningkatkan citra perusahaan dimata publik. Berdasarkan latar belakang, maka peneliti menetapkan judul penelitian ini adalah "Analisis Program CSR (*Corporate Social Responsibility*) Dalam Pengembangan Bisnis Masyarakat Di PT Angkasa Pura I Surabaya".

Berdasarkan latar belakang, maka timbul rumusan masalah yaitu sebagai berikut: (1). Bagaimana penerapan program *Corporate Social Responsibility* dapat membantu perkembangan bisnis masyarakat pada PT Angkasa Pura I Surabaya ? (2). Bagaimana proses program *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap umkm bisnis masyarakat pada PT Angkasa Pura I Surabaya ? (3). Menganalisis bagaimana jika masyarakat yang sudah mempunyai bisnis tidak mampu membayar atau mengasur dana yang sudah meminjam ke PT Angkasa Pura I Surabaya ?. Tujuan dari dilakukannya penelitian ini yang diharapkan peneliti adalah sebagai berikut : (1). Untuk mengetahui perkembangan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam bisnis masyarakat pada PT Angkasa Pura I Surabaya (2). Untuk menganalisis proses program *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap umkm bisnis masyarakat pada PT Angkasa Pura I Surabaya (3). Untuk Menentukan dan menerapkan binaan kepada masyarakat yang macet untuk membayar dalam perkembangan bisnisnya

TINJAUAN TEORITIS

Program CSR (*Corporate Social Responsibility*)

Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan investasi bagi perusahaan dalam rangka pertumbuhan dan keberlanjutan perusahaan. Program ini tidak lagi hanya dianggap sebagai pusat biaya (*cost centre*), melainkan sebagai pusat keuntungan (*profit centre*). Ini mencerminkan komitmen perusahaan untuk mendukung pembangunan berkelanjutan. Di sisi lain, masyarakat mulai mempertanyakan apakah perusahaan yang fokus pada maksimalisasi keuntungan ekonomis memiliki komitmen moral untuk mendistribusikan keuntungannya dalam membangun masyarakat lokal. Seiring berjalannya waktu, harapan masyarakat tidak hanya terfokus pada penyediaan barang dan jasa, tetapi juga pada tanggung jawab sosial perusahaan. Menurut Mardikanto (2018:92), *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah sebuah konsep dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dan lingkungan dalam operasi bisnis dan di dalam interaksi dengan para pemangku kepentingan secara sukarela yang mengarah pada keberhasilan bisnis yang berkelanjutan. Menurut Said (2018:23), CSR merupakan upaya perusahaan dalam menaikkan citranya dimasyarakat, program tersebut dapat dilaksanakan melalui program-program eksternal dan internal. Program eksternal bertujuan untuk menyampaikan kepedulian perusahaan kepada

lingkungan dan masyarakat sekitar. Sedangkan tujuan internalnya adalah mencapai sasaran perusahaan yakni mendapatkan keuntungan maksimal dan mensejahterakan karyawannya. Sedangkan menurut Nurlela (2019:11), menyatakan CSR (*Corporate Social Responsibility*) dapat diartikan sebagai komitmen yang berkelanjutan dari para pelaku bisnis, secara etis dan memberikan sumbangsih bagi perkembangan ekonomi, dengan upaya meningkatkan kualitas kehidupan dari karyawan dan masyarakat sekitar, serta komunitas local dan masyarakat luas pada umumnya.

Konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut bahasa, *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat diartikan sebagai tanggung jawab sosial perusahaan. Meskipun dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas menggunakan istilah Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan untuk menjelaskan konsep tersebut. Saat ini, belum ada kesatuan bahasa yang menyepakati istilah CSR secara global, namun secara konseptual, CSR memiliki makna yang sama. Banyak istilah yang digunakan untuk mengartikan tanggung jawab sosial perusahaan, dan beragam definisinya masih belum disepakati secara universal. Pasal 1 butir 3 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas memberikan definisi tanggung jawab sosial perusahaan/CSR sebagai komitmen Perseroan untuk berpartisipasi dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan untuk meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat bagi Perseroan, komunitas lokal, dan masyarakat umum. Menurut *World Business Council for Sustainable Development* dalam Said (2018:44), CSR adalah komitmen yang diperlukan oleh perusahaan untuk meningkatkan kualitas hidup bagi semua elemen yang terkait dengan perusahaan tersebut. Secara filosofis, perusahaan yang berusaha menjadi berguna bagi manusia harus memiliki prioritas dan strategi yang baik. Salah satu prioritas utama adalah memastikan keberlanjutan bisnis perusahaan itu sendiri, yang hanya dapat tercapai jika perusahaan memberikan manfaat yang nyata dan didukung oleh para stakeholder. Dukungan dari stakeholder akan terwujud jika perusahaan mampu mengurangi dampak negatif pada aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan, serta memberikan dampak positif yang signifikan bagi para stakeholder. Menurut Setiawan (2017), CSR adalah tanggung jawab organisasi terhadap masyarakat dan lingkungan atas dampak dari keputusan dan aktivitas yang dilakukan. Hal ini dilakukan melalui perilaku etis dan transparan dalam memberikan kontribusi bagi pembangunan yang berkelanjutan, kesehatan, dan kesejahteraan masyarakat, dengan mempertimbangkan harapan stakeholder. Dalam pelaksanaannya, CSR harus mematuhi peraturan yang berlaku dan konsisten dengan norma internasional, serta terintegrasi dalam seluruh bagian organisasi.

Manfaat Program CSR (*Corporate Social Responsibility*)

Perusahaan yang menerapkan program CSR diharapkan tidak hanya fokus pada keuntungan jangka pendek, tetapi juga berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan dan lingkungan dalam jangka panjang. Ada banyak manfaat yang dapat diperoleh dari pelaksanaan program CSR secara konsisten, termasuk memperbaiki dan memperkuat hubungan dengan para pemangku kepentingan perusahaan. Selain itu, riset dari Roper Search World Wide menunjukkan bahwa konsumen cenderung lebih suka produk dari perusahaan yang konsisten dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya, sehingga perusahaan memperoleh reputasi yang baik. Menurut Syairozi (2019:15), selain manfaat bagi perusahaan, penerapan aktivitas *Corporate Social Responsibility* juga membawa manfaat positif bagi masyarakat dan pemerintah, antara lain: (a). Manfaat bagi masyarakat, dapat meningkatkan kualitas pendidikan masyarakat dengan menyediakan pendidikan yang layak dan berkualitas, meningkatkan kualitas tenaga kerja masyarakat melalui pelatihan yang diselenggarakan. (b). Manfaat bagi pemerintah, kegiatan CSR berkaitan dengan masalah-masalah yang ada di berbagai daerah, seperti kurangnya akses kesehatan dan pembangunan

fasilitas umum. Kerjasama antara pemerintah dan perusahaan/organisasi yang menerapkan CSR dapat memberikan bantuan yang signifikan kepada masyarakat sekitar dalam hal pendidikan, akses kesehatan, dan fasilitas umum. Manfaat dari penerapan CSR tidak hanya dirasakan oleh perusahaan, tetapi juga oleh pemerintah, masyarakat, dan lingkungan.

Alasan Perusahaan Melaksanakan *Corporate Social Responsibility*

Ada empat alasan utama mengapa suatu perusahaan menerapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di lingkungannya, yaitu memenuhi tanggung jawab ekonomis, legal (hukum), etis, dan filantropis dapat dijelaskan berikut: (a). Tanggung jawab ekonomis, perusahaan menerapkan CSR dengan motivasi utama untuk mencapai keuntungan. Mereka melakukan program CSR untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat dengan membangun citra positif bagi perusahaan, yang pada akhirnya bertujuan untuk meningkatkan profitabilitas sehingga perusahaan dapat tetap beroperasi dan berkembang. (b). Tanggung jawab legal (hukum), perusahaan harus mematuhi hukum dalam segala aspek aktivitas bisnisnya, termasuk dalam melaksanakan CSR. Mereka tidak boleh melanggar kebijakan dan regulasi yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Langkah-langkah yang melanggar aturan dapat mengakibatkan sanksi sesuai dengan ketentuan yang diatur dalam Pasal 34 Undang-undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, seperti: Peringatan tertulis, Pembatasan kegiatan usaha, Pembekuan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanam modal; dan Pencabutan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanam modal. (c). Tanggung jawab etis, perusahaan memiliki tanggung jawab untuk menjalankan praktek bisnis yang benar, adil, dan sesuai dengan norma-norma masyarakat. Etika harus menjadi dasar bagi perilaku organisasi perusahaan. (d). Tanggung jawab filantropis, selain mematuhi hukum, mencari keuntungan, dan berperilaku etis, perusahaan juga diharapkan untuk memberikan kontribusi yang langsung dirasakan oleh masyarakat. Sebagai entitas yang beroperasi di lingkungan masyarakat lain, perusahaan juga bertanggung jawab untuk memelihara kesejahteraan ekonomi masyarakat dan menjaga kelestarian lingkungan. *Corporate Social Responsibility* harus dilihat sebagai satu kesatuan yang utuh. Meskipun demikian, sering kali terjadi kesalahan interpretasi dimana dianggap bahwa mencari laba adalah yang terpenting. Namun, kegiatan mencari laba tidak bisa dipisahkan dari kegiatan lainnya, seperti pembangunan masyarakat. Saat ini, CSR bukan hanya tentang kegiatan filantropi konvensional, seperti memberikan sumbangan ke berbagai tujuan yang baik di akhir tahun buku. Secara luas, CSR merupakan kontribusi perusahaan terhadap lingkungan sekitar, meningkatkan kondisi kerja yang lebih baik, menunjukkan komitmen terhadap komunitas lokal, dan memperkuat citra merek perusahaan yang tidak hanya bergantung pada kualitas, harga, dan keunikan produk, tetapi juga pada interaksi perusahaan dengan tenaga kerja, komunitas, dan lingkungan secara keseluruhan.

Implementasi *Corporate Social Responsibility*

Menurut Untung (2017:11-12) dalam bukunya tentang *Corporate Social Responsibility*, ada empat model atau pola yang umumnya diterapkan di Indonesia untuk efektivitas implementasi tanggung jawab sosial perusahaan: (a). Keterlibatan langsung, perusahaan secara langsung menjalankan program tanggung jawab sosial dengan menyelenggarakan kegiatan sosial sendiri atau memberikan sumbangan langsung kepada masyarakat tanpa melalui perantara. (b). Melalui yayasan atau organisasi sosial perusahaan, perusahaan mendirikan yayasan atau organisasi sosial sendiri di bawah naungan perusahaan atau grupnya. Model ini mengadopsi praktik yang biasanya dilakukan oleh perusahaan-perusahaan di negara maju. (c). Bermitra dengan pihak lain, perusahaan bekerja sama dengan lembaga sosial, organisasi non-pemerintah, instansi pemerintah, universitas, atau media massa dalam mengelola dana atau pelaksanaan program tanggung jawab sosial. Kerja sama dilakukan baik dalam hal pengelolaan dana maupun pelaksanaan program. (d). Mendukung

atau bergabung dalam suatu konsorsium, perusahaan turut mendirikan, menjadi anggota, atau mendukung lembaga sosial yang didirikan untuk tujuan tertentu. Pola ini lebih berfokus pada pemberian hibah perusahaan yang bersifat hibah pembangunan, dibandingkan dengan model-model lainnya. Implementasi tanggung jawab sosial perusahaan yang efektif tidak hanya mengandalkan peran perusahaan sebagai dermawan. Sikap seperti itu dapat menciptakan ketergantungan pada sumbangan uang, yang pada akhirnya berdampak negatif. Sebaliknya, penting untuk membangun hubungan mitra antara perusahaan dan masyarakat setempat agar tujuan bersama dapat dicapai. Dalam konteks CSR, tidak ada standar atau praktik yang dianggap sebagai yang terbaik karena setiap perusahaan memiliki karakteristik dan situasi unik yang memengaruhi cara mereka memandang tanggung jawab sosial. Kesadaran terhadap isu-isu CSR dan tingkat implementasi CSR juga bervariasi di setiap perusahaan. Meskipun tidak ada standar tertentu, namun dapat dirumuskan kerangka kerja yang luas dalam implementasi CSR. Kerangka kerja ini dapat didasarkan pada pengalaman dan pengetahuan di bidang seperti manajemen lingkungan. Model "plan, do, check, and improve" dapat digunakan sebagai panduan, dan kerangka kerja ini harus fleksibel agar dapat disesuaikan dengan kondisi masing-masing perusahaan.

Program CSR Dalam Pengembangan Bisnis Masyarakat

Lingkungan bisnis dan aspek pendukung pengembangan UMKM perlu dilihat lebih jauh. Pelaku UMKM perlu mengidentifikasi faktor-faktor kunci infrastruktur pendukung keberhasilan seperti aspek keuangan, transfer teknologi, perpajakan, promosi pasar, peluang ekspor, penelitian dan pengembangan yang menentukan kondisi bagi UMKM untuk mengatasi kesulitan. Usaha Kecil Menengah (UKM) memiliki peran yang sangat penting di Indonesia dan terbukti menjadi penyelamat ekonomi bangsa saat menghadapi krisis ekonomi pada tahun 1997. Kebijakan pemerintah saat ini juga menunjukkan dukungan yang cukup besar terhadap UKM. Selama enam tahun terakhir, pemerintah telah melakukan banyak upaya dan langkah-langkah untuk memberdayakan UKM. UKM dapat didefinisikan sebagai berikut: (a). Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) : UKM dapat dibedakan berdasarkan jumlah tenaga kerja yang mereka miliki. Usaha kecil adalah jenis usaha yang memiliki antara 5 hingga 19 orang tenaga kerja, sementara usaha menengah adalah jenis usaha yang memiliki antara 20 hingga 99 orang tenaga kerja. (b). Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) : Usaha Mikro adalah usaha produktif yang dimiliki oleh individu atau badan usaha perorangan, yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sesuai dengan ketentuan Undang-Undang. Usaha Kecil merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri secara independen, dilakukan oleh individu atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang dari usaha menengah atau besar, dan memenuhi kriteria Usaha Kecil sesuai dengan ketentuan Undang-Undang. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri secara independen, dilakukan oleh individu atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang dari Usaha Kecil atau usaha besar, dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sesuai dengan ketentuan Undang-Undang.

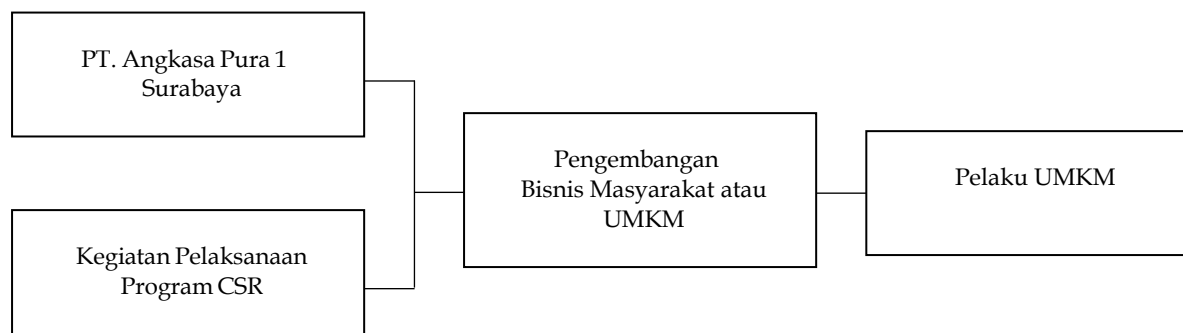
Hubungan jaringan ini menciptakan arus informasi baru dan basis pengetahuan untuk UMKM yang bisa menjadi model untuk efisiensi distribusi sumber daya untuk UMKM dengan paket kebijakan banyak dari negara dan pasar. Menurut Untung (2017:17-18) konsep piramida *Corporate Social Responsibility* memberikan dasar teoritis dan logis mengapa suatu perusahaan perlu menerapkan CSR untuk masyarakat sekitarnya. *Corporate Social Responsibility* dianggap sebagai puncak piramida yang erat kaitannya, bahkan identik dengan, tanggung jawab filantropis. (a). Tanggung jawab ekonomis, laba merupakan motivasi utama bagi perusahaan. Laba adalah fondasi perusahaan, dan perusahaan harus memiliki nilai tambah ekonomi sebagai prasyarat agar dapat terus beroperasi dan berkembang. (b). Tanggung jawab legal, perusahaan harus mematuhi hukum yang berlaku. (c). Tanggung

jawab etis, perusahaan memiliki tanggung jawab untuk menjalankan praktek bisnis yang baik, benar, dan adil. Norma-norma masyarakat perlu menjadi pedoman bagi perilaku organisasi perusahaan. (d). Tanggung jawab filantropis, selain memperoleh laba, mematuhi hukum, dan berperilaku etis, perusahaan juga dituntut untuk memberikan kontribusi yang dapat dirasakan langsung oleh masyarakat. Tujuannya adalah untuk meningkatkan kualitas hidup semua orang.

Penelitian Terdahulu

Tujuan pengembangan penelitian ini adalah untuk membantu peneliti melakukan penelitian dengan mengacu pada penelitian sebelumnya sebagai landasan dalam melakukan penelitian ini. Berikut ini merupakan ringkasan penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini yaitu penelitian yang dilakukan oleh Mahendra (2019) yang menyatakan bahwa proses pemberdayaan melalui program *Corporate Social Responsibility* yang dilaksanakan PT. Angkasa Pura I terhadap UMKM, dimulai dari tahap pengkapasitasan dan tidak melalui tahap kesadaran dan perkembangan UMKM yang memanfaatkan program *Corporate Social Responsibility* dari PT. Angkasa Pura I sudah berjalan dengan baik yang ditandai dengan mulai berkembangnya asset usaha hingga pola berfikir dalam berusaha. Selanjutnya pada penelitian yang dilakukan oleh Zikrullah *et al.* (2020) yang menyatakan bahwa terdapat keterlibatan langsung perusahaan dalam mengembangkan ekonomi masyarakat lokal melalui program *corporate social responsibility* atau tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat lokal dalam menciptakan ekonomi yang berkelanjutan. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Khoiruddin (2023) yang menyatakan bahwa permasalahan umum yang dihadapi oleh pelaku UMKM meliputi modal, pemasaran, sumber daya manusia, sarana dan prasarana, serta pengenalan teknologi informasi. Hal ini menghambat UMKM di desa tersebut untuk beroperasi secara optimal. Strategi yang diterapkan termasuk meminimalisir pembiayaan, mempertimbangkan risiko keputusan, dan melakukan rekrutmen secara profesional.

Rerangka Pemikiran



Gambar 1
Rerangka Pemikiran

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah bentuk pertanggungjawaban perusahaan terhadap lingkungan sekitar untuk dikembangkan. Melalui program-program social dan lingkungan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomi dan lingkungan (artinya kepada pemegang saham atau stakeholder) tapi juga kewajiban-kewajiban terhadap pihak-pihak lain yang berkepentingan (stakeholders) terhadap eksistensi perusahaan dalam Pengembangan Bisnis Masyarakat atau disebut dengan UMKM. Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah disajikan serta uraian sebelumnya, dapat dipahami bahwa konsep pemikiran dalam penelitian ini menegaskan bahwa PT. Angkasa Pura 1 Surabaya memiliki tanggung jawab yang signifikan untuk berperan aktif dalam kegiatan atau program *Corporate Social Responsibility*. Dengan demikian, perusahaan

memiliki kewajiban moral dan sosial untuk berkontribusi secara positif terhadap masyarakat sekitar. Adapun, sektor kegiatan atau program *Corporate Social Responsibility* yang mampu berperan terhadap signifikansi kemitraan bisnis dengan lingkungan masyarakat merupakan kegiatan yang dilaksanakan untuk menciptakan peluang usaha bagi pelaku UMKM. Selain itu, kegiatan atau program *Corporate Social Responsibility* dalam bidang ekonomi produktif dapat diarahkan sebagai bantuan permodalan atau dalam bentuk peningkatan kapasitas produk. Dengan demikian, konsep ini menekankan pentingnya peran serta perusahaan dalam membangun hubungan yang saling menguntungkan antara perusahaan dan masyarakat, sambil memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi seluruh pihak yang terlibat.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian kualitatif mendapatkan data dari berbagai orang-orang yang peneliti temui dan diteliti, yang disebut informan. Menurut Sugiyono (2020:9) metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi, analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi. Pendekatan kualitatif dalam penelitian ini menggambarkan dan menafsirkan data secara mendalam melalui narasi yang memperhatikan detail dari setiap kejadian. Dalam pemilihan informan, terdapat pertimbangan berdasarkan pengetahuan sebelumnya tentang informan yang relevan, seperti pihak PT. Angkasa Pura I dan Mitra Binaan di sekitar wilayah perusahaan tersebut. Kriteria informan PT. Angkasa Pura I mencakup Manajer dan staf divisi CSR yang terlibat langsung dalam PKBL yang sedang diteliti.

Sumber Data

(a). Data Primer merupakan informasi yang diperoleh secara langsung dari sumbernya dengan melibatkan proses wawancara langsung dengan Manajer PT Angkasa Pura 1 Surabaya dan Kantor Hubungan Stakeholder CSR PT Angkasa Pura I terkait Pengembangan Bisnis Masyarakat. Selain itu, partisipasi aktif masyarakat sekitar PT Angkasa Pura I Surabaya juga menjadi bagian penting dalam proses pengumpulan data ini, memastikan keterlibatan langsung dari pemangku kepentingan terkait. (b). Data Sekunder, di sisi lain, merujuk pada informasi yang diperoleh dari sumber lain melalui metode dokumentasi. Ini mencakup referensi dari berbagai literatur seperti buku dan dokumen yang membahas teori bisnis lingkungan masyarakat, termasuk aspek UMKM dan CSR. Data ini diperoleh melalui kontribusi Manajer CSR dan Officer CSR yang bertanggung jawab dalam proses dokumentasi dan pengumpulan data terkait UMKM di PT Angkasa Pura I Surabaya. Peran subjek penelitian sangatlah krusial dalam penelitian ini karena mereka menjadi sumber utama informasi dan data yang akan membentuk kerangka penelitian ini. Dalam konteks penelitian kualitatif, subjek penelitian berfungsi sebagai pihak yang memberikan wawasan dan data langsung kepada peneliti terkait dengan fokus penelitian. Keterlibatan mereka memastikan bahwa penelitian memiliki basis yang kuat dan relevan dengan keadaan yang sebenarnya, serta mampu memberikan perspektif yang beragam terkait isu yang diteliti.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah elemen kunci dalam penelitian yang bertujuan untuk menghasilkan data yang valid. Pemilihan teknik pengumpulan data yang tepat membantu peneliti untuk mencapai hasil yang akurat sesuai dengan standar. Secara garis besar, Sugiyono (2017:224) mengidentifikasi empat teknik pengumpulan data utama, yakni observasi, wawancara, dokumentasi, dan triangulasi. (1). Observasi, dilakukan

dengan secara langsung untuk mendapatkan berbagai informasi dan data yang aktual serta memahami situasi yang dilakukan di PT Angkasa Pura I Surabaya. (2). Wawancara, wawancara digunakan jika peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti maupun untuk mengetahui informasi dari responden secara mendalam kepada Manajer PT Angkasa Pura 1 Surabaya dan stakeholder *relation office Corporate Social Responsibility* PT Angkasa Pura I serta UMKM Mitra Binaan CSR PT Angkasa Pura I. (3). Dokumentasi, peneliti ini dilakukan dengan berbagi pengamatan sehingga ada juga dokumentasi beberapa gambar serta tulisan tulisan data yang diperoleh dari wawancara. Hasil penelitian observasi dan wawancara akan lebih kredibel atau dapat dipercaya jika didukung oleh dokumentasi saat pengumpulan data. Tetapi tidak semua dokumen memiliki kredibilitas yang tinggi misalnya banyak foto yang tidak mencerminkan keadaan aslinya melainkan untuk keperluan tertentu.

Satuan Kajian

Dalam konteks penelitian ini, penggunaan PT Angkasa Pura I Surabaya sebagai satuan kajian memberikan kejelasan dan kemudahan bagi peneliti dalam mengidentifikasi objek penelitian yang akan diteliti serta mengklasifikasikan proses pengumpulan data. PT Angkasa Pura I Surabaya merupakan objek yang sesuai karena perusahaan ini memiliki sejarah yang panjang dan relevan dengan fokus penelitian. Didirikan pada tanggal 15 November 1962, perusahaan ini awalnya dikenal sebagai Perusahaan Negara (PN) Angkasa Pura Kemayoran, yang diresmikan berdasarkan PP. 33 Tahun 1962. Hingga saat ini, PT Angkasa Pura I Surabaya masih beroperasi sebagai manajemen Bandara Internasional Juanda di Surabaya. Dengan demikian, pemilihan PT Angkasa Pura I Surabaya sebagai satuan kajian memberikan landasan yang kokoh dan relevan untuk menjalankan penelitian ini dengan tepat.

Teknis Analisis Data

Dalam penelitian ini, setelah proses pengumpulan data selesai dilakukan, langkah selanjutnya adalah menganalisis data tersebut guna mendapatkan kesimpulan yang substansial. Data yang telah terkumpul melalui wawancara dengan Manajer CSR atau Officer *Corporate Social Responsibility* PT Angkasa Pura I Surabaya dan narasumber UMKM Surabaya akan disortir, dianalisis, dan diolah secara sistematis. Selanjutnya, hasil analisis data ini akan disusun berdasarkan landasan teori yang diperoleh dari berbagai literatur yang relevan dalam konteks penelitian ini. Proses ini memungkinkan peneliti untuk menyusun kerangka konseptual yang kokoh serta mengevaluasi hubungan antarvariabel yang ada dalam penelitian, yang pada gilirannya akan membantu dalam menghasilkan temuan yang berarti dan mendalam. Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis kualitatif. Menurut Rijali (2018:23) mengemukakan pengertian analisis data sebagai “upaya mencari dan menata secara sistematis catatan hasil observasi, wawancara, dan lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan menyajikannya sebagai temuan bagi orang lain. Sedangkan untuk meningkatkan pemahaman tersebut analisis perlu dilanjutkan dengan berupaya mencari makna.” Dalam penelitian ini peneliti melakukan teknik analisis dari konsep Miles dan Huberman, yang memiliki tiga (3) tahap, yaitu : reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan. Pengelolahan dan analisis data diawali dengan menggali informasi pengembangan bisnis masyarakat untuk mengetahui gambaran umum yang akan diteliti, dan selanjutnya mengkaji teori teori yang berkaitan dengan penelitian, kemudian melakukan wawancara secara mendalam dengan informan kunci, yaitu manajer CSR, officer *Corporate Social Responsibility* dan pelaku UMKM masyarakat. Setelah diperoleh data tersebut dianalisis dengan langkah yaitu: (a). Reduksi Data, reduksi data sebuah proses pemilihan, pemutusan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul

dari catatan-catatan tertulis di lapangan. yang telah diamati dan didapatkan dari umkm masyarakat, serta meringkas data, menelusuri dan di analisis secara mendalam terkait data-data yang didapatkan. (b). Penyajian Data, penyajian data merupakan suatu kegiatan ketika sekumpulan informasi disusun, sehingga memberi kemungkinan akan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. (c). Kesimpulan, tahap Terakhir Upaya penarikan kesimpulan dilakukan peneliti secara terus menerus selama berada di lapangan, melakukan interpretasi hasil penelitian dari data yang sudah dianalisis oleh peneliti yang hendak untuk dicapai.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Corporate Social Responsibility PT Angkasa Pura I Surabaya dalam Pengembangan Bisnis Masyarakat

Perkembangan *Corporate Social Responsibility* di Angkasa Pura menunjukkan peningkatan signifikan, baik dari segi kuantitas maupun kualitas, dibandingkan dengan periode sebelumnya. *Corporate Social Responsibility* diimplementasikan melalui dua program utama, yaitu Program Bina Lingkungan dan Program Kemitraan, yang dijalankan secara teratur dan berdasarkan tema tertentu. Kedua program ini bertujuan untuk memberikan bantuan kepada masyarakat yang membutuhkan. Program Bina Lingkungan, yang dijalankan secara rutin, mencakup berbagai jenis dukungan, seperti pemberian beasiswa kepada mahasiswa atau siswa berprestasi namun kurang mampu, serta distribusi paket sembako kepada masyarakat yang memerlukan. Program ini didukung oleh alokasi dana untuk pelaksanaan berbagai program atau kegiatan pengembangan masyarakat. Sementara itu, Program Kemitraan, yang berfokus pada tema tertentu, memberikan bantuan dalam bentuk sarana atau prasarana kepada lembaga UMKM atau usaha kecil di sekitar lingkungan operasional perusahaan, dengan tujuan meningkatkan kemampuan UMKM agar dapat mandiri. Penyaluran pinjaman kemitraan merupakan salah satu bentuk tanggung jawab sosial PT Angkasa Pura I Surabaya kepada masyarakat, khususnya di provinsi Jawa Timur. Keseluruhan Program *Corporate Social Responsibility* ini mencerminkan komitmen perusahaan untuk memberikan dampak positif secara lokal dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat di sekitar wilayah operasionalnya. Dana yang dialokasikan oleh PT Angkasa Pura I Surabaya untuk program *Corporate Social Responsibility* setiap tahunnya terus meningkat, sejalan dengan pertumbuhan anggaran operasional perusahaan. Program kemitraan juga memberikan pinjaman kepada keempat mitra binaan yang berasal dari sektor usaha perdagangan, kecantikan, dan jasa. Berikut adalah nama-nama usaha mitra binaan PT Angkasa Pura I Surabaya tersebut:

Tabel 1

Data Umkm Bisnis Usaha yang disalurkan bantuan CSR dan mendapatkan kemitraan binaan			
No	Nama Bisnis	Besar Bantuan	Lokasi Bisnis
1	CV Cita Mandiri	Rp.125.000.000	Batu (Malang)
2	Bengkel 19	Rp. 75.000.000	Sidoarjo
3	Rossa collection	Rp. 60.000.000	Surabaya
4	Soto ayam lamongan	Rp.150.000.000	Sidoarjo
5	Salon Diana	Rp.100.000.000	Sidoarjo
6	Toko Upo Jiwo	Rp. 50.000.000	Sidoarjo

Sumber : Data Sekunder, 2024

Dalam pelaksanaannya, jumlah UMKM yang menjadi mitra binaan PT. Angkasa Pura I Bandara Internasional Juanda dari tahun 2019 hingga 2023 mengalami fluktuasi yang signifikan. Meskipun secara keseluruhan terjadi peningkatan total penyaluran dana selama periode tersebut, catatan menunjukkan adanya penurunan pada jumlah mitra binaan serta dana yang disalurkan dalam tiga tahun terakhir. Perkembangan ini mencerminkan dinamika dalam kemitraan yang dibangun oleh perusahaan dengan UMKM, yang mungkin

dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Untuk memberikan gambaran yang lebih rinci, tabel berikut menunjukkan jumlah mitra binaan beserta penyaluran dana yang dilakukan oleh PT. Angkasa Pura I Bandara Internasional Juanda dari tahun 2019 hingga 2023. Sementara itu, rincian tentang penyaluran dana *Corporate Social Responsibility* oleh PT Angkasa Pura Surabaya selama periode yang sama dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 2
Data keseluruhan dan penyaluran Bisnis Usaha yang disalurkan bantuan CSR Pada 2019, Angkasa Pura I telah menyalurkan dana hibah pembinaan

No	Tahun	Dana CSR
1	2019	Rp.3,85.000.000.000
2	2020	Rp.385.000.000
3	2021	Rp.2,180.000.000
4	2022	Rp. 19,5.000.000.000
5	2023	Rp.352.000.0000

Sumber: Data Sekunder, 2024

Program kemitraan yang digulirkan sebesar Rp 3,85 miliar mengalami sebaran yang signifikan dalam bentuk hibah kepada Badan Usaha Milik Negara (BUMN), dengan alokasi khusus mencapai Rp 2 miliar, dan hibah pembinaan senilai Rp 1,85 miliar yang dialokasikan kepada 348 mitra binaan. Hibah ini disalurkan melalui berbagai kegiatan, seperti promosi dan pameran, pembinaan pelatihan, serta pembinaan pemagangan. Salah satu mitra binaan yang menerima dana pinjaman, Sembako, menyampaikan bahwa program kemitraan ini sangat berperan dalam mendorong peningkatan ekonomi di tengah pandemi Covid-19. Pada tahun 2020, PT Angkasa Pura I Juanda telah menyalurkan pinjaman kemitraan sebesar 385 juta rupiah kepada lima mitra binaan, yang disebar dalam dua tahap penyaluran, yaitu pada bulan April dan Juli. Pada bulan September mendatang, PT Angkasa Pura I Juanda juga berencana untuk melakukan penyaluran kembali dana pinjaman kemitraan. Sementara itu, pada tahun 2021, jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang menjalin kemitraan dengan PT. Angkasa Pura I Bandara Internasional Juanda mencapai sejumlah usaha, dengan total penyaluran dana mencapai Rp 2.180.000.000,00. Meskipun terdapat penurunan jumlah mitra binaan dan penyaluran dana selama tiga tahun terakhir, Angkasa Pura Airports berhasil meraih posisi tertinggi setelah Perhutani dan BNI dalam Kategori Nilai Belanja Terbesar Seller Nasional. Pencapaian ini diraih pada Batch 2 Business Matching PaDi UMKM Jawa Timur 2023 yang diadakan di Surabaya, dengan total mencapai Rp 352 juta.

Pembahasan

Penerapan *Corporate Social Responsibility* Angkasa Pura dalam Pengembangan Bisnis Masyarakat

Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Officer PT. Angkasa Pura I Surabaya tidak sekadar memberikan bantuan keuangan kepada program bisnis atau UMKM melalui Program Kemitraan Bina Lingkungan (PKBL). Lebih dari itu, perusahaan juga menjalankan kerjasama kemitraan yang melibatkan pengusulan dan penyaluran dana sosial serta bantuan sosial. Dalam pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* melalui PKBL dan Kemitraan, perusahaan menjaga agar kerjasama dilakukan dengan pihak-pihak yang memiliki kredibilitas tinggi dalam menjalankan tanggung jawab sosial lingkungan (TJSL) dan memiliki pengalaman yang relevan dengan program yang akan dilaksanakan. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa kegiatan yang dilaksanakan memiliki kesesuaian dan relevansi yang maksimal. Sebagai bagian dari kewajiban *Corporate Social Responsibility*, perusahaan menetapkan kriteria yang harus dipenuhi oleh para penerima bantuan sosial, terutama bagi mereka yang telah menjalankan usaha bisnis selama minimal satu tahun. Kriteria ini dirancang untuk memastikan bahwa bantuan sosial yang diberikan benar-benar tepat sasaran dan memberikan manfaat yang signifikan bagi pemilik usaha tersebut. Kriteria-kriteria

tersebut meliputi: (a) memiliki identitas pribadi atau kelompok yang jelas, (b) memiliki struktur kepengurusan yang terdefinisi dengan baik, dan (c) memenuhi semua persyaratan administratif yang diperlukan untuk menerima dana *Corporate Social Responsibility*. Dengan mengadopsi pendekatan yang terstruktur dan terorganisir dalam penerapan *Corporate Social Responsibility*, PT. Angkasa Pura I Surabaya memastikan bahwa bantuan yang diberikan tidak hanya berfokus pada aspek finansial semata, tetapi juga memperhatikan aspek-aspek lain seperti keberlanjutan, tanggung jawab sosial, dan pertumbuhan bisnis masyarakat setempat. Dengan langkah-langkah ini, perusahaan aktif berkontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar sambil mempromosikan prinsip-prinsip keberlanjutan dan tanggung jawab sosial perusahaan.

Proses Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* Angkasa Pura dalam Pengembangan Bisnis Masyarakat

Proses program *Corporate Social Responsibility* dalam bisnis masyarakat yang diterapkan oleh PT Angkasa Pura I Surabaya melibatkan dua program utama, yaitu program binaan lingkungan dan program kemitraan. Dalam proses ini, pengajuan program *Corporate Social Responsibility* dilakukan melalui tahapan yang terstruktur. Pertama, pihak yang berkepentingan mengajukan proposal atau mengisi formulir yang telah disediakan oleh PT Angkasa Pura I Surabaya. Proposal atau formulir ini kemudian diserahkan kepada pihak perusahaan sebagai tanda persetujuan terhadap program yang diajukan, terutama bagi bisnis UMKM. Setelah proposal atau formulir diajukan, proses selanjutnya melibatkan survei untuk mengidentifikasi calon penerima bantuan. Survei ini bertujuan untuk menentukan kebutuhan bantuan yang sesuai, mengidentifikasi penerima bantuan potensial, serta merencanakan cara pemberian atau penyaluran bantuan yang efektif dan tepat sasaran. Proses survei ini memastikan bahwa bantuan yang diberikan dapat memberikan manfaat yang maksimal bagi penerima bantuan dan sesuai dengan kebutuhan mereka. Dalam konteks program bina lingkungan, prosesnya hampir serupa dengan konsep Tanggung Jawab Sosial Lingkungan (TJSL) atau yang lebih dikenal dengan istilah "hibah". Namun, *Corporate Social Responsibility* di sini tidak hanya terfokus pada aspek bisnis, tetapi juga mencakup inisiatif-inisiatif untuk menjalin kemitraan yang berkelanjutan dengan masyarakat sekitar. Hal ini bisa berupa kunjungan langsung ke masyarakat yang menjadi sasaran program *Corporate Social Responsibility* secara teratur, guna membangun hubungan yang kuat dan saling menguntungkan. Program bina lingkungan ini sangat relevan dan diperlukan oleh masyarakat, terutama dalam situasi-situasi darurat seperti bencana alam atau untuk penyediaan layanan kesehatan keliling. Dengan adanya proses ini, PT Angkasa Pura I Surabaya memastikan bahwa program *Corporate Social Responsibility* yang dilaksanakan tidak hanya merupakan kewajiban atau tanggung jawab, tetapi juga menjadi bagian integral dari komitmen mereka untuk memberikan dampak positif bagi masyarakat sekitar. Melalui pendekatan yang terstruktur dan berkelanjutan, perusahaan dapat menjalankan program *Corporate Social Responsibility* dengan efektif, efisien, dan berkelanjutan, serta menjaga hubungan yang baik dengan masyarakat yang mereka layani.

Hambatan Pembayaran Binaan UMKM bisnis masyarakat pada PT Angkasa Pura I Surabaya

Masalah yang muncul terkait dengan masyarakat yang meminjam dana dari PT Angkasa Pura I Surabaya dalam rangka *Corporate Social Responsibility* (CSR) untuk mendukung bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Surabaya menyoroti sejumlah aspek penting seputar pinjaman, hibah, dan tanggung jawab sosial perusahaan. Pertama, dalam konteks pinjaman, masyarakat yang sudah memiliki bisnis mungkin mengalami kesulitan dalam mengelola keuangan mereka, terutama saat bisnis mereka masih dalam tahap pertumbuhan atau menghadapi tantangan ekonomi tertentu. Ini bisa membuat mereka kesulitan untuk membayar kembali pinjaman yang diberikan oleh PT Angkasa Pura I

Surabaya. Solusi potensial termasuk pendidikan keuangan dan bantuan manajemen keuangan untuk membantu mereka mengelola keuangan bisnis mereka secara lebih efektif. Kedua, terkait dengan hibah, penting untuk mengevaluasi bagaimana hibah diberikan dan bagaimana dampaknya dinilai. Apakah hibah tersebut disertai dengan pelatihan dan dukungan yang memadai untuk memastikan bahwa bisnis yang menerima hibah dapat tumbuh dan mandiri? Dengan melakukan evaluasi yang cermat, PT Angkasa Pura I Surabaya dapat memastikan bahwa hibah yang diberikan tidak hanya memberikan bantuan sementara, tetapi juga memberikan manfaat jangka panjang bagi bisnis dan masyarakat yang dilayani. Dalam hal tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), penting bagi perusahaan untuk memastikan bahwa program-program *Corporate Social Responsibility* mereka memiliki dampak yang nyata dan berkelanjutan. Ini melibatkan memastikan bahwa bantuan yang diberikan kepada UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) benar-benar membantu mereka berkembang dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat secara keseluruhan. Pendekatan yang holistik dalam *Corporate Social Responsibility* dapat melibatkan berbagai pihak, termasuk pemerintah setempat dan lembaga non-profit, untuk menciptakan ekosistem bisnis yang lebih kuat dan berkelanjutan. Dalam konteks ini, evaluasi yang komprehensif terhadap program-program CSR yang dilakukan oleh PT Angkasa Pura I Surabaya penting untuk memastikan bahwa tujuan dan dampaknya sesuai dengan harapan dan kebutuhan masyarakat yang dilayani, terutama UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah). Dengan demikian, langkah-langkah yang diambil dapat memberikan manfaat yang optimal bagi para penerima bantuan dan masyarakat secara keseluruhan, menciptakan lingkungan bisnis yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian dengan judul Analisis Program CSR (*Corporate Social Responsibility*) Dalam Pengembangan Bisnis Masyarakat Di PT Angkasa Pura I Surabaya yaitu sebagai berikut: (1). *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dijalankan oleh PT Angkasa Pura Surabaya telah dilaksanakan sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan. Bantuan yang disalurkan kepada UMKM diberikan dalam bentuk hibah tanpa mengharapkan imbalan dari hasil usaha yang dijalankan oleh pendiri UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) tersebut. Meskipun ada biaya administrasi sebesar 3% pertahun dari jumlah hibah, hal ini tetap sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan oleh PT Angkasa Pura Surabaya. Proses pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* memiliki prosedur tertulis yang meliputi persyaratan penerima bantuan, tahapan penyaluran bantuan, serta tata cara pemberian atau penyaluran bantuan. Prosedur ini tidak dapat diubah tanpa persetujuan pihak yang berwenang, sehingga proses pelaksanaan tanggung jawab sosial dapat dilaksanakan dengan terarah oleh pihak yang bertanggung jawab. (2). *Corporate Social Responsibility* berperan penting dalam pengembangan UMKM. Dengan dukungan ini, terjadi peningkatan perekonomian masyarakat secara keseluruhan, terutama dalam konteks pengembangan UMKM. Program-program yang dijalankan oleh PT Angkasa Pura Surabaya memberikan dampak positif pada masyarakat, khususnya dalam meningkatkan kesejahteraan dan kemajuan ekonomi. (3). Melalui komunikasi langsung dengan masyarakat setempat, PT Angkasa Pura Surabaya mampu memahami kebutuhan dan tantangan yang dihadapi oleh masyarakat sekitar, khususnya dalam konteks pengembangan bisnis. Melalui pendekatan ini, perusahaan dapat memberikan bantuan yang sesuai dan relevan dengan kebutuhan masyarakat. Selain itu, melakukan pemantauan dan pembinaan terhadap mitra-mitra usaha binaan merupakan langkah yang efektif dalam memastikan perkembangan usaha mereka. Dengan memberikan pelatihan manajemen, pengelolaan usaha, dan fasilitas promosi, PT Angkasa Pura Surabaya dapat

memotivasi para pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) untuk mengembangkan usaha mereka dengan baik.

Saran

Setelah melakukan penelitian langsung dengan dua narasumber dari PT. Angkasa Pura I Surabaya, penulis ingin memberikan beberapa saran yang dapat menjadi masukan bagi pihak perusahaan: (1). Program Kemitraan dan Bina Lingkungan yang dijalankan oleh PT. Angkasa Pura I (Persero) Surabaya telah membuktikan potensinya dalam sektor pelestarian lingkungan. Melalui program ini, diharapkan bahwa UMKM di masyarakat dapat dibantu untuk mengembangkan usaha bisnis mereka secara berkelanjutan, sehingga lingkungan sekitar juga dapat berkembang dengan baik sesuai dengan prinsip-prinsip *Corporate Social Responsibility* yang telah ditetapkan. (2). *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Angkasa Pura Surabaya telah menunjukkan dedikasinya dalam menjalankan tanggung jawab sosial terhadap UMKM yang membutuhkan bantuan. Namun, peningkatan survei lapangan dan diskusi bersama penerima bantuan *Corporate Social Responsibility* perlu diperkuat. Dengan lebih aktif terlibat dalam proses ini, diharapkan hasil dari bantuan CSR dapat lebih optimal dan berkelanjutan. (3). Program *Corporate Social Responsibility* PT. Angkasa Pura I Surabaya memberikan dampak positif bagi masyarakat yang membuka usaha bisnis. Pentingnya pengelolaan kemitraan lingkungan dalam pengembangan bisnis menjadi kunci untuk mencapai keberlanjutan dan pertumbuhan yang berkelanjutan. Dengan bantuan yang diberikan, diharapkan bisnis masyarakat dapat tumbuh dan berkembang secara signifikan, memberikan manfaat yang lebih besar bagi komunitas setempat.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Adawiah, F.R., dan F. Chairunisa. 2023. Perancangan Website Kemitraan Dalam Menunjang Program Kemitraan Dan Bina Lingkungan PT Angkasa Pura I. *Admit: Jurnal Administrasi Terapan*, 1(2), 155-168.
- Annisa, S. B., dan L.K. Alfirdaus. 2019. Pemberdayaan Pemuda (Youth Empowerment) Melalui Dana Corporate Social Responsibility (Studi Kasus Program Bengkel Binaan Enduro Student Program Kabupaten Bojonegoro). *Journal Of Politic Andgovernment Studies*, 8(04), 21-30.
- Ariani, T. B., T. Setiady., M. Abas, dan I.B. Santoso. 2023. Pengaruh Dan Peran Corporate Social Responsibility (CSR) Perusahaan Terhadap Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat: Corporate Social Responsibility Perusahaan Terhadap Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat. *Mendapo: Journal Of Administrative Law*, 4(3), 230-249.
- Fasya, G. Z., C. Hendriyani, dan F. Damayanti. 2023. Implementasi Program Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Dalam Mendukung Pengembangan Usaha Mikro Kecil Supply Chain Di PT PLN (Persero) Pusharlis. *Jurnal Lentera Bisnis*, 12(3), 744-754.
- Khoiruddin, M. 2023. Optimalisasi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat (Studi Pada UMKM Di Desa Tamansuruh Banyuwangi). *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi (JUMIA)*. 1(2): 327-336.
- Mahendra, B. 2019. Pemberdayaan Pada UMKM Melalui Program CSR PT. Angkasa Pura I Yogyakarta (Studi Kasus Umkm Madu Hutan Raya Dan Mina Kembar). *Jurnal Agercolere*. 1(2): 30-3.
- Mardikanto, T. 2018. *CSR Corporate Social Responsibility. Tanggungjawab Sosial Korporasi*. Alfabeta: Bandung.
- Nurlela, L. W. 2019. *Model Corporate Social Responsibility (CSR)*. Myria Publisher: Ponorogo.
- Rijali, A. 2018. *Analisis Data Kualitatif*. UIN Antasari: Banjarmasin.

- Said, A.L. 2018. *Corporate Social Responsibility Dalam Perspektif Governance*. Deepublish: Yogyakarta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta: Bandung.
- _____. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta: Bandung.
- Sunarji, H. 2016. *Pengantar Manajemen*. Febi Uin- SU Press: Medan.
- Syairozi, M.I. 2019. *Pengungkapan CSR Pada Perusahaan Manufaktur Dan Perbankan Tidar Media*. 1st Ed. Tidar Media: Magelang.
- Untung, H.B. 2017. *Corporate Social Responsibility*. Sinar Grafika: Jakarta.
- Zikrullah, Z., S. Nuringwahyu., dan R.N. Hardati. 2020. Efektivitas Program Corporate Social Responsibility Terhadap Pengembangan UMKM (Studi Kasus Pada CSR PT. Amman Mineral Nusa Tenggara). *JIAGABI (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis)*, 9(2), 454-465.