

PERAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY BANK JATIM CABANG NGANJUK TERHADAP PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DI KABUPATEN NGANJUK

by Stie Nganjuk

Submission date: 29-Mar-2023 10:38PM (UTC-0400)

Submission ID: 2050539781

File name: 151-Article_Text-885-3-10-20220729.pdf (337.74K)

Word count: 7509

Character count: 49932

**PERAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY BANK JATIM CABANG
 NGANJUK TERHADAP PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DI KABUPATEN
 NGANJUK**

AMBARWATI¹

ambarwati@stienganjuk.ac.id

DWI PUJI RAHAYU²

dwipujirahayu@stienganjuk.ac.id

INDRIAN SUPHENI³

isupheni@stienganjuk.ac.id

ABSTRACT

This study aims to examine whether there are economic, social, and environmental aspect effects of Bank Jatim's CSR program on community empowerment partially or simultaneously. The data were collected through interviews and questionnaires involving a population of 130 recipients of Bank Jatim CSR assistance. The probability sampling technique with the Slovin formula was used to obtain 98 samples of the study. Multiple linear regression with t-test (partial) and f-test (simultaneous) from SPSS 2.1 was an analytical instrument to analyze this study. The result of the t-test shows that the economic and social aspects have significant positive effects on community empowerment, while the environmental aspect did not have any significant effect on community empowerment. The result of the f-test reveals that social, economic, and environmental aspects have significant effects on community empowerment.

Keywords: Corporate social responsibility, community development

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji adakah pengaruh aspek ekonomi, aspek sosial dan aspek lingkungan dari program CSR Bank Jatim terhadap pemberdayaan masyarakat baik secara parsial maupun simultan. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan kuesioner dengan populasi sebesar 130 orang penerima bantuan CSR Bank Jatim. Menggunakan teknik pengambilan sampel *probability sampling*, dengan rumus slovin diperoleh 98 sampel. Alat analisis yang digunakan adalah Regresi Linier Berganda dengan uji t (parsial) dan uji f (simultan) (SPSS 2.1). Hasil penelitian berdasar uji t, aspek ekonomi dan aspek sosial berpengaruh positif signifikan terhadap pemberdayaan masyarakat sedang aspek lingkungan tidak berpengaruh secara signifikan. Sedang berdasar uji f, aspek sosial, aspek ekonomi dan aspek lingkungan secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap pemberdayaan masyarakat.

Kata kunci : Corporate Social Responsibility, Pemberdayaan Masyarakat

PENDAHULUAN

Corporate Social Responsibility (CSR) biasanya dikaitkan sebagai pendekatan untuk

¹ Dosen Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Nganjuk

² Dosen Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Nganjuk

³ Dosen Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Nganjuk

1

mengintegrasikan aspek sosial dan lingkungan ke dalam kegiatan perusahaan (Baumgartner 2014). CSR berawal dari gagasan bahwa perusahaan adalah bagian integral dari masyarakat yang dalam hal ini, pencapaian tujuan dan aspirasi masyarakat harus menjadi perhatian, sama seperti pencapaian tujuan perusahaan (Jalilvand et al 2018). Begitu pula perlakuan perusahaan terhadap karyawan. Telah dibuktikan secara empiris oleh sejumlah penelitian bahwa individu (karyawan) ingin bekerja untuk organisasi yang bertanggung jawab secara etis dan sosial (Chaudary 2017). Kegiatan CSR memberikan indikator penting, karakter moral dan etika dari suatu organisasi dan sejauh mana dapat dipercaya (Chaudary 2017).

Diatur dalam UU No. 40/2007 Bab V Pasal 74 tentang Perseroan Terbatas, Indonesia merupakan Negara yang wajibkan korporasi khususnya yang bergerak pada pengelolaan Sumber Daya Alam (SDA) mengeluarkan dana untuk CSR. Secara hukum perusahaan-perusahaan di Indonesia telah terikat dengan Undang-Undang tersebut termasuk perusahaan di Kabupaten Nganjuk. Dalam hal ini, kegiatan yang dilaksanakan perusahaan akan memberikan kontribusi positif bagi perkembangan pembangunan berkelanjutan Pemerintah Daerah Kabupaten Nganjuk (*Sustainable Development Goals*). Pelaksanaan CSR mengakibatkan perusahaan memperoleh peningkatan citra, pengurangan risiko (reputasi dan ketidakpastian), hubungan baik dengan mitra dan peningkatan pendapatan (Chtourou & Triki 2017). Beberapa penelitian yang telah dilakukan mengenai CSR mengungkap bahwa program *Corporate Social Responsibility* perusahaan yang ditujukan kepada kebutuhan perusahaan, kebutuhan masyarakat dan kebutuhan pemerintah telah dilaksanakan sesuai kriteria evaluasi dengan persentase 73.3 % (Wanda et al 2018).

Eksistensi perusahaan berpotensi besar mengubah lingkungan masyarakat, baik ke arah negatif maupun positif. Dengan demikian perusahaan perlu mencegah timbulnya dampak negatif, karena hal tersebut dapat memicu konflik dengan masyarakat, yang selanjutnya dapat mengganggu jalannya perusahaan dan aktifitas masyarakat (Budiarti & Raharjo 2014). Berbagai aktivitas korporasi membawa dampak yang nyata terhadap kualitas kehidupan manusia baik itu terhadap individu, masyarakat, dan seluruh kehidupan. Terjadinya deforestasi, pemanasan global, pencemaran lingkungan, kemiskinan, kebodohan, penyakit menular, akses hidup dan air bersih, berlangsung terus-menerus hingga akhirnya muncul konsep tanggungjawab sosial perusahaan (Marnelly 2012).

Permasalahan yang muncul seperti pencemaran lingkungan, kemiskinan, kesehatan, pendidikan, dan sebagainya mendorong perusahaan di Kabupaten Nganjuk untuk melaksanakan kegiatan CSR terutama Bank Jatim Cabang Nganjuk. Tahun 2011–2016 Bank Jatim Cabang Nganjuk telah mengeluarkan anggaran untuk program CSR di Kabupaten Nganjuk sebesar Rp. 1.665.483.891,00 yang diterima dalam bentuk barang. Adapun jenis kegiatan sebagai implementasi CSR Bank Jatim berupa rehap rumah (100 penerima / terbanyak), bantuan tenda kerucut (14 penerima), pemberian alat kesehatan, bantuan air bersih, bantuan buku bacaan, bantuan motor keliling perpustakaan, pembangunan taman dan lain-lain (Bank Jatim 2018). Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan program CSR melalui aspek ekonomi, sosial dan lingkungan memberikan dampak positif terhadap lingkungan sekitar dengan memberdayakan masyarakat guna meningkatkan perekonomian di Kabupaten Nganjuk. Penelitian ini menjadi sangat penting dilakukan karena diharapkan menjadi mitra bagi Bank Jatim dalam melakukan program pendampingan masyarakat penerima bantuan CSR Bank Jatim agar tidak salah sasaran serta berperan aktif dalam pemberdayaan masyarakat.

TELAAH DAN TEORITIS

Penelitian Terdahulu

Penelitian ini mengacu pada penelitian Wahyuningrum (2015) tentang pengaruh CSR terhadap pemberdayaan masyarakat di Kabupaten Pasuruan. Hasil analisis dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh signifikan secara simultan dan parsial antara variabel sosial, ekonomi dan lingkungan dengan pemberdayaan masyarakat. Dari hasil keseluruhan dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pemberdayaan masyarakat. Sedangkan temuan Rasyid et al (2015) dalam penelitiannya adalah implementasi komunikasi dalam CSR perusahaan PTPN V untuk pemberdayaan masyarakat dan membangun citra positif secara umum berjalan dengan baik, selanjutnya terdapat hubungan yang sangat signifikan ($p<0,01$) antara komunikator, pesan, saluran dengan pemberdayaan masyarakat dan citra perusahaan.

Sahla & Rothbatul A. (2016) yang meneliti tentang pengungkapan CSR pada perbankan Indonesia berdasarkan pedoman GRI G-4 (163 item), hasil penelitian menunjukkan bahwa skor CSR tertinggi adalah Bank BRI 143 (88%) jika diungkapkan dengan kriteria 1 dan (44%) jika diungkapkan sempurna dengan kriteria 2. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa pada keempat Bank, kategori ekonomi lebih banyak diungkapkan, pelatihan dan pendidikan juga menjadi perhatian besar, sedangkan kategori lingkungan pengungkapannya sangat jauh dari cukup mengingat industri perbankan yang tidak terlibat langsung dengan alam dalam operasionalnya. Rofiqotus Tsaniyah (2014), dalam penelitiannya menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif analitik. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pemberdayaan masyarakat yang dilakukan cukup berhasil, tetapi masih belum mampu meningkatkan perekonomian masyarakat secara merata.

Teori Stakeholder

Teori pemangku kepentingan dikembangkan oleh Freeman pada 1984, adalah teori manajemen konflik potensial karena kepentingan yang bersaing. Menurut Freeman, pemangku kepentingan dibentuk oleh semua individu atau kelompok yang mungkin (atau) dipengaruhi oleh pencapaian tujuan organisasi. *Stanford Research Institute (SRI)* mendefinisikan pemangku kepentingan sebagai "kelompok, tanpa dukungan mereka, organisasi akan lenyap" (Freeman 1984). Definisi ini jelas menyiratkan bahwa para pemimpin perusahaan mampu membawa input konstruktif dari para pemangku kepentingan untuk mencapai hasil yang diharapkan (misalnya kelangsungan hidup, keberlanjutan organisasi, profitabilitas, stabilitas dan pertumbuhan) (Chtourou & Triki 2017).

Menurut *teori stakeholder*, perusahaan melakukan kegiatan CSR tidak hanya untuk menghasilkan keuntungan ekstra tetapi juga untuk menjadi etis dan mendukung sosial. Teori pemangku kepentingan mengusulkan bahwa perusahaan bertanggung jawab kepada pemegang saham dan pihak lain yang secara langsung atau tidak langsung dipengaruhi oleh perusahaan (Wellage et al 2018). Kita dapat meng karakterisasi perusahaan dan menghubungkan budaya mereka dengan sikap organisasi terhadap *stakeholder* dengan penciptaan nilai (Marques et al 2016).

Corporate Social Responsibility (CSR)

Perusahaan di Indonesia sedang menghadapi tantangan menerapkan standar etika dalam praktik bisnis yang bertanggung jawab atau CSR (Hapsoro & Fadhillah 2017), dikarenakan kenyataan bahwa CSR tidak lagi hanya bermanfaat bagi pemangku kepentingan eksternal, tetapi juga bermanfaat bagi perusahaan yang menerapkannya (Werther & Chandler 2011). *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah fenomena global (Jamali 2014), namun di sebagian besar negara di dunia, belanja CSR adalah kegiatan sukarela dan pengaturan mandiri korporasi (Afsharipour & Rana 2014). Menurut Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas Pasal 74 ayat (2), Tanggung jawab social dan lingkungan

merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. Meskipun CSR menjadi topik penelitian yang luas, tampaknya tidak ada konsensus yang muncul mengenai definisi konstruk yang disepakati bersama. Banyak definisi dan teori kompetitif ada dalam literatur yang mencairkan kejelasan konstruk (Chaudary 2017).

Konsep CSR

Konsep CSR menurut Bank Dunia adalah komitmen perusahaan untuk berperilaku etis dan memberikan kontribusi bagi pembangunan berkelanjutan melalui kerjasama dengan segenap pemangku kepentingan yang terkait untuk memperbaiki hidup mereka dengan cara-cara yang baik bagi kepentingan bisnis, agenda pembangunan berkelanjutan, dan masyarakat pada umumnya (Kiroyan 2009). Robbins dan Coulter (2010) menggambarkan perkembangan CSR dalam sebuah kontinum adopsi pelaksanaan CSR perusahaan kepada berbagai konstituen, yaitu:

Tahap Pertama, CSR lebih tertuju kepada pemilik perusahaan (pemegang saham/owners) dan manajer.

Tahap Kedua, Perusahaan mulai mengembangkan CSRnya kepada para pekerja (employees).

Tahap Ketiga, Perusahaan mengembangkan CSRnya kepada para konstituen dalam suatu lingkungan yang spesifik dimana konstituen tersebut biasanya merupakan masyarakat setempat yang terkena dampak secara langsung oleh operasional perusahaan di daerah tempat mereka tinggal.

Tahap Keempat, Perusahaan tidak hanya mengembangkan CSR kepada masyarakat setempat, melainkan mencakup pula masyarakat luas.

Elkington (1997) dalam (Wibisono 2010) dalam bukunya “*Cannibals with Fork, the Triple Bottom Line of Twentieth Century Business*” mengembangkan konsep *triple bottom line* dalam istilah *economic prosperity, environmental quality* dan *social justice*. Elkington memberikan pandangan bahwa perusahaan yang ingin berkelanjutan, harus memperhatikan “3P”. Selain mengejar *profit*, perusahaan juga mesti memperhatikan dan terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*) dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*).

Profit (keuntungan)

Profit merupakan unsur terpenting dan menjadi tujuan utama dari setiap kegiatan usaha. profit sendiri pada hakikatnya merupakan Sosial, Lingkungan dan Ekonomi tambahan pendapatan yang dapat digunakan untuk menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Sedangkan aktivitas yang dapat ditempuh untuk mendongkrak profit antara lain dengan meningkatkan produktivitas dan melakukan efiseinsi biaya, sehingga perusahaan mempunyai keunggulan kompetitif yang dapat memberikan nilai tambah semaksimal mungkin (Wibisono 2007:33).

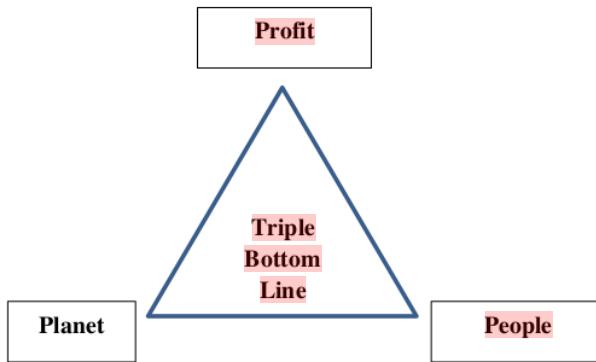
People (masyarakat pemangku kepentingan)

Menyadari bahwa masyarakat merupakan stakeholder penting bagi perusahaan, karena dukungan mereka, terutama masyarakat sekitar, sangat diperlukan bagi keberadaan, kelangsungan hidup, dan perkembangan perusahaan, maka sebagai bagian yang tak terpisahkan dengan masyarakat lingkungan, perusahaan perlu berkomitmen untuk berupaya memberikan manfaat sebesar-besarnya kepada mereka. Perlu dijadikan bahwa operasi perusahaan berpotensi memberikan dampak kepada masyarakat, karenanya perusahaan perlu untuk melakukan berbagai kegiatan yang menyentuh kebutuhan masyarakat (Wibisono 2007:34).

Planet (lingkungan)

Lingkungan adalah sesuatu yang terkait dengan seluruh bidang kehidupan kita. Hubungan kita dengan lingkungan adalah hubungan sebab akibat, di mana jika kita merawat lingkungan, maka lingkungan pun akan memberikan manfaat kepada kita sebaliknya, jika kita merusaknya, maka kita akan menerima akibatnya. Namun sayangnya, sebagian besar dari kita masih kurang peduli dengan lingkungan sekitar (Wibisono, 2007:34).

Gambar 1
Triple Bottom Line



Peraturan Hukum Terkait CSR

Terdapat 4 (empat) peraturan yang wajibkan perusahaan tertentu untuk menjalankan program tanggungjawab sosial perusahaan atau CSR dan satu acuan (*Guidance*) ISO 26000 sebagai referensi dalam menjalankan CSR, sebagaimana diuraikan Rahmatullah (2011: 14)

- Keputusan Menteri BUMN Tentang Program Kemitraan Bina Lingkungan (PKBL).**
Berdasarkan Peraturan Menteri Negara BUMN, Per-05/MBU/2007 Pasal 1 ayat (6) dijelaskan bahwa Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil, yang selanjutnya disebut Program Kemitraan, adalah program untuk meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi tangguh dan mandiri melalui pemanfaatan dana dari bagian laba BUMN. Sedangkan pada pasal 1 ayat (7) dijelaskan bahwa Program Bina Lingkungan, yang selanjutnya disebut Program BL, adalah program pemberdayaan kondisi sosial masyarakat oleh BUMN melalui pemanfaatan dana dari bagian laba BUMN.
- Undang-Undang Penanaman Modal Nomor 25 Tahun 2007**
Peraturan lain yang wajibkan CSR adalah Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007, tentang Penanaman Modal, baik penanaman modal dalam negeri, maupun penanaman modal asing. Dalam Pasal 15 (b) dinyatakan bahwa setiap penanaman modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan.
- Undang-Undang Minyak dan Gas Bumi Nomor 22 Tahun 2001**
Khusus bagi perusahaan yang operasionalnya mengelola Sumber Daya Alam (SDA) dalam hal ini minyak dan gas bumi, terikat oleh Undang-undang Nomor 22 Tahun 2001, tentang Minyak dan Gas Bumi, disebutkan pada Pasal 13 ayat 3 (p): Kontrak Kerja Sama

sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) wajib memuat paling sedikit ketentuan-ketentuan pokok yaitu: (p) pengembangan masyarakat sekitarnya dan jaminan hak-hak masyarakat adat.

d) *Guidance ISO 26000*

Berbeda dari bentuk ISO yang lain, seperti ISO 9001: 2000 dan 14001: 2004. ISO 26000 hanya sekedar standar dan panduan, tidak menggunakan mekanisme sertifikasi. Terminologi *Should* didalam batang tubuh standar berarti *shall* dan tidak menggunakan kata *must* maupun *have to*. Sehingga Fungsi ISO 26000 hanya sebagai *guidance*.

Aspek Ekonomi CSR

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah sebuah komitmen perusahaan atau dunia bisnis dalam memberikan kontribusi terhadap pengembangan ekonomi yang berkelanjutan, dan menitikberatkan pada perhatian aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan (Pranoto & Yusuf 2014). Konsep tanggung jawab sosial perusahaan telah dianalisis dan dipelajari secara ekstensif oleh para ahli sejak 1950-an, terutama mengenai efeknya terhadap konsumen (Lombart & Didier 2014). Menurut Carroll (1979: 1991), tanggung jawab sosial perusahaan adalah tanggung jawab sosial bisnis yang mencakup ekonomi, hukum, etika dan harapan komunitas filantropis pada organisasi dalam waktu tertentu (Afifah & Asnan 2015), dimana aspek ekonomis meliputi tanggung jawab terhadap pemegang saham, kreditor, pemerintah (Juniansyah 2017). Namun bila dikaitkan dengan pemberdayaan masyarakat tidak hanya menyangkut aspek ekonomi saja (Wahyuningrum et al 2015).

Aspek Sosial CSR

Corporate Social Responsibility (CSR), adalah komitmen perusahaan dalam berkontribusi pada pengembangan ekonomi berkelanjutan dengan memerhatikan aspek sosial dan lingkungan (Pranoto & Yusuf 2014). Organisasi dapat dianggap sebagai aktor sosial dengan motivasi dan niat yang memungkinkan untuk menafsirkan tindakan organisasi melalui konstruksi manajemen tingkat individu (Tata & Prasad 2015). CSR bukan hanya sekedar kewajiban pada Negara tetapi juga tanggung jawab sosial. CSR harus menjadi jembatan penghubung (*bridges/wasilah*) agar masyarakat yang kurang mampu dapat terentaskan kesulitan hidupnya bahkan entitas CSR harus mampu menopang perekonomian nasional (Sopyan 2014). Pertanggung jawaban sosial perusahaan Atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum (Mustafa & Handayani 2014).

Aspek Lingkungan CSR

Kinerja lingkungan adalah pekerjaan yang dilakukan oleh perusahaan dalam menciptakan lingkungan yang baik atau hijau. Kinerja lingkungan dapat diukur dengan menggunakan PROPER yang menghasilkan peringkat yang diwakili oleh warna: emas, hijau, biru, merah, dan hitam (Angelia & Suryaningsih 2015). Tanggung jawab sosial perusahaan tidak hanya dalam bidang pembangunan sosial dan ekonomi tetapi juga dalam hal lingkungan hidup. Ada tiga pilar utama dalam *corporate citizenship*, yaitu keuangan, sosial dan lingkungan (Sopyan 2014). Akan tetapi, perusahaan terkadang melalaikan tuntutan tanggungjawab sosial tersebut dengan alasan bahwa *stakeholders* tidak memberikan kontribusi terhadap kelangsungan hidup perusahaan. Hal ini disebabkan karena hubungan perusahaan dengan lingkungannya bersifat *non reciprocal* yaitu transaksi antara keduanya

tidak menimbulkan prestasi timbal balik (Mustafa & Handayani 2014). tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah bentuk komitmen perseroan guna berperan serta dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, serta meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat bagi perseroan secara internal dan eksternal, komunitas setempat, serta masyarakat secara umum (Pranoto & Yusuf 2014).

Pemberdayaan Masyarakat

Pemberdayaan masyarakat diartikan sebagai kemampuan individu yang bersenjawa dengan masyarakat dalam membangun keberdayaan masyarakat yang bersangkutan sehingga bertujuan untuk menemukan alternatif-alternatif baru dalam pembangunan masyarakat (Mardikanto 2014). Setidaknya ada enam dimensi pengembangan atau pemberdayaan masyarakat yang saling berinteraksi dalam bentuk yang kompleks, yaitu: pengembangan social, pengembangan ekonomi, pengembangan politik, pengembangan budaya, pengembangan lingkungan dan pengembangan personal/spiritual. Pemberdayaan melibatkan aspek kognitif, psikomotorik, psikologis, ekonomi dan politik. Kemudian akses pada pengetahuan dan keterampilan (internal/eksternal) untuk menjaga stok modal alami dan lingkungan secara berkesinambungan (Rasyid et al 2015).

Pemberdayaan masyarakat (*Community Empowerment*) pada intinya adalah membantu klien (pihak yang diberdayakan) untuk memperoleh daya guna mengambil keputusan dan menentukan tindakan yang akan ia lakukan tentang diri mereka, termasuk mengurangi efek hambatan pribadi dan sosial melalui peningkatan kemampuan dan rasa percaya diri untuk menggunakan daya yang dimilikinya antara lain melalui transfer daya lingkungan (Juniansyah 2017).

Hubungan antara Aspek Ekonomi CSR terhadap Pemberdayaan Masyarakat

Bank Jatim menyadari pentingnya menjaga kinerja perusahaan agar bisnis berlangsung secara berkesinambungan, diantaranya adalah kepercayaan pelanggan. Dalam segi pemberdayaan ekonomi, perusahaan melalui CSR dapat membantu mengurangi kemiskinan, kinerja ekonomi perusahaan berkaitan dengan kemampuan perusahaan memberikan dampak ekonomi kepada masyarakat. Kegiatan program CSR bisa memberikan dampak terhadap perekonomian masyarakat seperti pemberdayaan masyarakat melalui program-program CSR Bank Jatim seperti pelatihan kursus bagi masyarakat (Radyati 2008). Tujuan pemberdayaan masyarakat diantaranya, memotivasi, meningkatkan kesadaran akan potensinya dan menciptakan iklim atau suasana untuk berkembang juga memperkuat daya potensi yang dimiliki dengan langkah-langkah positif mengembangkannya. Dalam hal ini tujuan pemberdayaan lewat program kemandirian dari PT. KNI sudah temasuk dalam tujuan pemberdayaan (Juniansyah 2017). Hal tersebut didukung oleh Samsul dan Anshariah (2018) bahwa industri mempunyai dampak positif bagi masyarakat berupa pembangunan infrastruktur dan pemanfaatan tenaga kerja.

H₁ : Aspek Ekonomi CSR berpengaruh positif terhadap Pemberdayaan Masyarakat

Hubungan antara Aspek Sosial CSR terhadap Pemberdayaan Masyarakat

Bank Jatim terus meningkatkan pembangunan pendidikan dan budaya masyarakat, agar dapat memberikan penguatan keberdayaan masyarakat. Tujuan pemberdayaan masyarakat diantaranya adalah: meningkatkan kualitas hidup masyarakat dengan membantu menyelesaikan masalah dalam mencapai kesejahteraan bersama (*problem solving*), mereduksi kesenjangan sosial yang terjadi dalam masyarakat (Sopyan 2014). Hal itu menunjukkan bahwa aspek sosial sangat erat kaitannya dengan pemberdayaan masyarakat. Program *Corporate Social Responsibility* yang meliputi variabel sosial, ekonomi dan lingkungan yang

dijalankan PT. Amerta Indah Otsuka memiliki pengaruh yang signifikan antara satu dengan lainnya (Wahyuningrum et al 2015). Dalam penelitian Ariefianto (2015) membuktikan bahwa dampak CSR dalam bidang sosial yakni: (1) kesadaran warga sasaran binaan akan pendidikan meningkat dan pendidikan vokasional kepada masyarakat yakni dapat menghasilkan pengetahuan, keterampilan serta kesadaran akan sikap baru jadi daya tawar masyarakat semakin meningkat dan berkelanjutan, (2) kesehatan yakni ada dampak belajar melalui penyuluhan, meskipun demikian ada pernyataan bahwa ada dampak belajar namun nyatanya masih banyak kenyataan seperti sampah yang berserakan, genangan air dalam drainase, jadi diragukan hasil belajarnya meskipun ada barang kali masih pada tataran pembelajaran laten yang belum terwujud dalam tindakan, (3) dalam pembangunan sarana umum yang bersifat fisik ada beberapa bantuan yang sangat kurang partisipasi masyarakat namun demikian ada juga yang memiliki tingkat partisipasi yang tinggi serta menempatkan warga sasaran sebagai subjek bukan objek.

H₂ : Aspek Sosial CSR berpengaruh positif terhadap Pemberdayaan Masyarakat

Hubungan antara Aspek Lingkungan CSR terhadap Pemberdayaan Masyarakat

Melalui CSR perusahaan dapat berkontribusi terhadap lingkungan hidup dan keberlanjutan keragaman hayati dengan kegiatan berupa penghijauan, penyediaan sarana air bersih, perbaikan pemukiman, pengembangan pariwisata (*ekoturisme*) dan pemberian bibit tanaman di masyarakat. Untuk meningkatkan ekonomi masyarakat, perusahaan melaksanakan berbagai program dengan memberdayakan, mengembangkan dan mensinergikan sumber daya perusahaan yang berwawasan lingkungan. Dampak Program CSR PT Semen Gresik (sekarang PT Semen Indonesia) menurut Ariefianto (2015) dalam memberdayakan masyarakat di bidang lingkungan, dampak pembelajarannya terbukti tidak banyak terlihat secara jelas karena belum merasa memiliki tanggungjawab, kurang memiliki partisipasi dari masyarakat.

H₃ : Aspek Lingkungan CSR berpengaruh positif terhadap Pemberdayaan Masyarakat

Hubungan antara CSR terhadap Pemberdayaan Masyarakat

Melalui CSR perusahaan dapat memaksimalkan dampak positif (ekonomi, sosial dan lingkungan) atas operasi perusahaannya. Oleh karena itu untuk mencapai pembangunan yang berkelanjutan diperlukan kerjasama diantara pemerintah, swasta dan masyarakat. Radyati (2008) memaparkan bahwa perluasan pasar dapat diperoleh melalui usaha membantu meningkatkan kemampuan ekonomi masyarakat di tingkat perekonomian rendah, jika perekonomian mereka sudah ditingkatkan oleh kegiatan CSR Perusahaan maka dikemudian hari mereka bisa menjadi target pasar yang potensi bagi perusahaan. Program CSR PT Semen Gresik (persero) Tbk dalam penelitian Ariefianto (2015) telah melaksanakan pemberdayaan masyarakat (a) bidang Lingkungan (bersifat fisik) seperti turut serta menjaga keseimbangan lingkungan, Penghijauan (*green zone*); (b) bidang Sosial, (bersifat *charity*) seperti kesehatan (pengobatan gratis, bakti sosial, jaminan kesehatan), pendidikan (pemberian beasiswa, bantuan peralatan sekolah, pembangunan gedung sekolah), sarana umum (pembangunan tempat ibadah, jembatan, MCK); (c) bidang Ekonomi, seperti Pembinaan dan pemberdayaan usaha kecil (pelatihan usaha dan Pinjaman modal) telah mampu menelurkan pengusaha-pengusaha baru sehingga mampu menolong diri sendiri dan orang lain. Jadi sudah sepantasnya jika Semen Gresik (sekarang PT Semen Indonesia) Memperoleh Penghargaan bergengsi di bidang CSR karena ketiga bidang Pemberdayaan yakni bidang lingkungan, sosial dan ekonomi dapat dijalankan secara optimal dan berkesinambungan.

H₄ : CSR berpengaruh positif terhadap Pemberdayaan Masyarakat

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *penelitian Kuantitatif* yang bersifat *Deskriptif* yaitu mencari deskripsi yang tepat dan cukup dari semua aktivitas, objek, proses, dan manusia (Sulistyo & Basuki 2006:110). Deskriptif juga merupakan suatu metode dalam meneliti status sekolompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang (Nazir 1988:63).

Penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui (Kasiram (2008:149) Penelitian kuantitatif juga bisa dikatakan sebagai metode penelitian yang bersifat induktif, objektif dan ilmiah dimana data yang diperoleh berupa angka-angka (skor, nilai) atau pernyataan-pernyataan yang dinilai dan dianalisis dengan analisis statistik. Berdasarkan jenis penelitian yang diambil, maka peneliti menggunakan jenis *Data Primer*, yang berupa data penerima bantuan CSR dan dana CSR hasil wawancara dengan pihak Bank Jatim. Sedangkan data sekunder diperoleh dari buku, jurnal dan informasi lain yang diperoleh dari website.

Definisi Operasional Variabel

Penelitian dilakukan di Bank Jatim Cabang Nganjuk yang berlokasi di Jalan Gatot Subroto No. 8, Kauman, Kec. Nganjuk Kode Pos 64411 serta masyarakat penerima program CSR Bank Jatim Kabupaten Nganjuk. Penelitian ini dipilih karena berasal dari studi pendahuluan, peneliti menemukan permasalahan mengenai kegiatan CSR yang berdampak langsung terhadap pemberdayaan masyarakat.

Desain penelitian menghubungkan antara variabel X dan variabel Y. Penelitian ini terdiri dari dua variabel, Variable Dependen (Y) yaitu Pemberdayaan Masyarakat yaitu peningkatan taraf hidup masyarakat jadi lebih baik dalam jangka panjang. Skala pengukuran variabel pemberdayaan masyarakat adalah skala Likert yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiono, 2004:74).

Variabel independen (X) yaitu CSR yang terdiri dari (1) Aspek Ekonomi *corporate social responsibility* (X₁), adalah dampak ekonomi dari kegiatan operasional perusahaan dengan memberikan dampak positif kepada masyarakat dalam membantu mensejahterakan masyarakat melalui beberapa program CSR dengan anggaran dari perusahaan sendiri. Aspek ekonomi dapat diukur dengan indikator antara lain adalah efektivitas, efisien dan fleksibilitas (Kodrat dalam Titisari 2008). Skala pengukuran variabel Aspek Ekonomi *corporate social responsibility* adalah skala Likert yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiono, 2004:74). Bentuk jawaban skala Likert antara lain: sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, dan tidak setuju. Selain itu, jawaban setiap item instrumen yang menggunakan Skala Likert bisa juga mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata antara lain: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS).

Aspek Sosial *corporate social responsibility* (X₂), pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) yang dikelola dengan baik, secara langsung maupun tidak langsung akan mempengaruhi profitabilitas perusahaan. Aspek sosial (X₂) adalah tanggung jawab perusahaan terhadap dampak yang diakibatkan oleh kegiatan operasional perusahaan, baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap bidang pendidikan, keagamaan, kesehatan, kesenian, olahraga, dan kegiatan sosial lainnya yang memberikan dampak kesejahteraan kepada masyarakat. Aspek sosial dapat diukur menggunakan beberapa indikator kesejahteraan (*welfare*), kesehatan (*health*) dan keamanan (*safety*). (Kodrat dalam Titisari (2008). Skala pengukuran variabel

Program *corporate social responsibility* adalah skala Likert yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiono, 2004:74).

Aspek Lingkungan *corporate social responsibility* (X_3), kegiatan program CSR harus bisa memberikan keuntungan bagi lingkungan sekitar agar memberikan pengaruh positif terhadap dampak operasional perusahaan. Dalam aspek lingkungan CSR seperti bantuan pemberian bibit tanaman kepada masyarakat sekitar akan memberikan dampak positif seperti penghijauan lingkungan. Pemberian bantuan bibit tanaman juga berdampak pada perekonomian masyarakat, karena bisa memberikan peluang usaha kepada masyarakat. Aspek lingkungan (X_3) mampu menciptakan lingkungan yang aman, berseri, dan sehat dengan menjaga lingkungan sekitar dan dapat mengelola limbah dengan baik. Menurut Kodrat, indikator yang bisa dilihat antara lain adalah kualitas lingkungan (*environmental quality*) dan gangguan (*disturbances*). Skala pengukuran variabel Program *corporate social responsibility* adalah skala Likert yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiono, 2004:74).

Tabel 1.
Operasional Variabel

No	Variabel (X,Y)	Variabel	Indikator
1	<i>Corporate Social Responsibility</i>	Aspek Ekonomi	Efektivitas Efisiensi Fleksibilitas
		Aspek Sosial	welfare Health Safety
		Aspek Lingkungan	<i>environmental quality</i> <i>disturbances</i>
2	Pemberdayaan Masyarakat	-	-

Sumber: Kodrat dalam Titisari (2008)

Populasi dan Sampel

Subjek penelitian ini adalah penerima bantuan program CSR Bank Jatim di Kabupaten Nganjuk, sedang objeknya adalah persepsi masing-masing responden terkait dengan pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Pemberdayaan Masyarakat. Populasi dalam penelitian ini adalah penerima bantuan program CSR Bank Jatim di Kabupaten Nganjuk sejumlah 130 orang. Alasan yang mendasari pemilihan populasi, karena secara langsung penerima bantuan CSR telah berkontribusi dalam kegiatan CSR Bank Jatim. Dari berbagai jenis perusahaan di Kabupaten Nganjuk yang melaksanakan kegiatan CSR, Bank Jatim yang sudah banyak melaksanakan kegiatan CSR di bandingkan perusahaan lain di Kabupaten Nganjuk.

Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus slovin, yaitu:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2} \dots \dots \dots \quad (i)$$

$$n = \frac{130}{1 + 130 (0,05)^2}$$

$$n = \frac{130}{1,325}$$

$n = 98,113$

Tabel 3.
Jumlah Populasi Menurut Golongan Aspek

Uraian	Jumlah Populasi
Aspek Ekonomi	21
Aspek Sosial	107
Aspek Lingkungan	2

Sumber : Data Primer Diolah Peneliti, 2019

Teknik pengambilan sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *Probability sampling* dengan pengambilan secara acak (*simple random sampling*). Teknik *probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang / kesempurnaan sama bagi setiap unsur anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono 2012:67). Sedangkan *simple random sampling* dikatakan sebagai cara yang paling sederhana karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi dapat dilakukan dengan cara: 1) lotere, 2) kalkulator, 3) komputer, dan 4) tabel angka random. Dalam hal ini peneliti menggunakan aplikasi Ms. Excel dalam pengambilan *simple random sampling*. Dengan menggunakan rumus Ms. Excel “=RANDO()” maka peneliti mendapatkan 98 sampel secara acak yang diambil dari nilai tertinggi sampai nilai terkecil.

Teknik Pengumpulan Data

Valid atau tidaknya suatu penelitian tergantung pada jenis pengumpulan data yang digunakan untuk pemilihan metode yang tepat sesuai dengan sumber data dalam penelitian. Dalam penelitian ini menggunakan data primer, yaitu data asli atau data baru. Untuk mendapatkan data primer, peneliti harus mengumpulkannya secara langsung.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan melakukan wawancara terhadap Karyawan Bank Jatim Cabang Nganjuk yang secara langsung mengelola kegiatan CSR. Sedang kuesioner di isi oleh masyarakat penerima bantuan program CSR Bank Jatim secara langsung di seluruh Kabupaten Nganjuk dengan model tertutup. Dalam pengukurannya, setiap responden diminta memberikan jawaban dengan skala penilaian Likert dari 1 sampai dengan 5. Skala Pengukuran Responden (Skala Likert 1 – 5) adalah: skor 1/sangat tidak setuju, skor 2/tidak setuju, skor 3/netral, skor 4/setuju dan skor 5/sangat setuju.

Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *data primer*. Data primer merupakan sumber data yang diperoleh secara langsung oleh pengumpul data, dengan cara melakukan observasi, wawancara dan kuesioner. Berdasarkan sumbernya, data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer berupa jawaban responden terhadap item-item pertanyaan yaitu berupa penerima bantuan dana CSR Bank Jatim Cabang Nganjuk. Sedang data sekunder, diperoleh dari buku, jurnal artikel, karya tulis ilmiah lain dan berbagai informasi terkait dari website.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Objek Penelitian

Perusahaan yang menjadi objek penelitian adalah perusahaan yang sering melaksanakan program *Corporate Social Responsibility* (CSR), peneliti memilih objek penelitian di Bank Jatim Cabang Nganjuk. Sebagaimana kriteria pemilihan sampel, peneliti ini menggunakan sampel penerima bantuan program CSR Bank Jatim Cabang Nganjuk. Berdasarkan spesifikasi data yang diamati sebelumnya, secara rinci jumlah penerima bantuan CSR Bank Jatim Cabang Nganjuk yang akan diteliti yaitu sebanyak 98 sampel, dengan pembagian 3 (tiga) aspek, yaitu aspek ekonomi, sosial dan lingkungan.

Uji Validitas Instrumen

Menurut Arikunto (2007:167) Validitas adalah keadaan yang menggambarkan tingkat instrument yang bersangkutan mampu mengukur apa yang akan diukur. Dalam pengertian tersebut, uji validitas adalah uji yang bertujuan untuk menilai apakah seperangkat alat ukur sudah tepat mengukur apa yang seharusnya diukur. Untuk menguji validitas digunakan pendekatan koefisien korelasi yaitu dengan cara mengkorelasikan antara skor butir pernyataan dengan skor totalnya. Jika korelasi antara skor masing-masing item pernyataan lebih besar dari skor total signifikan (0,05) ($p < 0,05$) maka pernyataan tersebut dapat dikatakan "valid" dan sebaliknya.

Hasil pengujian validitas instrumen masing-masing variabel ke dalam perhitungan SPSS semua pernyataan variabel menunjukkan nilai r tertinggi adalah 0,797 dengan ($\text{sig } 0,05$) dan terendah adalah 0,199 dengan ($\text{sig } 0,05$). Karena semua koefisien korelasi ($r \geq 0,197$ dan signifikansi ($p \leq 0,05$) maka butir-butir dalam instrumen dinyatakan valid. Uji validitas adalah uji yang bertujuan untuk menilai apakah seperangkat alat ukur sudah tepat mengukur apa yang seharusnya diukur dengan menggunakan bantuan *Statistical Package for the Social Science* (SPSS) dan *Microsoft Office Excel*. Setelah r_{hitung} diperoleh, kemudian dibandingkan dengan r_{tabel} dengan tingkat kepercayaan 95% atau $\alpha=0,05$ dengan $dk=n-2$ ($dk=98-2=96$). Jika dilihat dalam nilai-nilai r Product Moment, $r_{\text{tabel}} = 0,197$. Jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ maka item tersebut dinyatakan valid, dan jika $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$ maka item tersebut dinyatakan tidak valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas yang digunakan adalah dengan alpha cronbach. Bila $\alpha \geq 0,1$ maka data dapat dikatakan reliabel dan apabila $\alpha \leq 0,197$ maka data dikatakan tidak reliabel.

Tabel 4.
Hasil Uji Realibilitas Instrumen

Variabel	Alpha Cronbach	Keterangan
Aspek Ekonomi (X_1)	0,720	Reliabel
Aspek Sosial (X_2)	0,718	Reliabel
Aspek Lingkungan (X_3)	0,729	Reliabel
Pemberdayaan Masyarakat (Y)	0,729	Reliabel

Sumber: Lampiran (Data Olah SPSS.21,2019)

Tabel 4 menunjukkan bahwa variabel Pemberdayaan Masyarakat (Y) *alpha cronbach* sebesar 0,729, Aspek Ekonomi (X_1) *alpha cronbach* sebesar 0,720, Aspek Sosial (X_2) *alpha cronbach* sebesar 0,718, dan Aspek Lingkungan (X_3) *alpha cronbach* sebesar 0,729. Sesuai

dengan syarat bahwa 4 variabel yang diteliti memiliki nilai $\alpha_{cronbach} \geq 0,197$ maka dalam penelitian ini memenuhi syarat reliabilitas.

Uji Normalitas

Hasil uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Sminov Z dengan bantuan SPSS. 21 untuk variabel X_1 terhadap variabel Y adalah 0.350 yang berarti variabel X_1 "berdistribusi normal" ($0.350 \geq 0.05$). Sedang hasil uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Sminov Z dengan bantuan SPSS. 21 untuk variabel X_2 terhadap variabel Y adalah 0.300 artinya variabel X_1 "berdistribusi normal" ($0.300 \geq 0.05$). Hasil uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Sminov Z dengan bantuan SPSS. 21 untuk variabel X_3 terhadap variabel Y adalah 0.492 yang berarti variabel X_1 "berdistribusi normal" ($0.492 \geq 0.05$).

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Jika ada korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya akan terganggu. Pengujian multikolinearitas dilakukan dengan cara melihat nilai VIF masing-masing variabel independen, jika nilai $VIF < 10$, maka dapat disimpulkan data bebas dari gejala multikolinearitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi adalah melihat dari nilai VIF dan nilai tolerance. Apabila nilai tolerance mendekati 1, serta nilai VIF disekitar angka 1 serta tidak lebih dari 10, maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas antara variabel bebas dengan model regresi.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa $VIF X_1 = 1,685$; $VIF X_2 = 1,561$; dan $VIF X_3 = 1,127 < 10$, berarti antar variabel independen tidak ada hubungan linear (tidak ada penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas) atau memenuhi syarat untuk pengujian regresi linear. Semua nilai variabel independen memiliki nilai Tolerance $> 0,1$ dan $VIF < 10$, hal ini berarti menunjukkan tidak adanya multikolinearitas dan memenuhi syarat untuk pengujian regresi linear.

Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokesdatisitas bertujuan untuk melihat adanya ketidaksamaan variabel dari residual untuk semua pengamatan dalam model penelitian regresi. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah heterokesdatisitas (Priyatno 2012). Dalam pengujian ini digunakan Uji Glejser, yang mendasari dalam pengambilan keputusan adalah :

1. $-T_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$ berarti tidak terdapat masalah heterokesdatisitas.
2. $T_{hitung} > t_{tabel}$ atau $t_{hitung} < -t_{tabel}$, berarti terjadi masalah heterokesdatisitas.

Dari hasil uji heterokesdastisitas (X_1 dengan nilai sig. 0,771, X_2 dengan nilai sig. 0,273, dan X_3 dengan nilai sig. 0,590). Dari ketiga variabel dapat diketahui bahwa tidak terjadi penyimpangan asumsi klasik heterokesdastisitas dan memenuhi syarat untuk pengujian regresi linier. Karena nilai signifikansi dari variabel X_1 , X_2 , dan X_3 lebih besar dari sig. 0,05.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mendeteksi adanya korelasi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Dalam pengujian pada penelitian ini menggunakan Uji Durbin Watson (DW), Ada tidaknya masalah autokorelasi dapat dilihat dengan kriteria sebagai berikut :

1. Jika $d < d_L$ atau $d > (4-d_U)$, berarti terdapat masalah autokorelasi.
2. Jika $d_U \leq d \leq (4-d_U)$, berarti tidak terdapat masalah autokorelasi.

3. Jika $d_L < d < d_U$ atau $(4-d_U) < d < (4-d_L)$, berarti tidak dapat diambil kesimpulan atau berada di daerah keraguan.

Dari hasil perhitungan nilai DW = 1,889. Berdasarkan banyaknya data $n = 98$ dan banyaknya variabel independen $k = 3$, dicari pada signifikansi 0,05, ditemukan

$$d_L = 1,6086 \text{ dan } d_U = 1,7345.$$

$$4 - d_U = 4 - 1,734 = 2,266 \text{ dan } 4 - d_L = 4 - 1,6086 = 2,391$$

Deteksi autokorelasi : $1,7345 < 1,889 < 2,266$ ($d_U < d < 4 - d_L$) maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah autokorelasi.

Tabel 5
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Variabel	P value	A	Beta	t	Kesimpulan
Aspek konomi	0,000	0,05	.408	3,875	Signifikan
Aspek sosial	0,010	0,05	.267	2,630	Signifikan
Aspek lingkungan	0,743	0,05	.028	.329	Tidak signifikan

Sumber : Lampiran (Data Olah SPSS.21,2019)

Hasil Pengujian Hipotesis

Aspek ekonomi corporate social responsibility berpengaruh terhadap pemberdayaan masyarakat

Pernyataan hipotesis pertama bahwa aspek ekonomi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemberdayaan masyarakat. Pengujian dalam penelitian ini menunjukkan bahwa hasil uji parsial (uji t) variabel aspek ekonomi dengan tingkat signifikansi 95% ($\alpha=0,05$). Angka signifikansi (P Value) pada variabel aspek ekonomi sebesar $0,000 < 0,05$. Atas dasar perbandingan tersebut, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima atau berarti bahwa variabel aspek ekonomi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pemberdayaan masyarakat.

Aspek sosial corporate social responsibility berpengaruh terhadap pemberdayaan masyarakat

Pernyataan hipotesis kedua bahwa aspek sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemberdayaan masyarakat. Pengujian dalam penelitian ini menunjukkan bahwa hasil uji parsial (uji t) pada variabel aspek sosial dengan tingkat signifikansi 95% ($\alpha=0,05$). Angka signifikansi (P Value) pada variabel aspek ekonomi sebesar $0,010 < 0,05$. Atas dasar perbandingan tersebut, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima atau berarti variabel aspek sosial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pemberdayaan masyarakat.

Aspek lingkungan corporate social responsibility tidak berpengaruh terhadap pemberdayaan masyarakat

Pernyataan hipotesis ketiga bahwa aspek lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemberdayaan masyarakat. Pengujian dalam penelitian ini menunjukkan bahwa hasil uji parsial (uji t) pada variabel aspek lingkungan dengan tingkat signifikansi 95% ($\alpha=0,05$). Angka signifikansi (P Value) pada variabel aspek lingkungan sebesar $0,743 > 0,05$. Atas dasar perbandingan tersebut, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak atau berarti variabel aspek lingkungan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pemberdayaan masyarakat.

Corporate social responsibility berpengaruh terhadap pemberdayaan masyarakat

Pernyataan hipotesis keempat bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemberdayaan masyarakat. Pengujian dalam penelitian ini menunjukkan bahwa hasil uji f (simultant) didapatkan Angka signifikansi (P value) sebesar $0,000 < 0,05$. Atas dasar perbandingan tersebut, maka H_0 ditolak atau berarti variabel bukti X_1 , X_2 , dan X_3 mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel Y.

Berdasarkan uraian hasil penelitian diatas yang telah dilakukan dapat diketahui pula bahwa dari variabel aspek ekonomi (X_1), aspek sosial (X_2), dan aspek lingkungan (X_3) hanya variabel aspek sosial (X_2) saja yang berpengaruh secara signifikan terhadap variabel pemberdayaan masyarakat (Y). sedangkan dari kedua variabel lainnya aspek ekonomi (X_1) dan aspek lingkungan (X_3) secara signifikan tidak berpengaruh terhadap variabel pemberdayaan masyarakat (Y) dilihat dari uji t (parsial).

PEMBAHASAN

Dari uji hipotesis yang dilakukan, ditemukan bahwa aspek ekonomi *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap pemberdayaan masyarakat. Hal ini mengindikasikan bahwa dengan adanya bantuan dari CSR Bank Jatim dalam aspek ekonomi dapat membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan memberdayakan potensi yang ada. Bantuan-bantuan yang diberikan berupa pemberian alat kerja seperti alat tenun, mesin *cutting sticker*, mesin open dan lain-lain sangat membantu masyarakat. Teori *stakeholder* yang telah diuraikan diatas, Bank Jatim merupakan entitas yang memberi perhatian yang cukup terhadap *stakeholder* secara langsung, yakni masyarakat. Hasil uji signifikansi parsial (uji t), membuktikan bahwa nilai signifikansi variabel aspek ekonomi lebih rendah (0,000) dibanding nilai konstanta (0,05) maka disimpulkan bahwa aspek ekonomi berpengaruh terhadap variabel pemberdayaan masyarakat. Hal ini didukung oleh penelitian Firdaus & Idris (2008), Kurniasari (2015), Wahyuningrum et al (2015), Juniansyah (2017).

Aspek sosial *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap pemberdayaan masyarakat. Aspek sosial mempunyai indikasi berpengaruh terhadap pemberdayaan masyarakat di Kabupaten Nganjuk karena paling banyak diimplementasikan oleh Bank Jatim sebagai wujud pelaksanaan CSR. Hal ini dibuktikan dengan pemberian bantuan yang paling banyak adalah dalam aspek sosial (81 penerima). Semakin banyak yang menerima bantuan, akan semakin meningkat keberdayakan masyarakat itu sendiri. Hasil uji signifikansi parsial (uji t) memberikan bukti bahwa nilai signifikansi variabel aspek sosial lebih rendah (0,010) dibanding nilai konstanta (0,05) maka disimpulkan bahwa aspek sosial mempunyai pengaruh terhadap variabel pemberdayaan masyarakat. Penelitian Kurniasari (2015) menunjukkan bahwa peran perusahaan atau korporat sangat penting dalam mereduksi angka kemiskinan dan pengangguran di Indonesia, diantaranya adalah dengan program CSR. Dari berbagai bentuk program CSR, program yang lebih tepat adalah CSR berbasis *community empowerment* (pemberdayaan masyarakat), hal itu didukung oleh penelitian Juniansyah (2017). Wahyuningrum et al (2015) membuktikan bahwa aspek sosial berpengaruh terhadap pemberdayaan masyarakat. Berbeda dari penelitian Wanda et al (2018) dengan aspek bidang pendidikan, bidang sosial dan budaya, bidang ekonomi, bidang lingkungan dan pemukiman terbukti mendukung ketahanan ekonomi daerah. Mensi berbeda variabel dependennya (Y), namun penelitian tersebut mempunyai tujuan dan hasil yang senada.

Aspek lingkungan *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap pemberdayaan masyarakat. Aspek lingkungan mempunyai jumlah sampel terkecil dalam penelitian ini (1 penerima bantuan) yaitu berupa pembangunan taman dan penanaman pohon pule. Hal ini menyebabkan tidak adanya pengaruh terhadap pemberdayaan masyarakat di Kabupaten Nganjuk karena tidak dapat memberikan manfaat secara langsung terhadap kesejahteraan melalui pemberdayaan masyarakat. Hasil uji signifikansi parsial (uji t)

memberikan bukti bahwa nilai signifikansi variabel aspek lingkungan lebih tinggi (0,743) dibanding nilai konstanta (0,05) maka disimpulkan bahwa aspek lingkungan tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel pemberdayaan masyarakat. Hal ini didukung oleh Ariefianto (2015) yang membuktikan bahwa dalam memberdayakan masyarakat melalui bidang lingkungan, belum terlihat secara jelas karena masyarakat belum merasa memiliki tanggungjawab dan partisipasi. Berbeda dengan hasil penelitian Gumanti et al (2016) membuktikan bahwa CSR bidang lingkungan untuk program pembuatan Bokashi telah memberdayakan masyarakat dan lingkungan. Hal ini didukung oleh Wahyuningrum (2015) bahwa variabel sosial, ekonomi dan lingkungan semuanya mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pemberdayaan masyarakat.

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, uji normalitas analisis regresi linier berganda dapat diperoleh nilai signifikansi berdistribusi normal dan uji analisis dapat dilanjutkan.

Dari hasil analisis data dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa :

- a. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aspek ekonomi berpengaruh terhadap pemberdayaan masyarakat. dengan koefisien bernilai positif hal ini berarti perubahan variabel aspek ekonomi memiliki pengaruh positif terhadap pemberdayaan masyarakat.
- b. Aspek sosial berpengaruh terhadap pemberdayaan masyarakat, dibuktikan dengan koefisien bernilai positif. Hal ini berarti perubahan variabel aspek sosial memiliki pengaruh positif terhadap pemberdayaan masyarakat
- c. Aspek lingkungan tidak berpengaruh terhadap pemberdayaan masyarakat. Meskipun dalam koefisien bernilai positif hal ini berarti perubahan variabel aspek lingkungan tetap memiliki pengaruh positif terhadap pemberdayaan masyarakat.
- d. Dari hasil analisis data dan pembahasan disimpulkan bahwa aspek lingkungan secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pemberdayaan masyarakat. Untuk aspek ekonomi dan aspek sosial secara signifikan berpengaruh terhadap pemberdayaan masyarakat. Sedangkan dengan uji simultan (uji f) secara bersama-sama variabel X_1 , X_2 , X_3 berpengaruh secara signifikan terhadap pemberdayaan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, N., & Asnan, A. (2015). The Impacy of Corporate Social Responsibility, Service Experience and Intercultural Competence on Customer Company Identification, Customer Satisfaction and Customer Loyalty (Case Study: PDAM Tirta Khatulistiwa Pontianak West Kalimantan). *Procedia: Social and behavioural Science*, 211, 277-284.
- Afsharipour, A., & Rana, S. (2014). corporate social responsibility in India. *The Conference Board Director Notes No.DN-V6N14*.
- Angelia, D., & Suryaningsih, R. (2015). The Effect of Environmental Performance and corporate social responsibility Disclosure Toward Financial Performance (Case Study to Manufacture, Infrastructure and Service Companies That Listed at Indonesia Stock Exchange). *Procedia-Social Behavioural Science*, 211, 348-355.
- Baumgartner, R. J. (2014). Managing Corporate Sustainability and CSR: a Conceptual Framework Combining Values, Strategies and Instrument Contributing to Sustainable Develeopment. *corporate social responsibility and Environmental Management*,

- 21(5), 258-271.
- Chaudary, R. (2017). CSR and Turnover Intentions: Examining The Underlying Psychological Mechanism. *Social Responsibility Journal*, 13(3), 643-660.
- Chtourou, H., & Triki, M. (2017). Commitment in corporate social responsibility and Financial Performance: a Study in The Tunisian Context. *Social Responsibility Journal*, 13(2), 370-389.
- Firdaus, T. R., & Idris. (2008, Mei). Pengaruh corporate social responsibility (Csr), Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Brand Image Telkomsel Di Kota Padang. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 1(2), 78-88.
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston: Pitman Publishing.
- Gumanti, S., Juniah, R., & Taqwa, R. (2016, November). Kajian Implementasi Kegiatan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Pertambangan (Corporate Social Responsibility) Terhadap Pemberdayaan Masyarakat Dan Lingkungan. *Jurnal Empirika*, 1(2), 111-126.
- Hapsoro, D., & Fadhillah, A. F. (2017). Relationship Analysis of Corporate Governance, corporate social responsibility Disclosure and Economic Consequences: Empirical Study of Indonesia Capital Market. *The South East Asian Journal of Management*, 11(2), 164-182.
- Kurniasari, N. D. (2015, Juni). Program CSR Berbasis Pemberdayaan Masyarakat (Untuk Meningkatkan Produktivitas Usaha Mikro, Kecil Menengah Di Madura). *Jurnal NeOBis*, 9(1), 90-109.
- Jalilvand, M. R., Pool, J. K., Jamkhaneh, H. B., & Tabaeian, R. A. (2018). Total Quality Management, corporate social responsibility and Entrepreneurial Orientation in The Hotel Industry. *Social Responsibility Journal*, 14(3), 601-618.
- Jamali, D. (2014). "CSR in Developing Countries through an Institutional Lens", corporate social responsibility and Sustainability: Emerging Trends in Developing Economies Critical Studies on Corporate Responsibility, Governance and Sustainability. Emerald Group Publishing Limited.
- Juniansyah. (2017). Pemberdayaan Masyarakat Melalui corporate social responsibility (CSR) PT.Kaltim Nitrate Indonesia. *eJournal Imu Komunikasi*, 5(3), 87-101.
- Lombart, C., & Didier, L. (2014). A Study of The Impact of corporate social responsibility and price Image on Retailer Personality and Consumers Reactions (Satisfaction, Trust and Loyalty to The Retailer) . *Journal of Retailing and Consumers Service*, 21, 630-642.
- Marnelly, R. (2012, April). corporate social responsibility (Csr): Tinjauan Teori Dan Praktek Di Indonesia. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 2(2), 49-59.
- Mardikanto, T. (2014). *CSR (Corporate Social Responsibility) (Tanggung Jawab Sosial)* . Bandung: Alphabeta.
- Marques, A., Mendez, & Santos, M. J. (2016). Strategic CSR: An Integrative Model For Analysis. *Social Responsibility Journal*, 12(2), 363-381.
- Mustafa , C. C., & Handayani, N. (2014). Pengaruh Pengungkapan corporate social responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*, 3(6), 1-16.
- Pranoto, A. R., & Yusuf, D. (2014, Juli). Program CSR Berbasis Pemberdayaan Masyarakat Menuju Kemandirian Ekonomi Pasca Tambang di Desa Sarijaya. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 18(1), 39-50.
- Radyati. (2008). *CSR untuk pemberdayaan ekonomi lokal*. Indonesia Business Links.
- Rasyid, A., Saleh , A., Cangara, H., & Priatna, W. B. (2015, Desember). Komunikasi dalam

- CSR Perusahaan: Pemberdayaan Masyarakat dan Membangun Citra Positif. *Mimbar*, 31(2), 507-518.
- Samsul, B., & Anshariah. (2018, Agustus). Analisis Dampak Positif Industri Terhadap Lingkungan Masyarakat. *Jurnal Geomine*, 6(2), 54-59.
- Sopyan, Y. (2014, Januari). **corporate social responsibility (CSR) Sebagai Implementasi Fikih Sosial Untuk Pemberdayaan Masyarakat**. *Ahkam*, XIV(1).
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&B. Bandung: Alfabeta
- Tata, J., & Prasad, S. (2015). CSR Communication: An Impression Management Perspective. *Journal Business Ethics*, 132, 765-778.
- Undang-undang tentang Perseroan Terbatas.** (2007). Republik Indonesia.
- Wahyuningrum, Y., Noor , I., & Wachid , A. (2015). Pengaruh Program *corporate social responsibility* Terhadap Peningkatan Pemberdayaan Masyarakat (Studi Pada Implementasi CSR PT. Amerta Indah Otsuka Desa pacarkeling Kecamatan Kejayan Kabupaten Pasuruan). *Jurnal Administrasi Publlik*, 1(5), 109-115.
- Wanda, A. R., Djati, S. P., Kertawidana, I., & Sundari, S. (2018). Evaluasi Program *corporate social responsibility* (CSR) PT. Pilar Wanapersada Dalam Mendukung Ketahanan Ekonomi Daerah di Kabupaten Lamandau, Kalimantan Tengah. *Jurnal Ekonomi Pertahanan*, 4(2), 21-48.
- Wellage, N., Locke, S., & Acharya, S. (2018). Does The Composition of Boards of Directors Impact on CSR Scores? *Social Responsibility Journal*, 14(3), 651-669.
- Werther, W. B., & Chandler, D. (2011). **Strategic Corporate Social Responsibility: Stakeholders in A Global Environment**. Thousand Oaks, CA: Sage Publication, Ltd.

PERAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY BANK JATIM CABANG NGANJUK TERHADAP PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DI KABUPATEN NGANJUK

ORIGINALITY REPORT

96%
SIMILARITY INDEX

96%
INTERNET SOURCES

29%
PUBLICATIONS

42%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1 **journal.ukmc.ac.id** 96%
Internet Source

Exclude quotes On
Exclude bibliography On

Exclude matches Off