

The Impact of PT PLN Tanjung Jati B's Corporate Social Responsibility on the Welfare of Micro, Small and Medium Enterprises

Muhammad Yasin

Universitas Islam Nahdlatul Ulama (Unisnu) Jepara, Indonesia

E-mail: 171120002029@unisnu.ac.id

Fatchur Rohman

Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara, Indonesia

E-mail: fatchur@unisnu.ac.id

Abstract

Corporate Social Responsibility (CSR) is a responsibility towards the environment in realizing the social welfare of the community. This study aims to determine the effect of the CSR of PT. PLN Tanjung Jati B on the welfare of the UMKM under its guidance. CSR indicators are the goals of corporate social responsibility (X1), corporate social issue (X2), corporate relations programs (X3) and the welfare of MSMEs (Y). This study uses primary data in the form of data obtained directly in the field, the research sample is 47 MSME CSR respondents guided by PT. PLN Tanjung Jati B 2019. The sampling technique used was simple random sampling. The study was conducted using questionnaires and interviews, the data analysis method used was quantitative method with multiple linear regression analysis approach. In a small scope, based on the results of the T Test (Partial Test), partially the corporate social responsibility goal variable (X1) from $t_{count} 2,300 > t_{table} 1,68107$ shows that the goals of corporate social responsibility have a significant positive effect on the welfare of MSMEs. In corporate social problems (X2) from $t_{count} 1,087 < t_{table} 1,68107$ it shows that corporate social issue have a positive and insignificant effect on the welfare of MSMEs and in the corporate relations program variable (X3) from $t_{count} 2,108 > t_{table} 1,68107$ shows that the company relations program has an effect significantly positive on the welfare of MSMEs. Meanwhile, the F test (Simultaneous Test) proves that the objectives of corporate social responsibility goal, corporate social issue, and the corporate relations program of PT. PLN Tanjung Jati B significantly affects the welfare of MSMEs by 14,445%.

Keywords : *Corporate Social Responsibility Goal, Corporate Social Issue, Corporate Relations Program, and Welfare of MSMEs*

PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi merupakan salah satu dampak dari aktivitas kegiatan industri. Selain itu, aktivitas kegiatan industri juga memberikan dampak terhadap kondisi fisik, lingkungan, dan sosial. Perkembangan industri yang signifikan akan mendorong penggunaan sumber daya alam (SDA) yang signifikan, sehingga dapat menimbulkan dampak terhadap kerusakan sebuah ekosistem dilingkungan. Untuk itu industri perusahaan harus mampu mengambil peran dalam pengendalian, tidak hanya pada operasional industri tetapi juga pengendalian terhadap kerusakan lingkungan yang ditimbulkan akibat beroperasinya sebuah industri.

Salah satu bentuk pengendalian terhadap menurunnya kualitas ekosistem dilingkungan industri adalah dengan kewajiban industry untuk melaksanakan program Corporate Sosial Responsibility (CSR). Di Indonesia penerapan Corporate Sosial Responsibility (CSR) menjadi keharusan bagi perusahaan yang operasionalisasinya dibidang yang terkait dengan sumber daya alam (SDA). Keberadaan lingkungan sosial menuntut perusahaan untuk menerapkan CSR. Perusahaan bertanggung jawab untuk meningkatkan laba dan mengembalikannya sebagian untuk masyarakat ketika menggunakan sumber daya manusia (SDM) dan komunitas. Kelahiran CSR merupakan desakan masyarakat agar perusahaan tidak hanya fokus pada peningkatan laba dan meningkatkan kesejahteraan shareholders, yang seringkali abai terhadap tanggung jawab sosial dengan melakukan eksploitasi SDA,

perusakan lingkungan dan lainnya. Selain itu sejak era reformasi berjalan, masyarakat semakin kritis dan mampu melakukan berbagai kontrol sosial terhadap dunia usaha. Perubahan pada tingkat pola pikir masyarakat tersebut memunculkan kesadaran baru tentang pentingnya melaksanakan Corporate Sosial (Daniri, 2008). Perkembangan Corporate Sosial Responsibility juga terkait dengan semakin parahnyanya kerusakan lingkungan yang terjadi di Indonesia maupun dunia, mulai dari penggundulan hutan, polusi udara dan air, hingga perubahan iklim

Pada dasarnya keberadaan industri dapat memberikan dampak positif dan negatif bagi wilayah sekitarnya. Dampak positif cenderung sangat diharapkan dan dampak negatif akan dikendalikan agar tidak memberikan kerugian bagi masyarakat dan lingkungan. Perusahaan tidak hanya mensinergikan aspek keuntungan (nilai ekonomis) bagi perusahaan dengan aspek lingkungan saja, melainkan juga harus mensinergikannya dengan aspek-aspek sosial, seperti pemberdayaan masyarakat. Tanggung jawab perusahaan dalam mensinergikan aspek-aspek tersebut dilakukan dengan kebijakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Tanggung jawab sosial serta lingkungan lebih dikenal dengan istilah corporate social responsibility (CSR). Tanggungjawab sosial perusahaan atau Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan komitmen moral perusahaan untuk menciptakan kesejahteraan di wilayah kerja perusahaan dengan mengakomodir kepentingan ekonomi, sosial dan lingkungan (Sa'diyah & Budiani, 2015).

Kesejahteraan sosial adalah suatu tata kehidupan dan penghidupan sosial materil maupun spiritual yang diliputi oleh rasa keselamatan, kesusilaan, dan ketentraman lahir batin, yang memungkinkan bagi setiap warga negara untuk mengadakan usaha pemenuhan kebutuhan-kebutuhan jasmaniah, rohaniyah, dan sosial yang sebaik-baiknya bagi diri, keluarga serta masyarakat dengan menjunjung tinggi hak-hak asasi serta kewajiban manusia sesuai Pancasila (Pradipta, 2013)

Konsep CSR muncul di masyarakat Barat (Eropa dan Amerika) pada tahun 1970 dan terus menjadi topik yang hangat untuk dibahas. Namun, konsep ini sebenarnya pertama kali dikemukakan oleh Howard R. Bowen pada tahun 1953 dalam bukunya yang berjudul "Social Responsibilities of the Businessman", yang menyatakan bahwa "Businessmen must follow those lines of action which are desirable in terms of objectives and values of our society". Secara sederhana, Bowen mendefinisikan CSR sebagai keputusan perusahaan untuk memberikan nilai-nilai positif bagi masyarakat. Kemudian pada tahun 1973 melalui *Academy of Management Journal*, Keith Davis dengan artikelnya yang berjudul "The Case For and Against Business Assumption of Social Responsibilities" menyebutkan "Iron Law of Responsibility: Businesses must behave responsibly or lose the Power and legitimacy granted by society". Secara sederhana, Davis mendefinisikan CSR sebagai usaha ikhlas dari perusahaan untuk menciptakan keseimbangan ekonomi dan keadaan sosial masyarakat yang baik secara bertanggung jawab. Salah satu kunci hadirnya CSR adalah isu mengenai pentingnya hubungan harmonis antara pihak pemangku kepentingan (stakeholders), serta pihak perusahaan itu sendiri (shareholders). Stakeholders yang dimaksud di sini adalah pihak-pihak yang berkepentingan terhadap keberadaan perusahaan yang mempengaruhi pengambilan keputusan dan kebijakan perusahaan yang akan diterapkan serta pihak-pihak yang terkait dampak operasional perusahaan. 10 Termasuk di dalamnya adalah pekerja, pemasok, pengguna, pemerintah sebagai pembuat peraturan, masyarakat, serta pemilik perusahaan *Jurnal Wawasan Yuridika* Vol. 4 | No. 1 | Maret 2020 itu sendiri. Hal tersebut diungkapkan oleh William C. Frederick, Keith Davis, dan James E. Post (1988) dalam buku yang berjudul "Business and Society, Corporate Strategy, Public Policy, Ethics". 11 CSR merupakan bentuk tanggung jawab atau kepedulian perusahaan terhadap lingkungan maupun kepedulian sosial dengan cara melindungi serta memberi kontribusi pada masyarakat di mana perusahaan itu berada.

World Business Council in Sustainable Development (WBCSD) memberikan definisi CSR sebagai bentuk kesediaan perusahaan untuk berperilaku etis dan berkontribusi bagi pembangunan ekonomi yang

berkelanjutan dengan meningkatkan taraf hidup pegawai, komunitas di sekitarnya serta masyarakat. Perhatian terhadap lingkungan kerja, lingkungan sekitar, investasi sosial dan masyarakat menjadi cara perusahaan mengimplementasikan CSR, sehingga meningkatkan image dan kinerja keuangan. Definisi CSR menurut (Robin, 2005) merupakan konsep yang mana perusahaan secara sukarela melakukan integrasi permasalahan lingkungan dan sosial dalam aktivitas bisnis dan hubungan dengan stakeholder dengan melakukan tindakan yang bertanggung jawab secara sosial. (Van der Wiele et al., 2001) mendefinisikan CSR sebagai kewajiban perusahaan untuk memanfaatkan sumber dayanya terlepas dari keuntungan yang diperoleh dengan cara yang memberikan manfaat bagi masyarakat, melalui partisipasinya sebagai bagian dari masyarakat, memperhatikan masyarakat luas, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Kesimpulannya adalah bahwa CSR menjadi bagian dari bisnis, mementingkan stakeholder untuk memberikan kemanfaatan atau kesejahteraan masyarakat.

Sejalan dengan perkembangan tersebut, kebijakan Indonesia tentang perseroan terbatas mewajibkan perusahaan tersebut dibidang sumber daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan (Utama, 2007). Hal ini disebabkan banyak dari stakeholder menilai suatu kesehatan bisnis tidak hanya dari pendapatan atau profit yang di dapatkan, tetapi juga dinilai dari tanggung jawab sosial yang diberikan oleh pelaku bisnis kepada lingkungan sekitar. Perusahaan membantu masyarakat terutama yang ada disekitar perusahaan melalui dana tanggung jawab sosial (Corporate Sosial Responsibility) yang besarnya diatur oleh pemerintah. Tanggung jawab ini diberikan dalam rangka membantu masyarakat diberbagai bidang seperti kesehatan, pendidikan, lingkungan, kewirausahaan dan bidang sosial lainnya (Kasmir, 2018). Tujuan tanggung jawab secara luas adalah menciptakan standar hidup yang lebih tinggi dengan bersamaan menjaga profitabilitas korporasi, bagi masyarakat baik di dalam maupun di luar perusahaan (Hopkins, 2003).

Salah satu industry perusahaan di Indonesia yang mengimplementasikan kegiatan sebagai bentuk kegiatan CSR adalah PT. PLN Tanjung Jati B yang berada di Kabupaten Jepara Provinsi Jawa Tengah. PT PLN (Persero) Pembangkitan tanjung Jati B adalah pengelola pembangkit listrik tenaga uap yang dimiliki BUMN yang terdiri dari empat Unit yang berlokasi di Desa Tubanan Kecamatan Kembang Kabupaten Jepara Provinsi Jawa Tengah. Visi dari PLN Pembangkitan Tanjung Jati B adalah menjadi pengelola pembangkit kelas dunia yang kompetitif dengan bertumpu pada potensi insani dengan salah satu misi mengoperasikan pembangkit dengan tata kelola yang excellent secara aman, ramah dan peduli lingkungan. Dengan bahan bakar batubara pembangkit listrik tenaga uap ini menghasilkan kapasitas listrik dengan daya 4 x 710 MW Gross atau 4 x 660 MW Nett. Total kapasitas saat ini menyumbang sekitar 12% dari total kebutuhan listrik Jawa- Bali dan merupakan salah satu dari obyek vital nasional.

PLTU Tanjung Jati B menerapkan teknologi terbaru dalam menangani emisi pembakaran batubara yaitu dengan FGD (Flue Gas Desulfurization) teknologi ini menjadikan PLTU Tanjung Jati B mampu memanfaatkan keunggulan keekonomian batubara sebagai bahan bakar yang murah namun ramah bagi lingkungan. Sehingga tidak heran jika PLTU Tanjung Jati B menjadi salah satu PLTU terbaik dunia versi majalah Power Magazine. PLTU Tanjung Jati B berhasil melakukan mengoptimisasi pemanfaatan fly ash dan bottom ash sebesar 90% serta pengurangan 126.252 m² konsumsi air demin setiap tahun. Dengan upaya tersebut PLN Tanjung Jati B berhasil meraih predikat

proper hijau dari Kemeterian Lingkungan Hidup pada periode tahun 2013, 2014 dan 2015. Ini membuktikan bahwa PLTU dapat dikelola dengan ramah lingkungan dan menjadi standard pengelola pembangkit bagi PLN. Pencapaian tersebut merupakan hasil implementasi program E- Green PLTU Tanjung Jati B yang dicanangkan tahun 2012 dalam mencapai world class services di tahun 2017 melalui program 5E (Efficient Process, Excellent Performance, Elegant Atmosphere, Empowering Community, Establishing High Trust Culture) Sehingga di tahun 2019 PLN Tanjung Jati B berhasil meraih proper emas untuk pertamakali dan siap mempertahankannya. Salah bentuk CSR yang

dilakukan oleh PT PLN Tanjung Jati B adalah pemberdayaan UMKM untuk meningkatkan kesejahteraan. Berdasarkan data rumah kreatif BUMN Jepara tahun 2020, PT PLN Tanjung jati B telah mengimplementasikan kegiatan CSR pada UMKM di Jepara dengan data sebagai berikut:

Tabel 1. Data UMKM Program CSR PT. PLN Tanjung Jati B

No	Tahun	UMKM/ Unit
1	2016	15 Unit
2	2017	-
3	2018	10 Unit
4	2019	88 Unit

Sumber: Rumah Kreatif BUMN Jepara, 2020

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa program pembinaan UMKM CSR PT. PLN Tanjung Jati B tahun dalam beberapa tahun terjadi fluktuasi perbedaan. Pada tahun 2016 UMKM yang mendapat program pembinaan sebanyak 15 Unit, dan pada tahun 2017 UMKM yang mendapat program pembinaan tidak ada, dikarenakan internal perusahaan sedang dalam evaluasi sistem manajemen, sedangkan pada tahun 2018 UMKM yang mendapat program pembinaan sebanyak 10 Unit serta pada tahun 2019 UMKM yang mendapat program pembinaan sebanyak 88 Unit terlihat naik 78 Unit dikarenakan perusahaan sedang memaksimalkan sistem manajemen program CSR yang terpadu. Implementasi program CSR (Corporate Relation Program) merupakan realisasi dan aktualisasi dari upaya perusahaan untuk terus dekat dengan masyarakat. Menurut Budimanta (2004) CSR pada dasarnya merupakan suatu elemen yang penting dalam kerangka sustainability yang mencakup aspek ekonomi, lingkungan dan sosial budaya yang merupakan proses penting dalam pengelolaan biaya dan keuntungan kegiatan bisnis dengan stakeholders baik secara internal (pekerja, shareholder, dan penanaman modal) maupun eksternal (kelembagaan, pengaturan umum, anggota-anggota masyarakat, kelompok masyarakat sipil dan perusahaan lain).

Penelitian yang dilakukan oleh (Mapisangka, 2009) bahwa perkembangan lingkungan perusahaan berjalan sedemikian cepat, sehingga membutuhkan berbagai inovasi dan kreasi kegiatan CSR yang mampu dirasakan masyarakat. Salah satu elemen penting dalam kesejahteraan hidup tersebut adalah adanya kegiatan pemberdayaan masyarakat sekitar perusahaan. Dalam hal ini peran manajemen perusahaan sangat penting dalam upaya untuk memformulasikan berbagai kegiatan CSR perusahaan, sehingga terjadi hubungan simbiosis mutualisme antara perusahaan dan masyarakat luas. Pada akhirnya kegiatan CSR perusahaan diharapkan dapat meningkatkan pemberdayaan masyarakat.

Implementasi program-program CSR dilakukan secara sistematis, terstruktur, dan periodik. Kegiatan yang dilakukan senantiasa mengedepankan persoalan-persoalan vital yang dihadapi masyarakat dalam peningkatan kesejahteraannya. Ada tiga indikator CSR yaitu Corporate Social Responsibility Goal merupakan tujuan kepedulian sosial perusahaan untuk meningkatkan peran perusahaan dalam komunitas sosial masyarakat. Karena, keberadaan sebuah perusahaan tidak dapat berdiri sendiri tanpa adanya dukungan dari masyarakat.

Corporate Social Issue akan terus berkembang seiring dengan dinamika yang terjadi dalam kehidupan sosial kemasyarakatan. Isu-isu sosial tersebut berkembang sebagai wujud dari adanya perubahan dalam cara pandang hidup masyarakat yang harus direspon oleh perusahaan. Ketidakmampuan perusahaan dalam menangkap isu sosial yang berkembang di masyarakat akan berdampak pada kehidupan sosial masyarakat. Menurut Budimanta (2004) dampak dari globalisasi yang terjadi dewasa ini, tidak hanya mempunyai dimensi ekonomi saja, akan tetapi juga mempunyai dimensi politik, teknologi, dan budaya. Pemikiran tersebut juga akan mempengaruhi cara berfikir

kalangan usahawan dalam memandang strategi usahanya. Corporate tidak lagi dipandang sebagai bagian luar dari masyarakat tetapi perusahaan sudah menjadi bagian dari masyarakat itu sendiri.

Sebuah dunia usaha yang tidak mampu memberikan kesejahteraan kepada masyarakat dianggap sebagai bentuk ketidakberhasilan usaha, namun sebaliknya jika ia mampu memberikan kontribusi kepada masyarakat dimana perusahaan tersebut berada ia dianggap telah berhasil. Untuk itu berhasil atau tidaknya sebuah usaha dapat dilihat dengan kontribusi perusahaan kepada masyarakat guna tercapainya masyarakat yang sejahtera.

Kesejahteraan adalah suatu kegiatan yang terorganisir dengan tujuan membantu penyesuaian timbal balik antara individu- individu dengan lingkungan sosial mereka. Tujuan ini dicapai secara seksama melalui teknik dan metode dengan maksud agar memungkinkan individu, kelompok, memenuhi kebutuhan dan memecahkan masalah penyesuaian diri mereka terhadap perubahan pola masyarakat, serta melalui tindakan kerjasama untuk memperbaiki kondisi ekonomi sosial. Dengan potensi UMKM yang dimiliki, sangat memungkinkan menggali seluruh potensi yang ada, menuju percepatan pertumbuhan ekonomi, menurunkan angka kemiskinan kota dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Sinaga, 2016).

Kesejahteraan sosial adalah suatu tata kehidupan dan penghidupan sosial materil maupun spiritual yang diliputi oleh rasa keselamatan, kesusilaan, dan ketentraman lahir batin, yang memungkinkan bagi setiap warga negara untuk mengadakan usaha pemenuhan kebutuhan-kebutuhan jasmaniah, rohaniah, dan sosial yang sebaik-baiknya bagi diri, keluarga serta masyarakat dengan menjunjung tinggi hak-hak asasi serta kewajiban manusia sesuai pancasila (Pradipta, 2013). Secara umum, istilah kesejahteraan sosial sering diartikan sebagai kondisi sejahtera (konsepsi pertama), yaitu suatu keadaan terpenuhinya segala bentuk kebutuhan hidup, khususnya yang bersifat mendasar seperti makanan, pakaian, perumahan, pendidikan dan perawatan kesehatan. Pengertian seperti ini menempatkan kesejahteraan sosial sebagai tujuan akhir dari suatu kegiatan pembangunan. Misalnya, tujuan pembangunan adalah untuk meningkatkan taraf kesejahteraan sosial masyarakat. Pembangunan kesejahteraan sosial adalah usaha yang terencana dan melembaga yang meliputi berbagai bentuk intervensi sosial dan pelayanan sosial untuk memenuhi kebutuhan manusia, mencegah dan mengatasi masalah sosial, serta memperkuat institusi-institusi sosial (Edi, 1997).

Pembangunan kesejahteraan sosial tidak luput dari adanya Pembangunan ekonomi nasional, berdasarkan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat secara keseluruhan, bukan kesejahteraan orang-seorang atau kelompok dan golongan tertentu. Karena itu perekonomian nasional harus disusun sebagai usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan untuk mencapai kemakmuran dan kesejahteraan. Untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat tersebut, dilakukan melalui berbagai upaya, yang salah satu upayanya adalah meningkatkan daya saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia pada saat ini. Pembangunan ekonomi nasional berdasarkan Konstitusi bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat secara keseluruhan.

Peran UMKM memiliki nilai strategi dalam memperkokoh perekonomian rakyat secara nasional, maka selayaknya pemerintah memberi perhatian yang layak, terhadap strategi dan kebijakan bagi pemberdayaan, prioritas dan pemihakan kepada UMKM. Yaitu dipandang sebagai suatu kelompok unit usaha yang seharusnya terintegrasi dalam dunia usaha secara nasional yang nantinya dapat meningkatkan taraf hidup dan daya saingnya. UMKM sebagai cikal bakal kewirausahaan yang berproses, perlu diberi perhatian yang lebih seksama dari berbagai aspek.

Problematika pengembangan UMKM dalam rangka peningkatan kesejahteraan masyarakat tersebut bisa dijelaskan oleh 7 (tujuh) faktor, yaitu: Kesulitan pemasaran; Keterbatasan finansial; Keterbatasan

SDM; Masalah bahan baku; Keterbatasan teknologi; Kekurangmampuan pengusaha kecil untuk menentukan pola manajemen yang sesuai dengan kebutuhan dan tahap perkembangan usahanya; dan Kemitraan. Jika kita berhasil untuk mengatasi problematik dalam pengembangan UMKM untuk kesejahteraan rakyat, maka secara filosofis, cita dan cita-cita sosial yang dikehendaki oleh UUD 1945 adalah menciptakan keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia. Sedangkan secara sosial-ekonomi, cita dan cita-cita sosial tersebut adalah terwujudnya kesejahteraan umum untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyat (Arliman, 2017).

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional. Selain itu, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah adalah salah satu pilar utama ekonomi nasional yang harus memperoleh kesempatan utama, dukungan, perlindungan dan pengembangan seluas-luasnya sebagai wujud keberpihakan yang tegas kepada kelompok usaha ekonomi rakyat yang berwawasan kemandirian memiliki potensi besar untuk meningkatkan kesejahteraan.

Pada penelitian Andi Mapisangka (2009) dan Dyah Ayu Styaningrum (2011) Variabel – variabel independent antara lain Corporate Social Responsibility Goal, Corporate Social Issue, Corporate Relation Program secara signifikan memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat. Sedangkan pada penelitian Farida (2014) dan Mohammad Hamim (2015) Pertama, terdapat pengaruh yang signifikan antara Corporate Social Responsibility Goal terhadap kesejahteraan masyarakat. Kedua, tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara corporate social issue terhadap kesejahteraan masyarakat. Ketiga, terdapat pengaruh signifikan antara Corporate Relation Program terhadap kesejahteraan masyarakat.

UMKM terbukti berkontribusi dalam peningkatan perekonomian di Indonesia. Perekonomian di Indonesia secara nasional menunjukkan bahwa kegiatan UMKM merupakan usaha yang konsisten dan mampu berkembang. Fakta menunjukkan bahwa kesempatan kerja yang diciptakan oleh kelompok UMKM tersebut jauh lebih banyak dibandingkan tenaga kerja yang bisa diserap oleh usaha besar. Selain sebagai salah satu alternative penyediaan lapangan kerja baru, UMKM berperan baik dalam mendorong laju pertumbuhan ekonomi dan sebagai program pengentasan kemiskinan maupun penyerapan tenaga kerja. UMKM merupakan suatu bentuk usaha kecil masyarakat yang pendiriannya berdasarkan inisiatif seseorang. Sebagian besar masyarakat beranggapan bahwa UMKM hanya menggunakan pihak-pihak tertentu saja. Oleh karena itu, UMKM perlu diberdayakan dan dikembangkan dengan suatu model, konsep, formula dan bentuk CSR tersebut akan dirasakan baik dan tepat apabila memperhatikan kepentingan perusahaan dan stakeholder.

TINJAUAN PUSTAKA

The Organization for Economic Cooperation and Development mendefinisikan CSR sebagai: “kontribusi bisnis bagi pembangunan berkelanjutan serta adanya perilaku korporasi yang tidak semata-mata menjamin adanya bagi hasil untuk para pemegang saham, upah untuk karyawan, dan pembuatan produk serta jasa bagi pelanggan, melainkan korporasi bisnis juga harus memberikan perhatian terhadap berbagai hal yang dianggap penting serta nilai-nilai masyarakat (Ismail, 2008)”.

Definisi tersebut diperkuat oleh The World Business Council For Sustainable Development, Sebuah Lembaga Internasional Yang Berdiri Sejak Tahun 1955 Dan beranggotakan 120 Perusahaan Multinasional Yang Berasal 30 Negara Dunia, Lewat Publikasinya” Making Good Business Sense” Mendefinisikan CSR:” “Continuing Commitment By Busines To Behave Ethically And Contributed

To Economic Development While Improving The Quality Of Lif Of The Workforce And Their Families As Well As Of The Local Community And Society At Large (Hadi, 2011).”

Pengertian CSR telah berkembang sedemikian rupa, baik dalam hal jumlah maupun cakupan gagasannya. Sebagian besar dari beberapa definisi-definisi tersebut penulis ambil dari laporan hasil riset Alexander Dahlsrud (2008) dalam (Hasan, 2015). ”How Corporate Social Responsibility is Defined: an Analysis of 37

Definition. Dari kesemua definisi tersebut peneliti simpulkan yaitu: Corporate Social Responsibility merupakan cita-cita perwujudan tanggung jawab sosial perusahaan dalam bentuk tindakan yang berdasarkan etika dengan tujuan untuk meningkatkan sumber daya secara berkelanjutan disertai peningkatan kualitas hidup karyawan beserta keluarganya, sekaligus peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar dan masyarakat pada umumnya yang lebih luas.

Dalam penelitiannya Mapisangka (2009) dan Unang Mul Khan (2012) tentang implementasi CSR terhadap kesejahteraan masyarakat sekitar menjelaskan tiga hal pokok yang menjadi landasan pelaksanaan Corporate Social Responsibility sebagai berikut: Corporate Social Responsibility Goal, Corporate Social issue, Corporate Relation Program

Corporate Social Responsibility Goal dan kesejahteraan pelaku UMKM

Corporate Social Responsibility Goal merupakan CSR yang dilakukan perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan citra perusahaan dan meningkatkan kesejahteraan hidup masyarakat yang sesuai dengan visi dan misi perusahaan. Berdasarkan tujuan-tujuan CSR tersebut, implementasi CSR perusahaan akan mengikuti arah dari kepentingan perusahaan di tengah-tengah komunitas lingkungan hidup masyarakat. Tujuan-tujuan CSR tersebut seperti tujuan dalam kerangka tanggung jawab pendidikan, ekonomi, moral, filantropi (Kedermawanan dan tujuan dalam jawab hukum (Styaningrum, 2011).

Corporate Social Responsibility Goal yaitu mengedepankan persoalan yang vital mengenai permasalahan yang dihadapi masyarakat dan tujuan perusahaan melakukan program CSR guna untuk meningkatkan citra perusahaan dan meningkatkan kesejahteraan hidup masyarakat yang sesuai dengan visi dan misi perusahaan Mapisangka, (2009). Tujuan-tujuan CSR tersebut seperti tujuan dalam kerangka tanggung jawab pendidikan, ekonomi, moral, filantropi (Kedermawanan dan tujuan dalam jawab hukum (Styaningrum, 2011). Menurut Sul-toni (2014) study pada program “Mataku Sehat”, menyebutkan ada beberapa indikator dalam Corporate Social Responsibility Goal yaitu: Tujuan program, kebutuhan terhadap objek, kelayakan dalam aspek sosial masyarakat.

Kesejahteraan sosial didefinisikan sebagai kegiatan-kegiatan yang terorganisasi dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan dari segi sosial melalui pemberian bantuan kepada orang untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan didalam beberapa bidang seperti kehidupan keluarga dan anak, kesehatan, penyesuaian sosial, waktu senggang, standar-standar kehidupan dan hubungan-hubungan sosial (Gunarto, 2014). Kesejahteraan masyarakat Pelaku UMKM dapat disimpulkan sebuah bentuk pelayanan sosial dan lembaga yang bermaksud membantu individu atau kelompok agar mencapai standar kehidupan dan kesejahteraan yang memuaskan. Indicator yang digunakan untuk mengukur kesejahteraan pelaku UMKM adalah jumlah pendapatan, pendidikan yang semakin tinggi dan berkualitas, kualitas kesehatan yang semakin baik (Sugiharto, 2007).

Berdasarkan penjelasan di atas menyatakan bahwa semakin tinggi Corporate Social Responsibility Goal perusahaan maka akan semakin tinggi pula tingkat persentase kesejahteraan pelaku UMKM. Dan semakin tinggi Corporate Social Responsibility Goal perusahaan maka akan semakin rendah persentase

permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM. Begitupun sebaliknya, semakin rendah Corporate Social Responsibility Goal perusahaan maka akan semakin rendah pula tingkat persentase kesejahteraan dan akan semakin tinggi pula permasalahan yang akan dihadapi pelaku UMKM. Hal ini didasari dengan beberapa indikator untuk mengukur tingkat keberhasilan CSR Goal yaitu: Tujuan program, kebutuhan terhadap objek, kelayakan dalam aspek sosial masyarakat. Artinya semakin baik ketiga indikator tersebut maka akan semakin baik pula tingkat keberhasilan CSR Goal perusahaan dan sebaliknya. Hal ini memberikan indikasi positif mengenai hubungan Corporate Social Responsibility Goal terhadap kesejahteraan pelaku UMKM.

Seperti yang dikemukakan dalam penelitian yang dilakukan oleh Andi Mapisangka (2009) yang berjudul Implementasi CSR terhadap Kesejahteraan Masyarakat (Studi pada PT. Batamindo Investmen Cakrawala, Riau) Menunjukkan bahwa Variabel – variabel independent antara lain Corporate Social Responsibility Goal, Corporate Social Issue, Corporate Relation Program secara signifikan memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat. Berdasarkan hasil penjelasan diatas, maka hipotesisnya dapat dirumuskan sebagai berikut:

H1: Corporate Social Responsibility Goal berpengaruh positif signifikan terhadap kesejahteraan pelaku UMKM

Corporate Social Issue dan Kesejahteraan pelaku UMKM

Corporate Social Issue adalah permasalahan suatu perusahaan yang berkaitan dengan lingkungan sekitarnya yang berpengaruh baik terhadap perusahaan maupun masyarakat. Isu-isu sosial akan terus berkembang seiring dengan perkembangan jaman sebagai wujud dari adanya perubahan dalam cara pandang masyarakat yang harus direspon perusahaan. Ekses dari ketidakmampuan perusahaan dalam menangkap isu sosial yang berkembang dimasyarakat akan berdampak pada gesekan/bentrokan yang terjadi di tengah-tengah komunitas kehidupan sosial masyarakat.

Dalam hal ini menurut Setyaningrum, (2011) dampak dari globalisasi yang terjadi tidak hanya mempunyai dimensi ekonomi saja akan tetapi juga mempunyai dimensi politik, teknologi, dan budaya. Pemikiran tersebut juga akan mempengaruhi cara berpikir kalangan usahawan dalam memandang strategi usahanya. Perusahaan tidak lagi dipandang sebagai bagian luar dari masyarakat tetapi perusahaan sudah merupakan bagian dari masyarakat.

Menurut Sultoni (2014) study pada program “Mataku Sehat”, menyebutkan ada beberapa indikator dalam Corporate Social Issue yaitu: isu legal/ peraturan pemerintah, isu sosial, isu ekonomi, isu lingkungan/ masalah pendidikan.

Kesejahteraan sosial adalah suatu sistem yang terorganisasikan dari pelayanan - pelayanan sosial dan lembaga yang bermaksud membantu individu - individu atau kelompok agar mencapai standar - standar kehidupan dan kesejahteraan yang memuaskan, serta hubungan perseorangan dan sosial yang memungkinkan mereka mengembangkan segenap kemampuannya dan selaras dengan kebutuhan keluarga maupun masyarakat (Wida, 2017). Kesejahteraan masyarakat Pelaku UMKM dapat disimpulkan sebuah bentuk pelayanan sosial dan lembaga yang bermaksud membantu individu atau kelompok agar mencapai standar kehidupan dan kesejahteraan yang memuaskan. Indikator yang digunakan untuk mengukur kesejahteraan pelaku UMKM adalah jumlah pendapatan, pendidikan yang semakin tinggi dan berkualitas, kualitas kesehatan yang semakin baik (Sugiharto, 2007)

Berdasarkan penjelasan di atas menyatakan bahwa semakin tinggi Corporate Social Issue perusahaan maka akan semakin tinggi pula tingkat persentase kesejahteraan pelaku UMKM. Dan semakin tinggi Corporate Social Issue perusahaan maka akan semakin rendah persentase permasalahan

yang dihadapi pelaku UMKM. Begitupun sebaliknya, semakin rendah Corporate Social Issue perusahaan maka akan semakin rendah pula tingkat persentase kesejahteraan dan akan semakin tinggi pula permasalahan yang akan dihadapi pelaku UMKM. Hal ini didasari dengan beberapa indikator untuk mengukur tingkat keberhasilan Corporate Social Issue yaitu: peraturan pemerintah, isu lingkungan, isu ekonomi. Artinya semakin baik ketiga indikator tersebut maka akan semakin baik pula tingkat keberhasilan Corporate Social Issue perusahaan dan sebaliknya. Hal ini memberikan indikasi positif mengenai hubungan Corporate Social Issue terhadap kesejahteraan pelaku UMKM.

Hal ini didasari dengan penelitian yang dilakukan oleh Joko Haryono, Abdul Wahid Mahsuni Dan Junaidi, (2018) yang berjudul Implementasi CSR terhadap Kesejahteraan Masyarakat Menunjukkan bahwa Corporate Social Responsibility Goal, Corporate Social Issue, Corporate Relation Program secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kesejahteraan hidup masyarakat. Dan Corporate Social Responsibility Goal, Corporate Social Issue, Corporate Relation Program secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kesejahteraan hidup masyarakat. Berdasarkan hasil penjelasan diatas, maka hipotesisnya dapat dirumuskan sebagai berikut:

H2: Corporate Social Issue berpengaruh positif signifikan terhadap Kesejahteraan pelaku UMKM Corporate Relation Program dan kesejahteraan pelaku UMKM

Corporate Relation Program Yaitu bentuk realisasi dan aktualisasi dari upaya perusahaan untuk terus dekat dengan masyarakat. Program CSR merupakan respon dari kebutuhan riil masyarakat atas pemenuhan kebutuhan hidup masyarakat. CSR pada dasarnya merupakan suatu elemen yang penting dalam kerangka sustainability yang mencakup aspek ekonomi, lingkungan dan sosial budaya yang merupakan proses penting dalam pengelolaan biaya dan keuntungan kegiatan bisnis dengan stakeholders baik secara internal (Pekerja shareholders dan penanam modal), maupun eksternal (Kelembagaan, Pengaturan umum, anggota-anggota masyarakat, kelompok masyarakat sipil dan perusahaan lain). CSR dapat menjadikan perusahaan yang bersangkutan menjadi perusahaan yang peduli dan yang terpenting CSR ditujukan untuk terwujudnya hubungan yang harmonis diantara perusahaan dengan lingkungannya (Mapisangka, 2009).

Menurut Sultoni, (2014) study pada program “Mataku Sehat”, menyebutkan ada beberapa indikator dalam Corporate Relation Program yaitu: komitmen perusahaan dengan program lanjutan, program mempererat hubungan dengan stakeholder, efek hubungan dengan perusahaan.

Kesejahteraan masyarakat adalah suatu hal yang memiliki pusat perhatian dalam membantu masyarakat pada berbagai tingkatan umur untuk tumbuh dan berkembang melalui berbagai fasilitas dan dukungan agar mereka mampu memutuskan, merencanakan dan mengambil tindakan untuk mengelola dan mengembangkan lingkungan fisiknya serta kesejahteraan sosial (Haryono, 2018). Kesejahteraan masyarakat Pelaku UMKM dapat disimpulkan sebuah bentuk pelayanan sosial dan lembaga yang bermaksud membantu individu atau kelompok agar mencapai standar kehidupan dan kesejahteraan yang memuaskan. Indikator yang digunakan untuk mengukur kesejahteraan pelaku UMKM adalah jumlah pendapatan, pendidikan yang semakin tinggi dan berkualitas, kualitas kesehatan yang semakin baik (Sugiharto, 2007)

Berdasarkan penjelasan di atas menyatakan bahwa semakin tinggi Corporate Relation Program perusahaan maka akan semakin tinggi pula tingkat persentase kesejahteraan pelaku UMKM. Dan semakin tinggi Corporate Relation Program perusahaan maka akan semakin rendah persentase permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM. Begitupun sebaliknya, semakin rendah Corporate Relation Program perusahaan maka akan semakin rendah pula tingkat persentase kesejahteraan dan akan semakin tinggi pula permasalahan yang akan dihadapi pelaku UMKM. Hal ini didasari dengan beberapa indikator untuk mengukur tingkat keberhasilan Corporate Relation Program yaitu: komitmen

perusahaan dengan program lanjutan, program pemererat hubungan dengan stakeholder, efek hubungan dengan perusahaan. Artinya semakin baik ketiga indikator tersebut maka akan semakin baik pula tingkat keberhasilan Corporate Relation Program perusahaan dan sebaliknya. Hal ini memberikan indikasi positif mengenai hubungan Corporate Relation Program terhadap kesejahteraan pelaku UMKM.

Hal ini selaras dalam penelitian Dyah Ayu Styaningrum (2011) yang berjudul Pengaruh Implementasi CSR terhadap Kesejahteraan Masyarakat (Studi kasus pada PT. Apac Inti Corpora, Bawen) Menunjukkan bahwa Corporate Social Responsibility Goal, Corporate Social Issue, Corporate Relation Program secara signifikan berpengaruh positif terhadap kesejahteraan hidup masyarakat". Berdasarkan hasil penjelasan diatas, maka hipotesisnya dapat dirumuskan sebagai berikut:

H3: Corporate Relation Program berpengaruh positif signifikan terhadap kesejahteraan pelaku UMKM

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, metode kuantitatif adalah metode yang digunakan terhadap data yang berwujud angka-angka dan cara pembahasannya dengan uji statistik, teknik perhitungan secara kuantitatif matematik dapat dilakukan sehingga dapat menghasilkan suatu kesimpulan yang berlaku umum di dalam suatu parameter (Sugiyono, 2014). Populasi dalam penelitian ini diambil dari Rumah Kreatif BUMN, 2020 dimana pada tahun 2019 sebanyak 88 UMKM. Dalam menentukan jumlah sampel ini peneliti menggunakan rumus Slovin yaitu Rumus yang digunakan untuk menghitung banyaknya sampel minimum suatu survei populasi terbatas, dimana tujuan utama dari survei tersebut adalah untuk mengestimasi proporsi populasi. Berdasarkan perhitungan yang telah diperoleh, dalam penelitian ini ukuran sampel yang menjadi responden sebesar 46,808 atau dibulatkan menjadi 47 responden. Untuk menguji kelayakan instrumen dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan reliabilitas dan juga menggunakan uji asumsi klasik. Sedangkan untuk menguji hipotesis menggunakan pendekatan SPSS.

HASIL PENELITIAN

Statistic Deskriptif

Berdasarkan tabel Descriptive Statistics bahwa sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 47 data UMKM CSR binaan PT. PLN Tanjung Jati B tahun 2019. Variabel dependen atau variabel terikatnya yaitu Kesejahteraan UMKM yang menunjukkan, nilai minimum sebesar 50, nilai maksimum sebesar 75, nilai rata-rata (mean) 63,13, dan standar deviasi sebesar 6,520 yang artinya nilai mean lebih besar dari nilai standar sehingga penyimpangan data yang terjadi rendah maka penyebaran nilainya merata.

Corporate social Responsibility Goal (CSRG) menunjukkan nilai minimum sebesar 52, nilai maksimum sebesar 75, nilai rata-rata (mean) sebesar 60,94 dan standar deviasi sebesar 5,326. yang artinya nilai mean lebih besar dari nilai standar sehingga penyimpangan data yang terjadi rendah maka penyebaran nilainya merata.

Corporate Social Issue (CSI) menunjukkan nilai minimum sebesar 41, nilai maksimum sebesar 72, nilai rata-rata (mean) sebesar 61,04 dan standar deviasi sebesar 6,779. yang artinya nilai mean lebih besar dari nilai standar sehingga penyimpangan data yang terjadi rendah maka penyebaran nilainya merata.

Corporate Relation Program (CRP) menunjukkan nilai minimum sebesar 51, nilai maksimum sebesar 74, nilai rata-rata (mean) sebesar 62,91 dan standar deviasi sebesar 4,872. yang artinya nilai mean lebih besar dari nilai standar sehingga penyimpangan data yang terjadi rendah maka penyebaran nilainya merata.

Tabel 2. Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSRG	47	52	75	60.94	5.326
CSI	47	41	72	61.04	6.779
CRP	47	53	74	62.91	4.872
K. UMKM	47	50	75	63.13	6.520
Valid N (listwise)	47				

Sumber: data diolah SPSS, 2021

Uji Instrumen

Berdasarkan hasil pengujian validitas dengan melihat skor Pearson Correlated, dapat dilihat bahwa setiap indikator yang ada pada instrumen memiliki nilai rhitung lebih besar dari pada rtabel yaitu 0,2876 dan dapat disimpulkan bahwa setiap instrumen pada penelitian ini dinyatakan valid. Sedangkan pengujian reliabilitas menggunakan nilai cronbach alpha didapatkan bahwa variabel Corporate Social Responsibility Goal memiliki nilai cronbach alpha 0,762. Variabel Corporate Social Issue memiliki nilai cronbach alpha 0,850. Variabel Corporate Relation Pogram memiliki nilai cronbach alpha 0,738. Variabel Kesejahteraan UMKM memiliki nilai cronbach alpha 0,886. Jadi dapat simpulkan bahwa masing-masing variabel yang ada dalam penelitian memiliki nilai cronbach alpha lebih dari 0,60 sehingga dinyatakan setiap variabel adalah reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan tabel One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,200 yang berarti lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan berdistribusi secara normal dan menunjukkan bahwa model regresi layak dipakai karena memenuhi uji normalitas.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		47
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.60113329
Most Extreme Differences	Absolute	.064
	Positive	.058
	Negative	-.064
Test Statistic		.064
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: data diolah SPSS 26, 2021

Berdasarkan table coefficients untuk uji glejser nilai signifikan Corporate Social Responsibility Goal sebesar 0,998, Corporate Social Issue 0,441 dan Corporate Relation Program 0,061 yang artinya dari ketiga variabel independent tersebut lebih besar dari 0,05. Maka kesimpulannya tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15.874	5.268		3.013	.004
	CSRG	.000	.093	.000	.003	.998
	CSI	.061	.078	.154	.778	.441
	CRP	-.253	.114	-.454	-2.230	.061

Dependent Variable: Abs_Res

Sumber: data diolah SPSS 26, 2021

Berdasarkan table coefficients besaran korelasi antara variabel menunjukkan bahwa variabel Corporate Social Responsibility Goal (X1) nilai tolerance 0,585 dan VIF 1,708; Corporate Social issue (X2) mempunyai nilai tolerance 0,509 dan VIF 1,964; Corporate Relation Program (X3) mempunyai nilai tolerance 0,475 dan VIF 2,107. Sehingga nilai dari masing-masing variabel menunjukkan bahwa nilai tolerance lebih dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolonieritas antar variabel independen dalam model regresi

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	CSRG	.585	1.708
	CSI	.509	1.964
	CRP	.475	2.107

a. Dependent Variable: Kesejahteraan UMKM

Sumber: data diolah SPSS 26, 2021

Uji kelayakan Model

Besarnya hasil output diatas nilai F tabel dengan df penyebut sebesar 43 dan df pembilang sebesar 3 didapatkan nilai sebesar 2,82 berdasarkan tabel di atas, pengaruh simultan variabel Corporate Social Responsibility Goal, Corporate Social issue, Corporate Relation Program diperoleh nilai Fhitung 14,445 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000, karena nilai Fhitung 14,445 > Ftabel 2,83 dan signifikansi 0,000 < 0,05 maka dapat dikatakan bahwa Corporate Social Responsibility Goal, Corporate Social issue, Corporate Relation Program secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel kesejahteraan UMKM CSR binaan PT. PLN Tanjung Jati B.

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	981.394	3	327.131	14.445	.000 ^b
	Residual	973.840	43	22.647		
	Total	1955.234	46			

a. Dependent Variable: Kesejahteraan UMKM

b. Predictors: (Constant), CRP, CSRG, CSI

Sumber: data diolah SPSS 26, 2021

Uji Hipotesis

Pada output uji t yang dapat dilihat pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai Thitung Corporate Social Responsibility Goal (X1) sebesar 2,300 dengan nilai signifikan 0,026. Diketahui tingkat signifikansi lebih kecil dari tingkat α yaitu sebesar $0,026 < 0,05$, dan mempunyai Thitung lebih besar dari Ttabel sebesar $2,300 > 1,68107$. Jadi H_a diterima H_0 ditolak, bila dilakukan uji secara parsial. Dengan demikian dapat disimpulkan hipotesis H1 yang menyatakan “Corporate Social Responsibility Goal berpengaruh positif signifikan terhadap kesejahteraan UMKM diterima. Pada output uji t yang dapat dilihat pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai Thitung Corporate Social Issue (X2) sebesar 1,087 dengan nilai signifikan 0,283. Diketahui tingkat signifikansi lebih besar dari tingkat α yaitu sebesar $0,283 > 0,05$, dan mempunyai Thitung lebih besar dari Ttabel sebesar $1,087 < 1,68107$, Jadi H_a ditolak H_0 diterima, bila dilakukan uji secara parsial. Dengan demikian dapat disimpulkan hipotesis H2 yang menyatakan “Corporate Social Issue berpengaruh positif signifikan terhadap kesejahteraan UMKM ditolak. Pada output uji t yang dapat dilihat pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai Thitung Corporate Relation Program (X3) sebesar 2,108 dengan nilai signifikan 0,041. Diketahui tingkat signifikansi lebih besar dari tingkat α yaitu sebesar $0,041 > 0,05$, dan mempunyai Thitung lebih besar dari Ttabel sebesar $2,108 > 1,68107$, Jadi H_a diterima H_0 ditolak, bila dilakukan uji secara parsial.

Dengan demikian dapat disimpulkan hipotesis H3 yang menyatakan “Corporate Relation Program berpengaruh positif signifikan terhadap kesejahteraan UMKM diterima.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	T	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	1.637	9.647		.170	.866
	CSRG	.396	.172	.324	2.300	.026
	CSI	.158	.145	.164	1.087	.283
	CRP	.441	.209	.329	2.108	.041

a. Dependent Variable: Kesejahteraan UMKM

Sumber: data diolah SPSS 26, 2021

PEMBAHASAN

Pengaruh Corporate Social Responsibility Goal PT. PLN PLTU Tanjung Jati B terhadap kesejahteraan pelaku UMKM di Jepara

Corporate Social Responsibility Goal Merupakan tujuan perusahaan melakukan program CSR ditujukan untuk meningkatkan citra perusahaan dalam komunitas sosial masyarakat. Hal ini penting, karena sebuah korporat tidak dapat berdiri sendiri tanpa adanya dukungan dan suport dari masyarakat. Berdasarkan tujuan-tujuan CSR tersebut, implementasi CSR perusahaan akan mengikuti arah dari kepentingan perusahaan di tengah-tengah komunitas lingkungan hidup masyarakat.

Hasil pengujian hipotesis H1 diterima, diketahui bahwa nilai koefisien regresi dengan arah positif sebesar 0,396 dengan nilai thitung > ttabel dengan nilai thitung 2,300 dan ttabel sebesar 1,68107. Nilai thitung = 2,300 > ttabel 1,68107 yang menunjukkan bahwa variabel Corporate Social Responsibility Goal berpengaruh positif dan nilai signifikan < 0,05 dengan nilai signifikansi 0,026 maka $0,026 < 0,05$ berpengaruh signifikan terhadap kesejahteraan UMKM CSR PT. PLN Tanjung Jati B yang artinya semakin tinggi Corporate Social Responsibility Goal berpengaruh terhadap tingginya kesejahteraan UMKM.

Berdasarkan pada hasil analisis data diperoleh bahwa Corporate Social Responsibility Goal pada PT. PLN Tanjung Jati B memberikan pengaruh terhadap kesejahteraan hidup masyarakat atau pelaku UMKM binaannya. Hal ini menunjukkan bahwa tujuan dari CSR sudah mampu dan berhasil meningkatkan kesejahteraan bagi pelaku UMKM. Hasil penelitian mendukung penelitian Mapisangka (2009) yang berjudul Implementasi CSR terhadap Kesejahteraan Masyarakat (Studi pada PT. Batamindo Investmen Cakrawala, Riau) yang menyatakan bahwa Corporate Social Responsibility Goal berpengaruh terhadap kesejahteraan hidup masyarakat.

Hal ini terjadi karena program-program CSR perusahaan sudah diarahkan pada pencapaian tujuan-tujuan sosial seperti terungkap pada rumusan visi dan misi perusahaan. Berdasarkan tujuan-tujuan CSR tersebut, implementasi kegiatan-kegiatan CSR perusahaan senantiasa akan mengikuti arah dari kepentingan perusahaan ditengah-tengah komunitas lingkungan hidup masyarakat. Tujuan-tujuan CSR tersebut seperti tujuan dalam kerangka tanggung jawab pendidikan, ekonomi, moral, filantropi (kedermawanan) dan tujuan dalam tanggung jawab hukum.

Tidak adanya pengaruh Corporate Social Responsibility Goal terhadap kesejahteraan hidup masyarakat di karenakan menurut Bank Dunia, masyarakat dapat di katakan sejahtera apabila berada di atas garis kemiskinan dengan memiliki pendapatan sendiri yang mencukupi kebutuhan hidup sehari-hari. Mulai dari sandang, pangan, papan maupun pendidikan. Dapat hidup mandiri tanpa bergantung pada bantuan dari pihak manapun.

Pengaruh Corporate Social Issue PT. PLN PLTU Tanjung Jati B terhadap kesejahteraan pelaku UMKM di Jepara

Isu-isu sosial yang berkembang di masyarakat sebagai wujud dari adanya perubahan dalam cara pandang masyarakat yang harus segera direspon oleh perusahaan. Apabila perusahaan tidak mampu dalam menangkap isu sosial yang berkembang di masyarakat maka akan berdampak terhadap perusahaan di lingkungan sosial masyarakat. Karena perusahaan tidak lagi dipandang sebagai bagian luar dari masyarakat, akan tetapi sudah menjadi bagian dari masyarakat itu sendiri.

Hasil pengujian hipotesis H2 ditolak, diketahui bahwa nilai koefisien regresi dengan arah positif sebesar 0,158 dengan nilai thitung > ttabel dengan nilai thitung 1,087 dan ttabel sebesar 1,68107. Nilai thitung = 1,087 < ttabel 1,68107 yang menunjukkan bahwa variabel Corporate Social Issue berpengaruh positif dan nilai signifikan > 0,05 dengan nilai signifikansi 0,283 maka 0,283 > 0,05 berpengaruh tidak signifikan terhadap kesejahteraan UMKM CSR PT. PLN Tanjung Jati B yang artinya semakin tinggi Corporate Social Issue berpengaruh terhadap tingginya kesejahteraan UMKM.

Berdasarkan hasil analisis data menunjukkan bahwa Corporate Social Issue PT. PLN Tanjung Jati B sudah mampu akan tetapi belum maksimal dalam meningkatkan kesejahteraan hidup masyarakat atau Pelaku UMKM binaannya. Dikarenakan dalam penyusunan program CSR, perusahaan kurang maksimal memperhatikan isu-isu sosial yang sedang berkembang sesuai dengan nilai-nilai yang ada di masyarakat dan kurang maksimalnya dalam menerapkan Corporate Social Issue sebagai instrumen investasi sosial perusahaan dengan tujuan menciptakan hubungan bisnis yang baik dengan stakeholdernya. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Farida (2014) yang berjudul Analisis pengaruh Implementasi CSR Terhadap Kesejahteraan Sosial (BMT harapan umat, Kudus). Yang menunjukkan bahwa Corporate Social Issue tidak berpengaruh signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat.

Prinsip yang menjadi dasar pelaksanaan CSR adalah keberlanjutan dari setiap program baik sosial maupun ekonomi sehingga tumbuh modal sosial untuk mencapai masyarakat mandiri. Serta prinsip pengembangan sosial masyarakat baik bersifat penyiapan infrastruktur sarana dan prasarana maupun dukungan kegiatan. Dengan berpedoman pada prinsip-prinsip tersebut PT. PLN Tanjung Jati B dapat memposisikan perusahaan sebagai sebuah korporat yang peduli terhadap kondisi lingkungan sosialnya.

Pengaruh Corporate Relation Program PT. PLN PLTU Tanjung Jati B terhadap kesejahteraan pelaku UMKM di Jepara

Corporate Relation Program yaitu bentuk realisasi dan aktualisasi dari upaya perusahaan untuk terus dekat dengan masyarakat. Program CSR merupakan respon dari kebutuhan riil masyarakat atas pemenuhan kebutuhan hidup masyarakat. CSR pada dasarnya merupakan suatu elemen yang penting dalam kerangka sustainability yang mencakup aspek ekonomi, lingkungan dan sosial budaya yang merupakan proses penting dalam pengelolaan biaya dan keuntungan kegiatan bisnis dengan stakeholders baik secara internal (Pekerja shareholders dan penanam modal), maupun eksternal (Kelembagaan, Pengaturan umum, anggota-anggota masyarakat, kelompok masyarakat sipil dan perusahaan lain). CSR dapat menjadikan perusahaan yang bersangkutan menjadi perusahaan yang peduli dan yang terpenting CSR ditujukan untuk terwujudnya hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan lingkungannya.

Hasil pengujian hipotesis H3 diterima, diketahui bahwa nilai koefisien regresi dengan arah positif sebesar 0,441 dengan nilai thitung > ttabel dengan nilai thitung 2,108 dan ttabel sebesar 1,68107. Nilai thitung = 2,108 > ttabel 1,68107 yang menunjukkan bahwa variabel Corporate Relation Program berpengaruh positif dan nilai signifikan < 0,05 dengan nilai signifikansi 0,041 maka 0,041 < 0,05 berpengaruh signifikan terhadap kesejahteraan UMKM CSR PT. PLN Tanjung Jati B yang artinya semakin tinggi Corporate Relation Program berpengaruh terhadap tingginya kesejahteraan UMKM.

Berdasarkan hasil analisis data menunjukkan bahwa Corporate Social Program PT. PLN Tanjung Jati B mempengaruhi kesejahteraan hidup masyarakat sekitar atau Pelaku UMKM binaannya. Hal ini dapat dijelaskan karena strategi dalam implementasi CSR perusahaan merupakan respon dari isu-isu yang berkembang di masyarakat atas pemenuhan kebutuhan hidup. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Styaningrum (2011) yang berjudul Pengaruh Implementasi CSR terhadap Kesejahteraan Masyarakat (Studi kasus pada PT. Apac Inti Corpora, Bawen). Yang menyatakan bahwa Corporate Social Responsibility Goal berpengaruh terhadap kesejahteraan hidup masyarakat.

Menurut hasil penelitian ini menunjukkan bahwa apa yang telah dilakukan PT. PLN Tanjung Jati B telah menggambarkan keberhasilan dalam pelaksanaan CSR. Hal ini dilihat dari berbagai indikator program-program kegiatan yang telah dilaksanakan secara periode dan keberlanjutan. Pendidikan, fasilitas usaha ekonomi masyarakat, kualitas lingkungan dan kesehatan, serta kegiatan sosial, budaya dan agama merupakan program CSR perusahaan yang memberikan dampak positif terhadap masyarakat. Sehingga dengan adanya realisasi program CSR perusahaan dapat diakui keberadaannya dengan memberikan keuntungan tidak hanya bagi perusahaan namun juga kepada masyarakat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian bahwa Corporate Social Responsibility Goal, memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kesejahteraan UMKM CSR binaan PT. PLN Tanjung jati B. hal ini membuktikan bahwa semakin baik program Corporate Social Responsibility Goal perusahaan maka akan berdampak baik pada tingginya tingkat kesejahteraan UMKM. Variabel Corporate Social Issue, memiliki pengaruh positif tidak signifikan terhadap kesejahteraan UMKM CSR binaan PT. PLN Tanjung jati B hal ini membuktikan bahwa tingginya Corporate Social Issue akan berdampak pada kesejahteraan UMKM. Mengapa Corporate Social Issue terhadap kesejahteraan UMKM CSR binaan PT. PLN Tanjung Jati B berpengaruh positif tidak signifikan dikarenakan dalam penyusunan program CSR perusahaan kurang maksimal memperhatikan isu-isu sosial yang sedang berkembang sesuai dengan nilai-nilai yang ada di masyarakat dan kurang maksimalnya dalam menerapkan Corporate Social Issue sebagai instrumen investasi sosial perusahaan dengan tujuan menciptakan hubungan bisnis yang baik dengan stakeholdernya. Variabel Corporate Relation Program, memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kesejahteraan UMKM CSR binaan PT. PLN Tanjung jati B hal ini membuktikan bahwa semakin baik program Corporate Relation Program perusahaan maka akan berdampak baik pada tingginya tingkat kesejahteraan UMKM

DAFTAR PUSTAKA

- Arliman, L. (2017). Perlindungan Hukum Umkm Dari Eksploitasi Ekonomi Dalam Rangka Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat. *Padang.*, 6(3).
- Daniri. (2008). *Standarisasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Bag I)*.
- Edi. (1997). *Pembangunan, Kebijakan Sosial dan Pekerjaan Sosial: Spektrum Pemikiran*. LSP-STKS.
- Hopkins, M. (2003). *The Planetary Bargain Corporate Social Responsibility Matters, TheUK and USA Earthscan Ltd*. 28.
- Kasmir, S. M. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori dan Praktik)* (Ed.1.-Cet.). Rajawali Pers.
- Mapisangka, A. (2009). Implementasi CSR terhadap Kesejahteraan Hidup Masyarakat. *JESP*, 1(1), 45.
- Pradipta, S. (2013). *Pengaruh Implementasi CSR terhadap Kesejahteraan Masyarakat pada PTPN IX Kebun Getas*. Fakultas Ekonomi Universitas sanaya Dharma.
- Robin, F. (2005). The Future of Corporate Social Responsibility. *Asian Business & Management*, 4(2), 95–115. <https://doi.org/https://doi.org/10.1057/palgrave.abm.9200125>
- Sa'diyah, T. H., & Budiani, S. R. (2015). Hubungan Keberhasilan Program Corporate Social Responsibility (CSR) Dengan Kesejahteraan Masyarakat (Kasus PT. Pertamina Tbbm Rewulu, Yogyakarta). *Jurnal Bumi Indonesia*, 4(4).
- Sinaga, A. A. (2016). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kesejahteraan masyarakat di kota medan (Studi kasus usaha kecil dan menengah). *Jurnal Ilmiah Methonomi*, Vol. 2(No. 1.), hal 1.
- Utama, S. (2007). Evaluasi Infrastruktur Pendukung Pelaporan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan di In-donesia. [Http://Www.Ui.Edu](http://Www.Ui.Edu).
- Van der Wiele, T., Kok, P., McKenna, R., & Brown, A. (2001). A Corporate Social Responsibility Audit within a Quality Management Framework. *Journal of Business Ethics*, 31(4), 285–297. <https://doi.org/https://doi.org/10.1023/A:1010767001610>