

**IMPLEMENTASI *CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY* KANTOR PERWAKILAN BANK
INDONESIA PROVINSI SUMATERA UTARA DALAM
MEWUJUDKAN PEMBERDAYAAN MASYARAKAT**

SKRIPSI

Oleh:
PADILAH AINI
1503110286

Program Studi Ilmu Komunikasi



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2019**

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi, oleh:

Nama Lengkap : PADILAH AINI
NPM : 1503110286
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : **IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY KANTOR PERWAKILAN BANK INDONESIA PROVINSI SUMATERA UTARA DALAM MEWUJUDKAN PEMBERDAYAAN MASYARAKAT**

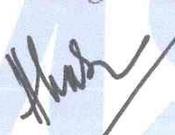
Medan, 19 Maret 2019

Dosen Pembimbing


Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.

Disetujui Oleh

Ketua Program Studi


NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom


Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.



BERITA ACARA PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh:

Nama Lengkap : **PADILAH AINI**
N P M : 1503110286
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Waktu : Pukul 07.45 WIB s/d selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : **NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom** (.....)

PENGUJI II : **JUNAIDI, S.Pdi., M.Si** (.....)

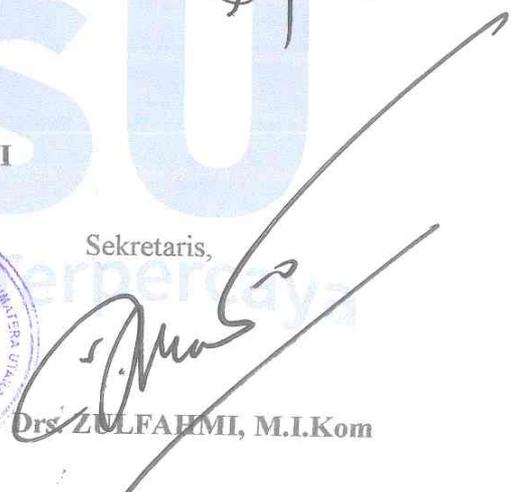
PENGUJI III : **Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.** (.....)

PANITIA PENGUJI

Ketua,


Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP

Sekretaris,


Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom



PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya, Padilah Aini, NPM 1503110286, menyatakan

dengan sungguh-sungguh :

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang oleh undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah orang lain dengan sesuatu imbalan, atau memplagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain, adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa skripsi ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, atau karya jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh keserjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila di kemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi :

1. Skripsi saya ini beserta nilai-nilai hasil ujian skripsi saya dibatalkan
2. Pencabutan kembali gelar keserjanaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, Maret 2019

Yang menyatakan,



Padilah Aini



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: rektor@umsu.ac.id

Dasar & Terpercaya
Maret ini agar disebutkan
sebelumnya

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama lengkap : PADILAH AINI
NPM : 1503110286
Jurusan : ILMU KOMUNIKASI
Judul Skripsi : IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
KANTOR PERWAKILAN BANK INDONESIA PROVINSI SUMATERA
UTARA DALAM MEMBUJUKAN PEMBERDAYAAN MASYARAKAT

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.	10-12-2018	Bimbingan Bab I - Bab III	
2.	20-12-2018	Bimbingan Bab I - Bab III	
3.	28-12-2018	Acc Bab I - Bab III	
4.	30-01-2019	Bimbingan hasil sempro	
5.	18-01-2019	Acc Pedoman wawancara	
6.	12-02-2019	Bimbingan Penelitian.	
7.	15-02-2019	Bimbingan hasil Penelitian.	
8.	28-02-2019	Bimbingan skripsi Bab IV	
9.	08-03-2019	Bimbingan skripsi Bab V	
10.	11-03-2019	Acc skripsi	

Medan, 11 Maret2019.

Dekan,

Ketua Program Studi,

Pembimbing ke :

Dr. Arifin Saleh, S.Sos, MSP

MURHASANAH NASUTION, S. Sos, M. Ikom

Dr. Arifin Saleh, S. Sos, M. SP

**IMPLEMENTASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
KANTOR PERWAKILAN BANK INDONESIA PROVINSI
SUMATERA UTARA DALAM MEWUJUDKAN
PEMBERDAYAAN MASYARAKAT**

**Padilah Aini
1503110286**

Abstrak

Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara adalah salah satu bank sentral yang ada di Sumatera Utara yang memiliki program kegiatan *corporate social responsibility* atau disebut Program Sosial Bank Indonesia (PSBI) yang bertujuan untuk mewujudkan pemberdayaan masyarakat melalui pengembangan klaster cabai merah terhadap Kelompok Juli Tani di Desa Sidodadi, Kecamatan Beringin, Kabupaten Deliserdang. Jenis penelitian ini adalah penelitian yang bersifat kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan sumber data sekunder. Teknik analisis data dalam metode penelitian kualitatif terdiri dari tiga jalur yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Adapun informan dalam penelitian ini sebanyak 3 (tiga) orang yang terdiri dari 1 (satu) orang CSR Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara yang bernama Dani, 1 (satu) orang Humas Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara yang bernama Elly, serta 1 (satu) orang ketua Kelompok Juli Tani yang bernama Yareli. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi CSR Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara atau yang disebut Program Sosial Bank Indonesia (PSBI) terhadap Kelompok Juli Tani berjalan dengan baik. Bank Indonesia akan menjadikan Kabupaten Deliserdang sebagai penyuplai cabai merah terbesar di Kota Medan agar dapat memiliki kualitas yang baik. Selama berjalannya kegiatan Program Sosial Bank Indonesia (PSBI), kelompok Juli Tani merasa hidup lebih sejahtera dengan meningkatnya perekonomian mereka. Ketua kelompok Juli Tani mewakili para petani lain, mengucapkan terima kasih kepada pihak Bank Indonesia karena telah membantu mengembangkan penjualan cabai merah dan dapat bersaing di pasaran dengan penyuplai cabai merah lainnya.

**Kata Kunci : Implementasi *Corporate Social Responsibility*,
Pemberdayaan Masyarakat**

KATA PENGANTAR



Assalamua'laikum Wr. Wb.

Alhamdulillahirrabbi 'alamin wabihi nasta'in 'ala umuriddunya waddin wassalatu wassalamu 'ala asrofil ambiyaa iwalmursalin wa'ala alihi washoh bihiajma'in. Robbis rohlisodri, wayassir liamri, wahlul uqdatammilisaniyaf qohu qouli, ammaba'du.

Tiada ucapan yang patut dan pantas diucapkan atas selesainya skripsi yang berjudul “Implementasi *Corporate Social Responsibility* Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara Dalam Mewujudkan Pemberdayaan Masyarakat” kecuali ucapan syukur kepada Allah SWT, karena telah memberikan kenikmatan dan sumber kebahagiaan. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menunjukkan jalan kebenaran kepada umat manusia.

Dalam penyusunan skripsi ini, tentunya banyak pihak yang terlibat dalam memberikan bantuan, bimbingan serta dorongan. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati peneliti mengucapkan terima kasih yang setulusnya terkhusus kepada orang tua dan keluarga saya, ucapan terima kasih yang tak terhingga atas segala pengorbanan, kasih sayang, semangat, dukungan dan perhatiannya sehingga peneliti dapat menyelesaikan studi dengan hasil yang baik.

1. Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Dr. Arifin Saleh, S.Sos., MSP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara sekaligus Dosen Pembimbing yang selalu memberikan solusi tentang skripsi.
3. Drs. Zulfahmi, M.I.Kom selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Abrar Adhani, S.Sos, M.I.Kom selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Nurhasanah Nasution, S.Sos, M.I.Kom selaku Ketua Program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Akhyar Anshori, S.Sos, M.I.Kom selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Muhammad Said Harahap, S.Sos. M.I.Kom selaku Dosen PA selama kuliah di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Yareli,ST selaku Ketua Kelompok Juli Tani yang bersedia pertanyaan dan membantu dalam penelitian secara keseluruhan di lapangan.
9. Ferry Ferdian,ST yang selalu mendukung dan menemani selama penelitian di lapangan.
10. Serta teman-teman seperjuangan yang saling memberi dukungan dari awal perkuliahan hingga penyelesaian kuliah.

Dengan segala kerendahan hati, peneliti menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, demi kesempurnaan kritik dan saran yang sifatnya membangun dari semua pihak sangat peneliti harapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Medan, 09 Maret 2019

Peneliti,

Padilah Aini

NPM: 1503110286

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	vi
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Pembatasan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.5.1 Manfaat Secara Teoritis	7
1.5.2 Manfaat Secara Akademis	7
1.5.3 Manfaat Secara Praktis	7
1.6 Sistematika Penulisan	7
BAB II. URAIAN TEORITIS	9
2.1 Implementasi	9
2.2 <i>Corporate Social Responsibility</i>	9
2.2.1 Definisi <i>Corporate Social Responsibility</i>	9
2.2.2 Manfaat <i>Corporate Social Responsibility</i>	10
2.2.3. Teori <i>Corporate Social Responsibility</i>	11
2.2.4 Perkembangan Pemikiran CSR	12
2.2.5 Ruang Lingkup CSR	16
2.2.6 Model-Model CSR	17
2.2.7 Pandangan Perusahaan Terhadap CSR	19
2.3 Program CSR Kantor Perwakilan Bank Indonesia Disebut Program Sosial Bank Indonesia	20
2.3.1 Definisi Program Sosial Bank Indonesia	20
2.3.2 Dampak Program Sosial Bank Indonesia	21
2.3.3 Tujuan Program Sosial Bank Indonesia	22
2.3.4 Ruang Lingkup Program Sosial Bank Indonesia	22
2.4 Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i>	22

2.4.1	Definisi Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i>	22
2.4.2	Manfaat Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i>	24
2.5	<i>Public Relations</i>	24
2.5.1	Definisi <i>Public Relations</i>	24
2.5.2	Fungsi Utama <i>Public Relations</i>	25
2.5.3	Strategi <i>Public Relations</i>	26
2.6	Peran <i>Public Relations</i> Dalam Komunikasi Organisasi	28
2.7	Pemberdayaan Masyarakat	29
2.7.1	Definisi Pemberdayaan Masyarakat	29
2.7.2	Tujuan Pemberdayaan Masyarakat	30
2.7.3	Tahapan Pemberdayaan Masyarakat	31
2.7.4	Strategi Pemberdayaan Masyarakat	33
2.7.5	Prinsip-Prinsip Pemberdayaan Masyarakat	34
2.7.6	Indikator Pemberdayaan Masyarakat	37
2.8	Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara	39
2.8.1	Profil	39
2.8.2	Tujuan	40
2.8.3	Visi dan Misi	41
BAB III.	METODE PENELITIAN	42
3.1.	Jenis Penelitian	42
3.2	Kerangka Konsep	42
3.3	Definisi Konsep	43
3.3.1	Implementasi.....	43
3.3.2	<i>Corporate Social Responsibility</i>	43
3.3.3	Program Sosial Bank Indonesia	43
3.3.4	Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i>	43
3.3.5	<i>Public Relations</i>	44
3.3.6	Komunikasi Organisasi	44
3.3.7	Pemberdayaan Masyarakat	44
3.3.8	Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara	44
3.4	Kategorisasi Penelitian	45
3.5	Informan atau Narasumber	45

3.6	Teknik Pengumpulan Data	46
3.6.1	Wawancara	46
3.6.2	Observasi	46
3.6.3	Dokumentasi	46
3.7	Teknik Analisis Data	47
3.7.1	Reduksi Data	47
3.7.2	Penyajian Data	47
3.7.3	Penarikan Kesimpulan/Verifikasi	48
3.8	Lokasi dan Waktu Penelitian	49
3.9	Deskripsi Ringkas dan Objek Penelitian	49
3.9.1	Profil dan Tempat Penelitian	49
3.9.2	Tujuan Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara	59
3.9.3	Visi dan Misi	59
BAB IV.	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	60
4.1.	Hasil Penelitian	60
4.1.1	Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> Kantor Perwakilan Bank Indonesia	60
	Provinsi Sumatera Utara	60
4.1.2	Pemberdayaan Masyarakat	70
4.2	Pembahasan	71
BAB V.	PENUTUP	79
5.1	Kesimpulan	79
5.2	Saran	80
	DAFTAR PUSTAKA	81
	LAMPIRAN	

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pemberdayaan masyarakat merupakan upaya membangun kemampuan masyarakat dan memberdayakan SDM yang ada melalui pengembangan kelembagaan, sarana dan prasarana serta pengembangan pendampingan, penyuluhan, dan pelayanan. Pendampingan dapat menggerakkan partisipasi total masyarakat, penyuluhan dapat merespon dan memantau ubahan-ubahan yang terjadi di masyarakat, serta pelayanan yang berfungsi sebagai unsur pengendali ketepatan distribusi asset sumber daya fisik dan nonfisik yang diperlukan masyarakat miskin dalam mengendalikan tanggung jawab lembaga-lembaga yang mempengaruhi kehidupannya. Saat ini pemerintah sedang gencar-gencarnya mewujudkan pemberdayaan dalam meningkatkan kesejahteraan sosial. Salah satu pihak yang terlibat dalam pemberdayaan masyarakat adalah perbankan.

Perbankan pertama kalinya adalah jasa penukaran uang namun telah berkembang menjadi tempat penitipan uang atau yang disebut sekarang ini kegiatan simpanan, dan berkembang lagi menjadi peminjaman uang (memberikan kredit). Uang yang dititipkan masyarakat ke bank dalam bentuk simpanan oleh perbankan yang dipinjamkan kembali ke masyarakat untuk yang membutuhkan dalam bentuk pinjaman atau kredit. Saat ini, perbankan semakin mendominasi kehidupan manusia terutama dalam kaitannya dengan ekonomi dan bisnis suatu negara. Bahkan aktivitas dan keberadaan perbankan sangat menentukan kemajuan

suatu negara. Aktivitas yang dilakukan perbankan dalam rangka melaksanakan pemberdayaan adalah melalui kegiatan CSR (*Corporate Social Responsibility*).

CSR adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan. Setiap perusahaan yang menjalankan bisnisnya tentu tidak hanya berusaha untuk mendapatkan keuntungan finansial, namun keuntungan sosial juga menjadi sasaran yang nantinya akan memperkuat keuntungan finansial. Hal ini sering dilakukan oleh korporat untuk memperkuat sisi loyalitas pelanggan (*customer*). Dalam rangka mempertahankan konsumen, salah satu cara yang digunakan adalah dengan membuat program sosial sebagai bentuk tanggung jawab untuk masyarakat.

Aktivitas CSR secara berkelanjutan sebenarnya juga akan mendatangkan sejumlah manfaat bagi dunia bisnis itu sendiri, yaitu:

1. Sebagai investasi sosial yang menjadi sumber keunggulan kompetitif perusahaan dalam jangka panjang.
2. Memperkokoh profitabilitas dan kinerja keuangan perusahaan.
3. Meningkatnya akuntabilitas dan apresiasi positif dari komunitas investor, kreditor, pemasok dan konsumen.
4. Meningkatnya komitmen, etos kerja, efisiensi dan produktivitas karyawan.
5. Menurunnya kerentanan gejolak sosial dan resistensi dari komunitas sekitarnya karena diperhatikan dan dihargai perusahaan.

Program CSR yang ada di Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara adalah bernama PSBI (Program Sosial Bank Indonesia). PSBI merupakan bentuk kepedulian atau empati sosial Bank Indonesia untuk berkontribusi dalam membantu memecahkan masalah sosial ekonomi yang dihadapi masyarakat. Melalui program sosial, Bank Indonesia juga berupaya meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat terhadap pelaksanaan tugas dan pencapaian tujuan Bank Indonesia. PSBI kini difokuskan pada program pemberdayaan yang bertujuan pada penguatan ekonomi rumah tangga.

Bank Indonesia meyakini bahwa sektor rumah tangga berperan penting dalam pilar ekonomi nasional seperti halnya sektor swasta dan pemerintah. Rumah tangga yang kuat secara ekonomi dan edukasi secara agregat dapat mendukung pencapaian stabilitas ekonomi, khususnya melalui pencapaian inflasi yang rendah dan terkendali. PSBI meliputi dua jenis program yaitu program strategi dan kepedulian sosial. Program strategis mencakup program pengembangan ekonomi dan program peningkatan pengetahuan serta pemahaman masyarakat tentang tujuan dan pelaksanaan tugas Bank Indonesia. Sementara program kepedulian sosial merupakan kegiatan kepedulian atau empati terhadap permasalahan masyarakat di bidang pendidikan, kesehatan, lingkungan hidup, kebudayaan, keagamaan, dan penanganan musibah dan bencana alam.

Adapun dampak dari Program Sosial Bank Indonesia yaitu:

- a. secara umum, nilai etika yang dikandung oleh Program Sosial Bank Indonesia adalah kesejahteraan masyarakat dan kebermanfaatannya

masyarakat. Hal ini dapat berdampak secara berkelanjutan terhadap faktor pendapatan.

- b. Secara sosial, Program Sosial Bank Indonesia memberikan dampak yang positif di kalangan *stakeholder*.
- c. Secara bisnis yaitu untuk mengukur keberhasilan kenaikan saham serta kenaikan pendapatan.
- d. Secara teknis, yaitu dapat menjalankan operasionalnya dengan baik dan memanfaatkan pemberian sesuai dengan tujuannya.

Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara adalah salah satu perbankan yang ada di daerah Sumatera Utara yang memiliki program kegiatan *corporate social responsibility* atau disebut PSBI yang bertujuan untuk mewujudkan pemberdayaan masyarakat melalui pengembangan klaster cabai merah pada kelompok Juli Tani di Desa Sidodadi, Kecamatan Beringin, Kabupaten Deliserdang. Pengembangan tersebut diharapkan dapat menjadikan Kabupaten Deliserdang sebagai penyuplai cabai merah serta mendukung ketahanan pangan untuk Kabupaten Deliserdang dan sekitarnya. Dipilihnya Kelompok Juli Tani sebagai salah satu PSBI adalah dengan telah terujinya kelayakan tanaman cabai merah yang akan berdampak terhadap inflasi Bank Indonesia, dapat meningkatkan akses keuangan, meningkatkan kapasitas pelaku usaha, serta dapat mendorong pertumbuhan usaha berbasis sumber daya lokal.

Program pengembangan klaster cabai merah merupakan langkah awal bagi pihaknya dalam rangka mewujudkan tercapainya Kabupaten Deliserdang sebagai kawasan terpadu penyangga ketahanan pangan di Provinsi Sumatera Utara.

Hal ini telah disepakati oleh Pemkab Deliserdang dengan Kepala Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara dalam penandatanganan kesepahaman bersama (MoU). Peluncuran program kerjasama itu ditandai dengan penyematan pin Wira Usaha Deliserdang kepada peserta pelatihan yang telah diseleksi. Kepala Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara menyerahkan traktor tangan dan mesin APPO kepada Kelompok Juli Tani.

Salah satu pihak yang berperan dalam mengimplementasikan *corporate social responsibility* Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara adalah *public relations*. *Public relations* adalah fungsi manajemen yang khas dan mendukung pembinaan, pemeliharaan jalur bersama antar organisasi dengan publiknya, menyangkut aktivitas komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerjasama; melibatkan manajemen dalam menghadapi permasalahan, membantu manajemen untuk mampu menanggapi opini publik; mendukung manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif; bertindak sebagai sistem peringatan dini dalam mengantisipasi kecenderungan penggunaan penelitian serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama.

Fungsi dari *public relations* adalah untuk membina hubungan yang harmonis antara badan/organisasi dengan publiknya yang merupakan khalayak sasaran, melayani keinginan publiknya dan memberikan sumbang saran kepada pimpinan manajemen demi tujuan dan manfaat bersama serta mengidentifikasi segala sesuatu yang berkaitan dengan opini, persepsi dan tanggapan masyarakat terhadap badan/organisasi yang diwakilinya. *Public Relations* Kantor Perwakilan Bank

Indonesia Provinsi Sumatera Utara telah melakukan pembinaan hubungan dengan berbagai pihak melalui aktivitas *corporate social responsibility*.

Dari pemaparan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Implementasi *Corporate Social Responsibility* Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara Dalam Mewujudkan Pemberdayaan Masyarakat.”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijabarkan di atas, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian yaitu:

1. Bagaimana implementasi *corporate social responsibility* Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara dalam mewujudkan pemberdayaan masyarakat?
2. Bagaimana peran public relations Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara dalam mengimplementasikan *corporate social responsibility* dalam mewujudkan pemberdayaan masyarakat?

1.3 Pembatasan Masalah

Dalam penelitian ini, penulis ingin membatasi ruang lingkup penelitian tentang peran public relations dan komunikasi organisasi Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana implementasi *corporate social responsibility* terhadap pemberdayaan masyarakat.

2. Untuk mengetahui peran public relations dalam komunikasi organisasi Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara dalam mengimplementasikan *corporate social responsibility* dalam mewujudkan pemberdayaan masyarakat.

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Secara Teoritis

Adapun manfaat penelitian ini secara teoritis ialah dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya *corporate social responsibility*.

1.5.2 Manfaat Secara Akademis

Secara Akademis diharapkan dapat memberikan manfaat dalam memperkaya khasanah penelitian dan sumber bacaan di lingkungan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

1.5.3 Manfaat Secara Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara dalam mengimplementasikan *corporate social responsibility* khususnya kegiatan untuk mewujudkan pemberdayaan masyarakat kepada Kelompok Juli Tani di Desa Sidodadi, Kecamatan Beringin, Kabupaten Deliserdang, Provinsi Sumatera Utara.

1.6 Sistematika Penulisan

Penulisan ini di susun dalam lima bab, dengan rincian sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari beberapa sub-bab dengan uraian masing-masing dengan substansi, sebagai berikut yaitu latar belakang masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II : URAIAN TEORITIS

Bab ini menjelaskan teori yang relevan dengan masalah yang diteliti. Pada bab ini dimungkinkan lebih dari satu teori atau dua sekunder/tertier untuk membahas permasalahan yang menjadi topik skripsi, sepanjang teori-teori dan/atau data sekunder/tertier itu berkaitan. Pada bab ini dapat digunakan anggapan dasar pada penelitian kualitatif.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini mengungkapkan rancangan penelitian, prosedur penelitian, sampel/unit, analisis/narasumber penelitian, teknik pengumpulan dan analisis data, dan metode ujinya. Adapun sistematika untuk bab ini adalah sebagai berikut yaitu jenis penelitian, kerangka konsep, definisi konsep, kategorisasi penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, serta waktu dan lokasi penelitian.

BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini berisikan beberapa unsur yang mengandung gambaran atau rancangan dari penelitian.

BAB V : Penutup

Bab ini berisikan simpulan dan saran.

BAB II

URAIAN TEORITIS

Uraian teoritis merupakan dasar landasan untuk mencari teori yang digunakan dalam mencapai pemecahan masalah terhadap faktor-faktor yang menjadi problema dalam penelitian ini dan merupakan penjelasan teoritis dalam rumusan masalah penelitian yang digunakan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan tentang mengapa dan bagaimana suatu masalah harus relevan dengan konteks dan isi. Berdasarkan judul penelitian, maka teori-teori yang dianggap relevan untuk dijadikan sebagai kerangka teori antara lain :

2.1 Implementasi

Menurut Wahab (2012:133-135) implementasi sering juga dianggap sebagai bentuk pengoperasian atau penyelenggaraan aktivitas yang telah ditetapkan berdasarkan undang-undang dan menjadi kesepakatan bersama di antara beragam pemangku kepentingan (*stakeholder*), aktor, organisasi, prosedur, dan teknik secara sinergistis yang digerakkan untuk bekerja sama guna menerapkan kebijakan kearah tertentu yang dikehendaki.

2.2 *Corporate Social Responsibility*

a. Definisi *Corporate Social Responsibility*

Lako (2011:25) CSR adalah suatu komitmen berkelanjutan dari dunia usaha untuk berperilaku secara etis dan membantu pembangunan berkelanjutan bekerja sama dengan karyawan serta perwakilannya, keluarganya, masyarakat, dan

komunitas lokal umumnya untuk memperbaharui kualitas hidup dalam cara-cara yang baik bagi bisnis dan pembangunan.

Azheri (2012:27-28) menyatakan bahwa *corporate social responsibility* adalah komitmen perusahaan untuk mampu memberikan apa yang masyarakat inginkan. Oleh karena itu, perusahaan tidak hanya dapat menyediakan barang saja, tetapi juga ikut membantu memecahkan masalah-masalah seputar masyarakat.

Putra (2015:1) dokumen final draf ISO 26000 sebagai *Guidance on social Responsibility* menjelaskan, *corporate social responsibility* merupakan tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak keputusan dan kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat.

b. Manfaat *Corporate Social Responsibility*

Lako (2011: 90) kemauan baik, komitmen dan kepedulian dunia usaha dalam menyisihkan dana untuk aktivitas CSR secara berkelanjutan sebenarnya juga akan mendatangkan sejumlah manfaat bagi dunia bisnis itu sendiri, yaitu:

1. Sebagai investasi sosial yang menjadi sumber keunggulan kompetitif perusahaan dalam jangka pangka.
2. Memperkokoh profitabilitas dan kinerja keuangan perusahaan.
3. Meningkatnya akuntabilitas dan apresiasi positif dari komunitas investor, kreditor, pemasok dan konsumen.
4. Meningkatnya komitmen, etos kerja, efisiensi dan produktivitas karyawan.

5. Menurunnya kerentanan gejala social dan resistensi dari komunitas sekitarnya karena diperhatikan dan dihargai perusahaan.
6. Meningkatnya reputasi, *goodwill* dan nilai perusahaan dalam jangka panjang.

c. Teori *Corporate Social Responsibility*

Lako (2011:5-6) teori-teori lainnya juga menekankan akan pentingnya perusahaan peduli dan melaksanakan CSR secara tepat, sungguh-sungguh, dan konsisten. Setidaknya ada lima dasar teoritis yang memiliki perspektif yang sama dengan teori akuntabilitas korporasi adalah sebagai berikut:

1. Teori *stakeholder*. Teori ini menyatakan bahwa kesuksesan dan hidupnya suatu perusahaan sangat tergantung pada kemampuannya menyeimbangkan beragam kepentingan dari para *stakeholder* atau pemangku kepentingan.
2. Teori legitimasi. Dalam perspektif ini, perusahaan dan komunitas sekitarnya memiliki relasi sosial yang erat karena keduanya terikat dalam suatu kontrak sosial.
3. Teori sustainable korporasi. Menurut teori ini, agar bisa hidup dan tumbuh secara berkelanjutan, korporasi harus mengintegrasikan tujuan bisnis dengan tujuan sosial dan ekologi secara utuh.
4. Teori politikal ekonomi. Menurut teori ini, domain ekonomi tidak dapat diisolasi dari lingkungan di mana transaksi-transaksi ekonomi dilakukan. Karena tidak dapat diisolasi dari masyarakat dan lingkungan, perusahaan wajib memperhatikan dan melaksanakan CSR.

5. Teori keadilan. Menurut teori ini, perusahaan harus adil terhadap masyarakat dan lingkungan sekitarnya yang sudah turut menanggung dampak eksternalitas perusahaan melalui program-program CSR.

d. Perkembangan Pemikiran CSR

1. Tahun 1950 : Dimulainya Era CSR Modern

Skripsi Syamsuddin (2016:14-20) menyatakan bahwa diskusi yang pertama tentang apakah perusahaan mempunyai tanggung jawab sosial terjadi pada tahun 1930-an di Amerika Serikat. Saat itulah istilah tanggung jawab perusahaan atau *corporate social responsibility* lahir. Namun, Kartini (2009) dan Solihin (2009) sepakat untuk menunjuk pada pemikiran Horward R. Brown (1953) dalam bukunya yang berjudul "*Social Responsibility of the Businessman*" sebagai kebangkitan CSR modern, seperti yang dikemukakan oleh Carroll (1999) yang menyebutnya sebagai "bapak Corporate Social Responsibility (CSR)".

Karya Bowen (1953) berangkat dari keyakinan bahwa ratusan bisnis sebagian besar merupakan pusat kekuasaan, pengambilan keputusan, dan tindakan perusahaan yang penting ini menyentuh kehidupan warga dibanyak titik. Diantara banyak pertanyaan yang diajukan oleh Bowen, salah satunya adalah "apa tanggung jawab perusahaan kepada masyarakat yang mungkin dapat diharapkan atau diasumsikan?" pertanyaan ini membuatnya ditetapkan sebagai perumusan definisi awal tentang tanggung jawab sosial para pengusaha. Hal ini dapat ditujukan sebagai kewajiban pengusaha untuk merumuskan kebijakan tersebut, agar membuat keputusan atau mengikuti garis tindakan yang diinginkan dalam hal tujuan dan nilai-nilai masyarakat serta pemenuhan kebutuhan.

Bowen mengutip bahwa pengusaha berarti diatur oleh majalah Fortune (1946), yang berpikir bahwa CSR atau “kesadaran sosial” manajer berarti bahwa pengusaha bertanggung jawab atas konsekuensi dari tindakan mereka yang harus dicakup dalam laporan laba rugi mereka. Hal ini menarik, karena 93,5% dari para pelaku bisnis setuju dengan pernyataan tersebut. Hal ini disebabkan karena, pernyataan tersebut berkaitan dengan doktrin tanggung jawab sosial yang mudah dicatat sebagai topik yang menandai era pemahaman modern dari CSR. Bowen berpendapat bahwa tanggung jawab sosial bukanlah obat mujarab, tetapi itu berisi kebenaran penting yang harus membimbing bisnis dimasa depan karena merupakan langkah awal yang menginspirasi banyak kalangan, maka Bowen layak disebut sebagai “bapak CSR”.

2. Perkembangan CSR di Tahun 1960-an

Dekade 1960-an ditandai pertumbuhan yang signifikan dalam upaya untuk memformalkan atau lebih tepatnya menyatakan apa arti CSR. Salah satu penulis pertama dan paling menonjol dalam periode untuk mendefinisikan CSR adalah Keith Davis, yang kemudian menulis tentang topik dalam bisnis dan buku bagi masyarakatnya. Davis merivis dan menetapkan definisi tanggung jawab sosial dengan menyatakan bahwa ini menunjuk pada “keputusan dan tindakan bisnis diambil dengan alasan, atau setidaknya sebagian, melampaui kepentingan ekonomi atau teknis langsung perusahaan.” Davis mengemukakan bahwa tanggung jawab sosial adalah ide yang samar-samar tetapi harus dilihat dalam konteks manajerial. Selain itu, ia menegaskan bahwa beberapa keputusan bisnis yang bertanggung jawab secara sosial dapat dibenarkan oleh proses penalaran

yang rumit dan panjang, sebagai sesuatu yang memiliki peluang bagus untuk mendatangkan keuntungan ekonomi jangka panjang bagi perusahaan, sehingga mampu untuk membayar kembali lagi prospek tanggung jawab sosial perusahaan.

Tanggung jawab sosial mengacu pada kewajiban seseorang untuk mempertimbangkan dampak dari keputusan dan tindakannya pada sistem sosial secara keseluruhan. Pelaku bisnis menerapkan tanggung jawab sosial ketika mereka mempertimbangkan kebutuhan dan minat orang lain yang mungkin terpengaruh oleh tindakan bisnis. Dengan demikian, mereka melihat melampaui kepentingan ekonomi dan teknis perusahaan mereka sempit.

Dalam sebuah artikel yang membahas pertanyaan tentang apakah pengusaha berhutang kepada masyarakat, ia menambahkan ke definisi sebelumnya. Ia menegaskan, “substansi tanggung jawab sosial muncul dari kondisi memprihatinkan atas konsekuensi etis tindakan seseorang karena mereka mungkin mempengaruhi kepentingan orang lain”. Dia juga menyarankan bagaimana tanggung jawab sosial melampaui aplikasi yang terbatas pada konteks tanggung jawab ke orang lain “tanggung jawab sosial selanjutnya bergerak satu langkah besar dengan menekankan tindakan institusional dan efeknya pada sistem sosial secara keseluruhan. Oleh karena itu, memperluas pandangan seseorang terhadap sistem sosialnya secara keseluruhan dapat menimbulkan pemikiran yang positif.

3. Perkembangan CSR Era Tahun 1970-1980

Para pelaku bisnis telah secara sadar dan terencana berpikir bagaimana seharusnya melakukan eksploitasi sumber daya alam dilakukan dengan tetap mempertimbangkan kaidah keselarasan, keserasian dan keseimbangan. Meskipun

hal itu masih dilihat dari perspektif kepentingan pemodal (perusahaan). Di era 1980-an semakin banyak perusahaan yang menggeser konsep tanggung jawab sosial (*social responsibility*) dari basis *philantropy* ke arah yang lebih produktif lewat *community development* (CD). Intinya kegiatan derma yang sebelumnya kental dengan pola derma karitatif, bergeser ke arah pola pemberdayaan masyarakat, seperti pengembangan kerjasama, memberikan keterampilan, pembukaan akses pasar, hubungan intiplasma, dan sebagainya.

4. Perkembangan CSR Era Tahun 1990-an Hingga Sekarang

Dasawarsa 1990-an adalah periode praktek *social responsibility* yang diwarnai dengan beragam pendekatan, seperti pendekatan integral, pendekatan *stakeholder*, maupun pendekatan *civil society*. Ragam pendekatan tersebut telah mempengaruhi praktek *community development* yang lebih manusiawi dalam bentuk pemberdayaan masyarakat yang lebih efisien.

Di Indonesia sendiri pelaksanaan CSR dijabarkan dalam Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang penanaman modal. Dimana pada pasal 15 menyatakan sebagai berikut. Setiap penanaman modal berkewajiban:

- Menerapkan prinsip tata kelola perusahaan yang baik.
- Melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan.
- Membuat laporan tentang kegiatan penanaman modal dan menyampaikan kepada Badan Koordinasi Penanaman Modal.
- Mematuhi semua ketentuan peraturan perundang-undangan.

Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

Dimana pada pasal 74 menyatakan sebagai berikut:

- Perusahaan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.
- Tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban perusahaan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perusahaan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memerhatikan kepatutan dan kewajiban.
- Perusahaan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenakan sanksi dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- Ketentuan lebih lanjut mengenai tanggung jawab sosia dan lingkungan diatur dengan peraturan pemerintah.

e. Ruang Lingkup CSR

Corporate Social Responsibility atau yang sering disebut sebagai tanggung jawab sosial perusahaan dapat dibagi menjadi 3 hal yaitu:

1. Tanggung jawab ekonomi

Perusahaan didirikan dengan tujuan mendapatkan keuntungan secara optimal. Berkaitan dengan hal tersebut, para pengelola perusahaan memiliki tanggung jawab ekonomi kepada para pemegang saham dalam bentuk pengelolaan perusahaan untuk menghasilkan laba. Laba tersebut sebagian di antaranya akan dibagikan kepada *stakeholder* dalam bentuk deviden dan sebagian lainnya dalam bentuk laba ditahan yang akan meningkatkan nilai suatu perusahaan untuk proses pengelolaan

perusahaan lebih lanjut. Tanggung jawab ekonomi lainnya adalah kepada para kreditor yang telah menyediakan pinjaman kepada perusahaan. Perusahaan memiliki tanggung jawab untuk membayar cicilan pokok pinjaman dan bunga pinjaman yang jatuh tempo.

2. Tanggung jawab hukum

Walaupun perusahaan didirikan untuk menghasilkan laba namun perusahaan dalam melaksanakan kegiatannya harus memperhatikan hukum dan perundangan yang berlaku. Hukum dan perundangan ini dibentuk oleh pemerintah agar perusahaan dapat berjalan sesuai dengan harapan dari masyarakat. Selain itu, hukum juga membantu dalam menciptakan persaingan bisnis yang relatif adil bagi semua perusahaan.

3. Tanggung jawab sosial

Tanggung jawab yang terakhir berupa tanggung jawab sosial perusahaan. Dalam hal ini perusahaan secara sukarela (sadar) turut meningkatkan kesejahteraan komunitas. Secara sukarela dimaksudkan bukan merupakan aktivitas bisnis yang diwajibkan oleh hukum seperti kewajiban membayar pajak atau kepatuhan perusahaan terhadap undang-undang ketenagakerjaan. Tentu saja perusahaan yang dapat melakukan tanggung jawab sosial ini adalah perusahaan yang telah dapat mematuhi peraturan perundangan yang berlaku.

2.2.6 Model-Model CSR

Adapun model-model CSR sebagai berikut:

1. Model: konflik tradisional

Dalam model neo klasik tradisional pertentangan antara tanggung jawab sosial dan lingkungan dan keuntungan tak mungkin terelakkan. Keputusan ini membuat eksternalitas negatif dan membutuhkan kebijakan pemerintah atau intervensi koreksi pasar lainnya untuk mengembalikan keseimbangan sosial yang optimal.

2. Model Pemberian Uang Tunai

Model kedua merupakan ideologi mayoritas perusahaan yang membuatnya tanggung jawab sosial menjadi investasi yang bertanggung jawab atau *Social Responsibility Investment* (SRI) yang kelak dapat membantu bisnisnya. Model kedua ini dipercaya bahwa dengan meningkatkan reputasi mereka, mereka juga meningkatkan perekrutan dan loyalitas karyawan berkualitas. Studi psikologi telah menemukan bahwa kepuasan kerja berkorelasi dengan komitmen yang lebih besar kepada perusahaan dan kesuksesan bisnis yang lebih besar. Salah satu alasan utama CSR yang terus meningkat adalah bahwa para eksekutif telah percaya dapat membantu mereka untuk menarik pelanggan baru atau meningkatkan penjualan. Selain membantu bisnis yang menjual langsung ke konsumen, CSR juga dapat meningkatkan permintaan untuk transaksi bisnis serta *stakeholder*.

3. Model ketiga: tujuan ganda yang harus dikembangkan secara merata.

Model ini menjelaskan ideologi perusahaan yang telah membuat komitmen untuk tujuan lingkungan dan sosial tanpa harus memerlukan bukti bahwa korporasi mengarah kepada keuntungan yang nyata. Pemilik atau manajer telah memutuskan bahwa prestasi sosial dan lingkungan secara independen layak untuk dicapai dan harus dikejar dengan antusiasme yang sama terhadap laba.

2.2.7 Pandangan Perusahaan Terhadap CSR

Dalam menjelaskan CSR-nya terhadap masyarakat perusahaan tentunya memiliki motif tertentu baik motif ekonomi maupun motif sosial.

Syamsuddin (2016:27-28) memetakan cara pandang perusahaan terhadap pelaksanaan tanggung jawab sosial ke dalam tiga persepsi, yaitu:

1. Perusahaan melakukan tanggung jawab sosial (*social responsibility*) sekedar basa-basi dan keterpaksaan. Persepsi ini memandang CSR sebagai beban yang dijalankan akibat dari tekanan pihak eksternal serta peraturan perundangan-undangan yang mengikat. Akibatnya CSR yang dijalankan hanya bersifat jangka pendek, kariatif dan insidental yang lebih dimaksudkan untuk membangun citra positif disbanding mendorong kemandirian masyarakat melalui program CSR yang berbasis pemberdayaan masyarakat.
2. Tanggung jawab sosial dilakukan perusahaan dalam rangka memenuhi kewajiban. Disini tanggung jawab sosial dilakukan atas dasar anjuran regulasi yang harus dipatuhi, seperti Undang-Undang No.40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, keputusan Menteri BUMN Nomor KEP-

04/MBU/2007 tentang program kemitraan badan usaha milik negara dengan usaha kecil program bina lingkungan, peraturan sejenisnya.

3. Perusahaan melakukan tanggung jawab sosial bukan hanya sekedar pemenuhan namun diluar pemenuhan. Disini, tanggung jawab sosial didudukkan sebagai bagian dari aktivitas perusahaan.

2.3 Program CSR Kantor Perwakilan Bank Indonesia Disebut Program Sosial Bank Indonesia

2.3.1 Definisi Program Sosial Bank Indonesia

Program Sosial Bank Indonesia (PSBI) merupakan bentuk kepedulian atau empati sosial Bank Indonesia untuk berkontribusi dalam membantu memecahkan masalah sosial ekonomi yang dihadapi masyarakat. Melalui program sosial, Bank Indonesia juga berupaya meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat terhadap pelaksanaan tugas dan pencapaian tujuan Bank Indonesia.

Program Sosial Bank Indonesia yang selanjutnya disingkat PSBI adalah program sosial yang dilakukan secara sistematis dan terencana melalui aktivitas pemberdayaan masyarakat dan kepedulian sosial. PSBI kini difokuskan pada program pemberdayaan yang bertujuan pada penguatan ekonomi rumah tangga. Bank Indonesia meyakini bahwa sektor rumah tangga berperan penting dalam pilar ekonomi nasional seperti halnya sektor swasta dan pemerintah. Rumah tangga yang kuat secara ekonomi dan edukasi secara agregat dapat mendukung pencapaian stabilitas ekonomi, khususnya melalui pencapaian inflasi yang rendah dan terkendali. PSBI mempunyai program-program strategis pengembangan bidang ekonomi dan peningkatan pengetahuan serta pemahaman masyarakat, disamping melakukan program kepedulian sosial (*charity*). Setiap tahunnya Bank

Indonesia mempunyai tema untuk Program Sosial Bank Indonesia (PSBI) dan ini harus dilaksanakan di masing-masing Kantor Perwakilan Bank Indonesia.

PSBI meliputi dua jenis program, yakni program strategis dan kepedulian sosial. Program strategis mencakup program pengembangan ekonomi dan program peningkatan pengetahuan serta pemahaman masyarakat tentang tujuan dan pelaksanaan tugas Bank Indonesia. Sementara program kepedulian sosial merupakan kegiatan kepedulian atau empati terhadap permasalahan masyarakat di bidang pendidikan, kesehatan, lingkungan hidup, kebudayaan, keagamaan, dan penanganan musibah dan bencana alam. PSBI diperuntukkan untuk kelompok (tidak individu) yang memiliki kegiatan rutin yang terbagi menjadi dua, yaitu terprogram dan insidentil. Terprogram memiliki dua bidang program, yaitu pengembangan ekonomi dan edukasi pelaksanaan tugas Bank Indonesia serta program insidentil mencakup kegiatan sementara di beberapa bidang antara lain: agama, pendidikan, kesehatan, budaya dan penanggulangan bencana.

2.3.2 Dampak Program Sosial Bank Indonesia

Adapun dampak dari Program Sosial Bank Indonesia (PSBI), yaitu:

- a. Secara umum, nilai etika yang dikandung oleh PSBI adalah kesejahteraan masyarakat dan kebermanfaatannya yang berkelanjutan. Hal ini dapat menimbulkan dampak yang berkelanjutan dalam faktor pendapatan serta meningkatkan penjualan.
- b. Secara sosial, Program Sosial Bank Indonesia memberikan dampak yang positif di kalangan *stakeholder*.

- c. Secara bisnis, yang diukur adalah keberhasilan kenaikan saham serta kenaikan pendapatan.
- d. Secara teknis, dapat memberikan dampak operasional yang baik serta dapat memanfaatkan pemberian sesuai dengan tujuannya.

2.3.3 Tujuan Program Sosial Bank Indonesia

- a. Mendukung efektivitas komunikasi kebijakan melalui pemberdayaan masyarakat dan kepedulian sosial yang berkaitan langsung maupun tidak langsung dengan pelaksanaan tugas Bank Indonesia.
- b. Mendukung upaya peningkatan pengetahuan dan pemahaman masyarakat terhadap pelaksanaan tugas Bank Indonesia.

2.3.4 Ruang Lingkup Program Sosial Bank Indonesia

- a. Program peningkatan kapasitas ekonomi.
- b. Program peningkatan kapasitas sumber daya manusia dan pemahaman publik.
- c. Program kepedulian sosial terkait pendidikan, kebudayaan, keagamaan, kesehatan, lingkungan hidup, dan penanganan bencana.

2.4 Implementasi *Corporate Social Responsibility*

2.4.1 Definisi Implementasi *Corporate Social Responsibility*

Nasdian (2015:250) perusahaan mendefinisikan CSR-nya sebagai komitmen perusahaan untuk bekerja sebagai mitra bagi para pemangku kepentingannya dan memelihara hubungan yang dilandasi saling menghargai dan saling percaya. Hal ini dituangkan dalam slogan perusahaan yaitu membangun bersama. Sebagai

mitra masyarakat desa, CSR perusahaan ingin berperan sebagai motivator yang menumbuhkan inisiatif, partisipasi dan keswadayaan dari masyarakat dan *stakeholder* lainnya agar berlangsung pembangunan yang berkelanjutan. Dalam kebijakannya perusahaan memiliki struktur tatakelola yang memperhatikan kepentingan para pemangku kepentingan, mengelola resiko bisnis, menjaga nama baik dan memiliki tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat termasuk kesejahteraan warga sekitar dan lingkungan.

Lako (2011:91-92) karena manfaat timbal-baliknya sangat besar, dianjurkan agar semua kalangan pebisnis (bukan hanya pebisnis yang bergerak dalam skala usaha sumber daya alam atau sejenisnya) segera mengubah paradigma konservatif mereka selama ini yang memandang CSR hanya sebagai beban yang sia-sia.

Pebisnis hendaknya menerima konsepsi CSR sebagai kewajiban dan mempersiapkan segala hal terkait dengan implementasinya.

Pertama, mendiskusikan dengan pemerintah tentang seberapa besar dana CSR yang akan dialokasikan perusahaannya? Apakah dana itu diambil dari penjualan bersih, biaya produksi, biaya operasional, total biaya produksi dan operasional, laba operasi sebelum pajak, atau didasarkan pada ukuran perusahaan (aset)? Apakah besaran persentasenya sama untuk semua industri atau berbeda-beda antarperusahaan yang sesuai dengan karakteristik bisnis atau industrinya?

Kedua, mendesain visi, misi, strategi, program dan proyek-proyek CSR yang akan ditawarkan ke masyarakat. Kemudian, mengintegrasikannya dalam perencanaan strategik, taktikal dan operasional perusahaan. Semua level manajemen harus didasarkan bahwa CSR bukanlah suatu beban, tapi suatu kebutuhan krusial buat

perusahaan. Karena itu, semua level manajemen harus bertanggung jawab dalam pelaksanaan CSR dan kesuksesannya. *Ketiga*, melakukan kolaborasi dengan pemerintah, legislatif dan lembaga masyarakat terkait tentang bentuk kemitraan yang sejati antara masyarakat, dunia bisnis dan pemerintah (*triple partnership*) dalam implementasi CSR. Dalam kemitraan ini, masing-masing pihak harus menyadari perannya masing-masing dan tidak saling merugikan. Perusahaan mendesain program-program CSR yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan lingkungan setempat. Masyarakat proaktif dalam formulasi, pelaksanaan, monitoring dan evaluasi program CSR.

2.4.2 Manfaat Implementasi *Corporate Social Responsibility*

Azheri (2012:368) manfaat yang diperoleh perusahaan jika mengimplementasikan *corporate social responsibility* adalah sebagai berikut:

1. Keberadaan perusahaan dapat tumbuh dan berkelanjutan. Selain itu, perusahaan juga mendapatkan citra yang positif dari masyarakat luas.
2. Perusahaan lebih mudah memperoleh akses terhadap capital (modal).
3. Perusahaan dapat mempertahankan sumber daya manusia (*human resources*) yang berkualitas.
4. Perusahaan dapat meningkatkan pengambilan keputusan pada hal-hal yang kritis dan mempermudah pengolahan manajemen resiko.

2.5 *Public Relations*

2.5.1 Definisi *Public Relations*

Ruslan (2016:16) menyatakan bahwa *public relations* adalah fungsi manajemen yang khas dan mendukung pembinaan, pemeliharaan jalur bersama

antar organisasi dengan publiknya, menyangkut aktivitas komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerja sama; melibatkan manajemen dalam menghadapi persoalan/permasalahan, membantu manajemen untuk mampu menanggapi opini publik; mendukung manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif; bertindak sebagai sistem peringatan dini dalam mengantisipasi kecenderungan penggunaan penelitian serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama yang lebih konkrit dan lebih nyata.

Butterick (2013:36) akademisi Amerika Serikat, menyatakan bahwa *public relations* adalah fungsi manajemen yang unik yang membantu membangun dan memelihara jalur komunikasi, memunculkan pemahaman, kerja sama antara organisasi dan publiknya; melibatkan manajemen permasalahan dan isu; membantu manajemen untuk terus menginformasikan dan tanggap terhadap opini publik; mendefinisikan dan menekankan tanggung jawab manajemen untuk melayani kepentingan umum; membantu manajemen untuk tetap mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif, melayani sebagai sistem peringatan dini untuk membantu mencegah kecenderungan negatif; dan menggunakan penelitian yang sehat dan etika komunikasi sebagai alat utamanya.

Morissan (2010:8) mendefinisikan *public relations* adalah seni dan ilmu sosial dalam menganalisis kecenderungan, memperkirakan akibat-akibat, memberikan saran kepada pimpinan perusahaan serta melaksanakan program tindakan terencana yang melayani baik kepentingan organisasi dan khalayaknya.

2.5.2 Fungsi Utama *Public Relations*

Ruslan (2014:19) fungsi *public relations* dapat dirumuskan, sebagai berikut:

1. Menunjang aktivitas utama manajemen dalam mencapai tujuan bersama.
2. Membina hubungan yang harmonis antara badan/organisasi dengan publiknya yang merupakan khalayak sasaran.
3. Mengidentifikasi segala sesuatu yang berkaitan dengan opini, persepsi dan tanggapan masyarakat terhadap badan/organisasi yang diwakilinya, atau sebaliknya.
4. Melayani keinginan publiknya dan memberikan sumbang saran kepada pimpinan manajemen demi tujuan dan manfaat bersama.

2.5.3 Strategi *Public Relations*

Ruslan (2016:142-144) Strategi *public relations* dalam menjalankan tanggung jawab dan fungsinya untuk menciptakan iklim yang kondusif antara perusahaan dengan publiknya untuk tujuan bersama adalah sebagai berikut:

1. Strategi operasional melalui pelaksanaan program Humas yang dilakukan dengan program kemasyarakatan, melalui mekanisme sosial kultural dan nilai-nilai yang berlaku di masyarakat dari dari opini publik atau kehendak masyarakat terekam pada setiap berita atau surat pembaca dan lalu sebagainya yang dimuat di berbagai media massa. Artinya pihak humas mutlak bersikap atau berkemampuan untuk mendengar, dan bukan hanya sekedar mendengar mengenai etika, moral maupun nilai-nilai kemasyarakatan yang dianut.
2. Pendekatan persuasi dan edukatif. Fungsi humas adalah menciptakan dua arah (timbang balik) dengan menyebarkan informasi dari organisasi

kepada pihak publiknya yang bersifat mendidik dan memberikan penerangan, maupun dengan menggunakan pendekatan persuasif, agar tercipta saling pengertian, menghargai, pemahaman, toleransi.

3. Pendekatan Tanggung Jawab Sosial Humas menumbuhkan sikap tanggung jawab sosial bahwa tujuan dan sasaran yang hendak dicapai tersebut bukan ditujukan untuk mengambil keuntungan sepihak dari publik sarasannya namun untuk memperoleh keuntungan bersama.
4. Pendekatan kerjasama berupaya membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan berbagai kalangan, baik hubungan ke dalam (*internal relations*) maupun hubungan keluar (*eksternal relations*) untuk meningkatkan kerjasama. Humas berkewajiban memasyarakatkan misi instansi yang diwakilkannya agar diterima untuk mendapat dukungan dari masyarakat. Hal ini dilakukan dalam rangka memperoleh opini publik serta perubahan sikap yang positif bagi kedua belah pihak.
5. Pendekatan koordinatif dan integratif untuk memperluas peranan *public relations* di masyarakat, maka fungsi Humas dalam arti sempit hanya mewakili lembaga/institusinya akan tetapi peranannya yang lebih luas adalah berpartisipasi dalam menunjang program pembangunan nasional, dan mewujudkan ketahanan Nasional di bidang politik, ekonomi, sosial budaya dan Hankamnas. Berkaitan dengan penjelasan langkah-langkah pokok dari berbagai aspek pendekatan dan strategi komunikasi dalam upaya untuk menjalin berbagai hubungan positif dengan publik internal dan publik eksternal di atas, dapat ditarik suatu pengertian yang

mencakup peranan Humas di berbagai kegiatan di lapangan yaitu menginformasikan, menerangkan, menyarankan, serta meyakinkan masyarakat untuk terus menggunakan produk tersebut.

2.6 Peran Public Relations dalam Komunikasi Organisasi

Muhammad (2009:23) mendefinisikan bahwa komunikasi organisasi adalah proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling tergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau yang selalu berubah-ubah sehingga menimbulkan akibat yang tidak pasti.

Ruliana (2014:17-18) mengemukakan definisi fungsional komunikasi organisasi sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan di antara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Suatu organisasi, dengan demikian, terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan hierarkis antara yang satu dengan lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan. Tujuan komunikasi organisasi adalah menyatakan pikiran, pandangan dan pendapat, membagi informasi, menyatakan perasaan dan emosi serta melakukan koordinasi. Fungsi komunikasi organisasi terdiri dari fungsi umum dan fungsi khusus, adalah sebagai berikut:

1. Fungsi Umum

- a. Komunikasi berfungsi untuk menyampaikan atau memberikan informasi kepada individu atau kelompok tentang bagaimana melaksanakan suatu pekerjaan sesuai dengan kompetensinya.
- b. Komunikasi berfungsi menjual gagasan dan ide, pendapat, dan fakta.

- c. Komunikasi berfungsi untuk meningkatkan kemampuan para karyawan, agar mereka bisa belajar dari orang lain tentang organisasi.
- d. Komunikasi berfungsi untuk memanfaatkan sumber daya manusia, dan mengalokasikan manusia, mesin, metode dan teknik dalam organisasi.

2. Fungsi Khusus

- a. Membuat para karyawan melibatkan diri ke dalam isu-isu organisasi.
- b. Membuat para karyawan menciptakan dan menangani relasi antarsesama bagi peningkatan produk organisasi.
- c. Membuat para karyawan memiliki kemampuan untuk menangani dan mengambil keputusan-keputusan dalam suasana ambigu dan tidak pasti.

2.7 Pemberdayaan Masyarakat

2.7.1 Definisi Pemberdayaan Masyarakat

Untung (2014:63) pemberdayaan masyarakat adalah serangkaian kegiatan untuk meningkatkan aset dan kemampuan masyarakat miskin agar mau dan mampu mengakses berbagai sumber daya, permodalan, teknologi dan pasar dengan pendekatan pendampingan, peningkatan kapasitas pelayanan serta pembelajaran menuju kemandirian dan etos kerja.

Yuniarti Wahyuningrum (tanpa tahun:111) mengemukakan beberapa hal mengenai pemberdayaan masyarakat, antara lain:

1. Pemberdayaan pada dasarnya adalah memberi kekuatan kepada pihak yang kurang atau tidak berdaya (*powerless*) agar dapat memiliki kekuatan yang menjadi modal dasar aktualisasi diri.
2. Pemberdayaan masyarakat tidak hanya menyangkut aspek ekonomi.

3. Pemberdayaan masyarakat agar dapat dilihat sebagai program maupun proses berkelanjutan.
4. Pemberdayaan yang sepenuhnya melibatkan partisipasi masyarakat.
5. Konsep pemberdayaan masyarakat mencakup pengertian pembangunan yang bertumpu pada masyarakat.

Zubaedi (2013:75-79) mengemukakan pemberdayaan masyarakat merupakan upaya membangun kemampuan masyarakat dan memberdayakan sumber daya manusia yang ada melalui pengembangan kelembagaan, sarana dan prasarana serta pengembangan yang terdiri dari pendampingan, penyuluhan, dan pelayanan. Pendampingan yang dapat menggerakkan partisipasi total masyarakat, penyuluhan dapat merespons dan memantau ubahan-ubahan yang terjadi di masyarakat, dan pelayanan yang berfungsi sebagai unsur pengendali ketepatan distribusi aset sumber daya fisik dan nonfisik yang diperlukan masyarakat.

2.7.2 Tujuan Pemberdayaan Masyarakat

Untung (2014:63) tujuan pemberdayaan masyarakat adalah meningkatkan kemampuan, mendorong kemauan dan keberanian, serta memberikan kesempatan bagi upaya-upaya masyarakat setempat tanpa dukungan pihak luar untuk mengembangkan kemandiriannya demi terwujudnya perbaikan kesejahteraan (ekonomi, sosial, fisik dan mental) secara berkelanjutan.

Zulfitri (2011:25) tujuan pemberdayaan masyarakat adalah sebagai berikut:

1. Membantu mengembangkan manusiawi yang otentik dan integral dari masyarakat lemah, rentan, miskin, marjinal dan kaum kecil.

2. Memberdayakan kelompok-kelompok masyarakat tersebut secara sosio ekonomi sehingga mereka lebih mandiri serta dapat memenuhi kebutuhan hidup mereka, namun sanggup berperan serta dalam pengembangan masyarakat.

2.7.3 Tahapan Pemberdayaan Masyarakat

Wulandari (2014:16-17) tahapan-tahapan pemberdayaan masyarakat yaitu:

1. Tahap penyadaran dan pembentukan perilaku menuju kesadaran dan peduli sehingga merasa membutuhkan peningkatan kapasitas diri.
2. Tahap transformasi kemampuan berupa pengetahuan, kecakapan keterampilan agar terbuka wawasan dan memberikan keterampilan dasar sehingga dapat mengambil peran di dalam pembangunan.
3. Tahap peningkatan kemampuan intelektual, keterampilan sehingga terbentuklah inisiatif dan kemampuan inovatif untuk mengantarkan pada kemandirian.

Tahap pertama atau tahap penyadaran dan pembentukan perilaku merupakan tahap persiapan dalam proses pemberdayaan masyarakat. Pada tahap ini pihak pemberdaya berusaha menciptakan prakondisi, supaya dapat memfasilitasi berlangsungnya proses pemberdayaan yang efektif. Apa yang diintervensi dalam masyarakat sesungguhnya lebih pada kemampuan afektifnya untuk mencapai kesadaran konatif yang diharapkan. Sentuhan penyadaran akan lebih membuka keinginan dan kesadaran masyarakat akan kondisinya saat itu, dan dengan demikian akan dapat merangsang kesadaran mereka tentang perlunya memperbaiki kondisi untuk menciptakan masa depan yang lebih baik.

Tahap kedua yaitu proses transformasi pengetahuan dan kecakapan dan keterampilan dapat berlangsung baik, penuh semangat dan berjalan efektif, jika tahap pertama telah terkondisi. Masyarakat akan menjalani proses belajar tentang pengetahuan dan kecakapan/keterampilan yang memiliki relevansi dengan apa yang menjadi tuntutan kebutuhan tersebut. Keadaan ini akan menstimulasi terjadinya keterbukaan wawasan dan menguasai kecakapan/keterampilan dasar yang mereka butuhkan. Pada tahap ini masyarakat hanya dapat memberikan peran partisipasi pada tingkat yang rendah, yaitu sekedar menjadi pengikut atau objek pembangunan saja, belum mampu menjadi subjek dalam pembangunan.

Tahap ketiga adalah merupakan tahap pengayaan atau peningkatan intelektualitas dan kecakapan/keterampilan yang diperlukan, supaya mereka dapat membentuk kemampuan kemandirian. Kemandirian tersebut akan ditandai oleh kemampuan masyarakat dalam membentuk inisiatif, melahirkan kreasi-kreasi, dan melakukan inovasi-inovasi di dalam lingkungannya. Apabila masyarakat telah mencapai tahap ketiga ini maka masyarakat dapat secara mandiri melakukan pembangunan. Dalam konsep pembangunan masyarakat dalam kondisi seperti ini sering kali di dudukkan sebagai subjek pembangunan atau pemeran utama. Pemerintah tinggal menjadi fasilitatornya saja.

Zulfitri (2011:23) tahapan-tahapan untuk pemberdayaan masyarakat terdiri dari tiga tahapan adalah sebagai berikut:

1. Menciptakan suasana iklim yang memungkinkan potensi masyarakat itu berkembang titik tolaknya adalah pengertian bahwa setiap manusia dan masyarakat memiliki potensi daya dikembangkan.

2. Memperkuat potensi atau daya yang dimiliki oleh masyarakat dalam rangka ini diperlukan langkah-langkah lebih positif dan nyata.
3. Pembukaan akses kepada berbagai peluang yang akan membuat masyarakat menjadi semakin berdaya dan memanfaatkan peluang.

2.7.4 Strategi Pemberdayaan Masyarakat

Syamsuddin (2016:40) pemberdayaan masyarakat dapat dilaksanakan dengan strategi adalah sebagai berikut:

1. Menyusun instrument pengumpulan data. Dalam kegiatan ini informasi yang diperlukan dapat berupa hasil penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, referensi yang ada, dari hasil temuan dari pengamatan lapangan.
2. Membangun pemahaman, komitmen untuk mendorong kemandirian individu, keluarga dan masyarakat.
3. Mempersiapkan sistem informasi, mengembangkan sistem analisis, intervensi, monitoring dan evaluasi pemberdayaan individu, keluarga dan masyarakat.

Mardikanto Soebianto (2015:167) pemberdayaan masyarakat adalah satu kegiatan yang memiliki tujuan yang jelas dan harus dicapai oleh karenanya dalam setiap pelaksanaan program pemberdayaan masyarakat perlu dilandasi dengan strategi kerja tertentu agar dapat mencapai keberhasilan. Strategi pemberdayaan masyarakat, mempunyai tiga arah yaitu:

1. Pemihakan terhadap pemberdayaan masyarakat.

2. Pemantapan otonomi dan pendelegasian wewenang dalam pengelolaan pembangunan yang mengembangkan peran serta masyarakat.
3. Modernisasian melalui penajaman arah perubahan struktur sosial ekonomi (termaksud didalamnya kesehatan) budaya dan politik yang bersumber dari partisipasi masyarakat.

Dengan demikian pemberdayaan masyarakat dapat dilaksanakan dengan strategi sebagai berikut:

1. Menyusun instrument pengumpulan data. Dalam kegiatan ini informasi yang diperlukan dapat berupa hasil penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, referensi yang ada, dari hasil temuan dari pengamatan lapangan.
2. Membangun pemahaman, komitmen untuk mendorong kemandirian individu, keluarga dan masyarakat.
3. Mempersiapkan sistem informasi, mengembangkan sistem analisis, intervensi, monitoring dan evaluasi pemberdayaan individu, keluarga dan masyarakat.

2.7.5 Prinsip-Prinsip Pemberdayaan Masyarakat

Mardikanto Soebianto (2015:105) mengungkapkan prinsip-prinsip pemberdayaan masyarakat yang mencakup:

1. Minat dan kebutuhan, artinya pemberdayaan akan efektif jika selalu mengacu pada minat dan kebutuhan masyarakat. Mengenai hal ini, harus dikaji secara mendalam apa yang benar-benar menjadi minat dan kebutuhan yang dapat menyenangkan setiap individu maupun segenap

warga masyarakatnya, kebutuhan apa saja yang dapat dipenuhi sesuai dengan tersedianya sumber daya serta minat dan kebutuhan mana yang perlu mendapat prioritas untuk dipenuhi terlebih dahulu.

2. Organisasi masyarakat bawah artinya pemberdayaan akan efektif jika mampu melibatkan/menyentuh organisasi masyarakat bawah, sejak dari setiap keluarga/kekeluargaan.
3. Keragaman budaya, artinya pemberdayaan harus memperhatikan adanya keragaman budaya. Perencanaan pemberdayaan harus selalu disesuaikan dengan budaya lokal yang beragam. Dilain pihak, perencanaan pemberdayaan yang seragam untuk setiap wilayah seringkali akan menemui hambatan yang bersumber pada keragaman budayanya.
4. Perubahan budaya, artinya setiap kegiatan pemberdayaan akan mengakibatkan perubahan budaya. Kegiatan pemberdayaan harus dilaksanakan dengan bijak dan hati-hati agar perubahan yang terjadi tidak menimbulkan kejutan budaya. Karena itu, setiap penyuluh perlu untuk terlebih dahulu memperhatikan nilai-nilai budaya lokal seperti tabu, dan kebiasaan-kebiasaan.
5. Kerjasama dan partisipasi, artinya pemberdayaan hanya akan efektif jika mampu menggerakkan partisipasi masyarakat untuk selalu bekerjasama dalam melaksanakan program-program pemberdayaan yang telah dirancang dan di jalankan.
6. Demokrasi dalam penerapan ilmu, artinya pemberdayaan harus selalu memberikan kesempatan kepada masyarakatnya untuk menawar setiap

ilmu alternatif yang ingin diterapkan. Yang dimaksud demokrasi disini, bukan terbatas pada tawar-menawar tentang ilmu alternatif saja, tetapi juga dalam penentuan metode pemberdayaan, serta proses pengambilan keputusan yang akan dilakukan oleh masyarakat sasarnya.

7. Belajar sambil bekerja, artinya dalam kegiatan pemberdayaan harus diupayakan agar masyarakat dapat “belajar sambil bekerja” atau belajar dari pengalaman tentang segala sesuatu yang ia kerjakan.
8. Penggunaan metode yang sesuai, artinya pemberdayaan harus dilakukan dengan penerapan metode yang selalu disesuaikan dengan kondisi (lingkungan fisik, kemampuan ekonomi, dan nilai sosial budaya) sasarnya. Dengan perkataan lain, tidak satupun metode yang dapat diterapkan disemua kondisi sasaran dengan efektif dan efisien.
9. Kepemimpinan, artinya penyuluh tidak melakukan kegiatan-kegiatan yang hanya bertujuan untuk kepentingan/kepuasannya sendiri, dan harus mampu mengembangkan kepemimpinan. Dalam hubungan ini, penyuluh sebaiknya mampu menumbuhkan pemimpin-pemimpin lokal atau memanfaatkan pemimpin lokal yang telah ada untuk membantu kegiatan pemberdayaan masyarakat yang telah berjalan.
10. Spesialis yang terlatih, artinya penyuluh harus benar-benar pribadi yang telah memperoleh latihan khusus tentang segala sesuatu yang sesuai dengan fungsinya sebagai penyuluh.
11. Segenap keluarga, artinya penyuluh harus memperhatikan keluarga sebagai satu kesatuan dan unit sosial.

12. Kepuasan, artinya pemberdayaan harus mampu mewujudkan tercapainya kepuasan. Adanya kepuasan, akan sangat menentukan keikutsertaan sasaran pada program-program pemberdayaan selanjutnya.

2.7.6 Indikator Pemberdayaan Masyarakat

Syamsuddin (2016:41-43) mengemukakan indikator keberhasilan yang dipakai untuk mengukur pelaksanaan program pemberdayaan masyarakat yang mencakup beberapa indikator sebagai berikut:

1. Berkurangnya jumlah penduduk miskin.
2. Berkembangnya usaha peningkatan pendapatan yang dilakukan penduduk miskin dengan memanfaatkan sumber daya yang tersedia.
3. Meningkatkan kepedulian masyarakat terhadap upaya peningkatan kesejahteraan keluarga miskin dilingkungannya.
4. Meningkatnya kemandirian kelompok yang ditandai dengan miskin berkembangnya usaha produktif anggota dan kelompok, makin kuat pemodalan kelompok, makin rapinya sistem administrasi kelompok, serta makin luasnya interaksi sosial dengan kelompok lain. Meningkatnya kapasitas masyarakat dan pemerataan pendapatan yang ditandai dengan peningkatan pendapatan keluarga miskin yang mampu memenuhi kebutuhan pokok dan kebutuhan sosial dasarnya.

Selain itu, Schuer, Hashemi dan Riley dalam Edi Suharto (http://www.policy.hu/suharto/modul_a/makindo-32.htm) juga mengembangkan beberapa indikator pemberdayaan, yang mereka sebut sebagai empowerment index atau indeks pemberdayaan, adalah sebagai berikut:

- a. Kebebasan mobilitas: kemampuan individu untuk pergi ke luar rumah atau wilayah tempat tinggalnya, seperti ke pasar, fasilitas medis, bioskop, rumah ibadah, ke rumah tetangga. Tingkat mobilitas ini dianggap tinggi jika individu mampu pergi sendirian.
- b. Kemampuan membeli komoditas ‘kecil’: kemampuan individu untuk membeli barang-barang kebutuhan keluarga sehari-hari (beras, minyak tanah, minyak goreng, bumbu) kebutuhan dirinya (minyak rambut, sabun mandi, rokok, bedak, sampo). Individu dianggap mampu melakukan kegiatan ini terutama jika ia dapat membuat keputusan sendiri tanpa meminta ijin pasangannya, terlebih jika ia dapat membeli barang-barang tersebut dengan menggunakan uangnya sendiri.
- c. Kemampuan membeli komoditas ‘besar’: kemampuan individu untuk membeli barang-barang sekunder atau tersier, seperti lemari pakaian, TV, radio, koran, majalah, pakaian keluarga. Seperti halnya indikator diatas, poin tinggi diberikan terhadap individu yang dapat membuat keputusan sendiri tanpa meminta ijin pasangannya, terlebih jika ia dapat membeli barang-barang tersebut dengan menggunakan uangnya sendiri.
- d. Terlibat dalam pembuatan keputusan-keputusan rumah tangga: mampu membuat keputusan secara sendiri maupun bersama suami/istri mengenai keputusan-keputusan keluarga, misalnya mengenai renovasi rumah, pembelian kambing untuk ditalan, memperoleh kredit usaha.
- e. Kebebasan relatif dari dominasi keluarga: responden ditanya mengenai apakah dalam satu tahun terakhir ada seseorang (suami, istri, anak-anak,

mertua) yang mengambil uang, tanah, perhiasan dari dia tanpa ijinnya, yang melarang mempunyai anak; atau melarang bekerja di luar rumah.

Kesadaran hukum dan politik: mengetahui nama salah seorang pegawai pemerintah desa/kelurahan; nama presiden; mengetahui pentingnya memiliki surat nikah dan hukum-hukum waris.

- f. Keterlibatan dalam kampanye dan protes-protes: seseorang dianggap berdaya jika ia pernah terlibat dalam kampanye atau bersama orang lain melakukan protes, misalnya terhadap suami yang memukuli istri; istri penyalahgunaan bantuan sosial; atau penyalahgunaan kekuasaan polisi dari pegawai pemerintah.
- g. Jaminan ekonomi dan kontribusi terhadap keluarga: memiliki rumah, tanah, asset produktif, tabungan. Seseorang dianggap memiliki poin tinggi jika ia memiliki aspek-aspek tersebut secara sendiri.

2.8 Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara

2.8.1 Profil

Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara merupakan Bank Sentral Republik Indonesia. Bank ini memiliki nama lain De Javasche Bank yang dipergunakan pada masa Hindia Belanda. Sebagai bank sentral, Bank Indonesia mempunyai satu tujuan tunggal, yaitu mencapai dan memelihara kestabilan nilai rupiah. Kestabilan nilai rupiah ini mengandung dua aspek, yaitu kestabilan nilai mata uang terhadap barang dan jasa, serta kestabilan terhadap mata uang negara lain. Gedung-gedung ini menunjukkan ciri arsitektur yang sama mengikuti ciri arsitektur Eropa pada zamannya. Pemimpin Cabang Medan yang pertama adalah

L. Von Hemert dan pada tahun 1951 saat nasionalisasi pemimpin cabang adalah SF van Musschenbroek dan pada saat Undang-Undang Bank Indonesia 1953 diberlakukan, pemimpin Cabang Medan adalah M. Plantema dan putra Indonesia pertama yang mengendalikan Bank Indonesia cabang Medan adalah M. Rifai dan pemimpin Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara yang menjabat sekarang adalah Arief Budi Santoso.

2.8.2 Tujuan

Dalam kapasitasnya sebagai bank sentral, Bank Indonesia mempunyai satu tujuan tunggal, yaitu mencapai dan memelihara kestabilan nilai rupiah. Kestabilan nilai rupiah ini mengandung dua aspek, yaitu kestabilan nilai mata uang terhadap barang dan jasa, serta kestabilan terhadap mata uang negara lain.

Aspek pertama tercermin pada perkembangan laju inflasi, sementara aspek kedua tercermin pada perkembangan nilai tukar rupiah terhadap mata uang negara lain. Perumusan tujuan tunggal ini dimaksudkan untuk memperjelas sasaran yang harus dicapai Bank Indonesia serta batas-batas tanggung jawabnya. Dengan demikian, tercapai atau tidaknya tujuan Bank Indonesia ini kelak akan dapat diukur dengan mudah dan lebih jelas terlihat.

2.8.3 Visi dan Misi

a. Visi

Menjadi lembaga bank sentral yang kredibel dan terbaik di regional melalui penguatan nilai-nilai strategis yang dimiliki serta pencapaian inflasi yang rendah dan nilai tukar yang stabil serta dapat menunjukkan keunggulan yang setara.

b. Misi

1. Mencapai stabilitas nilai rupiah dan menjaga efektivitas transmisi kebijakan moneter untuk mendorong pertumbuhan ekonomi.
2. Mendorong system keuangan nasional bekerja secara efektif dan efisien serta mampu bertahan terhadap gejolak internal dan eksternal untuk mendukung alokasi sumber pendanaan/pembiayaan dapat berkontribusi pada pertumbuhan dan stabilitas perekonomian nasional.
3. Mewujudkan sistem pembayaran yang aman, efisien yang dapat berkontribusi terhadap perekonomian, stabilitas moneter dan stabilitas sistem keuangan dengan memperhatikan aspek dan sebagainya.
4. Meningkatkan dan memelihara organisasi dan SDM Bank Indonesia yang menjunjung tinggi nilai – nilai strategis dan berbasis kinerja, serta melaksanakan tata kelola (*governance*) yang berkualitas dalam rangka melaksanakan tugas yang diamanatkan Undang-Undang.

BAB III

METODE PENELITIAN

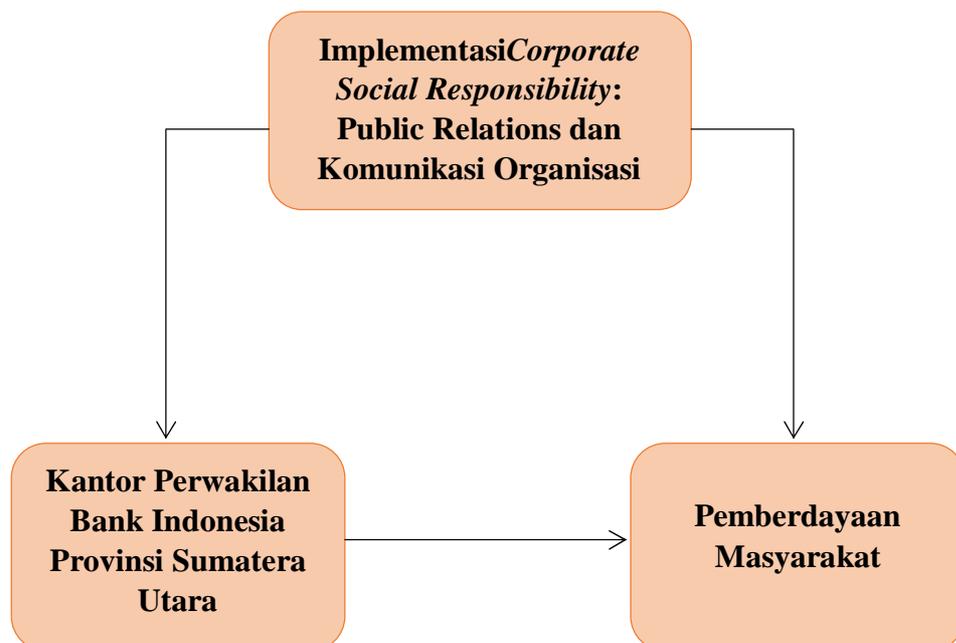
3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Tipe penelitian ini menggunakan tipe deskriptif kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat populasi atau objek penelitian melalui wawancara mendalam terhadap informan atau narasumber, sehingga dapat ditemukan bagaimana implementasi *corporate social responsibility* Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara.

3.2 Kerangka Konsep

Adapun kerangka konsep pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 1 : Kerangka Konsep



3.3 Definisi Konsep

Adapun konsep pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.3.1 Implementasi

Implementasi adalah bentuk pengoperasionalisasi atau penyelenggara aktivitas yang telah ditetapkan berdasarkan undang-undang dan menjadi kesepakatan bersama di antara beragam pemangku kepentingan (*stakeholder*), organisasi, dan teknik secara sinergistis yang digerakkan untuk bekerja sama untuk menerapkan kebijakan ke arah tertentu yang di kehendaki dan dijalani.

3.3.2 *Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility adalah komitmen perusahaan untuk mampu memberikan apa yang masyarakat inginkan. Jadi perusahaan tidak hanya dapat menyediakan barang saja, tetapi juga ikut membantu memecahkan masalah-masalah seputar masyarakat dan lingkungan sekitar.

3.3.3 Program Sosial Bank Indonesia

Program Sosial Bank Indonesia merupakan bentuk kepedulian atau empati sosial Bank Indonesia untuk berkontribusi dalam membantu memecahkan masalah sosial ekonomi yang dihadapi masyarakat untuk lebih efisien.

3.3.4 Implementasi *Corporate Social Responsibility*

Implementasi *corporate social responsibility* yang berarti perusahaan mendefinisikan CSR-nya sebagai komitmen perusahaan untuk bekerja sebagai mitra bagi para pemangku kepentingan dan memelihara hubungan yang dilandasi saling menghargai dan saling percaya serta kepedulian terhadap masyarakat.

3.3.5 *Public Relations*

Public Relations adalah fungsi manajemen yang khas dan mendukung pembinaan, pemeliharaan jalur bersama antar organisasi dengan publiknya, menyangkut aktivitas komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerja sama; melibatkan manajemen dalam menghadapi persoalan/permasalahan, membantu manajemen untuk mampu menanggapi opini publik; mendukung manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif; bertindak sebagai sistem peringatan dini dalam mengantisipasi kecenderungan penggunaan penelitian serta teknik komunikasi yang sehat sebagai sarana utama.

3.3.6 Komunikasi organisasi

Komunikasi organisasi adalah proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling tergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau yang selalu berubah.

3.3.7 Pemberdayaan masyarakat

Pemberdayaan masyarakat adalah serangkaian kegiatan untuk meningkatkan asset dan kemampuan masyarakat miskin agar mampu mengakses berbagai sumber daya, permodalan, teknologi dan pasar dengan pendekatan pendampingan, peningkatan kapasitas pelayanan serta pembelajaran menuju kemandirian.

3.3.8 Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara

Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara merupakan Bank Sentral Republik Indonesia. Sebagai bank sentral, Bank Indonesia mempunyai tujuan tunggal yaitu mencapai, memelihara kestabilan nilai rupiah. Kestabilan

nilai rupiah ini mengandung dua aspek yaitu kestabilan nilai mata uang terhadap barang dan jasa dan kestabilan terhadap mata uang negara lain.

3.4 Kategorisasi Penelitian

Adapun kategorisasi dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1: Kategorisasi Penelitian

No.	Konsep Teoritis	Kategorisasi
1.	Implementasi <i>corporate social responsibility</i> Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara	<ul style="list-style-type: none"> - Gaya Kepemimpinan - Jenis kegiatan - Waktu dan lokasi penelitian - Anggaran atau Bantuan Sosial
2.	Peran <i>public relations</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Sosialisasi - Kerjasama dengan media - Dokumentasi
3.	Pemberdayaan masyarakat	<ul style="list-style-type: none"> - Partisipasi - Opini - Respon

Sumber; Hasil Olahan 2019

3.5 Informan atau Narasumber

Informan atau narasumber merupakan orang-orang yang terlibat dalam objek penelitian yang akan dimanfaatkan peneliti dalam menggali informasi terkait objek yang akan diteliti. Dalam konteks ini, informan pada penelitian adalah Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara dan penerima program CSR (Kelompok Juli Tani).

Adapun informan atau narasumber dalam penelitian ini sebanyak 3 (tiga) orang terdiri dari 1 (satu) orang CSR Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara yang bernama Dani, dan 1 (satu) orang Humas Kantor Perwakilan

Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara yang bernama Elly, serta 1 (satu) orang ketua Kelompok Juli Tani Kabupaten Deliserdang yang bernama Yareli.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Dalam rangka mengumpulkan data yang diperlukan, maka penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi adalah sebagai berikut:

3.6.1 Wawancara

Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. (Sugiyono, 2016)

3.6.2 Observasi

Observasi merupakan suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengadakan penelitian secara teliti, serta pencatatan secara sistematis. (Gunawan, 2013)

3.6.3 Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah mencari data mengenai apa yang belum diketahui/diperoleh dari metode yang sebelumnya sebagai acuan penelitian yang dilakukan seperti catatan, transkrip, buku, surat majalah, agenda, dan lain-lain yang dapat membantu penelitian ini. Hal ini sesuai dengan definisi metode itu sendiri. Sejumlah data yang tersedia adalah data verbal seperti dalam surat-surat, catatan (jurnal), dan lain-lain. Kumpulan data verbal yang berbentuk tulisan-tulisan disebut dalam dokumentasi dalam arti sempit. Dokumentasi ini dalam arti luas meliputi dokumen-dokumen, artikel, foto, dan lain-lain. (Sugiyono, 2008)

3.7 Teknik Analisis Data

Adapun teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah teori tipologi. Teori tipologi adalah ilmu yang mempelajari pengelompokan suatu benda dan makhluk secara umum. Analisis data dalam metode penelitian kualitatif terdiri dari tiga jalur yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan/verifikasi sebagai sesuatu yang menjalin pada saat sebelum, selama dan sesudah pengumpulan data dalam bentuk yang sejajar, untuk membangun wawasan umum yang disebut “analisis”.

3.7.1 Reduksi Data

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Seperti telah dikemukakan, semakin lama peneliti ke lapangan maka jumlah data akan semakin banyak, kompleks dan rumit. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis. Data melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya serta membuang yang tidak perlu. Dengan demikian, data yang direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencari bila diperlukan. Reduksi data dapat dibantu dengan peralatan elektronik seperti komputer mini, dengan memberikan kode pada aspek-aspek tertentu.

3.7.2 Penyajian Data

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data dalam penelitian kualitatif. Penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian

singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart. Yang sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah teks yang bersifat naratif.

Dengan mendisplay data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut. Selanjutnya disarankan, dalam melakukan display data. Selain dengan teks yang naratif, juga dapat berupa grafik, matrik, jaringan kerja dan chart.

3.7.3 Penarikan Kesimpulan/Verifikasi

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan untuk mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan adalah kesimpulan yang kredibel.

Syamsuddin, 2016:50-52) pada kegiatan analisis data dari permulaan pengumpulan data seorang penganalisis kualitatif mulai mencari arti benda-benda mencatat keteraturan, pola-pola. Penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin, alur sebab-akibat dan proporsi. Peneliti yang berkompeten akan menangani kesimpulan-kesimpulan itu dengan longgar, tetapi terbuka dan skeptik, tetapi kesimpulan sudah disediakan, mula-mula belum jelas. Dalam penelitian ini, alasan menggunakan teori tipologi adalah untuk mengetahui bagaimana *corporate*

social responsibility Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara dalam mewujudkan pemberdayaan masyarakat.

3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian

Adapun lokasi penelitian ini yaitu beralamat di Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara jalan Balaikota No.4 Kesawan, Medan Barat, Kota Medan, Sumatera Utara. Waktu penelitian ini direncanakan pada Februari hingga Maret 2019.

3.9 Deskripsi Ringkas Objek Penelitian

3.9.1 Profil dan Tempat Penelitian

Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara terletak di Jalan Balaikota No.4 Kelurahan Kesawan, Kecamatan Medan Barat, Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara. Lokasi ini berada di antara Balai Kota Lama Medan dan Inna Dharma Deli Hotel. Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara merupakan Bank Sentral Republik Indonesia. Dulunya merupakan bangunan tua yang muncul bersamaan dengan perkembangan Kota Medan di wilayah Pantai Timur Sumatera akibat adanya perkebunan tembakau Bank Indonesai di Medan sebagai kebutuhan untuk menunjang kebijakan moneter pemerintah Hindia Belanda di Karesidenan Pantai Timur Sumatera. Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara dibuka pada hari senin-jumat pada pukul 08.00 WIB-16.00 WIB atau sesuai jam kantor.

Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara memiliki gedung yang menunjukkan ciri arsitektur yang sama mengikuti ciri arsitektur Eropa pada zamannya. Pemimpin Cabang Medan yang pertama adalah L. Von Hemert dan

pada tahun 1951 saat nasionalisasi pemimpin cabang adalah SF van Musschenbroek dan pada saat Undang-undang Bank Indonesia 1953 diberlakukan, pemimpin Cabang Medan adalah M. Plantema dan putra Indonesia pertama yang mengendalikan Bank Indonesia cabang Medan adalah M. Rifai dan pemimpin Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara yang menjabat sekarang adalah Bapak Arief Budi Santoso.

Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara memiliki bentuk struktur organisasi yang terdiri dari struktur organisasi dan garis staf. Secara struktural, Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara dipimpin oleh seorang pemimpin dengan kualifikasi pegawai Golongan VIII. Dalam menjalankan tugasnya, pimpinan Bank Indonesia dibantu oleh seorang Deputi Pemimpin (Golongan VIII) yang mengkoordinir bidang-bidang yang ada pada Kantor Bank Indonesia Kelas I, sebagaimana Kantor Bank Indonesia Medan, terdiri dari 3 divisi diantaranya ada beberapa seksi/kelompok, yaitu:

A. Divisi Advisory dan Pengembangan Ekonomi Daerah

1. Tim Asesmen Ekonomi dan Advisory

Adapun tugas-tugas pokoknya adalah sebagai berikut:

- Melakukan pengumpulan informasi ekonomi strategis.
- Menyusun asesmen dan kajian jangka pendek.
- Menyusun proyeksi makro ekonomi daerah.
- Menyusun kajian untuk keperluan advisory dan diseminasi.
- Melakukan kajian isu strategis sesuai kebutuhan.
- Menyusun rekomendasi kebijakan ekonomi dan keuangan daerah.

- Melakukan *Policy Dialogue*.
- Melakukan koordinasi dan program kerja sama dalam rangka pengembangan ekonomi daerah.

2. Unit Pengendalian Inflasi Daerah

Adapun tugas-tugas pokoknya adalah sebagai berikut :

- Melakukan audiensi kepada stakeholder.
- Melakukan kegiatan sosialisasi kepada stakeholder.
- Memfasilitasi perumusan dasar hukum Tim Pengendalian Inflasi Daerah (TPID).
- Melakukan fungsi kesekretariatan Tim Pengendalian Inflasi Daerah (dokumen surat menyurat, analisis, rekomendasi).
- Melaksanakan implementasi program rutin dan strategis Tim Pengendalian Inflasi Daerah.
- Melakukan monitoring dan pelaporan kegiatan Tim Pengendalian Inflasi Daerah.

3. Tim Data dan Statistik Ekonomi dan Keuangan Daerah

Adapun tugas-tugas pokoknya adalah sebagai berikut :

- Menyusun Regional Financial Account.
- Menyusun Regional Balance Sheet.
- Melakukan monitoring dan mitigasi potensi resiko sistematis.
- Mengelola dan menatausahakan pelaporan (Laporan Bulanan Bank Umum (LBU), Laporan Sistem Moneter dan Sistem Keuangan (LSMK), Laporan Berkala Bank Umum/Syariah

(LBBU/S), Laporan Kantor Pusat Bank Umum (LKPBU), Laporan Harian Bank Umum (LHBU), Laporan Bulanan Perkreditan Rakyat/Syariah (LBPR/S)).

- Meneruskan permohonan sandi dan hak akses, Memantau absensi, mengupload laporan/koreksi laporan secara offline, Validasi kewajaran data, Pengenaan sanksi kewajiban membayar, Memberikan layanan help desk pelaporan.
- Mengumpulkan data lokal dari institusi terkait di daerah (data sekunder, termasuk melalui Focus Group Discussion (FGD), mengelola administrasi Giro Wajib Minimum (GWM) meliputi menatausahakan user id aplikasi Giro Wajib Minimum, melakukan proses pembentukan hasil olah komputer, melakukan pembayaran jasa giro (mingguan) dan pengenaan sanksi.
- Memberikan layanan informasi Debitur Individual (DI) dan menandatangani Sistem Informasi Debitur (SID).
- Melakukan survey (termasuk survey unit kerja lainnya).
- Melaksanakan kegiatan lialison (termasuk lialison untuk kepentingan Syarat Kecakapan Khusus (SKK) daerah).
- Mengolah data untuk kebutuhan stakeholder.
- Menyusun statistik daerah.

4. Tim Pelaksana Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah(UMKM)

Adapun tugas-tugas pokoknya adalah sebagai berikut :

- Melakukan kegiatan dalam rangka peningkatan kapasitas Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) melalui pengembangan klaster dan wirausaha.
- Melakukan kegiatan dalam rangka peningkatan akses keuangan melalui penguatan infrastruktur keuangan, fasilitas program pemerintah yang memberikan nilai tambah.
- Melakukan kegiatan dalam rangka meminimalisir kesenjangan informasi melalui pelaksanaan kegiatan penelitian/kajian, diseminasi informasi upload dan update data ke dalam microsite Info Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)
- Melakukan kegiatan koordinasi dan kerjasama dengan stakeholder setempat dalam rangka nota kepastian di tingkat pusat.

B. Divisi Sistem Pembayaran (SP) Komunikasi dan Layanan Publik

1. Unit Komunikasi dan Layanan Publik

Adapun tugas-tugas pokoknya adalah sebagai berikut :

- Menyusun dan melaksanakan program komunikasi kebijakan dan isu strategis dari kantor pusat dalam rangka komunikasi Bank Indonesia Wide (one voice), termasuk memfasilitasi atau mengkoordinasikan pelaksanaan komunikasi Satuan Kerja Kantor Pusat di daerah.
- Melaksanakan dan menyusun program komunikasi hasil kajian dan isu regional lainnya termasuk menyusun materi/publikasi eksternal.

- Melaksanakan networking dengan stakeholder daerah.
- Mengelola pelaksanaan Program Social Bank Indonesia (PSBI) termasuk beasiswa.
- Memberikan layanan informasi publik.
- Mengelola pelaksanaan kunjungan masyarakat termasuk praktik kerja lapangan di Bank Indonesia.
- Mengelola perpustakaan Bank Indonesia

2. Unit Pengawasan, Perizinan dan Informasi Sistem Pembayaran

Adapun tugas-tugas pokoknya adalah sebagai berikut :

- Melaksanakan dan mencabut izin penyelenggaraan Transfer Dana (TD) dan Kegiatan Usaha Penukaran Valuta Asing (KUPVA).
- Melaksanakan pengawasan langsung dan tidak langsung terhadap penyelenggaraan Transfer Dana (TD) dan Kegiatan Usaha Penukaran Valuta Asing (KUPVA).
- Melakukan perizinan terhadap penyelenggaraan layanan kas.
- Melakukan pengawasan tidak langsung terhadap penyelenggaraan Laporan Keuangan Pemerintah Pusat (LKPP).
- Melakukan pengawasan tidak langsung terhadap penyelenggaraan *cash in transit*.
- Melakukan pengawasan tidak langsung terhadap *cash in transit*.
- Melakukan perizinan dan pengawasan penyelenggaraan kliring lokal non Bank Indonesia.

- Melakukan pemrosesan terkait penyelenggaraan kliring lokal non Bank Indonesia.
- Memberikan layanan informasi terkait perizinan dan pengawasan sistem pembayaran di daerah.

3. Unit Operasional Sistem Pembayaran Non Tunai dan Keuangan Inklusif

Adapun tugas-tugas pokoknya adalah sebagai berikut :

- Melaksanakan program penggunaan alat pembayaran non tunai (elektronifikasi).
- Melaksanakan program keuangan inklusif.
- Menjadi fasilitator program keuangan inklusif.
- Melakukan kajian program keuangan inklusif.
- Menyediakan data dan program keuangan inklusif.
- Menatausahakan rekening nasabah, kartu *specimen* tandatangan, data kepesertaan dan forum kepesertaan Sistem Kliring Nasional Bank Indonesia (SKNBI), data penarik dek/Bilyet Giro (BG) kosong, serta memberikan Daftar Hitam Nasional.
- Melakukan member *cerification* kepada calon peserta dan peserta Sistem Kliring Nasional Bank Indonesia (SKNBI).
- Mengelola transaksi proses awal hari, transaksi relaisasi anggaran, setelmen transaksi melalui Real Time Gross Settlement (RTGS), mencetak laporan keuangan dan transaksi proses akhir hari.

- Memberikan layanan kliring penyerahan debit/kredit dan kliring debit pengembalian.
- Melakukan *backup* data transaksi kliring.
- Mengelola *Business Continuity Plan*.
- Mengelola administrasi dan tata usaha Kredit Likuidasi Bank Indonesia (KLBI) dan Teknologi Sistem Informasi (TSI).

4. Tim Pengelolaan Uang Rupiah

- Unit Distribusi Uang

- Melaksanakan distribusi uang (pengiriman, penerimaan, pengiriman uang kas titipan, pengambilan uang kas titipan).
- Menghitung Estimasi Kebutuhan Uang (EKU), melakukan survey kebutuhan uang, menghitung Estimasi Kebutuhan Uang (EKU), memantau Enhanced Due Diligence (EDD), mengelola data statistic pengelolaan uang.

- Unit Layanan dan Administrasi Kas

- Memberikan pelayanan kas (penarikan bank, setoran bank, penukaran, kas keliling, penarikan non bank, setoran non bank, kas titipan, penjualan uang rupiah khusus dan penjualan uang kertas asing).
- Administrasi dan analisis uang palsu.
- Administrasi dan helpdesk setoran penarikan bank.

- **Unit Pengelolaan Uang**

- Melaksanakan pengolahan uang (sortasi dan hitung ulang manual, sortasi uang dengan MSUK, pemusnahan uang dengan mesin racik uang).
- Melakukan pengelolaan khasanah (pengambilan modal kerja, pengembalian modal kerja, menatausahakan titipan pada khasanah).

C. Tim Manajemen Intern

1. Unit Logistik, Sekretariat dan Anggaran

Adapun tugas-tugas pokoknya adalah sebagai berikut :

- Melaksanakan pengadaan barang dan jasa.
- Melaksanakan penatausahaan, pemeliharaan dan penghapusan asset.
- Memberikan dukungan logistic kepada unit kerja dan pegawai.
- Mengelola dukungan.
- Mengelola arsip.
- Mengelola kegiatan kesektarian.
- Mengelola anggaran serta pelaporan pajak.

2. Unit SDM, Protokol dan Pengamanan

Adapun tugas-tugas pokoknya adalah sebagai berikut :

- Mengelola SDM organik (mengkoordinasikan rencana dan pelaksanaan pengembangan pegawai, mengkoordinasikan pelaksanaan dan pembinaan pegawai, melaksanakan tugas

pembayaran gaji, intensif, manfaat dan fasilitas lainnya bagi pegawai, melaksanakan administrasi kepegawaian, mengelola data, menatausahakan data pegawai aktif dan purna tugas).

- Mengelola SDM non organik (penerimaan, penempatan, pengembangan, penilaian kerja serta pemutusan hubungan kerja dengan pegawai).
- Pelaksanaan dan administrasi manajemen kinerja pegawai.
- Mengelola kegiatan keprotokolan dan keamanan.

3.9.2 Tujuan Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara

Dalam kapasitasnya sebagai bank sentral, Bank Indonesia mempunyai satu tujuan tunggal, yaitu mencapai dan memelihara kestabilan nilai rupiah. Kestabilan nilai rupiah ini mengandung dua aspek, yaitu kestabilan nilai mata uang terhadap barang dan jasa, serta kestabilan terhadap mata uang negara lain.

Aspek pertama tercermin pada perkembangan laju inflasi, sementara aspek kedua tercermin pada perkembangan nilai tukar rupiah terhadap mata uang negara lain. Perumusan tujuan tunggal ini dimaksudkan untuk memperjelas sasaran yang harus dicapai Bank Indonesia serta batas-batas tanggung jawabnya. Dengan demikian, tercapai atau tidaknya tujuan Bank Indonesia ini kelak akan dapat diukur dengan mudah dan lebih efisien.

3.9.3 Visi dan Misi

a. Visi

Menjadi lembaga bank sentral yang kredibel dan terbaik di regional melalui penguatan nilai-nilai strategis yang dimiliki serta pencapaian inflasi yang rendah.

b. Misi

1. Mencapai stabilitas nilai rupiah dan menjaga efektivitas dan kebijakan moneter untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkualitas.
2. Mendorong sistem keuangan nasional bekerja secara efektif dan efisien serta mampu bertahan terhadap gejolak internal dan eksternal untuk mendukung alokasi sumber pendanaan/pembiayaan yang dapat berkontribusi pada pertumbuhan dan stabilitas perekonomian nasional
3. Mewujudkan sistem pembayaran yang aman, efisien dan lancar yang dapat berkontribusi terhadap perekonomian, stabilitas moneter dan stabilitas sistem keuangan dengan memperhatikan aspek dan kepentingan nasional yang berkelanjutan.
4. Meningkatkan dan memelihara organisasi dan SDM Bank Indonesia yang menjunjung tinggi nilai – nilai strategis dan berbasis kinerja, serta melaksanakan tata kelola (*governance*) yang berkualitas dalam rangka melaksanakan tugas-tugas yang diamanatkan Undang-Undang.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Implementasi *corporate social responsibility* Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara

Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara merupakan Bank Sentral Republik Indonesia yang memiliki program kegiatan *corporate social responsibility* atau disebut PSBI yang bertujuan untuk mewujudkan pemberdayaan masyarakat melalui pengembangan klaster cabai merah pada Kelompok Juli Tani di Desa Sidodadi, Kecamatan Beringin, Kabupaten Deliserdang. Pengembangan tersebut diharapkan dapat menjadikan Kabupaten Deliserdang sebagai penyuplai cabai merah serta mendukung ketahanan pangan untuk Kabupaten Deliserdang dan sekitarnya. Dipilihnya kelompok Juli Tani sebagai salah satu PSBI adalah telah terujinya kelayakan tanaman cabai merah yang akan berdampak terhadap inflasi Bank Indonesia, dapat meningkatkan akses keuangan, meningkatkan kapasitas pelaku usaha, serta dapat mendorong pertumbuhan usaha berbasis sumber daya lokal. Oleh sebab itu, melalui pengembangan klaster ini diharapkan dapat menjadikan Deliserdang sebagai daerah penyuplai cabai merah. Sekaligus juga mendukung ketahanan pangan daerah itu sendiri dan sekitarnya terutama Kota Medan. Dalam pengembangan terhadap kelompok Juli Tani ini diharapkan dapat menjadi keunggulan tersendiri dan dapat dipertahankan sehingga bisa menjadi contoh bagi kelompok tani yang

lainnya. Pengembangan yan dilakukan bukan hanya sekali saja, melainkan secara continue. Mulai dari masa tanam hingga masa panen.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh bahwa gaya kepemimpinan yang dilakukan oleh Kepala Kantor Perwakilan Bank Indonesia Sumut sangatlah baik sehingga Program Bantuan Sosial Bank Indonesia yang dilakukan berjalan dengan lancar. Program pengembangan klaster cabai merah merupakan langkah awal bagi pihaknya dalam rangka mewujudkan tercapainya Kabupaten Deliserdang sebagai kawasan terpadu penyangga ketahanan pangan di Provinsi Sumatera Utara. Hal ini telah disepakati oleh PemKab Deiserdang dengan Kepala Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara dalam penandatanganan kesepakatan bersama (MoU). Peluncuran proram kerjasama itu ditandai dengan penyematan pin Wira Usaha Deliserdang kepada peserta pelatihan yang telah diseleksi. Kepala Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara menyerahkan bantuan alat-alat pertanian kepada Kelompok Juli Tani.

Kepemimpinan merupakan faktor penting dalam memberikan pengarahan kepada karyawan apalagi pada saat sekarang ini dimana semua serba terbuka, maka kepemimpinan yang bisa memberdayakan karyawannya. Pemimpin yang otoriter, patisipatif, delegatif, karismatik, dan demokrasi yang baik mampu mendorong karyawan untuk memberikan kinerja yang terbaik.

Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara membuat Program Sosial Bank Indonesia yang berjeniskan kegiatan pengembangan klaster cabai merah terhadap Kabupaten Deliserdang yaitu kelompok Juli Tani. Pengembangan klaster cabai merah adalah langkah awal bagi petani cabai merah

yang ada di Kabupaten Deliserdang agar dapat bersaing di pasaran. Dengan memberikan kualitas yang lebih baik dibanding daerah lain. Kelompok Juli Tani merasa dengan adanya Program Sosial Bank Indonesia ini, telah menunjukkan dampak yang baik bagi para petani yang tergabung sehingga dapat mensejahterahkan kelompok Juli Tani.

Dari hasil penelitian yang dilakukan, menurut Yareli selaku ketua kelompok Juli Tani memberikan informasi bahwa Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara tidak pernah memberikan bantuan berupa anggaran dalam bentuk uang, melainkan diberikannya bantuan alat-alat seperti mesin APPO, Hand Tractor Cultivator, dan Traktor Mini.

1. Mesin APPO

Mesin APPO atau mesin dan alat pengolahan pupuk organik merupakan alat yang digunakan untuk mencacah daun, jerami dahan pisang, ranting pohon, dan bahan kompos lain hingga bentuknya menjadi cukup halus. Dengan menggunakan mesini ini, proses pembuatan kompos menjadi lebih mudah dan cepat. Sebab, hasil pencacahan ini sudah bisa langsung diproses untuk membuat kompos. Tidak hanya untuk membuat pupuk, alat ini juga bisa digunakan untuk mencacah bahan pakan ternak, seperti sisa sayuran, rumput gajah, dan sebagainya.

2. Hand Tractor Cultivator

Hand Tractor Cultivator atau disebut Cultivator Quick Baja adalah kebutuhan mekanisasi alat pertanian yang sangat dibutuhkan untuk meningkatkan hasil pertanian di Indonesia. Quick Cakar Baja memiliki keunggulan dengan bobot yang relatif ringan sehingga mudah dalam penanganannya terutama saat pindah

lahan. Quick Cakar Baja bekerja untuk mengolah tanah menggunakan pisau cakar yang berputar. Desain Gear Box yang lebih ringan dan berbahan cor membuat bearing pada main axle tidak mudah rusak, serta radius belok yang kecil memberi kemudahan saat bermanuver dan juga minim getaran sehingga membuat Quick Cakar Baja nyaman saat dioperasikan. Stang kemudi dapat diatur menyesuaikan pemakai, ada pilihan kopling jalan dengan memakai fasilitas otomatis atau tidak otomatis sehingga memudahkan operator dalam pengoperasiannya.

Quick Cakar Baja dilengkapi dengan beberapa perlengkapan Main Blade yang digunakan untuk mengolah lahan. Lebar dan kedalaman tanah dapat diatur, kecepatan maju dan putaran pisau mudah diatur serta mudah dikendalikan sehingga tanah akan tuntas dalam pengolahannya. Main Blade ini terbagi menjadi tiga macam tipe dengan spesialisasi pengolahan lahan yang berbeda-beda. Juga ada beberapa perlengkapan lain untuk memaksimalkan kerja Quick Cakar Baja.

3. Traktor Mini

Traktor adalah kendaraan yang didesain secara spesifik untuk keperluan traksi tinggi pada kecepatan rendah, atau untuk menarik trailer atau instrument yang digunakan dalam pertanian atau konstruksi. Istilah ini umum digunakan untuk mendefinisikan suatu jenis kendaraan untuk pertanian. Instrumen pertanian umumnya digerakkan dengan menggunakan kendaraan ini, ditarik ataupun didorong dan menjadi sumber utama mekanisasi pertanian. Istilah umum lainnya, “unit traktor” yang mendefinisikan kendaraan truk semi-trailer.

Traktor mini merupakan traktor yang mempunyai dua poros roda (beroda empat). Traktor ini memiliki panjang berkisar 1790-2070 mm, lebar berkisar

9951020 mm dan dayanya berkisar 12,5-20 HP. Pada elemennya traktor jenis ini digerakkan oleh motor diesel dan silinder atau lebih, mempunyai 6 kecepatan (versneling) maju dan 2 kecepatan mundur, yang dibedakan menjadi 4 macam kecepatan rendah (termasuk kecepatan mundur). Kecepatan kerja berkisar 0,94-4,79 km/jam dan kecepatan transport antara 7,54-13,31 km/jam. Traktor jenis ini sudah dilengkapi dengan PTO (power take off), three point hitch (tiga titik penggandengan/sistem mounted). Pada umumnya konstruksi traktor mini tidak banyak berbeda dengan traktor besar, perbedaannya hanya pada dayanya saja.

Dalam pengembangan klaster cabai merah pihak Bank Indonesia bukan hanya memberikan bantuan alat-alat penanaman melainkan diberikannya pelatihan kepada kelompok Juli Tani dalam pembuatan pupuk organik sendiri dengan waktu yang relatif singkat serta biaya yang murah, pengolahan lahan sempurna. Hal ini bertujuan agar biaya produksi tanaman cabai merah menjadi lebih murah sehingga dapat berdampak terhadap harga cabai itu sendiri dan dapat dikendalikan dengan harga pasar lainnya.

Kepala Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara menjelaskan pengembangan klaster cabai merah dilakukan oleh Kelompok Juli Tani di Desa Sidodadi Kecamatan Beringin. Pemilihan kelompok tani tersebut berdasarkan usulan dari Dinas Pertanian Deli Serdang dan juga hasil survei dengan pertimbangan melihat pengalaman, potensi lahan, kelembagaan dan inovasi.

Cabai merah menjadi pilihan karena merupakan penyumbang inflasi tersebar di wilayah Medan maupun Sumut pada tahun 2016 sebanyak 66 persen inflasi Sumut disumbang oleh cabai merah. Oleh sebab itu, melalui pengembangan

klaster ini diharapkan dapat menjadikan Deliserdang sebagai daerah penyuplai cabai merah sekaligus juga mendukung ketahanan pangan daerah itu sendiri dan sekitarnya terutama Kota Medan. Dalam pengembangan pada kelompok Tani ini diharapkan dapat menjadi keunggulan tersendiri dan dapat dipertahankan sehingga bisa menjadi contoh kelompok tani yang lainnya.

Menurut Arif selaku kepala Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara menyatakan selain kerjasama pengembangan klaster cabai merah, pihak Bank Indonesia akan memfasilitasi pengembangan wirausahawan baru Deliserdang. Wirausahawan terpilih akan mengikuti program pendampingan intensif selama kurang lebih 6 bulan. “Tujuannya untuk mendorong wirausaha berbasis sumber daya manusia (SDM) lokal, peningkatan akses keuangan dan akses pasar pelaku usaha. Harapannya agar tercipta virus wirausahawan yang berkualitas dan menjadi panutan atau contoh di daerah lainnya.

Melalui website <https://sumutpos.co/2017/06/02/bi-kembangkan-klaster-cabai-merah/amp/> Bupati Deliserdang H Ashari Tambunan mengatakan, program pengembangan yang dilakukan ini sebagai bukti nyata pihaknya terus berupaya berbuat nyata kepada masyarakat. Sekaligus dapat menjadi momentum bagi Pemkab Deliserdang dan percepatan pembangunan. Khususnya perekonomian yang kokoh dan berkeadilan serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan daya saing. “Pembentukan klaster cabai merah sebagai langkah awal bagi kami dalam mewujudkan terciptanya kawasan terpadu penyangga ketahanan pangan di Sumut. Selain itu, membentuk petani-petani handal yang memiliki pengetahuan teknologi modern” sedangkan pengembangan yang dilakukan terhadap

wirusahawan baru selanjutnya untuk menciptakan pelaku usaha yang bermental tangguh dan berdaya saing, sehingga mampu menghadapi persaingan secara global. Bupati Deliserdang mengucapkan terima kasih kepada Bank Indonesia karena telah menyumbangkan ilmunya kepada kami dan masyarakat Deliserdang. Semoga menjadi bekal untuk menghadapi era perdagangan bebas.

Program Sosial Bank Indonesia dalam pengembangan Kluster cabai merah terhadap kelompok Juli Tani dimulai pada tanggal 31 Mei 2017. Kelompok Juli Tani memiliki luas tananam cabai merah sebesar 31 hektar yang berjumlah 105 orang. Bank Indonesia juga telah meresmikan STA (Sub Terminal Agribisnis) atau disebut tempat pemasaran cabai merah atau pelelangan cabai merah.

STA (Sub Terminal Agribisnis) merupakan rangkaian kegiatan agribisnis yang bertujuan untuk mempendek mata rantai pemasaran sehingga dapat meningkatkan ekonomi petani dan menekan harga dipasar. Dibentuknya STA yang diperuntukan Kelompok Juli Tani tersebut ditujukan untuk komoditas cabai yang saat ini merupakan salah satu penyumbang inflasi di Sumatera Utara.

Dengan adanya STA tersebut diharapkan bisa membantu petani cabai merah di Kecamatan Beringin untuk memasarkan produknya secara langsung memberikan pelayanan pemasaran serta peningkatan nilai tambah dan daya saing bagi produk sehingga dengan adanya STA membantu mengendalikan inflasi bagi komoditas cabai dan meningkatkan perekonomian bagi kelompok tani.

STA dibuka pada tanggal 13 September 2018 yang saat itu adalah penghujung musim panen. Ada 30 petani yang tergabung di STA. Dengan adanya STA, para petani yang tergabung ke dalam kelompok Juli Tani merasa perekonomiannya

semakin meningkat, harga jual tidak begitu anjlok seperti sebelum adanya STA. Saat musim panen raya tiba, maka STA akan dibuka setiap harinya.

Salah satu Program Sosial Bank Indonesia (PSBI) adalah pengembangan klaster cabai merah pada Kelompok Juli Tani di Desa Sidodadi Kecamatan Beringin, Kabupaten Deliserdang. Pihak Bank Indonesia memberikan bantuan alat-alat yang digunakan untuk kebutuhan penanaman cabai merah. Bank Indonesia tidak pernah memberikan bantuan dalam bentuk uang akan tetapi Bank Indonesia akan datang untuk menyerahkan bantuan alat-alat modern. Bantuan yang diberikan untuk Kelompok Juli Tani tidak ada melibatkan pihak lain, seluruh bantuan yang diberikan sepenuhnya dari Bank Indonesia.

Arif selaku kepala Bank Indonesia Sumatera Utara, menyatakan bahwa kepemimpinan yang dilakukan terhadap kegiatan ini dapat berjalan dengan lancar. Dengan begitu, Program Sosial Bank Indonesia yang dijalankan untuk Kelompok Juli Tani sangatlah berguna dan berpengaruh terhadap perekonomian. Dari awal pihak Bank Indonesia memilih Kelompok Juli Tani dikarenakan telah diseleksi lahan dan beserta penanamannya, tidak ada strategi khusus untuk mengajak para petani ikut tergabung ke dalam Kelompok Juli Tani, karena sebelumnya mereka telah tergabung menjadi kelompok tani akan tetapi kami pihak Bank Indonesia hanya ingin Kabupaten Deliserdang sebagai penyuplai cabai merah terbesar di Sumatera Utara dan dapat bersaing dengan harga di pasaran serta dapat memberikan kualitas cabai merah yang baik sehingga hal itu pun dapat meningkatkan inflasi bagi Bank Indonesia. Komoditas cabai merah kerap menjadi

penyumbang inflasi di Sumatera Utara bahkan selama tahun 2016 lalu, sebanyak 66% penyumbang inflasi di Sumut adalah cabai merah.

Menurut laman website http://Koran-sindo.com/page/news/2017-06-02/6/19/BI_Kembangkan_Klaster_Cabai_Merah Kepala Perwakilan Bank Indonesia Sumut mengatakan bahwa pengembangan klaster cabai merah harus dilakukan untuk mengatasi inflasi yang akan terus terjadi ke depan. Saat ini pengembangan klaster cabai merah ini dipusatkan di Kabupaten Deliserdang. “Pengembangan klaster cabai merah ini dilakukan juga sebagai tindak lanjut kerja sama dengan Pemkab Deliserdang”. Pemilihan kelompok tani tersebut berdasarkan usulan dari Dinas Pertanian Deliserdang dan juga hasil survei dengan pertimbangan melihat pengalaman, potensi lahan, kelembagaan dan inovasi.

Menurutnya, cabai merah menjadi pilihan karena merupakan penyumbang inflasi terbesar di wilayah Medan maupun Sumut. Oleh sebab itu, melalui pengembangan klaster ini diharapkan bisa menjadikan Deliserdang sebagai daerah penyuplai cabai merah. “Sekaligus juga mendukung ketahanan pangan daerah itu sendiri dan sekitarnya terutama Kota Medan. Dengan begitu, bisa menjadi contoh bagi kelompok tani lainnya. Arif pun berharap pengembangan klaster cabai merah yang dilakukan bukan sekali saja, melainkan kontinu mulai dari masa tanam hingga masa panen. BI Sumut juga akan mengajarkan bagaimana membuat pupuk organik sendiri untuk klaster cabai merah dengan waktu relatif singkat dan berbiaya murah. BI Sumut sebenarnya ingin mengembangkan klaster cabai merah di semua kabupaten yang ada di Sumut. Apalagi semua kabupaten/kota di Sumut memiliki potensi lahan yang baik. Akan tetapi, rencana ini harus dilakukan

bertahap akibat akses yang terbatas. Dalam waktu dekat ini kemungkinan akan kita lanjutkan ke Kabupaten Karo hingga ke daerah lainnya.

Bupati Deliserdang Ashari Tambunan mengatakan, program pengembangan klaster cabai merah ini sebagai bukti nyata bahwa Pemkab Deliserdang terus berupaya memberikan yang terbaik kepada masyarakat. Program ini juga bisa menjadi momentum bagi Pemkab Deliserdang dalam percepatan pembangunan, khususnya perekonomian yang kokoh dan berkeadilan serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan berdaya saing. Pengembangan klaster cabai merah ini sebagai langkah awal bagi Pemkab Deliserdang untuk mewujudkan terciptanya kawasan terpadu penyangga ketahanan pangan di Sumut. Selain itu, akan dibentuk petani-petani handal yang memiliki pengetahuan teknologi modern.

Mengutip laman website Kepala Bank Indonesia Sumatera Utara, Arif Budisantoso mengucapkan terima kasih kepada Bupati Deliserdang Ashari Tambunan karena BI diberi kesempatan mengembangkan wirausaha seperti pengembangan UMKM dan wirausaha baru, termasuk klaster cabai merah 66% penyumbang inflasi. Karenanya kita memilih pengembangan klaster cabai merah di Kelompok Juli Tani di Desa Sidodadi, Kecamatan Beringin, Deli Serdang. Ashari Tambunan mengatakan wilayah Deliserdang cukup luas dengan sumber daya alamnya yang berpotensi untuk meningkatkan perekonomian masyarakat. Apalagi Bandara Kualanamu yang menjadi pintu gerbang Indonesia bagian barat di Deliserdang. Pembentukan klaster cabai merah untuk ketahanan pangan bukan hanya di Deliserdang, akan tetapi Sumatera Utara. Kepada peserta yang mengikuti pelatihan wirausahawan, Bupati meminta agar benar-benar mengikuti pelatihan.

4.1.2 Pemberdayaan Masyarakat

Partisipasi Kantor Perwakilan Bank Indonesia dalam mewujudkan pemberdayaan masyarakat kelompok Juli Tani dilakukan secara berkelanjutan, dikarenakan berjalannya Program Sosial Bank Indonesia ini, dapat meningkatkan inflasi bagi Bank Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa pengembangan klaster cabai merah yang dilakukan oleh Bank Indonesia bukanlah hanya isapan jembol belaka, melainkan Bank Indonesia semakin genjar menjalankan Program Sosial Bank Indonesia. Bank Indonesia ingin menjadikan Kabupaten Deliserdang sebagai penyuplai cabai merah terbesar di Kota Medan. Akan tetapi bukan hanya Kabupaten Deliserdang saja, melainkan Bank Indonesia akan menjadikan Kabupaten Karo sebagai penyuplai cabai merah. Pihak Bank Indonesia mengimbau kepada Kelompok Juli Tani untuk menjaga dan memanfaatkan alat-alat pertanian yang diberikan agar tanaman cabai merah dapat menunjukkan kualitas yang baik sehingga bisa bersaing dengan pangsa pasar.

Menurut Yareli selaku ketua kelompok Juli Tani, kegiatan Program Sosial Bank Indonesia terhadap kelompok Juli Tani sangatlah positif karena dapat membantu petani disini sehingga dapat mensejahterahkan perekonomian. Seluruh petani disini pun sangat kompak jika mengalami kendala apapun. “Saya selaku ketua kelompok Juli Tani selalu bersikap adil terhadap seluruh petani disini, saya selalu mendiskusikan jika mengalami kendala terhadap penjualan maupun terhadap lahan pertanian. Saya juga selalu mengimbau kepada seluruh petani lainnya untuk menjaga serta memanfaatkan alat-alat yang diberikan dengan sebaik mungkin. Dalam pemberian bantuan yang dilakukan oleh pihak Bank Indonesia

sudah mengetahui kapan waktunya untuk datang, tidak ada jangka waktu tertentu, bahkan tanpa kami beritahukan pihak Bank Indonesia akan datang kesini memberikan alat apa yang kami butuhkan. Petani disini sangat kompak, sehingga kami telah membuat tugu cabai dengan cara mengumpulkan dana”.

Program Sosial Bank Indonesia ini sangat bermanfaat bagi kelompok Juli Tani, karena dapat mensejahterahkan bagi seluruh petani disini. Dari awal pihak Bank Indonesia datang kesini, kami tidak berpikir yang aneh-aneh justru kami menerima dengan baik sehingga respon seluruh petani disini sangat positif. Saya selaku ketua kelompok Juli Tani mewakili seluruh petani disini mengucapkan terima kasih kepada pihak Bank Indonesia karena telah membantu perekonomian kami. Hal ini dibenarkan oleh Dani pegawai Bank Indonesia, bahwa pihak Bank Indonesia memiliki Program Sosial Bank Indonesia (PSBI).

Dengan dilaksanakannya Program Sosial Bank Indonesia terhadap Kelompok Juli Tani, seluruh petani yang tergabung dapat memberikan respon yang baik dan dapat bekerjasama dengan pihak Bank Indonesia. Dari awal hingga sekarang ini dilakukannya kegiatan tersebut, pihak Bank Indonesia tidak pernah mengalami kendala apapun semuanya berjalan dengan lancar dan dapat bekerja sama dengan baik. Pendapat dari pihak Bank Indonesia dengan Program Sosial Bank Indonesia yaitu agar dapat mempengaruhi inflasi bagi Bank Indonesia.

4.2 Pembahasan

Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara menjalankan *corporate social responsibility* yang bernama Program Sosial Bank Indonesia (PSBI) yang dimulai pada Mei 2017. PSBI sudah berjalan hingga sampai sekarang

ini. Bank Indonesia ingin menjadikan Kabupaten Deliserdang sebagai penyuplai cabai merah terbanyak di Kota Medan dengan memiliki kualitas yang baik sehingga bisa bersaing di pasaran. Cabai merah sangat berpengaruh terhadap inflasi Bank Indonesia. Oleh karena itu, Bank Indonesia juga akan menjadikan Kabupaten Karo sebagai penyuplai cabai merah.

Dalam mengimplementasikan CSR, perusahaan mendefinisikan CSR-nya sebagai komitmen perusahaan untuk bekerja sebagai mitra bagi para pemangku kepentingannya dan memelihara hubungan yang dilandasi saling menghargai dan saling percaya. Hal ini dituangkan dalam slogan perusahaan yaitu membangun bersama. Sebagai mitra masyarakat desa, CSR perusahaan ingin berperan sebagai motivator yang menumbuhkan inisiatif, partisipasi dan keswadayaan dari masyarakat dan *stakeholder* lainnya agar berlangsung pembangunan yang berkelanjutan. Dalam kebijakannya perusahaan memiliki struktur tatakelola yang memperhatikan kepentingan para pemangku kepentingan, mengelola resiko bisnis, menjaga nama baik dan memiliki tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat termasuk kesejahteraan warga sekitar dan lingkungan.

Dalam mengimplementasikan CSR ada beberapa manfaat sebagai berikut:

1. Keberadaan perusahaan dapat tumbuh dan berkelanjutan. Selain itu, perusahaan juga mendapatkan citra yang positif dari masyarakat luas.
2. Perusahaan lebih mudah memperoleh akses terhadap modal (*capital*).
3. Perusahaan dapat mempertahankan sumber daya manusia (*human resources*) yang berkualitas.

4. Perusahaan dapat meningkatkan pengambilan keputusan pada hal-hal yang kritis dan mempermudah pengolahan manajemen resiko.

Implementasi *corporate social responcebility* yang dilakukan oleh Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara dalam mewujudkan pemberdayaan masyarakat terhadap Kelompok Juli Tani bernama PSBI dan telah berjalan hingga sampai saat ini serta semakin berkembang.

Program Sosial Bank Indonesia (PSBI) merupakan bentuk kepedulian atau empati sosial Bank Indonesia untuk berkontribusi dalam membantu memecahkan masalah sosial ekonomi yang dihadapi masyarakat. Melalui program sosial, Bank Indonesia juga berupaya meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat terhadap pelaksanaan tugas dan pencapaian tujuan Bank Indonesia. Program Sosial Bank Indonesia adalah program sosial yang dilakukan secara sistematis dan terencana melalui aktivitas pemberdayaan masyarakat dan kepedulian sosial.

PSBI kini difokuskan pada program pemberdayaan yang bertujuan pada penguatan ekonomi rumah tangga. Bank Indonesia meyakini bahwa sektor rumah tangga berperan penting dalam pilar ekonomi nasional seperti halnya sektor swasta dan pemerintah. Rumah tangga yang kuat secara ekonomi dan edukasi secara agregat dapat mendukung pencapaian stabilitas ekonomi, khususnya melalui pencapaian inflasi yang rendah dan terkendali. PSBI mempunyai program-program strategis pengembangan bidang ekonomi dan peningkatan pengetahuan serta pemahaman masyarakat, disamping melakukan program kepedulian sosial (*charity*). Setiap tahunnya Bank Indonesia mempunyai tema

untuk Program Sosial Bank Indonesia (PSBI) dan ini harus dilaksanakan di masing-masing Kantor Perwakilan Bank Indonesia.

PSBI meliputi dua jenis program, yakni program strategis dan kepedulian sosial. Program strategis mencakup program pengembangan ekonomi dan program peningkatan pengetahuan serta pemahaman masyarakat tentang tujuan dan pelaksanaan tugas Bank Indonesia. Sementara program kepedulian sosial, merupakan kegiatan kepedulian atau empati terhadap permasalahan masyarakat di bidang pendidikan, kesehatan, lingkungan hidup, kebudayaan, keagamaan, dan penanganan musibah dan bencana alam. PSBI diperuntukan untuk kelompok (tidak individu) yang memiliki kegiatan rutin yang terbagi dua bidang program, yaitu pengembangan ekonomi dan edukasi pelaksanaan tugas Bank Indonesia serta program insidentil mencakup kegiatan sementara di beberapa bidang antara lain: agama, pendidikan, kesehatan, budaya dan penanggulangan bencana.

Dampak yang dihasilkan dari Program Sosial Bank Indonesia itu adalah:

1. Secara umum, nilai etika yang dikandung oleh PSBI adalah kesejahteraan masyarakat dan kemanfaatan yang berkelanjutan. Hal ini dapat menimbulkan dampak yang berkelanjutan dalam faktor pendapatan serta meningkatkan penjualan.
2. Secara sosial, Program Sosial Bank Indonesia memberikan dampak yang positif di kalangan *stakeholder*.
3. Secara bisnis, yang diukur adalah keberhasilan kenaikan saham serta kenaikan pendapatan.

4. Secara teknis, dapat memberikan dampak operasional yang baik serta dapat memanfaatkan pemberian sesuai dengan tujuannya.

Sedangkan tujuan dari PSBI itu adalah:

1. Mendukung efektivitas komunikasi kebijakan melalui pemberdayaan masyarakat dan kepedulian sosial yang berkaitan langsung maupun tidak langsung dengan pelaksanaan tugas Bank Indonesia.
2. Mendukung upaya peningkatan pengetahuan dan pemahaman masyarakat terhadap pelaksanaan tugas Bank Indonesia.

Untuk sejauh ini dengan adanya Program Sosial Bank Indonesia telah mewujudkan pemberdayaan masyarakat yakni terhadap Kelompok Juli Tani.

Pemberdayaan masyarakat adalah serangkaian kegiatan untuk meningkatkan asset dan kemampuan masyarakat miskin agar mau dan mampu mengakses berbagai sumber daya, pemodal, teknologi dan pasar dengan pendekatan pendampingan, peningkatan kapasitas pelayanan serta pembelajaran menuju kemandirian. Sedangkan tujuan pemberdayaan masyarakat itu adalah:

1. Membantu mengembangkan manusiawi yang otentik dan integral dari masyarakat lemah, rentan, miskin, marjinal dan kaum kecil.
2. Memberdayakan kelompok-kelompok masyarakat tersebut secara sosio ekonomi sehingga mereka lebih mandiri serta dapat memenuhi kebutuhan hidup mereka, namun sanggup berperan serta dalam pengembangan masyarakat.

Adapun Tahapan dalam pemberdayaan masyarakat adalah sebagai berikut:

1. Tahap penyadaran dan pembentukan perilaku menuju perilaku sadar dan peduli sehingga merasa membutuhkan peningkatan kapasitas diri.
2. Tahap transformasi kemampuan berupa wawasan pengetahuan, kecakapan, keterampilan agar terbuka wawasan dan memberikan keterampilan dasar sehingga dapat mengambil peran di dalam pembangunan.
3. Tahap peningkatan kemampuan intelektual, kecakapan/keterampilan sehingga terbentuklah inisiatif dan kemampuan inovatif untuk mengantarkan pada kemandirian.

Pada tahap pertama atau tahap penyadaran dan pembentukan perilaku merupakan tahap persiapan dalam proses pemberdayaan masyarakat. Pada tahap ini pihak pemberdaya atau pelaku pemberdaya yang berusaha menciptakan prakondisi, agar dapat memfasilitasi berlangsungnya proses pemberdaya yang efektif. Apa yang diintervensi dalam masyarakat sesungguhnya lebih pada kemampuan untuk mencapai kesadaran konatif yang diharapkan. Sentuhan penyadaran akan lebih membuka keinginan dan kesadaran masyarakat akan kondisinya saat itu, dengan demikian dapat merangsang kesadaran mereka tentang perlunya memperbaiki kondisi untuk menciptakan masa depan yang lebih baik.

Tahap kedua yaitu proses transformasi pengetahuan dan kecakapan dan keterampilan dapat berlangsung baik, penuh semangat dan berjalan efektif, jika tahap pertama telah terkondisi. Masyarakat akan menjalani proses belajar tentang pengetahuan dan kecakapan/keterampilan yang memiliki relevansi dengan apa yang menjadi tuntutan kebutuhan tersebut. Keadaan ini akan menstimulasi

terjadinya keterbukaan wawasan dan menguasai kecakapan/keterampilan dasar yang mereka butuhkan. Pada tahap ini masyarakat hanya dapat memberikan peran partisipasi pada tingkat yang rendah, yaitu sekedar menjadi pengikut atau objek pembangunan saja, belum mampu menjadi subjek dalam pembangunan.

Tahap ketiga merupakan tahap peningkatan intelektualitas dan kecakapan/keterampilan yang diperlukan, agar mereka dapat membentuk kemampuan kemandirian. Kemandirian tersebut akan ditandai oleh kemampuan masyarakat dalam membentuk inisiatif dan sebagainya. Untuk mencapai tahap ketiga ini maka masyarakat dapat secara mandiri melakukan pembangunan. Dalam konsep pembangunan masyarakat dalam kondisi seperti ini sering kali di dudukkan sebagai subjek pembangunan atau pemeran utama sedangkan pemerintah hanya tinggal menjadi fasilitatornya saja.

Dalam memberdayakan masyarakat juga perlu memiliki strategi yaitu:

1. Menyusun instrumen pengumpulan data. Dalam kegiatan ini informasi yang diperlukan dapat berupa hasil penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, referensi yang ada, dari hasil temuan dari pengamatan lapangan.
2. Membangun pemahaman, komitmen untuk mendorong kemandirian individu, keluarga dan masyarakat.
3. Mempersiapkan sistem informasi, mengembangkan sistem analisis, intervensi, monitoring dan evaluasi pemberdayaan individu, keluarga dan masyarakat.

Peran Humas Bank Indonesia dalam kegiatan Program Sosial Bank Indonesia terhadap Kelompok Juli Tani yaitu hanya menjembatani Pihak Bank Indonesia dengan Kelompok Juli Tani serta media yang mempublish pemberitaan tentang kegiatan PSBI tersebut. Humas tidak ada peran khusus dalam kegiatan program tersebut, karena dalam menjalankan Program Sosial Bank Indonesia sudah ada pegawai khusus yang terbentuk ke dalam UMKM.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yaitu usaha yang sedang tidak menerima kredit dari bank manapun namun memerlukan kredit untuk pengembangan usaha. Dalam rangka mendorong intermediasi perbankan kepada sektor riil dan UMKM, salah satu upaya yang dilakukan Bank Indonesia adalah dengan menyediakan informasi data profil UMKM yang tidak sedang mendapatkan pembiayaan perbankan namun membutuhkan kredit/pembiayaan dalam rangka pengembangan usahanya. Dengan tersedianya data profil UMKM diharapkan dapat memberikan manfaat bagi para pihak terutama bagi UMKM dalam rangka mempercepat akses pembiayaan dari perbankan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Setelah melakukan penelitian dan pembahasan, maka simpulan adalah sebagai berikut:

1. Dalam pengimplementasian Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara terhadap Kelompok Juli Tani telah melaksanakan Program Sosial Bank Indonesia (PSBI) dalam pengembangan klaster cabai merah yang sangat berpengaruh terhadap inflasi Bank Indonesia.
2. Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara dari awal telah memberikan pelatihan terhadap Kelompok Juli Tani.
3. *Public relations* Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara hanya menjembatani antara pihak yang berkaitan dengan masyarakat.
4. Dari awal berjalannya Program Sosial Bank Indonesia hingga sekarang ini, Bank Indonesia tidak pernah mengalami kendala yang berlebihan. Semuanya dapat dilewati dengan baik.
5. Pihak Bank Indonesia telah memberikan alat-alat modern kepada Kelompok Juli Tani yang dapat mempermudah penanaman.

5.2 Saran

Setelah melakukan pembahasan dan menarik simpulan, maka beberapa saran adalah sebagai berikut:

1. Hendaknya dalam implementasi CSR atau PSBI Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara untuk segera menerapkan program tersebut ke daerah lain yang berada di Kota Medan seperti Kabupaten Karo sebagai penyuplai cabai merah, dikarenakan Kabupaten Deliserdang saja tidak cukup untuk memenuhi pemasokan dan permintaan cabai merah di pasaran.
2. Perlunya pendampingan yang serius pada kelompok Juli Tani, tidak hanya pada saat pelatihan dan pembuatan kelompok namun juga pasca produksi dan penguatan manajemen kelompok sampai kelompok benar-benar dapat menjalankan usahanya sendiri.
3. Diharapkan *public relations* Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara untuk lebih mengetahui apa saja kegiatan Program Sosial Bank Indonesia.
4. Diharapkan Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara dapat terus bekerja sama dengan Kelompok Juli Tani.
5. Hendaknya selalu menjaga alat-alat pertanian yang diberikan dan terus memanfaatkannya dengan sebaik mungkin sehingga dapat memberikan kualitas yang baik pada cabai merah dan dapat mempermudah penanaman sekaligus dapat menghemat biaya produksi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayu Purnami Wulandari. 2014. *Pemberdayaan Masyarakat Desa Dalam Upaya Peningkatan Kesejahteraan Keluarga Melalui Pelatihan Pembuatan Sapu Gelagah di Desa Kajongan Kecamatan Bojongsari Kabupaten Purbalingga*. Skripsi Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta.
- Azheri, Busyra. 2012. *Corporate Social Responsibility: Dari Voluntary Menjadi Mandatory*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Beasiswa Bank Indonesia 2018-2019. <http://beasiswa-id.net/beasiswa-bank-indonesia-2017-2018/> tanggal akses 18 Desember 2018.
- Butterick, Keith. 2013. *Pengantar Public Relations: Teori dan Praktik*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Gunawan, Imam. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*. Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- BI Kembangkan Klaster Cabai Merah. 2017. <https://sumutpos.co/2017/06/02/bi-kembangkan-klaster-cabai-merah/amp/> diakses pada tanggal 02 Maret 2019.
- BI Kembangkan Klaster Cabai Merah. 2017. http://koran-sindo.com/page/news/2017-06/02/6/19/BI_Kembangkan_Klaster_Cabai_Merah diakses pada tanggal 02 Maret 2019.
- BI Kick of Klaster Pelatihan Budidaya Cabai Merah di Deliserdang. 2017. http://www.beritaekspres.com/2017/06/02/bi_kick_klaster_pelatihan_budidaya_cabai_merah_di_deli_serdang/ diakses pada tanggal 02 Maret 2019.
- Kasmir. 2014. *Dasar-Dasar Perbankan edisi revisi 2014*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Lako, Andreas. 2011. *Dekonstruksi CSR dan Reformasi Paradigma Bisnis & Akuntansi*. Jakarta: Erlangga.
- Mardikanto, Totok dan Poerwoko Soebianto. 2015. *Pemberdayaan Masyarakat Dalam Perspektif Kebijakan Publik*. Bandung: Alfabeta.
- Morissan, 2010. *Manajemen Public Relations: Strategi Menjadi Humas Profesional*. Jakarta: Kencana.
- Muhammad, Arni. 2009. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nasdian, T. Fredian. 2015. *Pengembangan Masyarakat*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

- Ruslan, Rosady. 2016. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- _____. 2014. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Ruliana, Poppy. 2014. *Komunikasi Organisasi: Teori dan Studi Kasus*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Sejarah Singkat Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara. 2017. <http://purnamailmu9.blogspot.com/2017/04/sejarah-singkat-kantor-perwakilan-bank.html?m=1> tanggal akses 12 Desember 2018
- Solihin, I. 2009. *Corporate Social Responsibility: From Charity to Sustainability*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono, 2016. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Syamsuddin Muh. Bahar. 2016. *Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) PT PLN (PERSERO) Wilayah SULSEL, SULTRA & SULBAR Terhadap Pemberdayaan Masyarakat Desa Ulu Saddang Kecamatan Lembang Kabupaten Pinrang, SULSEL*. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.
- Untung, Budi. 2014. *CSR dalam Dunia Bisnis*. Yogyakarta: Andi
- Wahab, A. Solichin. 2014. *Analisis Kebijakan: Dari Formulasi ke Penyusunan Model-Model Implementasi Kebijakan Publik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Wahyuningrum, Yuniarti, Irwan Noor dan Abdul Wachid. Tanpa Tahun. Pengaruh Program *Corporate Social Responsibility* Terhadap Peningkatan Pemberdayaan Masyarakat (Studi pada Implementasi CSR PT. Amerta Indah Otsuka Desa Pacarkeling Kecamatan Kejayan Kabupaten Pasuruan). Malang: *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, Vol.1 No.5, Hal 109-115/111
- Wibisono, Yusuf. 2007. *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*. Gresik: Fascho Publishing.
- Zubaedi, 2013. *Pengembangan Masyarakat: Wacana dan Praktik*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Zulfitri. 2011. *Pemberdayaan Masyarakat Melalui Corporate Social Responsibility PT. Indocement Tungal Prakarsa Tbk*. Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah.

Pedoman Wawancara

Judul Penelitian : Implementasi *Corporate Social Responsibility* Kantor
Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara
Dalam Mewujudkan Pemberdayaan Masyarakat

Nama Peneliti : Padilah Aini

Prodi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Nama Informan :

Waktu Wawancara :

1. Identitas Informan

- a. Jenis Kelamin :
- b. Agama :
- c. Usia :
- d. Pendidikan :
- e. Pekerjaan :

2. Daftar Pertanyaan

- a. **Pertanyaan untuk pegawai Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara sebagai pemberi bantuan CSR**

1) Apakah kepemimpinan dalam mengimplementasikan CSR yang dilakukan Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara sudah sangat baik?

- 2) Jenis kegiatan CSR apa yang dilakukan Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara?
- 3) Kapan waktu pelaksanaan CSR Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara?
- 4) Bagaimana partisipasi Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara dalam menjalankan program CSR tersebut?
- 5) Bagaimana respon Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara saat akan menjalankan program CSR tersebut?
- 6) Bagaimana opini Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara dalam mewujudkan program CSR tersebut?
- 7) Apakah kepemimpinan dalam program CSR Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara berjalan dengan lancar?
- 8) Besarkah anggaran yang dikeluarkan Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara dalam menjalankan program CSR tersebut?
- 9) Apakah jenis kegiatan CSR yang dilakukan Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara berdampak baik bagi masyarakat sekitar?
- 10) Bagaimana strategi Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara untuk mengajak masyarakat berpartisipasi dalam program CSR tersebut ?

- 11) Sesuainkah anggaran yang dikeluarkan Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara dengan hasil pencapaian program CSR tersebut?
- 12) Dalam menentukan waktu pelaksanaan program CSR tersebut apakah Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara pernah mengalami kendala?
- 13) Apakah opini Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara dapat mempengaruhi berjalannya program CSR tersebut?
- 14) Bagaimana respon Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara terhadap pemberdayaan masyarakat?

Pedoman Wawancara

Judul Penelitian : Implementasi *Corporate Social Responsibility* Kantor
Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara
Dalam Mewujudkan Pemberdayaan Masyarakat

Nama Peneliti : Padilah Aini

Prodi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Nama Informan :

Waktu Wawancara :

1. Identitas Informan

- a. Jenis Kelamin :
- b. Agama :
- c. Usia :
- d. Pendidikan :
- e. Pekerjaan :

2. Daftar Pertanyaan

- a. **Pertanyaan untuk masyarakat Kelompok Juli Tani di Desa Sidodadi, Kecamatan Beringin, Kabupaten Deliserdang**

- 1) Apakah jenis kegiatan yang dilakukan Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara dapat memberikan efek positif bagi masyarakat Kelompok Juli Tani di Desa Sidodadi?

- 2) Adakah kepemimpinan pada masyarakat Kelompok Juli Tani di Desa Sidodadi terhadap bantuan CSR yang dilakukan Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara?
- 3) Kapan waktu pelaksanaan program bantuan CSR Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara pada masyarakat Kelompok Juli Tani di Desa Sidodadi?
- 4) Bagaimana opini anda tentang bantuan program CSR yang diberikan oleh Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara?
- 5) Adakah partisipasi dari masyarakat Kelompok Juli Tani di Desa Sidodadi dalam memberdayakan program CSR Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara?
- 6) Bagaimanakah respon anda tentang bantuan yang diberikan oleh Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara?
- 7) Menurut anda sudah cukupkah anggaran bantuan yang diberikan Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara dalam mewujudkan pemberdayaan masyarakat Kelompok Juli Tani di Desa Sidodadi?
- 8) Bagaimana partisipasi atau hubungan kerjasama antara kelompok Juli Tani di Desa Sidodadi dengan Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara?

- 9) Adakah pemimpin Kelompok Juli Tani di Desa Sidodadi dalam mengatur bantuan program CSR yang diberikan Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara?
- 10) Apakah jenis kegiatan program CSR yang dilakukan Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara dapat bermanfaat bagi masyarakat kelompok Juli Tani di Desa Sidodadi?
- 11) Adakah jangka waktu yang ditentukan oleh Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara dalam memberikan bantuan terhadap masyarakat Kelompok Juli Tani di Desa Sidodadi?
- 12) Menurut anda, apakah anggaran dana yang diberikan Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara dimanfaatkan dengan baik?
- 13) Bagaimana opini masyarakat Kelompok Juli Tani di Desa Sidodadi terhadap bantuan yang diberikan Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara?
- 14) Apakah respon masyarakat Kelompok Juli Tani di Desa Sidodadi semuanya positif?

DOKUMENTASI PENELITIAN

Proses Pemotongan Rumput



Proses Penggemburan Tanah



Proses Penanaman



Tanaman Mulai tumbuh



Cabai Masih Berwarna Hijau



Cabai Sudah Bisa Dipanen



Proses Penimbangan Cabai



Siap Untuk Dipasarkan



Gedung STA (Sub Terminal Agribisnis)



Tugu Kelompok Juli Tani



Wawancara Dengan Ketua Kelompok Juli Tani



Foto di Depan Rumah Kompos



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Identitas Diri

Nama : Padilah Aini
Tempat, Tanggal Lahir : Dolok Sinumbah, 03 Mei 1995
JenisKelamin : Perempuan
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Simpang Jalan Kolam, Kecamatan Bandar, Kabupaten
Simalungun, Kota Perdagangan
Anak Ke : 2 (Dua) dari 4 (Empat) Bersaudara

Nama Orang Tua

Ayah : Hendri
Ibu : Maisaroh Simangunsong

Pendidikan Formal

2000-2006 : SD 091577
2006-2009 : MTs. Negeri Bandar
2009-2012 : SMA Negeri 1 Bandar
20015-2019 : S1 Ilmu Komunikasi UMSU