

Analisa dukungan CSR untuk UMKM yang berkelanjutan

Aryo Dwi Harprayudi*; Maria Rosaline Nindita Radyati; Maria Ariesta Utha

MM-Sustainability, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Trisakti

*E-mail korespondensi : aryo122012006003@std.trisakti.ac.id

Abstract

The purpose of this research is to find out how corporate social responsibility (CSR) can create sustainable MSMEs. The donor institutions that become the object of research are Bank X and Bank Y, with those who interviewed are the person in charge of each donor agency for the empowerment of MSMEs, assistants or owners of MSMEs with a total of 11 MSMEs spread across Indonesia, and representatives of the beneficiary communities. The techniques in this research are from extracting primary data through interviews and extracting secondary data such as through donor agency reports. This study found several scopes of effective support in supporting the sustainability of MSMEs, some related to the process of donor agencies providing marketing assistance, training and mentoring. Future contributions that can be made for donor agencies are to be able to assess the needs of MSMEs before providing any assistance.

Keywords: Donor Institutions, CSR, Sustainable MSMEs

Abstrak

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana *corporate social responsibility* (CSR) yang dapat menciptakan UMKM yang berkelanjutan. Lembaga donor yang akan menjadi objek penelitian yaitu Bank X dan Bank Y, dan yang akan diwawancara yaitu penanggung jawab dari masing-masing lembaga donor untuk pemberdayaan UMKM, pendamping atau pemilik UMKM dengan jumlah 11 UMKM yang tersebar dari lintas Indonesia, dan perwakilan masyarakat penerima manfaat. Penggalan dalam penelitian ini menggunakan data primer melalui wawancara dan penggalan data sekunder seperti melalui laporan lembaga donor. Dalam penelitian ini ditemukan beberapa ruang lingkup dukungan yang efektif dalam mendukung keberlanjutan UMKM, beberapa yang berkaitan seperti proses lembaga donor memberikan bantuan pemasaran, pelatihan dan pendampingan. Kontribusi kedepan yang dapat dilakukan bagi lembaga donor untuk bisa melakukan asesmen kebutuhan UMKM sebelum memberikan bantuan apapun.

Kata Kunci : Institusi Donor, CSR, UMKM Berkelanjutan

PENDAHULUAN

Kegiatan pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan salah satu pendorong dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat. UMKM juga memiliki peran besar dalam perekonomian Indonesia, salah satunya adalah memperluas kesempatan kerja dan penyerapan tenaga kerja di Indonesia. Dalam kaitannya dengan pencapaian SDGs, peran UMKM dapat berkontribusi pada 17 tujuan dalam SDGs,

seperti yang dijelaskan dalam UN DESA (Department of Economic and Social Affairs) (2020) – *Report on MSMEs and the Sustainable Development Goals*.

Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh Kementerian Koperasi dan UKM (2021), dijelaskan jumlah UMKM di Indonesia mencapai 64,2 juta usaha dengan sumbangsih terhadap Produk Domestik Bruto sebesar 61,07% atau senilai Rp 8.574 triliun. Selain itu, dijelaskan oleh Kementerian Keuangan (2021) UMKM mampu menyerap 97% tenaga kerja dari total angkatan tenaga kerja, dan UMKM dapat menarik investasi sebesar 60,42%. Ini menjelaskan peran vital UMKM dalam perekonomian di Indonesia, jadi menjadi wajar UMKM perlu mendapatkan perhatian khusus.

Terdapat data yang dijelaskan oleh Badan Pusat Statistik tahun 2020, bahwa sekitar 69,02% UMKM mengalami kesulitan permodalan di saat pandemi COVID-19. Data ini selaras dengan laporan pengaduan ke Kementerian Koperasi dan UKM pada Oktober 2020, bahwa 39,22% UMKM mengalami kendala permodalan selama pandemi COVID-19, dikutip dari Kementerian Keuangan (2021). Permodalan menjadi isu yang sangat sering muncul, apalagi disaat sedang terjadi krisis seperti COVID-19.

Menurut Bilan dkk (2020), terdapat pula kendala lainnya seperti kesulitan UMKM dalam merekrut dan mempertahankan pekerja yang memiliki kemampuan yang baik. Masalah lain yang sering muncul menurut Febriani & Dewobroto (2018) yaitu dalam hal pemasaran, termasuk didalamnya kepuasan pelanggan, segmentasi, dan mencari posisi dalam pasar. Ini menunjukkan bahwa masalah yang dihadapi oleh UMKM sangatlah kompleks, padahal memiliki peran yang sangat penting bagi sosial ekonomi di sebuah negara, khususnya di Indonesia.

Ghonyah dkk (2019) menjelaskan dalam penelitiannya yang mengungkapkan cara alternatif yang bisa dilakukan oleh UMKM di tengah permasalahan yang dihadapi. Dalam penelitian itu dijelaskan pentingnya kemitraan yang dilakukan oleh UMKM, khususnya bersama lembaga donor. Hasil penelitian tersebut memperlihatkan kemitraan bersama lembaga donor berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM, khususnya dalam hal tingkat kesejahteraan karyawan, dan mengurangi kemiskinan di sekitar lokasi bisnis. Dukungan yang diberikan oleh lembaga donor dapat menyesuaikan dengan kebutuhan dari UMKM tersebut karena sebenarnya permasalahan UMKM tidak hanya sebatas pada permodalan, namun juga yang sering muncul berkaitan dengan pengelolaan SDM, proses produksi, pemasaran dan lainnya.

Hadi dan Udin (2021) menjelaskan bahwa seiring waktu perhatian lembaga donor terhadap UMKM pun meningkat secara signifikan, khususnya dalam hal porsi dan jenisnya bantuannya. Komitmen lembaga donor mendukung UMKM menjadi bukti bahwa lembaga donor diposisikan sebagai *agent of development* dengan membantu perekonomian masyarakat menengah ke bawah.. Lembaga donor ini bisa berasal dari lembaga pemerintah, korporasi, atau lembaga swadaya masyarakat.

Terdapat beragam skema yang dapat dilakukan oleh lembaga donor kepada UMKM, yang juga disampaikan oleh Hadi dan Udin (2021), dalam penelitiannya memiliki 8 indikator untuk melihat efektifitas dukungan yang diberikan oleh donor kepada UMKM, yaitu : Pemberian dana, Perlengkapan Usaha, Persyaratan, Pendidikan & Pelatihan, Aksesibilitas, Jejaring, Pendampingan dan Pemasaran.

Pelaksanaan dukungan yang diberikan oleh lembaga donor, responden dari penelitian yang dilakukan oleh Hadi dan Udin (2021) menjelaskan bahwa juga terdapat masalah yang muncul akibat dari bantuan yang dilakukan oleh lembaga donor, yaitu (1) porsi bantuan dibandingkan dengan dampak lingkungan yang masih kecil; (2) lembaga donor masih mengutamakan motif ekonom dibandingkan sosial; (3) terdapat batasan dalam jumlah maupun jangka waktu bantuan; dan (4) pendampingan yang dilakukan

sering tidak sesuai dengan kebutuhan nyata UMKM. Ini harusnya bisa menjadi catatan bagi lembaga donor agar berbenah karena jangan sampai hal tersebut malah kontra-produktif dengan tujuan dukungan itu sendiri.

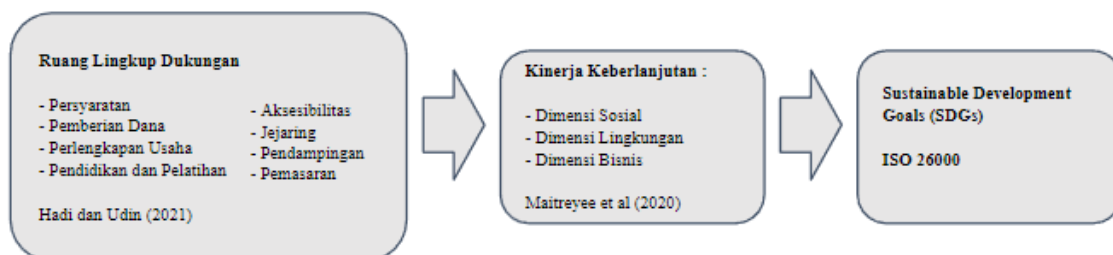
Tujuan akhir dari beragam jenis dukungan ini harusnya bisa menciptakan keberlanjutan usaha dari UMKM, namun dari literatur yang ditulis oleh Maitreyee et al (2020) menunjukkan bahwa dalam kasus UMKM situasinya berbeda dibandingkan perusahaan. Praktik keberlanjutan sosial dan lingkungan sangat diabaikan di UMKM lebih khusus di UMKM pasar negara berkembang. Sementara oleh perusahaan besar praktik keberlanjutan ini sudah dianggap sebagai perdoman dalam melakukan aktifitas usahanya.

Hasil dari penelitiannya menyebutkan bahwa untuk mewujudkan UMKM yang berkelanjutan, perlu untuk menghubungkan praktik berkelanjutan dengan kinerja bisnis secara keseluruhan dan UMKM mampu memiliki keunggulan kompetitif melalui peningkatan kolaborasi dengan beragam aktor dan memiliki dasar pendidikan yang didukung oleh lingkungan kelembagaan yang sehat.

Penelitian ini sangat penting bagi lembaga donor yang akan melakukan pemberdayaan UMKM di seluruh belahan dunia, khususnya di Indonesia, karena setelah apa yang dilakukan oleh lembaga donor harapannya UMKM. Subjek yang dipilih disini adalah Bank X Karena merupakan regulator keuangan yang menjadi salah satu pimpinan dalam Dewan Nasional Keuangan Inklusi (DNKI) (Kominfo. 2020) yang didalamnya terdapat pemberdayaan UMKM, sementara Bank Y dipilih karena salah satu bank swasta terbesar di Indonesia yang meraih Penghargaan ‘*The Most Helpful Bank during COVID-19 in Indonesia*’ dari *The Asian Banker* (Hasibuan, Deddy. 2020) yang juga salah satu inisiatifnya adalah dukungan bagi UMKM. Keduanya diposisikan sebagai lembaga donor yang setara karena tiap tahunnya melakukan inisiatif yang sama yaitu melakukan pembinaan kepada UMKM, oleh sebab itu penelitian ini akan menginvestigasi peran dari kedua lembaga donor ini yaitu Bank X dan Bank Y. Penelitian ini juga dapat menjadi acuan bagi UMKM untuk mengukur sudah sejauh mana usahanya dikategorikan berkelanjutan.

Dalam penelitian ini juga akan dibahas perihal SDGs. Tujuan pembangunan berkelanjutan / *Sustainable Development Goals* (TPB/SDGs) merupakan lanjutan dari tujuan pembangunan milenium yang berakhir di tahun 2015. Agenda ini berdasarkan pedoman yang dibuat oleh PBB terkait “Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development” (paragraf 55) memiliki tujuan :

“... *integrated and indivisible, global in nature and universally applicable, taking into account different national realities, capacities and levels of development and respecting national policies and priorities.*”



Sumber : dimodifikasi oleh penulis mengacu pada penelitian Hadi & Udin (2021) dan Maitreyee et al (2020)

Gambar 1. Kerangka Penelitian

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan pendekatan penelitian eksploratif. Variabel penelitian yang digunakan adalah ruang lingkup dukungan donor bagi UMKM berupa CSR dan kinerja UMKM berkelanjutan. Objek penelitian adalah Bank X dan Bank Y. Sampel yang menjadi narasumber penelitian ini sebanyak 24 orang dengan rincian perwakilan lembaga donor sebanyak 2 orang dan UMKM sebanyak 22 orang. Teknik penentuan narasumber menggunakan purposive sampling dengan kriteria narasumber adalah sebagai penanggung jawab dari masing-masing lembaga donor untuk pemberdayaan UMKM sebanyak 2 orang, pendamping atau pemilik UMKM dengan jumlah 11 UMKM dan perwakilan masyarakat penerima manfaat sebanyak 11 orang.

Dibawah ini merupakan variabel, definisi, dimensi dan indikator yang digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 1. Variabel Pengukuran

Variabel	Deskripsi Variabel	Dimensi	Indikator	Referensi
Ruang Lingkup Dukungan Donor Bagi UMKM	Terdiri dari dukungan lembaga pendonor dari proses awal sampai dengan proses akhir proyek	Pemberian dana Perlengkapan Usaha Persyaratan Pendidikan dan Pelatihan Aksesibilitas	(1) Bunga Rendah, (2) Pinjaman lunak, (3) Jatuh tempo panjang (1) Bantuan peralatan produksi, (2) Bantuan sistem produksi, (3) Bantuan sistem pengiriman (1) Proses kredit cepat, (2) Persyaratan ringan, (3) Proses mudah/tidak rumit, (4) Prosedur sederhana (1) Pelatihan Pemasaran, (2) Pelatihan Produksi, (3) Pelatihan Distribusi, (4) Pelatihan Pembukuan dan Akuntansi; (5) Pelatihan Ketenagakerjaan (1) Memberi kesempatan kepada semua pihak, (2) Berlaku adil	Hadi dan Udin (2021)

Variabel	Deskripsi Variabel	Dimensi	Indikator	Referensi
			untuk semua pihak, (3) Tidak ada pengecualian, (4) Tidak berlaku zonasi, (5) Informasi yang mudah, (6) Tidak ada batasan jenis usaha	
		Jejaring	(1) Bekerja sama dengan perguruan tinggi, (2) Kerjasama dengan LSM, (3) Dalam kerjasama dengan pemimpin lokal, (4) Bekerja sama dengan organisasi profesi, (5) Bekerja sama dengan pemerintah daerah	
		Pendampingan	(1) Bantuan pemasaran (2) Bantuan produksi, (3) Bantuan pembukuan, (4) Bantuan pajak, (5) Bantuan izin usaha	
		Pemasaran	(1) Pameran produk, (2) Promosi, (3) Galeri, (4) Insentif pemasaran dan distribusi	
Kinerja UMKM Berkelanjutan	Mendefinisikan aspek aspek penting yang dapat memperlihatkan suatu usaha	Sosial	(1) Keragaman Tenaga Kerja (2) Pengembangan SDM (3) Kesehatan dan keselamatan	Maitreye et al (2020)

Variabel	Deskripsi Variabel	Dimensi	Indikator	Referensi
	dapat berjalan dalam jangka waktu yang panjang	Lingkungan	operasional (4) Kewarganegaraan perusahaan (1) Suasana kerja yang ramah lingkungan (2) Pengelolaan limbah (3) Mengurangi konsumsi	
		Bisnis	(1) Tingkat pertumbuhan penjualan (2) Arus kas positif (3) Profitabilitas (4) Pengembalian aset	

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dukungan CSR kepada UMKM

Dalam mencapai tujuan pendampingan, Bank X melakukan berbagai pendekatan, yaitu : Pemberian Dana, Perlengkapan Usaha, Persyaratan, Pendidikan & Pelatihan, Aksesibilitas, Jejaring, Pendampingan dan Pemasaran.

Pemberian dana

Pada Bank X, bila dilihat dari sisi pemberian dana, seluruh bantuan yang diberikan oleh Bank X bersifat hibah, sehingga tidak dibutuhkan pengembalian dari pelaku UMKM. Secara angka, bantuan yang diberikan Bank X relatif lebih besar dibandingkan dengan yang diberikan Bank Y, bahkan ada yang mendapatkan bantuan sekitar Rp 500 juta, walaupun memang berbeda yang didapatkan antar UMKM. Sementara pada Bank Y, dalam hal pemberian dana juga sama dengan Bank X yaitu tanpa meminta pengembalian karena bersifat hibah. Hibah yang diberikan sejumlah Rp 50 juta dengan nominal yang sama kepada seluruh UMKM.

Dalam penelitian Hadi & Udin (2021), keterbatasan modal dan akses permodalan merupakan permasalahan yang sering dihadapi oleh pelaku UMKM memberikan pinjaman dengan bunga rendah dan prosedur sederhana adalah cara yang relevan untuk membantu mereka, sehingga pemberian dana merupakan hal yang efektif. Karena tidak adanya model pengembalian dana pada Bank X dan Bank Y, membuat UMKM menjadi lebih santai dalam menjalankan usahanya. Ada positif dan negatifnya. Positifnya yaitu keuntungan usaha yang didapatkan oleh UMKM akan menjadi 100% kembali kepada UMKM atau diputar untuk modal berikutnya, sementara negatifnya UMKM tidak merasa dituntut untuk bekerja lebih keras agar mengembalikan dana yang didapatnya. Sehingga dalam hal ini tidak berkaitan dengan penelitian sebelumnya.

Perlengkapan usaha

Pada Bank X ditemukan dalam aspek perlengkapan usaha, Bank X memiliki keunggulan dibandingkan Bank Y, bahkan diantara 3 aktor yang terlibat. Disemuat

tempat yang dibantu oleh Bank X mendapatkan peralatan usaha. Bantuan tersebut sesuai dengan proposal yang diajukan oleh UMKM kepada Bank X, sehingga peralatan yang diajukan harusnya tepat guna sesuai kebutuhan UMKM. Sementara pada Bank Y dalam aspek perlengkapan usaha, Bank Y juga membantu walaupun tidak seluruh UMKM mengalokasikan hibah tersebut kedalam kebutuhan peralatan. Hal tersebut karena tidak menjadikan kebutuhan peralatan sebagai prioritas kebutuhan mereka. Sebenarnya peralatan merupakan salah satu jenis bantuan yang efektif, karena dari situ akan berdampak langsung kepada peningkatan produktivitas UMKM.

Penelitian Hadi & Udin (2021), bantuan peralatan belum efektif membantu permasalahan yang dihadapi oleh UKM. Bagi responden, bantuan peralatan belum dianggap sekedar sebagai bentuk bantuan CSR yang merupakan bagian dari tanggung jawab perusahaan kepada pengusaha UMKM. Hal penting yang perlu dilakukan sebelum membelikan perlengkapan yaitu analisis kebutuhan kepada UMKM terlebih dahulu, UMKM dapat mempresentasikan kebutuhannya dan lembaga donor melakukan penilaiannya. Sehingga penelitian ini tidak mendukung sepenuhnya dengan penelitian sebelumnya.

Persyaratan

Pada Bank X proses persyaratan untuk UMKM mendapatkan bantuan cukup panjang, karena proses yang harus dilalui oleh UMKM yaitu membuat proposal, kemudian presentasi kepada pendonor, hingga menunggu kurang lebih 2 - 3 minggu untuk dilakukan proses pencairan. Sementara pada Bank Y dalam proses pencairan relatif cepat, para pendamping dapat mengajukan permintaan pendanaan yang dibagi biasanya kedalam 3 tahapan. Untuk pencairan setelah disetujui oleh penanggung jawab proyek biasanya membutuhkan waktu kurang lebih satu minggu untuk pencairan kepada UMKM. UMKM biasanya ketika sudah memiliki kebutuhan akan sesuatu, biasanya membutuhkan dalam waktu segera, walaupun sebenarnya hal tersebut tidak semendesak itu.

Dalam penelitian Hadi & Udin (2021), ditemukan bahwa bahwa kemudahan dalam persyaratan tidak efektif karena UMKM percaya bahwa kemudahan dan penyederhanaan prosedur dan kondisi pinjaman bukan merupakan bagian dari elemen CSR. Kegiatan tersebut tidak memiliki unsur pendampingan langsung yang bisa dirasakan UMKM. Sebenarnya lembaga donor dan UMKM memiliki komunikasi yang baik, kadang keterlambatan satu minggu tidak menjadi kendala bagi UMKM. Ketika komunikasi tercipta dan proses cepat akan menimbulkan impresi yang baik bagi UMKM. Sehingga, penelitian ini tidak mendukung sepenuhnya dengan penelitian sebelumnya.

Pendidikan dan pelatihan

Ditemukan pada Bank X lebih unggul dibandingkan Bank Y, karena menawarkan kebutuhan pelatihan mulai produksi, sampai pemasaran, bahkan dalam hal pencatatan keuangan. Bahkan pelatihan yang dilakukan melibatkan mitra pendukung seperti perbankan atau akademisi. Sementara pada Bank Y hanya berkaitan dengan kebutuhan pelaksanaan proyek, seperti pelatihan proyek manajemen, dan design thinking. Pelatihan ini dirasa kurang secara intensitas dan kebutuhan materi dari para UMKM karena Bank Y tidak melakukan asesmen kebutuhan pelatihan. Tidak ada pula pelatihan yang berhubungan dengan pelatihan teknis usaha.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Hadi & Udin (2021) ditemukan bahwa bantuan pendidikan dan pelatihan tidak efektif, karena menurut responden hal tersebut

tidak sesuai dengan kebutuhan nyata. UMKM binaan skalanya masih kecil, sehingga tidak memerlukan pola pemasaran dan produksi yang modern. Harusnya tahap pertama yang dilakukan oleh lembaga donor adalah *training need analysis* (TNA) kepada UMKM, untuk dapat diketahui sampai tahap mana pemahaman UMKM baik dari sisi produksi hingga pemasaran. Pelatihan seharusnya tidak perlu sesuatu yang kompleks, dapat sesuatu yang tepat guna bagi UMKM. Sehingga penelitian ini tidak berkaitan dengan penelitian sebelumnya.

Aksesibilitas

Pada Bank X tidak memiliki batasan tertentu dalam penentuan UMKM yang dibina, namun satu-satunya batasan adalah area kerja di masing-masing Bank X regional. Proses pendaftaran dari pendampingan ini sifatnya tertutup, biasanya Bank X yang berada di regional memiliki preferensi tertentu dan langsung dilakukan penunjukan. Sementara pada Bank Y proyek ini dapat diakses oleh siapapun, dengan jenis bisnis apapun. Namun karena keterbatasan pendanaan, akhirnya untuk UMKM yang dapat dibina sangatlah terbatas. Sifat pendaftaran dari pendampingan ini terbuka, artinya semua orang dapat mendaftar. Kebutuhan dana untuk operasional masih rendah, sehingga yang dibutuhkan adalah aksesibilitas untuk memperoleh pinjaman yang mudah dan murah dengan proses yang cepat.

Penelitian yang dilakukan oleh Hadi & Udin (2021) menemukan bahwa bantuan aksesibilitas merupakan jenis bantuan yang efektif, karena bagi informan, sesuai dengan ukuran dan kapasitas produksinya, UMKM tidak membutuhkan jumlah pinjaman yang besar. Setiap lembaga berharap siapapun dapat mendaftar dan akan semakin baik bila semakin banyak pula yang turut serta dalam pendampingan UMKM ini. Namun karena disebabkan keterbatasan dana dan lembaga donor biasanya memiliki preferensi sehingga terciptalah keterbatasan itu. Sehingga penelitian ini tidak mendukung sepenuhnya dari penelitian sebelumnya.

Jejaring

Pada Bank X, karena adanya keterlibatan Bank X di regional, membuat Bank X dapat lebih membantu UMKM binaannya untuk memanfaatkan jaringan yang selama ini dibangun oleh Bank X di area. Jejaring yang selama ini membantu seperti dari pemerintah lokal, lembaga keuangan lain, dan akademisi. Sementara Bank Y UMKM binaannya mencari kebutuhan jaringannya sendiri untuk mendukung usahanya. Yang disayangkan padahal Bank Y juga memiliki jaringan hingga di area, namun jaringan tersebut tidak dimanfaatkan oleh UMKM karena memang Bank Y pusat tidak memberikan akses tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh Hadi & Udin (2021), bahwa dukungan jejaring dirasa tidak efektif karena menurut responden hal ini menunjukkan bahwa selama ini keterlibatan pihak ketiga eksternal seperti LSM, pemerintah, dan perguruan tinggi masih sedikit. Oleh karena itu, UMKM tidak menganggap bahwa keterlibatan pihak ketiga merupakan bagian dari dimensi CSR. Penelitian yang dilakukan oleh Hadi & Udin (2021), bahwa dukungan jejaring dirasa tidak efektif karena menurut responden hal ini menunjukkan bahwa selama ini keterlibatan pihak ketiga eksternal seperti LSM, pemerintah, dan perguruan tinggi masih sedikit. Oleh karena itu, UMKM tidak menganggap bahwa keterlibatan pihak ketiga merupakan bagian dari dimensi CSR. Sebenarnya proses dukungan dengan cara pembukaan akses jejaring menjadi aspek yang sangat penting untuk menjamin keberlanjutan UMKM, bila lembaga donor sudah tidak lagi melakukan pendampingan maka harusnya jaringan yang sudah dibangun

dapat membantu UMKM dalam menjalankan bisnisnya. Sehingga, penelitian ini tidak berkaitan sepenuhnya dengan penelitian sebelumnya.

Pendampingan

Pada Bank X dari 8 area yang dilakukan pendampingan hanya 5 area yang dilakukan pendampingan intensif setiap hari. Hasil yang terlihat bisa dilakukan pendampingan intensif setiap hari atau minimal seminggu 3 kali akan jauh signifikan progres yang didapatkan oleh UMKM. Pendampingan yang dilakukan bahkan sampai dengan pembentukan kelembagaan usaha, seperti koperasi, KUBE dan KWT. Ditemukan pada Bank Y, hanya 1 dari 3 UMKM yang dilakukan pendampingan intensif oleh para pendamping sehingga terlihat perbedaan hasil antara keduanya. Bagi UMKM yang serius dalam proses pendampingan maka akan terbentuk usahanya dari sisi produk dan penjualan, karena masalah-masalah yang muncul selama berjalan usaha akan segera ditangani oleh penanggung jawab proyek dari Bank Y.

Menurut Hadi & Udin (2021) dalam penelitiannya menemukan dukungan pendampingan efektif bagi UMKM, karena responden berpendapat bahwa kegiatan CSR dalam bentuk pendampingan memberikan manfaat yang besar bagi pemberdayaan karena para pengusaha mikro merasa telah membantu dan menyelesaikan permasalahan pengelolaan usaha yang selama ini mereka hadapi. Pendampingan adalah ujung tombak dalam proyek ini, pendampingan intensif dapat meningkatkan potensi keberhasilan UMKM. namun pendampingan ini harus memiliki pengerian bagi UMKM, bahwa suatu saat pendamping dan lembaga donor suatu saat akan pergi dan jangan sampai timbul ketergantungan. Sehingga penelitian ini mendukung dengan penelitian sebelumnya.

Pemasaran

Pada Bank X dilakukan bantuan pemasaran untuk seluruh UMKM yang didampingi, dengan pameran produk. Beberapa area pun dibantu juga dalam proses pembuatan galeri pemasaran. Sementara bagi Bank Y, bantuan pemasaran memang menjadi kurikulum dari bantuan yang akan diberikan. Dalam pemasaran ini juga, Bank X membantu menjualkan kepada jejaring yang dimilikinya. Pada Bank Y, karena tiap UMKM mengalokasikan kebutuhan yang berbeda dari dana yang diberikan, sehingga hanya 1 dari 3 UMKM yang mengalokasikan untuk pembuatan galeri, galeri yang dibangun juga sebagian berasal dari lembaga donor lain. Galeri tersebut juga digunakan sebagai rumah produksi.

Dalam penelitian Hadi & Udin (2021), ditemukan dukungan pemasaran cukup efektif bagi UMKM, karena bantuan fasilitasi pemasaran memberikan percepatan perluasan pangsa pasar, pengenalan produk, dan peningkatan penjualan pelaku UKM binaan. Namun, khusus untuk bantuan berupa insentif pemasaran dan distribusi yang kurang efektif, UMKM memiliki pangsa pasar lokal yang mudah dijangkau dengan pola distribusi konvensional. Ketika proses produksi UMKM sudah cukup baik, langkah berikutnya yang memang sangat penting adalah membantu proses penjualan produk. Dari penjualan produk tersebut, harus dipetakan target pasar dari masing masing UMKM, tiap UMKM pastinya memiliki target pasar yang berbeda, sehingga harus disesuaikan target pasar tersebut dengan kanal pemasaran yang akan dilakukan. Sehingga penelitian ini mendukung dari penelitian sebelumnya.

Kinerja keberlanjutan UMKM

Pengaruh CSR dari lembaga donor kepada UMKM untuk mewujudkan keberlanjutan UMKM dapat dilihat dalam tiga dimensi, yaitu dimensi sosial, dimensi lingkungan dan dimensi bisnis, analisisnya dapat dilihat dibawah ini.

Dimensi sosial

Semangat awal dari pelaksanaan proyek yang dilakukan Bank X ini adalah pemberdayaan masyarakat, sehingga aspek yang ada di dalam dimensi ini seperti pelatihan, rekrutmen, dan evaluasi peserta dilakukan dengan pendekatan yang baik. Sementara Bank Y ditemukan hampir serupa dengan Bank X, namun satu area yang pendampingnya tidak memiliki semangat sosial menyebabkan kegiatan tersebut tidak berjalan dengan baik, area tersebut bahkan sangat terkendala dalam hal produksi, dan pendekatan kepada masyarakat.

Menurut Maitreyee et al (2020) dalam penelitiannya dikemukakan dimensi sosial merupakan faktor yang dipengaruhi oleh dimensi organisasi, sehingga apapun yang terjadi pada dimensi organisasi akan menentukan apakah dimensi sosial menjadi signifikan atau tidak. Dimensi sosial menjadi hal yang dipengaruhi bukan dari sekedar dimensi organisasi, namun juga faktor internal seperti motivasi pendamping dan eksternal seperti motivasi lembaga donor tersebut. Sehingga penelitian ini tidak mendukung dari penelitian sebelumnya.

Dimensi lingkungan

Pada Bank X, pertanyaan seputar lingkungan sebagian besar tidak banyak dipahami oleh pendamping dan masyarakat, karena memang dari awal proyek ini dimulai tidak terlalu memperhatikan aspek lingkungan. Terdapat sekitar 2 pemilik UMKM yang sadar akan kelestarian lingkungan, namun hal tersebut memang sudah muncul sebelum adanya pendampingan ini. Hal yang mirip terjadi pada Bank Y, yaitu dalam pendampingan tidak betul-betul menonjolkan keberlanjutan lingkungan. Namun, terdapat satu area yang cukup konsen terhadap isu lingkungan, namun setelah didalami bahwa munculnya kesadaran itu bukan dari lembaga donor namun memang kesadaran pribadi pendamping, karena sudah muncul sebelum proyek ini dimulai.

Penelitian Maitreyee et al (2020) ditemukan dimensi lingkungan menjadi faktor yang dipengaruhi oleh dimensi organisasi, sehingga apapun yang terjadi pada dimensi organisasi akan menentukan apakah dimensi lingkungan menjadi signifikan atau tidak. Ini merupakan isu yang tidak biasa diperhatikan oleh sebagian besar pelaku UMKM, harusnya banyak proyek memasukan dimensi lingkungan sebagai salah satu faktor penilaian awal dan penilaian akhir proyek tersebut. Sehingga penelitian ini tidak mendukung dari penelitian sebelumnya.

Dimensi bisnis

Ditemukan pada Bank X, karena proyek ini baru memulai, sehingga belum terlalu terlihat signifikansi dari dampak bisnis kepada UMKM, baru 2 - 3 dari 8 UMKM yang didampingi memiliki dimensi bisnis yang positif walaupun skalanya juga masih kecil. Sementara pada Bank Y dari UMKM yang terlibat, baru satu yang menunjukkan dampak positif dimensi bisnis, namun hal tersebut pun juga tercipta karena sebelumnya UMKM tersebut memang memiliki model bisnis yang baik sebelum adanya pendampingan ini.

Penelitian Maitreyee et al (2020) menemukan dimensi bisnis merupakan acuan akhir dari dimensi organisasi, dimensi sosial dan dimensi lingkungan, bahwa

keberlanjutan organisasi akan ditentukan pada dimensi bisnis ini. Sebagai salah satu tolak ukur apakah sebuah UMKM menjadi berkembang atau tidak sangatlah baik. Sehingga penelitian ini mendukung dari penelitian sebelumnya.

Sesuai dengan yang dijelaskan sebelumnya, bahwa penelitian ini relevan dengan SDGs 1, 5, dan 8. Setelah penelitian ini dilakukan, akan dilakukan analisis keterkaitannya dengan hasil penelitian.

Tabel 2. Keterkaitan Dengan SDGs

Standar	Bank X	Bank Y
SDGs 1 No Poverty (1.1)	Menyasar kelompok masyarakat subsisten, yang secara ekonomi sangat rentan, sehingga memiliki pendapatan yang lebih baik	Memiliki semangat yang sama, karna target di tahun pertama pun setidaknya sudah terdapat peningkatan ekonomi masyarakat
SDGs 5 Gender Equality (5.a)	Seluruh area memiliki keterlibatan perempuan diatas 40%	Tidak terlalu signifikan keterlibatan perempuan
SDGs 8 Decent Work and Economic Growth (8.3)	Adanya pelatihan pengembangan usaha yang komprehensif, dan ditambah akses terhadap penggunaan produk perbankan	Hanya pelatihan pengembangan usaha yang itupun tidak secara keseluruhan, hanya di bagian tertentu saja

Sumber : dianalisis dari UN (2015)

KESIMPULAN

Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini, terdapat cukup banyak ruang lingkup bantuan yang diberikan kepada UMKM, mulai dari kemudahan pendaftaran, bantuan peralatan, bantuan pelatihan dan lainnya. Dari ruang lingkup tersebut terdapat bantuan yang efektif dan tidak efektif, temuan yang efektif seperti pemasaran, pelatihan dan pendampingan. Ditemukan juga bahwa kinerja keberlanjutan dalam dimensi ini diukur melalui dimensi sosial, dimensi lingkungan dan ujungnya melalui dimensi bisnis. Karena dianggap ketika berjalannya suatu usaha namun tidak memiliki bisnis yang baik maka akan percuma.

Rekomendasi

Bagi lembaga donor, dapat membuat ruang lingkup pendampingan yang komprehensif, memperhatikan kebutuhan, jenis bantuan yang akan diberikan, sampai dengan cara melakukan pengukuran dampaknya dan memberikan penghargaan kepada UMKM binaan ketika mampu memiliki prestasi sehingga dapat termotivasi. Bagi pelaku UMKM, mampu memaksimalkan beragam dukungan yang diberikan dengan memastikan kesiapan internal.

Dilakukan penelitian dengan responden UMKM yang lebih banyak, dengan variasi lembaga donor yang lebih bervariasi. Selain itu, dapat dikategorisasi dan diberikan untuk UMKM yang baru memulai usaha dan sudah beberapa bulan berjalan, sehingga dalam proses penilaian tidak menjadi ambigu dan tercampur.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Jabri, H., dan Kamla Ali Al-Busaidi. (2018). Inter-organizational knowledge transfer in omani SMEs: Influencing factors: Very informal newsletter on library automation. *VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems*, 48(3), 333-351. doi:<http://dx.doi.org/10.1108/VJKMS-10-2017-0069>
- Bilan, Y., Mishchuk, H., Roshchyk, I., & Joshi, O. (2020). Hiring and retaining skilled employees in SMEs: Problems in human resource practices and links with organizational success. *Verslas : Teorija Ir Praktika*, 21(2), 780-791. doi: <http://dx.doi.org/10.3846/btp.2020.12750>
- Cambridge University. (2020). Exploratory Research. *Cambridge University Press*. <https://www.cambridge.org/core/books/production-of-knowledge/exploratory-research/FD2ABFAD9DE34B44D015606C962A1AF0>
- Febriani, E., dan Dewobroto, W. S. (2018). Problems and requirement analysis as a first step to connect researchers and small and medium enterprises (SMEs). *Cogent Business & Management*, 5(1) doi: <http://dx.doi.org/10.1080/23311975.2018.1513774>
- Ghonyiah, N., Hartono, S., & Sobari, A. (2019). The rolde of CSR and SCM patterned partnership in promoting the role of SMEs as beneficiary of CSR to local economy. *International Journal of Organizational Innovation (Online)*, 12(2), 240-254. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/role-csr-scm-patterned-partnership-promoting-smes/docview/2303173652/se-2>
- Hadi, N.; Udin, U. (2021). Testing the Effectiveness of CSR Dimensions for Small Business Entrepreneurs. *J. Open Innov. Technol. Mark. Complex.* 7, 6. <https://doi.org/10.3390/joitmc7010006>
- Hasibuan, Dedy. (2020, July 3). CIMB Niaga Raih Penghargaan ‘The Most Helpful Bank during COVID-19 in Indonesia’ dari The Asian Banker. <https://www.cimbniaga.co.id/id/tentang-kami/berita/cimb-niaga-raih-penghargaan--the-most-helpful-bank-during-covid->
- Kementerian Keuangan. (2021, September 27). Pemerintah Terus Perkuat UMKM Melalui Beragam Bentuk Bantuan. <https://pen.kemenkeu.go.id/in/post/pemerintah-terus-perkuat-umkm-melalui-berbagai-bentuk-bantuan>
- Maitreyee, D., Rangarajan, K., dan Dutta, G. (2020). Corporate sustainability in SMEs: An asian perspective. *Journal of Asia Business Studies*, 14(1), 109-138. doi: <http://dx.doi.org/10.1108/JABS-10-2017-0176>
- UN DESA. (2020). MSMe and their role in achieving the SDGs. https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/26073MSMEs_and_SDGs
- UN General Assembly. 2015. Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development (New York) A/RES/70/1, <https://undocs.org/en/A/RES/70/1>.