



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 3 Tahun 2023 Page 1450-1458

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Model Komunikasi Partisipatif Pada *Corporate Social Responsibility* Perusahaan Perbankan: Studi Kasus Bank BJB KCK Banten dan Bank Indonesia KPW Banten

Ghassani Nur Sabrina^{1✉}, Rahmi Winangsih², Rangga Galura Gumelar³

Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

Email: assasabrina62@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Berkembangnya berbagai unit usaha dari tingkat nasional, daerah sampai dengan swasta dengan segala dinamika yang muncul di tengah-tengah aktifitas usaha, maka kesadaran terhadap tanggung jawab sosial perusahaan juga mengalami peningkatan dengan melakukan corporate social responsibility (CSR) yang semakin tahun semakin beragam bentuk pelaksanaannya. Di Indonesia sendiri, pelaksanaan CSR merupakan sebuah kewajiban yang perlu dilakukan setiap perusahaan di Indonesia sesuai Pasal 74 UU PT. Pada penelitian ini peneliti memilih Bank BJB KCK Banten dan Bank Indonesia KPW Banten yang keduanya adalah perusahaan perbankan BUMD dan BUMN yang bertugas dilingkup regional Banten, kedua perusahaan ini diwajibkan melaksanakan CSR sesuai dengan peraturan POJK Nomor 51 Pasal 1 Nomor 5 POJK. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Metode penelitian yang digunakan yakni studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terjadi perbedaan penerapan komunikasi partisipatif di kedua perusahaan perbankan ini. Bank BJB KCK Banten masih memfokuskan CSR mereka pada bentuk fisik dan pembangunan infrastruktur dan kurang berfokus pada pengembangan masyarakat di sekitar. Selain itu, meskipun sudah menggunakan metode yang cukup terstruktur, Bank BJB KCK Banten masih memiliki celah dalam memaksimalkan penggunaan komunikasi partisipatif dalam kegiatan CSR mereka. Di lain sisi, peneliti dapat menyimpulkan bahwa Bank Indonesia KPW Banten memiliki pendekatan berbeda mengenai program CSR mereka. Bank Indonesia KPW Banten menjadikan komunikasi partisipatif sebagai tujuan dari pelaksanaan CSR mereka. Bank Indonesia KPW Banten menjadikan GenBI sebagai perpanjangan tangan yang menjadi penghubung kedua pihak. Pelatihan dan pengembangan skill anggota GenBI telah membuat GenBI lebih dari sekedar komunitas penerima beasiswa Bank Indonesia, namun menjadi agen terdepan Bank Indonesia Provinsi Banten dalam memperkecil jarak dengan masyarakat.

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility, participatory communication, social investment, Bank BJB KCK Banten, Bank Indonesia Banten Province.*

Abstract

The development of various business units at the national, regional, and private levels, along with the dynamics that arise within business activities, has led to an increased awareness of corporate social responsibility (CSR). In Indonesia, CSR implementation is a requirement for every company, as stipulated in Article 74 of the Company Law. In this study, the researcher selected Bank BJB KCK Banten and Bank Indonesia KPW Banten, both of which are state-owned regional banks, to investigate their CSR practices. These companies are mandated to carry out CSR activities in accordance with the regulations stated in POJK Number 51 Article 1 Number 5 POJK. The research findings indicate differences in the application of participatory communication between the two banking companies. Bank BJB KCK Banten's CSR efforts primarily concentrate on physical forms and infrastructure development, with less emphasis on community development. Despite utilizing a somewhat structured method, Bank BJB KCK Banten still has room for improvement in maximizing the use of participatory communication in their CSR activities. On the other hand, the researcher concludes that Bank Indonesia KPW Banten employs a distinct approach to their CSR programs. Bank Indonesia KPW Banten considers participatory communication as a key objective of their CSR implementation. They utilize GenBI as an intermediary connecting both parties. The training and skill development provided to GenBI members have transformed GenBI from merely being recipients of Bank Indonesia scholarships into leading agents for Bank Indonesia Province of Banten, effectively bridging the gap with the local community.

Keywords: Corporate Social Responsibility; participatory communication; social investment; Bank BJB KCK Banten; Bank Indonesia Banten Province.

PENDAHULUAN

Salah satu prinsip yang digunakan dalam penerapan keuangan berkelanjutan adalah prinsip pengelolaan risiko sosial dan lingkungan. Prinsip ini dilaksanakan antara lain melalui tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR pada lembaga jasa keuangan yang telah diatur dalam Pasal 74 UU PT. Tanggung jawab sosial dan lingkungan ini merupakan komitmen untuk berpartisipasi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan untuk meningkatkan kualitas hidup. Lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perusahaan itu sendiri, masyarakat setempat, maupun masyarakat luas.

Corporate Sosial Responsibility (CSR) adalah teori yang didasarkan pada kebutuhan perusahaan untuk membangun hubungan yang harmonis dengan masyarakat dan lingkungan tempat mereka beroperasi. Kembali kepada tujuan perusahaan dalam menjalankan bisnis yaitu untuk mencari keuntungan maka pelaksanaan CSR seharusnya dapat diartikan sebagai bentuk dari investasi sosial perusahaan yang dilaksanakan secara terukur dengan tujuan mendatangkan keuntungan di kemudian hari.

Salah satu definisi CSR yang paling terkenal dan paling dikenal luas adalah definisi yang dibuat Carroll, yang mengatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan mencakup

tanggung jawab ekonomi, hukum, moral, dan kegiatan sukarela di masyarakat (Carroll, 1991). Piramida CSR membedakan berbagai lapisan tanggung jawab. Pondasinya adalah tanggung jawab ekonomi.

Namun, pada saat yang sama, perusahaan juga harus mematuhi norma-norma hukum. Tanggung jawab moral sama dengan kewajiban untuk melakukan dengan cara yang adil dan melakukan hal yang benar, bukan sekedar patuh terhadap aturan. Ini juga bisa berarti tanggung jawab yang mempertimbangkan keadaan sosial di masyarakat dilakukan juga dengan sukarela. Penelitian ini akan melihat dan menganalisa sejauh mana Bank BJB menjadikan kegiatan CSR sebagai bentuk investasi sosial mereka, mengingat dalam lingkup operasional Bank BJB KCK Banten dan Bank Indonesia KPW Banten terdapat berbagai dinamika sosial dan lingkungan, juga terdapat bidang usaha perbankan lainnya seperti Bank Daerah, Bank BUMN dan Bank konvensional yang juga melakukan kegiatan CSR. Seperti yang telah dijelaskan di atas, CSR merupakan sebuah kewajiban yang perlu dilakukan setiap perusahaan di Indonesia sesuai Pasal 74 UU PT. Selain program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) yang telah dijabarkan di atas, ada pula konsep yang kurang lebih sama, namun khusus hanya diwajibkan untuk BUMN dan BUMD. Oleh karena itu, dalam penelitian ini memilih studi kasus di Bank BJB KCK Banten dan Bank Indonesia KPw Banten, bagaimana BUMD dan BUMN tersebut melaksanakan kewajiban program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL).

Dari latar belakang diatas mengenai regulasi perbankan dalam penerapan CSR dan kewajiban program tanggung jawab sosial yang diemban oleh Bank BJB KCK Banten dan Bank Indonesia KPw Banten maka peneliti akan melakukan penelitian untuk melihat dan menganalisa program-program sosial yang sudah dan sedang dijalankan perusahaan, dengan judul " Model Komunikasi Partisipatif pada *Corporate Social Responsibility* Perusahaan Perbankan: Studi kasus Bank BJB KCK Banten dan Bank Indonesia KPW Bante".

Agar penelitian ini menjadi lebih terarah peneliti memfokuskan pada komunikasi partisipatif dan model CSR yang dilakukan Bank BJB KCK Banten dan Bank Indonesia KPW Banten dalam kegiatan CSR. Dari fokus penelitian ini maka akan dapat dianalisa bagaimana Bank BJB KCK Banten dan Bank Indonesia KPW Banten merumuskan, melaksanakan dan mengevaluasi program CSR perusahaan dengan pendekatan komunikasi partisipatif, sehingga akan ditemukan perbandingan dari model CSR kedua perusahaan tersebut.

Setelah memahami dan memutuskan fokus penelitian, maka peneliti merumuskan masalah pada penelitian ini kepada dua poin yaitu :

- 1) Bagaimana bentuk komunikasi partisipatif yang dilakukan Bank BJB KCK Banten dan Bank Indonesia KPW Banten dalam kegiatan CSR perusahaan?

2) Menganalisa bagaimana model CSR Bank BJB KCK Banten dan Bank Indonesia KPW Banten?.

METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian yang digunakan kali ini adalah kualitatif. Pendekatan ini dicirikan oleh tujuan penelitiannya yang berupaya memahami gejala atau fenomena sosial yang tidak memerlukan prosedur kuantifikasi, atau karena gejala tersebut tidak dapat diukur secara tepat (Basrowi, Suwandi 2008:1). Tujuan digunakannya pendekatan penelitian ini adalah agar peneliti dapat memahami kegiatan komunikasi partisipatif yang dibangun oleh Bank BJB KCK Banten dalam program CSR yang dilakukan sebagai bentuk investasi sosial seperti yang tertuang dalam tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan yang diwajibkan kepada BUMN dan BUMD yakni Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL). Metode penelitian kali ini adalah studi kasus. Studi kasus berusaha menggambarkan objek yang diteliti secara mendalam, detail, lengkap untuk mendapatkan gambaran yang utuh dari objek penelitian (Yunus, 2019:264). Teknik pengumpulan data yang digunakan yakni observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka. Teknik analisis data dengan mereduksi data, dengan keabsahan data yang digunakan yakni triangulasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam perspektif komunikasi partisipatif, CSR Bank BJB KCK Banten dan Bank Indonesia Provinsi Banten dapat mengadopsi pendekatan yang cukup mirip, melibatkan berbagai pihak terkait untuk mencapai tujuan sosial dan lingkungan yang lebih luas.

Pertama, dalam hal mendengarkan, kedua lembaga dapat melakukan dialog terbuka dengan masyarakat Banten untuk memahami kebutuhan, aspirasi, dan masalah yang dihadapi oleh mereka. Ini dapat dilakukan melalui pertemuan terbuka, forum publik, atau melalui saluran komunikasi online yang memungkinkan partisipasi aktif masyarakat. Instansi juga dapat bekerja sama dengan organisasi non-pemerintah (LSM) dan komunitas lokal yang bersifat dekat dan berhubungan baik dengan masyarakat, hal ini akan mempermudah aspirasi rakyat untuk sampai ke telinga pihak terkait. Selain itu, mengundang secara langsung perwakilan masyarakat dalam tim konsultasi atau komite pengembangan masyarakat dalam instansi juga dapat menjadi langkah komunikasi partisipatif yang baik. Kedua, dalam melibatkan masyarakat, Bank BJB KCK Banten dan Bank Indonesia Provinsi Banten dapat memfasilitasi partisipasi aktif masyarakat dalam pengambilan keputusan terkait dengan alokasi dana CSR dan perencanaan program-program yang akan

dilaksanakan. Hal ini dapat dilakukan melalui mekanisme konsultasi publik, kemitraan dengan organisasi masyarakat sipil, atau pendekatan partisipatif lainnya yang memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk memberikan masukan dan pandangan mereka. Bank BJB KCK Banten menggunakan metode pengajuan proposal dari masyarakat kepada instansi yang nantinya akan diseleksi dan dijalankan oleh instansi. Sementara, Bank Indonesia Provinsi Banten memiliki guideline dan program tersendiri dan kemudian berdiskusi untuk menyempurnakan program CSR tersebut.

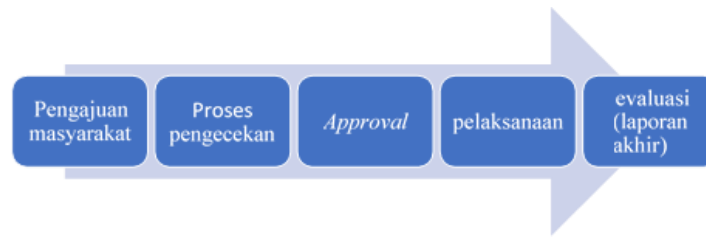
Ketiga, dalam hal transparansi, kedua lembaga tersebut harus menyediakan informasi yang jelas dan akurat mengenai kegiatan CSR mereka kepada masyarakat Banten. Ini dapat dilakukan dengan menyediakan laporan tahunan yang memuat informasi terperinci tentang tujuan, kebijakan, kegiatan, dan dampak dari program CSR yang dilakukan. Bahkan hal ini sudah diatur dalam Undang-Undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas di mana perusahaan wajib untuk mencantumkan informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan tahunan mereka. Selain itu, informasi tersebut harus mudah diakses oleh masyarakat melalui saluran komunikasi yang relevan. Seperti contohnya, laman perusahaan, portal berita, laman ekonomi dan laman bursa saham.

Keempat, dalam responsivitas, Bank BJB KCK Banten dan Bank Indonesia Provinsi Banten harus merespons masukan dan umpan balik yang diterima dari masyarakat. Ini dapat dilakukan dengan memperbaiki program-program yang ada, memperluas cakupan program, atau mengembangkan inisiatif baru yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan aspirasi masyarakat Banten.

Perbedaan pada pelaksanaan yang dilakukan melibatkan organisasi bentukan Bank, dalam hal ini adalah GenBI Banten untuk Bank Indonesia. Sementara itu Bank BJB KCK Banten memang tidak memiliki organisasi bentukan bank untuk melakukan pelaksanaan dan evaluasi, melainkan melalui pihak ketiga seperti pihak pemerintahan. Selain itu, Bank BJB KCK Banten banyak berfokus pada pembangunan fisik seperti fasilitas umum, cukup berbeda dengan Bank Indonesia provinsi Banten yang memiliki cakupan lebih luas dalam pelaksanaannya.

Dalam keseluruhan, partisipasi GenBI Banten dalam program CSR Bank Indonesia Provinsi Banten telah menciptakan kemitraan yang kuat antara Bank Indonesia dan masyarakat. Melalui komunikasi partisipatif, Bank Indonesia dapat menjalankan program CSR dengan lebih efektif dan menghasilkan dampak yang positif dalam pemberdayaan masyarakat dan pembangunan sosial di wilayah Banten. Dalam hal ini, Bank Indonesia Provinsi Banten telah melengkapi kegiatan-kegiatan partisipatif yang dapat dilakukan oleh

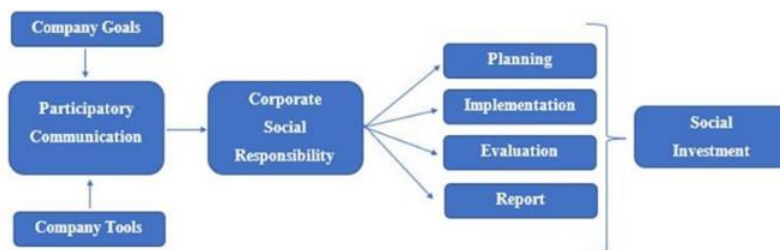
masyarakat penerima CSR dan juga GenBI sebagai organisasi pelaksanaannya. Dengan analisis tersebut, dapat disimpulkan:



Model CSR Bank BJB KCK Banten



Model CSR BI Provinsi Banten



Model CSR Hasil Dari Analisa Kedua Model Di Atas

Dari hasil penelitian ini maka peneliti membuat sebuah model CSR dengan penjelasan sebagai berikut :

1) Tahap 1

Pada tahap ini perusahaan perlu menentukan apakah komunikasi partisipatif sebagai tujuan dari CSR atau hanya sebagai alat untuk melaksanakan CSR

2) Tahap 2

Pada tahap ini CSR dilaksanakan dengan empat tahapan dimulai dari perencanaan termasuk di dalamnya terdapat riset, tahap kedua implementasi atau pelaksanaan kegiatan, ketiga evaluasi pelaksanaan CSR dan yang keempat laporan dari seluruh tahapan pelaksanaan CSR. Dengan melakukan tahap ke dua ini maka CSR yang dilaksanakan akan lebih terencana, terarah dan terukur. Keempat tahapan dilakukan dengan mengikutsertakan komunikasi partisipatif sesuai pilihan yang sudah ditentukan

perusahaan.

3) Tahap 3

Pada tahap ini akan dapat dilihat investasi sosial yang dihasilkan oleh pelaksanaan CSR yang pelaksanaannya menggunakan komunikasi partisipatif. Akan terdapat perbedaan dari hasil investasi sosial sesuai dengan pemilihan komunikasi partisipatif di awal sebelum pelaksanaannya ada yang menjadikan komunikasi partisipatif sebagai tujuan atau komunikasi partisipatif sebagai alat. Tentunya komunikasi partisipatif sebagai tujuan akan menghasilkan investasi sosial yang lebih bagi perusahaan dari hanya sekedar citra baik.

SIMPULAN

Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Bank BJB KCK Banten masih memfokuskan CSR mereka pada bentuk fisik dan pembangunan infrastruktur dan kurang berfokus pada pengembangan masyarakat di sekitar. Selain itu, meskipun sudah menggunakan metode yang cukup terstruktur, Bank BJB KCK Banten masih memiliki celah dalam memaksimalkan penggunaan komunikasi partisipatif dalam kegiatan CSR mereka, untuk saat ini masyarakat kurang ikut andil dalam memastikan CSR berjalan sesuai yang seharusnya.

Kurangnya keikutsertaan masyarakat terutama di bagian evaluasi program CSR dapat berdampak pada kurang terbentuknya kemandirian dan kemampuan masyarakat untuk mulai menjalankan program secara mandiri, ini akan mengakibatkan masyarakat ketergantungan dengan adanya bantuan pemerintah. Padahal, poin utama dilaksanakannya CSR adalah untuk menjamin masyarakat memiliki kemampuan dan kapasitas demi perubahan melalui pemberdayaan (Rahmadani, 2018)

Oleh karena itu, ada baiknya Bank BJB KCK Banten dapat sedikit mengubah pemahaman perencanaan dan pelaksanaan CSR yang berfokus pada bentuk fisik dan infrastruktur untuk citra baik yang lebih positif. Salah satu cara yang bisa dilakukan adalah mengusulkan penyeragaman program CSR di setiap cabang, meskipun di setiap wilayah akan terjadi perbedaan permasalahan sosial, namun dengan permasalahan utama sebagai garis besar akan memberikan kemudahan bagi cabang dalam mempersiapkan program. Selanjutnya diusulkan penyeragaman pemahaman tentang CSR, standar perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Mengingat jangkauan operasional Bank BJB cukup luas, meliputi Jawa Barat dan Banten. Dengan memastikan perencanaan, pelaksanaan dan standar evaluasi yang terintegrasi dan sinergi, maka akan memberikan kemudahan bagi pihak bank dan stakeholder dalam mengkaji keberhasilan program CSR.

Terutama jika mengingat Bank BJB KCK Banten dipercaya mengelola keuangan daerah kabupaten dan kota, pertanggung jawaban Bank BJB KCK Banten menjadi semakin luas dan tugas pemberdayaan masyarakat harus dilakukan dengan lebih maksimal.

Di lain sisi, peneliti dapat menyimpulkan bahwa Bank Indonesia KPW Banten memiliki pendekatan berbeda mengenai program CSR mereka. Jika Bank BJB KCK Banten yang menjadikan komunikasi partisipatif sebagai alat formalitas pelaksanaan CSR, maka Bank Indonesia KPW Banten menjadikan komunikasi partisipatif sebagai tujuan dari pelaksanaan CSR mereka.

Untuk meningkatkan komunikasi partisipatif instansi dengan masyarakat sekitar, Bank Indonesia KPW Banten menjadikan GenBI sebagai perpanjangan tangan yang menjadi penghubung kedua pihak. Pelatihan dan pengembangan skill anggota GenBI telah membuat GenBI lebih dari sekedar komunitas penerima beasiswa Bank Indonesia, namun menjadi agen terdepan Bank Indonesia Provinsi Banten dalam memperkecil jarak dengan masyarakat. Melalui program-program akar rumput yang dilakukan GenBI, Bank Indonesia Provinsi Banten menjadikannya sebagai kewajiban dalam program pengembangan masyarakat juga pembentukan citra baik di mata umum.

Sosialisasi keuangan dan pemahaman keuangan yang awamnya dirasa sulit menjangkau seluruh elemen masyarakat menjadi sebuah hal yang tidak mustahil karena BI KPW Banten selalu memasukkan informasi dan pengetahuan soal keuangan lewat berbagai acara yang mereka gagas bersama dengan GenBI. Hal ini meningkatkan penilaian Bank Indonesia sebagai bank yang ramah rakyat dan menjangkau berbagai kalangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34(4). [https://doi.org/10.1016/0007-6813\(91\)90005-G](https://doi.org/10.1016/0007-6813(91)90005-G)
- Hadi, N. (2014). *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hendrayani, Y., & Hashim, N. H. (2018). Participatory Communication in Corporate Social Responsibility (CSR) Practices: Evaluation Process in Cross-Sector Partnership for Sustainable Development. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 5(3), 140. <https://doi.org/10.18415/ijmmu.v5i3.276>
- KPMG. (2020). KPMG Survey of Corporate Responsibility Reporting 2020. *JNCCN Journal of the National Comprehensive Cancer Network*, 4(17).
- Kurniawati, N. K. (2021). IMPLEMENTASI KEBIJAKAN SISTER CITY KOTA BANDUNG DENGAN KOTA BRAUNSCHWEIG (JERMAN). *JIPAGS (Journal of Indonesian Public*

<https://doi.org/10.31506/jipags.v5i1.9426>

Rahmadani, R., Raharjo, S. T., & Resnawaty, R. (2019). Fungsi Corporate social responsibility (CSR) Dalam Pengembangan dan Pemberdayaan Masyarakat. *Share: Social Work Journal*, 8(2), 203. <https://doi.org/10.24198/share.v8i2.2008>