

# EFEKTIFITAS PROGRAM SOSIAL BANK INDONESIA (PSBI) TERHADAP UMKM DI KOTA PALEMBANG

**RA. Ritawati dan Nurul Mubarok**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang  
{ [HYPERLINK "mailto:Ritawati@gmail.com"](mailto:Ritawati@gmail.com) }.id

## **Abstract:**

*The empowerment of The Small-Medium Enterprises sectors becomes crucial, due to the fact its sectors was supporting the objectives and the realization of socio economic development of the majority of Indonesian peoples. It's development has a big contribution to the Indonesian economics. Realized the potentiality of The Small-Medium Enterprises sectors in Palembang, Bank Indonesia with his Social Program build the linkage between the BI and the small-medium enterprises business. Finally this reasearch finds out that Social Program of Bank Indonesia in cooperation with The Small-Medium Enterprises has been contributed to the socio economics development of the small-medium enterprises in Palembang.*

*Key Words: The Small-Medium Enterprises, Social Program, and Bank Indonesia*

## **PENDAHULUAN**

Pemberdayaan sektor UMKM sangatlah krusial, karena UMKM mempunyai ketahanan yang baik dari imbas krisis global. Perkembangan UMKM dapat diukur dari banyaknya jumlah unit yang dihasilkan per tahunnya. Menurut data Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, perkembangan jumlah UMKM periode 2011-2012 mengalami peningkatan sebesar 2,41%, dari 55.206.444 unit di tahun 2011, menjadi 56.534.592 unit di tahun 2012.

Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) perlu diselenggarakan secara menyeluruh, optimal, dan berkesinambungan melalui pengembangan iklim yang kondusif, pemberian kesempatan berusaha, dukungan, perlindungan, dan pengembangan usaha seluas-luasnya, sehingga mampu meningkatkan kedudukan, peran, dan potensi UMKM dalam

mewujudkan pertumbuhan ekonomi, pemerataan dan peningkatan pendapatan rakyat, penciptaan lapangan kerja, dan pengentasan kemiskinan.

Melihat besarnya kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia, banyak lembaga keuangan bank maupun non-bank yang menyediakan kredit atau pembiayaan bagi UMKM. Hal ini tentu saja membantu UMKM untuk dapat mengembangkan usahanya. Menurut Data Statistik Perbankan Indonesia, realisasi kredit untuk sektor UMKM meningkat dari tahun 2011 sampai tahun 2014.

#### Kredit UMKM per Sektor Ekonomi Tahun 2011 - 2014

Sumber: Bank Indonesia, Statistik Perbankan Indonesia, 2014

Dari grafik perkembangan kredit UMKM sektor ekonomi memperlihatkan bahwa dari tahun 2011 ke tahun 2012 mengalami peningkatan kredit yang diberikan sebesar Rp. 68,233 Miliar, dari tahun 2012 ke tahun 2013 mengalami peningkatan lebih signifikan sebesar Rp. 82,426 Miliar, dan dari tahun 2013 ke tahun 2014 juga mengalami peningkatan walaupun tidak signifikan seperti di tahun 2013, yaitu sebesar Rp. 62,898 Miliar.

Hal ini menunjukkan bahwa respon lembaga keuangan terhadap pemberian pembiayaan atau kredit terhadap UMKM di Indonesia di tiap tahunnya membaik. Lembaga keuangan seperti bank dan koperasi lebih memilih sektor usaha mikro, kecil dan menengah karena resiko yang timbul jika terjadi gagal bayar masih bisa diatasi, dan pengawasan (*monitoring*) terhadap UMKM yang diberikan oleh lembaga keuangan mendapat dukungan dari Kementerian Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, karena pengaruh dari UMKM untuk perekonomian rakyat sangat besar.

Tidak hanya lembaga keuangan bank maupun non bank, sebagai Bank Sentral Indonesia, Bank Indonesia mempunyai peran yang sangat penting dan strategis dalam membantu perkembangan UMKM, khususnya dalam

bidang komoditi, ternak, nelayan, perkebunan, tekstil, dan berbagai macam usaha di sektor ekonomi lainnya. Program pengembangan UMKM Bank Indonesia bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan hidup masyarakat.

Untuk menunjang kesejahteraan masyarakat, Bank Indonesia berupaya untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dan pengendalian inflasi, agar masyarakat tidak terbebani oleh kenaikan harga barang-barang, salah satunya dengan membuat berbagai program untuk pengembangan UMKM.

Program UMKM Bank Indonesia terdiri dari Program Pengembangan UMKM dan Sektor Rill, dan Program Sosial Bank Indonesia (*Bank Indonesia Social Responsibility*). Program Pengembangan UMKM dan Sektor Rill terdiri dari Wirausaha Bank Indonesia (WUBI), Klaster, dan lain sebagainya. Untuk Program Sosial Bank Indonesia (PSBI) adalah wujud penerapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* Bank Indonesia. Program UMKM ini diharapkan mampu terwujud secara nasional yang berperan di sisi penawaran, yang nantinya hal ini akan membantu peningkatan kapasitas ekonomi nasional serta mendukung tugas Bank Indonesia dalam menjaga kestabilan nilai tukar rupiah yang tercermin dari banyaknya barang dan jasa yang dihasilkan oleh masyarakat.

Program Sosial Bank Indonesia (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.

Menurut Badan Pusat Statistik, perkembangan UMKM yang berada di kota Palembang dilihat dari indeks produksi dari tahun 2011 sampai 2014 mengalami kenaikan dari tahun ke tahun.

Gambar  
Indeks Produksi Rata-rata Tahunan UMKM Sumatera Selatan  
Tahun 2011 - 2014

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2015, data diolah

Dari grafik kenaikan indeks produksi usaha mikro, kecil dan menengah provinsi Sumatera-selatan diatas dapat dilihat bahwa dari tahun 2011 ke tahun 2012 indeks produksi UMKM di Sumatera Selatan (Sumsel) mengalami kenaikan sebesar 2,62 poin. Namun, untuk tahun 2012 ke tahun 2013 hanya mengalami kenaikan sebesar 1,72 poin. Untuk tahun 2013 ke tahun 2014 mengalami kenaikan yang signifikan sebesar 6,25 poin. Hal ini disebabkan oleh nilai *output* industri UMKM mengalami kenaikan dari Rp 8.467.130 juta di tahun 2013 naik menjadi Rp 10.451.652 juta di tahun 2014.

Melihat potensi yang dimiliki oleh Provinsi Sumatera Selatan di bidang UMKM, maka Bank Indonesia melaksanakan berbagai program untuk pengembangan UMKM di Sumatera Selatan. Dalam penelitian ini, ada dua masalah yang akan coba diangkat dan diselesaikan yaitu:

1. Bagaimana pola tahapan Program Sosial Bank Indonesia untuk UMKM di Kota Palembang?
2. Apakah Program Sosial Bank Indonesia sudah efektif dalam mendukung perkembangan UMKM di Palembang?

## **LANDASAN TEORI DAN LITERATUREREVIEW**

### **1. Efektivitas**

Efektivitas berasal dari kata efektif. Efektif berarti efek, pengaruh, akibat atau dapat membawa hasil. Jadi, efektivitas mempunyai arti tercapainya keberhasilan, daya guna, dan kesesuaian dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Efektivitas selalu berkaitan dengan hasil yang diharapkan dengan hasil yang telah dicapai. Efektivitas sering dikaitkan dengan efisien, padahal efektif dan efisien mempunyai makna yang berbeda. Jika efektif melihat pada hasil yang telah dicapai, sedangkan efisien melihat proses dalam mencapai keberhasilan tersebut.

Efektivitas dapat dilihat dari berbagai sudut pandang, dengan kata lain penilaian efektif atau tidaknya suatu program dilihat dari ilmu dasar atau pendekatan yang dipakai sesuai dengan tujuan awal sebuah program tersebut dijalankan. Berikut ini definisi, nilai dan kriteria suatu efektivitas oleh beberapa pakar dengan berbagai macam pendekatan:

1. Menurut Handoko (2014: 17), efektivitas merupakan kemampuan untuk memilih tujuan yang tepat atau peralatan yang tepat untuk pencapaian tujuan yang telah ditetapkan.

2. Menurut ahli manajemen Peter Drucker dalam Handoko, efektivitas adalah melakukan pekerjaan yang benar (*doing the rights things*).
3. Menurut Handoko, kriteria yang dapat digunakan untuk menilai efektivitas dilihat dari pendekatan perencanaan, yaitu mencakup:
  - a) Kegunaan
  - b) Ketepatan dan objektivitas
  - c) Ruang lingkup
  - d) Efektivitas biaya
  - e) Akuntabilitas
  - f) Ketepatan waktu
4. Handoko juga menilai efektivitas dari pendekatan perilaku pemimpin yang harus melakukan dua fungsi utama: fungsi-fungsi yang berhubungan dengan tugas atau pemecahan masalah dan fungsi-fungsi pemeliharaan kelompok.
5. Ivancevich, dkk, (2006: 23), melihat efektivitas dari teori sistem, (1) kriteria efektivitas harus merefleksikan keseluruhan siklus *input-proses-output*, bukan hanya *output* saja, dan (2) kriteria efektivitas harus merefleksikan hubungan antara organisasi dan lingkungan luarnya.
6. Stephen Robibins dan Mary Coulter (2010: 179), dalam bukunya Manajemen menilai efektivitas melalui pendekatan pembuatan keputusan yang mempunyai enam karakteristik:
  - a) Berfokus pada apa yang penting
  - b) Logis dan konsisten
  - c) Mengakui pemikiran subjektif dan objektif serta campuran analitis dengan pemikiran intuitif
  - d) Membutuhkan informasi dan analisis secukupnya yang diperlukan untuk memecahkan masalah
  - e) Mendorong dan memandu pengumpulan informasi yang relevan serta opini tertentu
  - f) Jelas, dapat diandalkan, mudah digunakan, serta fleksibel.
7. Menurut Kreitner dan Kinicki, (2011: 7-8), cara menilai efektivitas organisasi dapat dilakukan dengan empat kriteria, yaitu pencapaian tujuan, akuisisi sumber daya, proses internal, dan kepuasan konstituensi:
  - a. Pencapaian tujuan. Hal ini dapat dilakukan dengan cara membandingkan antara hasil atau *output* dengan tujuan atau sasaran yang telah ditetapkan

- b. Akuisisi sumber daya. Suatu organisasi dianggap efektif apabila mendapat input atau faktor-faktor produksi yang dibutuhkan, seperti bahan baku, modal, keahlian, teknis, dan manajerial
- c. Proses internal. Suatu organisasi dikatakan efektif apabila memiliki sistem yang sehat. Sistem yang sehat jika informasi mengalir lancar, serta adanya komitmen, kepercayaan, loyalitas, dan kepuasan karyawan.
- d. Kepuasan konstituensi strategis. Konstituensi strategis adalah sekelompok individu yang memiliki andil dalam organisasi, seperti penyedia sumber daya, pengguna produk, produsen *output* organisasi, kelompok-kelompok yang kerjasamanya penting untuk kelangsungan hidup organisasi, dan mereka yang hidupnya dipengaruhi oleh organisasi.

Ini menandakan bahwa efektivitas memiliki konsep yang multi dimensional, artinya bahwa definisi dari efektivitas berbeda-beda menurut ilmu dan pendekatan yang dipakai, namun tujuan akhirnya sama yaitu untuk melihat sejauh mana *input-proses-output* berjalan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Efektivitas dapat dijalankan sesuai dengan kemampuan operasional untuk mencapai tujuan-tujuan yang diharapkan. Efektivitas berfokus terhadap hasil, program yang dijalankan dan nilai yang dihasilkan. Dalam mengukur efektivitas suatu kegiatan atau program perlu memperhatikan beberapa indikator, seperti: pemahaman program, tepat sasaran, tepat waktu, tercapainya tujuan, dan perubahan yang nyata.

Dapat disimpulkan dari beberapa pendapat ahli tentang efektivitas bahwa efektivitas merupakan suatu pencapaian dalam melihat sampai sejauh mana proses yang telah dilakukan menghasilkan *output* yang dapat membuat perubahan yang nyata seperti meningkatkan taraf hidup masyarakat atau komunitas karena adanya program tersebut yang tujuan utama dari program tersebut adalah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

## **2. Corporate Social Responsibility (CSR)**

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. 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.

*Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggungjawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan. Secara konseptual, CSR adalah sebuah pendekatan dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis mereka dan dalam interaksi mereka dengan para pemangku kepentingan (*stakeholders*) berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan (Fahmi, 2013: 81).

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility (CSR)* pada hakikatnya merupakan suatu kebutuhan bagi korporat untuk dapat berinteraksi dengan masyarakat atau komunitas lokal sebagai bagian dari mereka. Kebutuhan korporat untuk beradaptasi dengan masyarakat adalah untuk mendapatkan keuntungan sosial berupa rasa kepercayaan (*trust*). CSR tentu saja berkaitan erat dengan kebudayaan dan etika bisnis yang dimiliki oleh korporat, karena dalam melaksanakan CSR diperlukan etika yang bersifat adaptif.

Pengkajian tentang CSR saat ini menjadi topik yang paling banyak dibicarakan di berbagai tempat, baik di forum formal maupun informal. Bahkan Perserikatan Bangsa-bangsa dengan Global Compact-nya terlibat aktif membahas dan mendukung CSR sebagai upaya turut menciptakan kemaslahatan masyarakat dunia.

Dari pengembangan CSR yang begitu pesat, maka ada 2 (dua) metode dalam memperlakukan CSR, yaitu:

- a. Metode ***Cause Branding***, adalah pendekatan *Top Down*. Perusahaan menentukan masalah sosial dan lingkungan seperti apa yang harus dibenahi
- b. Metode ***Venture Philanthropy***, adalah pendekatan *Bottom Up*. Perusahaan membantu berbagai pihak *non-profit* dalam masyarakat sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masyarakat.

Pada dasarnya dengan menerapkan CSR ada banyak manfaat yang akan diterima. Salah satunya jika perusahaan tersebut menemukan potensi lain di daerah tempat persahaan tersebut mengembangkan produksinya, maka masyarakat dan pemerintah akan lebih cepat mendukung keberadaan perusahaan tersebut, karena citra yang telah dibangun perusahaan tersebut telah baik dengan pelaksanaan program CSR dan yang terpenting dampak

yang dirasakan masyarakat dari program CSR perusahaan tersebut sangat positif.

Penerapan CSR jangka panjang akan berdampak pada kepercayaan dan pengembangan masyarakat. Menurut Chairil N. Siregar dalam Irham Fahmi, "...apabila perusahaan melakukan program-program CSR dan diharapkan keberlanjutan, sehingga perusahaan akan berjalan dengan baik. Oleh karena itu, program CSR lebih tepat apabila digolongkan sebagai investasi dan harus menjadi strategi bisnis dari suatu perusahaan."

Gambar: Hubungan antara CSR dan Pengembangan Masyarakat

Gambar bagan diatas memperlihatkan bahwa dampak yang dihasilkan oleh penerapan program CSR jangka panjang dan berkelanjutan akan berdampak pada pengembangan masyarakat. Hal ini merupakan poin penting, karena dengan peningkatan taraf hidup masyarakat maka akan berdampak secara makro pada perkeonomian dan kehidupan sosial.

Archie B. Carrol, pengembang konsep Piramida Tanggungjawab Sosial Perusahaan memberi justifikasi mengapa sebuah perusahaan perlu menerapkan CSR bagi masyarakat di sekitarnya:

- a. Tanggungjawab ekonomis. Kata kuncinya adalah: *make a profit*
- b. Tanggungjawab legal. Kata kuncinya: *obey the law*
- c. Tanggungjawab etis. Perusahaan memiliki kewajiban untuk menjalankan usaha bisnisnya dengan baik, benar, adil dan *fair*
- d. Tanggungjawab filantropis. Selain menjalankan usaha untuk mendapatkan keuntungan, taat akan hukum dan berlaku etis, perusahaan dituntut untuk dapat memberi kontribusi yang nyata dapat dirasakan secara langsung oleh masyarakat.

Menurut Dody Prayogo dalam Irham Fahmi, ada 4 (empat) indikator keberhasilan CSR yang dapat dilihat, yaitu:

- a. Secara umum, keberhasilan CSR dapat dilihat dari capaian nilai etika yang dikandungnya yaitu turut menengakkan *social justice*, *sustainability* dan *equity*.
- b. Secara sosial, keberhasilan CSR dapat dinilai dari tinggi rendahnya legminitasi sosial korporasi di hadapan *stakeholder* sosialnya.
- c. Secara bisnis, keberhasilan CSR dapat dilihat dari meningkatnya nilai saham akibat peningkatan *corporate social image*.
- d. Secara teknis, keberhasilan CSR dapat dilihat dari capaian program hasil evaluasi teknis lapangan.

Indikator diatas merupakan indikator yang dapat dilihat secara umum, namun dalam realitanya terdapat banyak indikator keberhasilan program CSR yang disesuaikan dengan jenis lembaga atau usaha yang dijalankan.

Menurut Saidi dan Abidin dalam Irham Fahmi, sedikitnya ada empat model atau pola CSR yang umumnya diterapkan di Indonesia, yaitu:

- a. Keterlibatan langsung
- b. Melalui yayasan atau organisasi sosial perusahaan
- c. Bermitra dengan pihak lain
- d. Mendukung atau bergabung dalam konsorsium.

Secara konsep, hubungan antara CSR dan konsep ekonomi berkelanjutan sangat erat. Pembangunan ekonomi berkelanjutan merupakan suatu keinginan membangun tantangan ekonomi masyarakat yang bersifat makmur dan sejahtera, dengan mengedepankan konsep pembangunan ekonomi yang terencana dan konsisten. Karena suatu pekerjaan tanpa rencana hanya akan membuat pekerjaan tersebut berlangsung tanpa arah dan kendali. Seperti konsep pembangunan Repelita (Rencana Pembangunan Lima Tahun) pada masa Orde Baru yang memiliki sistem pekerjaan yang benar-benar terfokus dalam target-target yang harus terlaksana.

Jika dikaji lebih dalam, CSR memiliki hubungan yang erat dalam mendorong terciptanya pembangunan ekonomi yang *sustainable*. Menurut Dyah

Dengan adanya CSR maka dapat menyetuh substansi masalah kemiskinan yang ada di suatu negara. Program CSR diharapkan mampu menjadi mediasi untuk pengembangan potensi masyarakat dalam mengembangkan ekonomi kreatif dan menumbuhkan usaha mikro, kecil dan menengah. Namun tentu saja, kembali kepada jenis program CSR yang

dijalankan, akan lebih baik jika program tersebut mempengaruhi *soft skill* dan *hard skill* masyarakat.

Program CSR yang dijalankan harus memiliki dua hal penting, komitmen dan tindakan. Jika korporasi tidak memiliki komitmen untuk mensejahterakan masyarakat, maka tindakan sebagai timbal balik dari masyarakat pun tidak ada. Dengan kata lain, komitmen dan tindakan harus berjalan beriringan, jika korporasi tetap pada komitmen yang dimilikinya, maka pembangunan ekonomi yang berkelanjutan akan terlihat dari tindakan masyarakat yang mulai menumbuhkan perekonomian.

### **3. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)**

Undang-undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, merupakan bentuk keseriusan pemerintah untuk mengembangkan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Hal ini diperkuat oleh Amanat ketetapan Majelis Permusyawaratan Rakyat Republik Indonesia Nomor XI/MPR-RI/1998 tentang Politik Ekonomi dalam rangka Demokrasi Ekonomi, usaha mikro, kecil dan menengah perlu diberdayakan sebagai bagian integral ekonomi rakyat yang mempunyai kedudukan, peran, dan potensi strategis untuk mewujudkan struktur perekonomian nasional yang makin seimbang, berkembang dan berkeadilan.

Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) perlu diselenggarakan secara menyeluruh, optimal, dan berkesinambungan melalui pengembangan iklim yang kondusif, pemberian kesempatan berusaha, dukungan, perlindungan, dan pengembangan usaha yang seluas-luasnya, sehingga mampu meningkatkan kedudukan, peran, dan potensi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi, pemerataan, dan peningkatan pendapatan rakyat, penciptaan lapangan kerja, dan pengentasan kemiskinan.

### **4. Definisi dan Kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah**

Menurut Undang-undang RI No.20 Tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil dan menengah, bahwa:

- a. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria yang terdapat di Undang-undang RI No.20 Tahun 2008
- b. Usaha Kecil ialah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak

langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagai mana dimaksud dalam Undang-undang RI No.20 Tahun 2008

- c. Usaha Menengah merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Mikro, Usaha Kecil atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Menengah sebagaimana yang dimaksud dalam Undang-undang RI No.20 Tahun 2008.
- d. Usaha Besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari Usaha Menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.

Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:

- a) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:

- b) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut:

- c) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Definisi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah menurut Bank Indonesia adalah, perusahaan industri dengan karakteristik sebagai berikut:

- a) Memiliki modal kurang dari Rp. 20 juta

- b) Untuk satu putaran dari usahanya hanya membutuhkan dana Rp. 5 juta.
- c) Suatu perusahaan atau perseorangan yang mempunyai total aset maksimal Rp. 600 juta tidak termasuk rumah dan tanah yang ditempati dan Omset tahunan lebih besar dari Rp. 1 milyar.

Kriteria usaha menurut Badan Pusat Statistik adalah:

- a) Usaha Mikro : Memiliki 1 – 4 orang tenaga kerja.
- b) Usaha Kecil : Memiliki 5 – 19 orang tenaga kerja.
- c) Usaha Menengah : Memiliki 20 – 99 orang tenaga kerja.
- d) Usaha Besar : Memiliki di atas 99 orang tenaga kerja.

Menurut *World Bank*, UKM dibagi dalam tiga jenis, yaitu:

- a) *Medium enterprise*, dengan kriteria:
  - Jumlah karyawan maksimal 300 orang
  - Pendapatan setahun hingga sejumlah \$ 15 juta; dan
  - Jumlah aset hingga sejumlah \$ 15 juta
- b) *Small enterprise*, dengan kriteria:
  - Jumlah karyawan kurang dari 30 orang
  - Pendapatan setahun tidak melebihi \$3 juta; dan
  - Jumlah aset tidak melebihi \$ 3 juta.
- c) *Micro enterprise*, dengan kriteria:
  - Jumlah karyawan kurang dari 10 orang
  - Pendapatan setahun tidak melebihi \$ 100 ribu; dan
  - Jumlah aset tidak melebihi \$ 3 juta.

### **5. Asas Usaha Mikro, Kecil dan Menengah**

Dalam mewujudkan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang baik dan berkesinambungan, maka diperlukan asas-asas yang akan membangun usaha yang baik, UMKM Indonesia berasaskan:

- a. Kekeluargaan;
- b. Demokrasi ekonomi;
- c. Kebersamaan;
- d. Efisiensi berkeadilan;
- e. Berkelanjutan;
- f. Berwawasan lingkungan;
- g. Kemandirian;
- h. Keseimbangan kemajuan; dan
- i. Kesatuan ekonomi nasional

## **METODOLOGI**

### **Jenis dan Sumber Data**

Ditinjau dari jenis datanya pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Adapun jenis pendekatan penelitian ini adalah deskriptif. Penelitian deskriptif kualitatif dalam penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh informasi dan mengungkapkan fakta mengenai efektivitas Program Sosial Bank Indonesia terhadap UMKM secara mendalam dan komprehensif. Teknis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif dan *interpretative approach*. Dalam pendekatan ini aktivitas sosial dan manusia diperlakukan sebagai *text*, dimana hasil wawancara dan data observasi dialihkan menjadi tulisan untuk dianalisis.

### **Pembahasan**

Secara umum, Program Sosial Bank Indonesia (PSBI) dilaksanakan dalam bentuk bantuan yang diarahkan untuk kebermanfaatan penerima bantuan. Bantuan yang diarahkan antara lain di bidang peningkatan kualitas ekonomi khususnya usaha mikro, kecil dan menengah, pendidikan, kesehatan, penanggulangan bencana alam dan gerakan nasional. Di tahun 2010, PSBI dititikbertakan pada dukungan terhadap pengembangan kemandirian ekonomi dan usaha mikro-kecil-menengah dan diterjemahkan dalam lebih dari 750 kegiatan PSBI di Kantor Pusat Bank Indonesia Jakarta maupun di 41 kantor Bank Indonesia seluruh Indonesia. Tercatat di akhir 2012, sebanyak 1.490 peserta PSBI mendapat manfaat dari penyelenggaraan Pelatihan UMKM dan penciptaan wirausaha baru yang didukung oleh Bank Indonesia.

Program Sosial Bank Indonesia (PSBI) diperuntukan untuk kelompok (tidak individu) yang memiliki kegiatan rutin yang terbagi menjadi dua, yaitu terprogram dan insidental. Terprogram memiliki dua bidang program, yaitu pengembangan ekonomi dan edukasi pelaksanaan tugas Bank Indonesia. Program insidental mencakup kegiatan sementara di beberapa bidang, antara lain: agama, pendidikan, kesehatan, budaya dan penanggulangan bencana.

Bank Indonesia telah memenuhi beberapa poin yang dianjurkan oleh pemerintah dalam memberikan bantuan untuk kelompok UMKM sesuai dengan kriteria Undang-undang RI No.20 Tahun 2008.

#### **a. Indikator Keberhasilan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Menurut Teori Dody Prayogo**

Merujuk pada teori Dody Prayogo dalam Irham Fahmi yang mengatakan bahwa secara umum ada 4 (empat) indikator keberhasilan *corporate social responsibility* (CSR) yang dapat dilihat, yaitu:

- e. Secara umum, keberhasilan CSR dapat dilihat dari capaian nilai etika yang dikandungnya yaitu turut menengakkan *social justice*, *sustainability* dan *equity*.
- f. Secara sosial, keberhasilan CSR dapat dinilai dari tinggi rendahnya legitimasi sosial korporasi di hadapan *stakeholder* sosialnya.
- g. Secara bisnis, keberhasilan CSR dapat dilihat dari meningkatnya nilai saham akibat peningkatan *corporate social image*.
- h. Secara teknis, keberhasilan CSR dapat dilihat dari capaian program hasil evaluasi teknis lapangan.

Secara umum keempat indikator ini sering dipakai untuk mengukur keberhasilan program CSR walaupun dalam realitanya banyak sekali indikator yang dipakai sesuai dengan jenis lembaga atau usaha yang dijalankan. Dalam melihat keberhasilan Program Sosial Bank Indonesia (PSBI) untuk kelompok UMKM, maka keempat poin tersebut disesuaikan dengan hasil wawancara yang telah dilakukan bersama masing-masing perwakilan kelompok UMKM Pak Harun dan Ibu Merry dan Manajer Divisi Komunikasi dan Layanan Publik, Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Selatan, Pak Sudarta.

Hasil wawancara terhadap kedua kelompok penerima bantuan dan Manajer Divisi Komunikasi dan Layanan Publik, Bank Indonesia Provinsi Sumatera Selatan, maka akan didapat kesimpulan sebagai berikut:

- a. Secara umum, nilai etika yang dikandung oleh Program Sosial Bank Indonesia adalah Kesejahteraan Masyarakat dan Kebermanfaatannya yang berkelanjutan.

Menurut Ibu Merry dari kelompok UMKM Pak Junaidi, sejak diberikan bantuan dan peralatan operasional lainnya, penjualan meningkat karena banyaknya ruang untuk pengunjung yang datang, ditambah interior yang baik menjadi daya tarik bagi pengunjung di malam hari.

Dari hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa dengan pemberian bantuan menimbulkan dampak yang berkelanjutan dalam faktor pendapatan, karena luas UMKM terpilih dapat menampung banyak pengunjung dan hal ini berdampak pada peningkatan penjualan.

- b. Secara sosial, Program Sosial Bank Indonesia memberikan dampak yang positif di kalangan *stakeholder*. Hal ini dikemukakan oleh Pak Sudarta, selaku Manajer Divisi Komunikasi dan Layanan Publik bahwa, ketika adanya kunjungan *stakeholder* dari luar kota Palembang, maka pihak Bank Indonesia Provinsi Sumatera Selatan

membawa para *stakeholder* untuk mengunjungi UMKM terpilih, agar dapat menjadi contoh bagi *stakeholder* yang ingin mengembangkan usaha mikro, kecil, dan menengah di kantor perwakilan mereka dan juga dengan mendatangkan *stakeholder* maka dapat menjadi pembuktian bahwa program ini berjalan dengan baik dan di sisi kelompok UMKM dengan adanya *stakeholder* Bank Indonesia maka reputasi UMKM dapat dikenal di luar kota.

- c. Secara bisnis, yang diukur adalah keberhasilan kenaikan saham, namun untuk UMKM maka akan disesuaikan menjadi kenaikan pendapatan yang berhasil dicapai oleh masing-masing UMKM. Menurut Ibu Merry dan Pak Harun, pendapatan yang dihasilkan meningkat, dari yang sebelum mendapat bantuan hanya berkisar Rp 500.000-Rp 600.000, namun pendapatan naik menjadi Rp 700.000-Rp 1.000.000 setelah mendapat bantuan.
- d. Secara teknis, hasil evaluasi yang diadakan oleh pihak Bank Indonesia membuktikan bahwa, kelompok UMKM masih tetap menjalankan operasionalnya dengan baik, dan memanfaatkan pemberian sesuai dengan tujuannya. Evaluasi yang dilakukan terkahir kali adalah ketika pameran Sumsel Expo di bulan Mei 2015, dimana pihak Bank Indonesia Provinsi Sumatera Selatan mengajak *stakeholder* untuk berkunjung ke UMKM.

**b. Hasil Analisis Perbandingan Sebelum dan Sesudah Menerima Bantuan**

Dari pemaparan diatas dan hasil wawancara, dokumentasi maupun observasi maka dapat disimpulkan beberapa perbedaan yang terjadi pada usaha UMKM dari sebelum menerima bantuan dan setelah menerima bantuan dari Bank Indonesia, sebagai berikut:

Tabel

Perbandingan Keadaan UMKM di Kota Palembang Sebelum dan Sesudah Menerima Bantuan dari Bank Indonesia Tahun 2014-2015

No.	Indikator Penilaian	Sebelum Mendapat Bantuan UMKM terpilih dari Bank Indonesia	Sesudah Mendapat Bantuan UMKM terpilih dari Bank Indonesia
1.	Keterampilan ( <i>skill</i> )	Belum mendapat ilmu tentang	Telah mendapatkan

		melayani konsumen dengan baik dan benar, hanya sebatas pelayanan biasa dalam menerima dan memberikan pesanan	pelatihan bagaimana cara melayani konsumen dengan baik ndan benar, adanya interaksi secara empati antara kelompok UMKM dan pemberi pelatihan, menanyakan langsung jika ada kekurangan baik dalam hal pelayanan maupun produk, lalu dihimbau dan dilatih membuat makanan dengan kualitas yang baik.
2.	Produk dan Interior	Jenis makanan yang dijual makanan tradisional Palembang, hanya sebatas UMKM terpilih yang memakai <i>banner</i> .	Jenis makanan yang dijual makanan tradisional Palembang, memiliki interior yang bagus, seperti lampu led dipasang mengelilingi interior dan atap perahu untuk memberikan kenyamanan dan keindahan di malam hari.
3.	Jumlah produk yang dijual	Masih terbatas karena modal dan	Jumlah makanan yang dijual

		pendapatan secukupnya	bertambah karena pendapatan meningkat
4.	Omset penjualan	Rp. 500.000 – Rp. 600.000 per hari	Rp. 700.000 – Rp. 1.000.000 per hari
5.	Jumlah pegawai	Hanya sebatas anggota keluarga	Ibu Merry sudah menambah satu pegawai baru, diluar anggota keluarga.

Sumber: disarikan dari hasil wawancara, dokumentasi dan observasi penulis, 2015

Setelah diuraikan hasil wawancara yang melibatkan antara dua pihak, maka dapat dilihat bahwa Bank Indonesia sudah efektif memberikan bantuan untuk UMKM. Dilihat dari pendekatan teori efektivitas *input-proses-output* bahwa:

**Input** yang dilakukan oleh Bank Indonesia berupa pengumpulan data sekunder, survei dan bertanya langsung kepada kelompok UMKM untuk memastikan bantuan apa yang tepat untuk diberikan kepada kelompok UMKM, sudah sangat baik. Bantuan UMKM terpilih pun bermanfaat karena tidak adanya lagi pendapatan yang keluar untuk biaya sewa UMKM terpilih.

**Proses**, dalam prosesnya Bank Indonesia sudah baik dalam memberikan pelatihan, melakukan pengawasan dan evaluasi yang berkala untuk mengantisipasi jika ada masalah yang terjadi. Dengan begitu **output** yang dihasilkan berupa kenaikan pendapatan, ilmu atau keterampilan bertambah dan jumlah pengunjung yang meningkat.

Jika dihubungkan pengaruh UMKM terhadap tingkat perkembangan usaha mikro, kecil dan menengah di kota Palembang, tidak begitu mempengaruhi karena tidak signifikan meningkatkan Produk Domestik Bruto kota Palembang. Namun, Bank Indonesia berharap program sosial untuk UMKM ini bisa dijadikan *pilot project* atau proyek landasan yang bisa menginspirasi lembaga atau instansi lain untuk melakukan hal yang serupa atau kegiatan yang lebih signifikan yang akan berpengaruh untuk perkembangan usaha mikro, kecil dan menengah di Palembang.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Pola Program Sosial Bank Indonesia yang dilakukan untuk kelompok UMKM terpilih mencakup, tahap pengumpulan data, dimana pada tahap ini Bank Indonesia berkerjasama dengan berbagai instansi dan media massa terakit dengan UMKM terpilih. Tahap pemberian berupa pemberian peralatan operasional lainnya, tahap pengawasan dilakukan secara berkala 3 bulan, 6 bulan, sampai satu tahun, hal ini dilakukan dengan mengunjungi UMKM terpilih, dan tahap evaluasi dilakukan dengan kegiatan seminar ataupun pelatihan dengan diskusi bersama pengusaha besar yang memberikan solusi kepada para kelompok UMKM terpilih.

Program Sosial Bank Indonesia untuk UMKM terpilih sudah berjalan dan terlaksana dengan efektif, ini diperlihatkan dari keterampilan (*skill*) yang bertambah karena adanya pelatihan dari Bank Indonesia, jumlah produk makanan yang dijual meningkat, omset penjualan yang juga meningkat karena pengunjung banyak yang didukung oleh kapal yang luas, dan pegawai yang bertambah.

### **Saran**

1. Kepada Bank Indonesia agar memberikan stimultan program-program berkelanjutan, terutama di bidang *skill* yang dapat mendorong pelaku UMKM agar lebih produktif lagi dalam upaya menciptakan kesejahteraan masyarakat yang lebih luas dengan bekerjasama dengan instansi lain yang memiliki satu visi yang sama.
2. Kepada pemilik UMKM terpilih agar memanfaatkan bantuan dari Bank Indonesia dengan sebaik-baiknya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arijanto, Agus. 2012. *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers
- Bambang dan Melia. 2013. *CSR (Corporate Social Responsibility)*. Bandung: Rekayasa Sains
- Bank Indonesia. 2004. *Bank Indonesia: Suatu Pengantar*. Jakarta: Bank Indonesia
- \_\_\_\_\_. 2012. *Mereka yang Berani Bermimpi*. Jakarta: Bank Indonesia
- \_\_\_\_\_. 2015. *Apa dan Mengapa Program Corporate Social Responsibility*. [online] Tersedia: {HYPERLINK "http://www.bi.go.id"} [22 April 2015]
- Bungin, Burhan. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Aktualisasi Metodologis Ke Arah Ragam Varian Kontemporer*. Jakarta: Rajawali Pers
- Calvary, Rizal. 2008. *Ayo ke Bank! Dapatkan Kredit UMKM*. Jakarta: Kompas Gramedia
- Coulter, Marry dan Robbins, Stephen S. 2010. *Manajemen Jilid 1*. Jakarta: Erlangga
- Fahmi, Irham. 2013. *Etika Bisnis: Teori, Kasus, dan Solusi*. Bandung: Alfabeta
- Faisal, dkk. 2006. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Kencana
- Handoko, Hani T. 2014. *Manajemen Edisi 2*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta
- Ivancevich, Jhon M, dkk. 2006. *Perilaku dan Manajemen Organisasi Jilid 1*. Jakarta: Erlangga

- \_\_\_\_\_. 2007. *Perilaku dan Manajemen Organisasi Jilid 2*. Jakarta: Erlangga
- Kasmir. 2013. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Pramiyanti, Alila. 2008. *Studi Kelayakan Bisnis untuk UKM*. Jakarta: PT Buku Kita
- Satori, Djam'an dan Komariah, Aan. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: AlfaBeta
- Sudjana, Nana. 2011. *Tuntunan Penyusunan Karya Ilmiah*. Bandung: Sinar Baru Algensindo
- Sunyoto dan Burhanudin. 2011. *Perilaku Organisasional*. Yogyakarta: CAPS
- Suparmoko. 2007. *Metode Penelitian Praktis*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta
- Undang-undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008

{HYPERLINK "http://www.bi.go.id"}  
{HYPERLINK "http://www.bps.go.id"}  
{HYPERLINK "http://www.depkop.go.id"}  
{HYPERLINK "http://www.hargasumsel.com"}  
{HYPERLINK "http://www.wikipedia.com"}