

**PEMANFAATAN DANA CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) PT. PNM
DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM DI KOTA PEKANBARU**Machasin^{*}, Taufiqurrahman, Ezky Tiyasiningsih*Dosen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Riau**Kampus Bina Widya. 12,5 Pekanbaru*^{*}korespondensi : machasin@lecturer.unri.ac.id

Artikel history	Received	: 8 Januari 2022
	Revised	: 20 Februari 2022
	Published	: 09 April 2022

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan Untuk memperoleh bukti-bukti empirik dan menemukan kejelasan tentang Pemanfaatan Dana CSR PT. PNM dalam meningkatkan daya saing UMKM di Kota Pekanbaru. Seberapa besar peningkatan daya saing UMKM sesudah mendapat program *Corporate Social Responsibility* (CSR), dan bagaimana menciptakan skema kemitraan pemberdayaan UMKM yang mampu mencitakan keunggulan dengan melibatkan seluruh stakeholder dalam meningkatkan daya saing UMMK. Metode yang digunakan dalam menganalisis data pada penelitian ini adalah metode deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Pedekatan kualitatif digunakan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang berbagai fenomena, yang hendak diperoleh oleh peneliti dalam mengkaji program CSR dan dampak bagi UMKM penerima program. Selanjutnya dalam analisis data juga digunakan metode Bayes yaitu suatu metode pendekatan secara statistik untuk menghitung tradeoffs diantara keputusan yang berbeda-beda, dengan menggunakan probabilitas yang menyertai suatu pengambilan keputusan tersebut. Dari data hasil perhitungan Daya Saing dengan menggunakan metode bayes berdasarkan jenis usaha menunjukkan sebagian besar usaha statusnya masih berpotensi memiliki Daya Saing yaitu jenis usaha perkebunan sebesar 20%, usaha perdagangan sebesar 16,70%, ternak dan kedai harian sebesar 13%, jasa dan jenis usaha lainnya sebesar 10% dan rumah makan sebesar 6,70%. Serta jenis usaha lainnya sebesar 6,7%. Sedangkan status usaha yang Berda ya Saing terdapat pada jenis usaha rumah makan, kedai harian dan perkebunan.

Kata kunci: *Corporate Social Responsibility*, Daya Saing, Usaha Mikro Kecil Menenngah**PENDAHULUAN**

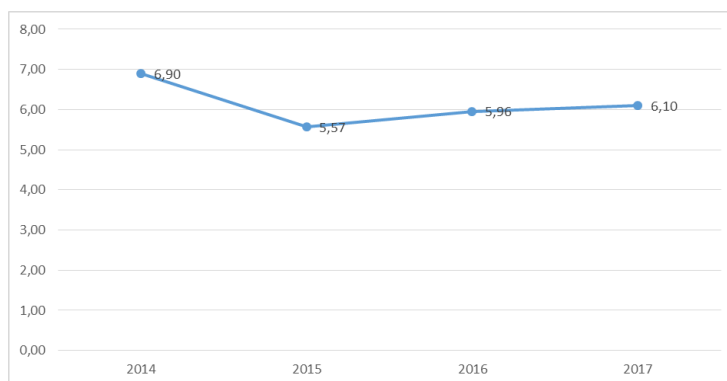
Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai peran penting dan strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. Selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja, UMKM juga berperan dalam mendistribusikan hasil-hasil pembangunan. Selain itu, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah salah satu pilar utama ekonomi nasional yang harus memperoleh kesempatan utama, dukungan, perlindungan dan pengembangan seluas-luasnya sebagai wujud keberpihakan yang tegas kepada kelompok usaha ekonomi rakyat.

Penyerapan tenaga kerja UMK yang besar di Indonesia memiliki karakteristik informal, yaitu usaha yang dicirikan dengan tidak adanya status badan hukum, tidak adanya sistem pencatatan keuangan, dijalankan dengan modal yang terbatas dan keahlian yang terbatas, serta

penggunaan teknologi yang masih sederhana. Pengelolaan yang sederhana ini tentunya akan berpengaruh terhadap pendapatan yang diperoleh UMK. Salah satu upaya untuk meningkatkan kinerja dan UMK adalah menjalin kemitraan dengan perusahaan yang lebih besar dalam bentuk program *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagaimana yang diwajibkan oleh Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007. Upaya ini dilakukan agar UMKM bisa mendapatkan pembinaan, bantuan modal, maupun lainnya. Upaya tersebut diharapkan dapat meningkatkan pendapatan UMK sekaligus akan meningkatkan taraf hidup masyarakat.

CSR merupakan komitmen perusahaan untuk membangun kualitas kehidupan yang lebih baik bersama dengan para pihak yang terkait, utamanya masyarakat di sekelilingnya dan lingkungan sosial dimana perusahaan tersebut berada, yang dilakukan terpadu dengan kegiatan usahanya secara berkelanjutan.

Kota Pekanbaru merupakan Kota dengan kontribusi PDRB tanpa migas terbesar dan 3 terbesar dengan migas terhadap PDRB Provinsi Riau. Data dari Badan Pusat Statistik menunjukkan trend laju pertumbuhan ekonomi dengan migas Kota Pekanbaru mengalami fluktuasi selama 4 tahun terakhir.



Gambar 1. Pertumbuhan Ekonomi Kota Pekanbaru Periode 2014-2017 (BPS Kabupaten Pekanbaru, 2019)

Besarnya kontribusi PDRB baik dengan migas maupun tanpa migas terhadap PDRB Provinsi dan trend pertumbuhan ekonomi yang terus mengalami peningkatan tentu tidak terlepas dari peran sektor UMKM sebagai sektor penggerak perekonomian daerah. Data dari Badan Pusat Statistik Provinsi Riau menunjukkan jumlah UMKM tertinggi di Provinsi Riau.

Tabel 1. Jumlah UMKM Provinsi Riau (Badan Pusat Statistik, 2018)

Kabupaten	Jumlah	Presentase (%)
Kuantan Singingi	30.353	5,96
Indragiri Hulu	36.316	7,13
Indragiri Hilir	44.654	8,77
Pelalawan	28.145	5,53
Siak	32.740	6,43
Kampar	68.731	13,5
Rokan hulu	41.330	8,12
Bengkalis	43.253	8,49
Rokan Hilir	43.152	8,47
Kepulauan Meranti	15.051	2,96
Pekanbaru	99.175	19,47
Dumai	26.361	5,18
Total	509.252	100

Peningkatan jumlah UMKM harus dibarengi dengan peningkatan daya saing usaha agar *multiplier effect* yang ditimbulkan bisa optimal dalam hal penyerapan tenaga kerja dan pemerataan ekonomi masyarakat. Hanya saja peningkatan jumlah UMKM tidak dibarengi dengan peningkatan daya saing usaha hal ini disebabkan sulitnya mendapatkan akses terhadap permodalan, pengelolaan usaha yang masih tradisional, belum adanya laporan keuangan, dan banyak sekali masalah yang dihadapi oleh UMKM dilapangan. Untuk itu, CSR merupakan salah satu solusi kemitraan yang dapat memperkuat daya saing UMKM. Pola pengembangan CSR sebagai program kemitraan dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti *community development*, peningkatan kapasitas, promosi produk, penguatan modal, dan sebagainya. Menurut Sulistyono dan Adiatma (2011) Peningkatan daya saing UMKM melalui program CSR dapat dilakukan melalui dua aspek yaitu faktor internal yang meliputi institusi riset dan pengembangan, kapabilitas sumberdaya manusia (SDM), pengembangan SDM, dan teknologi, sedangkan faktor eksternal mencakup dukungan kemitraan dalam modal, dukungan pemerintah terhadap riset, HAKI, interaksi dengan pihak luar.

Pentingnya peningkatan daya saing UMKM bagi perekonomian daerah dan pemerataan ekonomi di Kota Pekanbaru membuat peneliti menjadi tertarik untuk mengkaji: “Pemanfaatan Dana *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. PNM Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Di Kota Pekanbaru.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian sebanyak 65 UMKM penerima program mitra binaan PT. Permodalan Nasional Madani (Persero) di Kota Pekanbaru. Adapun sampel dalam penelitian berjumlah 30 UMKM diberbagai sektor usaha dengan menggunakan metode *case study*.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian adalah Kota Pekanbaru, dengan waktu penelitian dilakukan selama 6 bulan yaitu pada bulan Mei 2019 sampai September 2019.

Tahapan Penelitian

Tahapan pertama didalam penelitian ini adalah peneliti melakukan wawancara dengan menggunakan instrument kusioner yang bertujuan untuk menganalisis dan mengevaluasi pengelolaan program CSR dan manfaat yang sudah ditimbulkan oleh program CSR dari persepektif penerima program. *Tahapan kedua* dari penelitian ini adalah berdasarkan hasil wawancara lapangan maka peneliti menyusun skema pembinaan program CSR untuk UMKM. *Tahapan ketiga* dari penelitian ini adalah peneliti menyusun pengembangan UMKM yang melibatkan seluruh stakeholder dengan menggunakan metode *triple helix*.

Metode Analisis Data

Metode yang digunakan dalam menganalisis data pada penelitian ini berupa metode deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif dipandang tepat karena sesuai dengan tujuan penelitian yang hendak dicapai yakni menganalisis dan mengevaluasi program CSR dan melihat dampak program tersebut daya saing UMKM Kota Pekanbaru. Pendekatan kualitatif digunakan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang suatu fenomena, dalam hal ini sesuai dengan tujuan penelitian yang hendak diperoleh oleh peneliti sehingga pendekatan kualitatif sangat relevan untuk digunakan dalam kajian ini. Tujuan peneliti dalam mengkaji program CSR dan dampak bagi UMKM penerima program, membutuhkan keterlibatan peneliti secara mendalam terhadap lingkungan yang akan diteliti. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan pemahaman secara mendalam mengenai dampak yang dirasakan oleh UMKM setelah menerima program CSR sehingga dihasilkan data yang riil.

Pendekatan penelitian yang berkaitan dengan tema penelitian dapat dikategorikan sebagai studi kasus. Studi kasus adalah suatu model yang menekankan pada eksplorasi dari suatu sistem yang terbatas pada satu kasus atau beberapa kasus secara mendetail, disertai dengan penggalan data secara mendalam yang melibatkan beragam sumber informasi yang kaya akan konteks. Studi kasus juga merupakan suatu model penelitian kualitatif yang terperinci tentang individu atau suatu unit sosial tertentu selama kurun waktu tertentu. Secara lebih dalam, studi kasus merupakan suatu model yang bersifat komprehensif, intens, terperinci, terperinci dan mendalam serta lebih diarahkan sebagai upaya untuk menelaah masalah-masalah atau fenomena yang bersifat kontemporer. (Herdiansyah dalam Satori *et al*, 2015).

Metode Bayes

Metode Bayes adalah suatu metode pendekatan secara statistik untuk menghitung *tradeoffs* diantara keputusan yang berbeda-beda, dengan menggunakan probabilitas yang menyertai suatu pengambilan keputusan tersebut. Metode bayes digunakan untuk menentukan UMKM berdasarkan urutan prioritas tertinggi. Adapun rumusan dari metode bayes adalah sebagai berikut:

$$P(X_k | Y) = \frac{P(Y | X_k)}{\sum_i P(Y | X_i)}$$

Dimana: keadaan Posterior (Probabilitas X_k di dalam Y) dapat dihitung dari keadaan prior (Probabilitas Y di dalam X_k dibagi dengan jumlah probabilitas Y dalam semua X_i).

Adapun kriteria pembobotan adalah sebagai berikut:

- 0% – 33% = tidak mempunyai daya saing
- 34% – 66% = berpotensi daya saing
- 67% – 100% = mempunyai daya saing

Adapun indikator yang digunakan untuk mengukur daya saing UMKM adalah sebagai berikut:

- a. Keterampilan kerja. Indikator ini digunakan untuk mengukur seberapa terampil SDM usaha dalam mengelola usaha adapun sub indikator yang digunakan untuk menentukan seberapa terampil SDM usaha adalah tingkat pendidikan, pelatihan yang diikuti dan pengalaman kerja.
- b. Bahan baku. Indikator ini digunakan untuk mengukur tingkat kerentanan usaha, adapun subindikator yang digunakan adalah untuk mengukur indikator bahan baku adalah ketersediaan bahan baku, harga bahan baku, kesinambungan dan mutu bahan baku.
- c. Modal. Modal merupakan komponen penting dalam menjalankan usaha, dengan modal suatu usaha menjadi mudah dalam melakukan pengembangan, inovasi dan bersaing dengan kompetitor. Adapun sub indikator yang digunakan untuk mengukur indikator modal adalah kebutuhan modal kerja/persediaan modal dan akses terhadap lembaga keuangan baik bank maupun non bank.
- d. Sarana produksi. Sarana produksi terkait langsung dengan operasionalisasi sebuah usaha, apabila sarana produksi kurang memadai maka dapat dipastikan pengembangan usaha akan terhambat. Adapun sub indikator yang digunakan untuk mengukur indikator sarana produksi adalah ketersediaan sarana produksi dan harga sarana produksi.
- e. Teknologi. Teknologi terkait langsung dengan efisiensi dan proses melakukan inovasi. Adapun sub indikator yang digunakan untuk mengukur indikator teknologi adalah penggunaan teknologi dalam proses produksi dan pemasaran produk untuk menjangkau market yang lebih luas lagi.

- f. Manajemen usaha. Manajemen usaha sangat penting karena pelaku usaha membutuhkan pengaturan yang efektif dan efisien untuk menjalankan usahanya. Untuk mengolah yang ada dalam usahanya harus menggunakan prinsip manajemen. Jika tidak memakai prinsip manajemen maka perjalanan usaha dalam sistem pengelolaannya tersebut tidak bisa berjalan atau beroperasi dengan baik.
- g. Penyerapan tenaga kerja. Penyerapan tenaga kerja adalah indikator penting dalam capaian keberhasilan sebuah usaha, hal ini berpengaruh terhadap peningkatan taraf hidup masyarakat yang akan berimplikasi kepada naiknya konsumsi agregat yang akan berdampak besar terhadap perkembangan usaha.
- h. Share terhadap perekonomian. Ukuran keberhasilan sebuah usaha salah satunya adalah seberapa besar usaha berkontribusi terhadap perekonomian atau mempunyai *multiplier* terhadap tumbuhnya sektor ekonomi lainnya.
- i. Harga. Harga merupakan faktor penting untuk bersaing secara kompetitif dengan para kompetitor. Apabila sebuah usaha tidak mampu bersaing secara harga maka akan ditinggalkan oleh calon *customers*.
- j. Kemampuan bersaing dengan kompetitor. Merupakan indikator yang sangat penting, apabila sebuah usaha ingin *survive* dari pesaing maka yang harus dilakukan adalah melakukan inovasi agar market tidak mengalami kejenuhan.

Metode *Triple Helix*

Teori Triple Helix, yang dipopulerkan oleh Etzkowitz dan Leydersdorff (1995), adalah suatu pendekatan dalam menciptakan sinergi kerjasama dari tiga aktor yaitu akademik (A), bisnis (B), dan pemerintah (G) untuk membangun ekonomi berbasis pengetahuan (*knowledge-based economy*). Dari sinergi yang terbangun diharapkan dapat muncul sirkulasi pengetahuan antar aktor yang terlibat untuk melahirkan berbagai inovasi pengetahuan yang memiliki potensi untuk dikapitalisasi atau ditransformasi menjadi produk maupun jasa yang memiliki nilai ekonomis. Dalam perkembangan empirisnya di berbagai belahan dunia muncul berbagai aktor-aktor diluar unsur ABG yang disebutkan tadi yang ikut memberi pengaruh signifikan bagi dinamika interaksi ketiganya. Dengan adanya aktor-aktor yang muncul kemudian ini diperlukan suatu model yang merupakan pengembangan dari model Triple Helix, sebagai pisau analisis dalam mengembangkan berbagai model kebijakan kerjasama *knowledge-based economy*. Leydersdorff (2012) berpandangan bahwa model Triple Helix secara teoretis dapat diekspansi menjadi model-model quadruple-helix, dan seterusnya hingga *n-tuple* helix tanpa ada batasan. Meski demikian juga Leydersdorff (2012) memberi catatan bahwa atas alasan metodologis hendaknya pengembangan model Triple Helix dilakukan secara bertahap sesuai kebutuhan agar memberikan daya penjabar. Etzkowitz (2008) mengemukakan ada tiga tahap munculnya model inovasi Triple Helix yaitu: 1) Transformasi internal masing-masing heliks; 2) Pengaruh satu heliks terhadap yang lain; 3) Penciptaan hamparan baru jaringan trilateral; 4) Organisasi dari interaksi di antara ketiga heliks tersebut. Menurut Etzkowitz dan Ranga (2008), proses evolusi dalam model triple helix melibatkan transisi dari tahap 'statist' di mana pemerintah mengontrol akademisi dan industri, ke hubungan negara *laissez-faire* antara ketiga lingkup institusional; dan akhirnya ke tahap *hibrida* di mana setiap lingkup institusional menyimpan karakteristik khasnya sendiri, dan pada saat yang sama mengambil peran yang lain.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Peran yang dilakukan PNM Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM

a. Tingkat Kesesuaian Terhadap CSR yang Diterima

Data hasil survei menunjukkan persepsi responden berdasarkan tingkat kesesuaian terhadap CSR yang diterima didominasi oleh responden yang merasa program mitra binaan sesuai 100% dengan apa yang diharapkan oleh penerima. Hal ini dikarenakan setiap permohonan yang diajukan oleh calon penerima *diapprove* berdasarkan pertimbangan-pertimbangan yang transfaran dari pengelola CSR.

b. Masalah yang Dihadapi

Hasil survei mengenai persepsi responden berdasarkan masalah yang dihadapi didominasi oleh responden yang tidak memiliki masalah ketika mengelola CSR yang diberikan yaitu sebanyak 100%. Hal ini dikarenakan selain proses administrasi yang mudah, proses verifikasi yang transfaran juga aturan-aturan terkait pengelolaan program sangat sederhana dan mudah untuk dipahami.

c. Kecepatan Pengurusan CSR

Hasil survei menunjukkan persepsi responden berdasarkan kecepatan pengurusan CSR didominasi oleh responden yang menjawab cepat yaitu sebanyak 46%, adapun responden yang menjawab biasa saja sebanyak 40%, sedangkan responden yang menjawab sangat cepat sebanyak 7% dan responden yang menjawab lama hanya 7%. Secara keseluruhan sebagian besar responden merasa puas dengan kecepatan pengurusan program CSR. Kecepatan pengurusan administrasi CSR berdampak kepada tingkat *trust* penerima terhadap pengelola CSR sehingga kedepannya akan mempermudah proses koordinasi, monitoring dan pembinaan.

d. Kecepatan Pencairan CSR

Hasil survei menunjukkan persepsi responden berdasarkan kecepatan pencairan CSR didominasi oleh responden yang menjawab cepat yaitu sebanyak 60%, adapun responden yang menjawab biasa saja sebanyak 23%, sedangkan responden yang menjawab sangat cepat sebanyak 17%. Secara keseluruhan sebagian besar responden merasa puas dengan kecepatan pencairan program CSR. Kecepatan pencairan CSR berdampak kepada *trust* penerima terhadap pengelola CSR. Selain itu mampu mendorong perputaran uang.

e. Monitoring Program

Hasil survei lapangan menunjukkan karakteristik responden berdasarkan monitoring program didominasi oleh responden yang menjawab terdapat proses monitoring program yaitu sebanyak 97%, sebanyak 3% menjawab tidak. Monitoring memegang peran yang sangat penting dalam mendorong kinerja dan daya saing usaha, pemantauan dan evaluasi yang dilakukan sangat berguna untuk mengetahui perkembangan usaha.

f. Frekuensi Monitoring

Hasil survei lapangan menunjukkan responden berdasarkan frekuensi monitoring yang diterima didominasi oleh responden menjawab 3-4 kali monitoring program yang dilakukan oleh perusahaan yaitu sebanyak 3-4 kali, adapun responden yang menjawab 1-2 kali sebanyak 23% dan responden yang menjawab 5-6 kali frekuensi monitoring dilakukan oleh pihak perusahaan sebanyak 4%. Intensitas monitoring sangat baik untuk perkembangan usaha karna mengevaluasi target, hasil, serta strategi yang telah dilakukan. Untuk itu dari kegiatan monitoring pengelola CSR akan tahu beberapa bahan evaluasi apa yang harus dipertahakan, dikurangi, atau ditingkatkan dalam membangun usaha. Frekuensi monitoring yang sedikit akan berdampak kepada kinerja daya saing usaha.

g. Kemampuan Menjalankan Program CSR

Hasil survei menunjukkan responden berdasarkan kemampuan menjalankan program CSR didominasi oleh responden dengan jawaban mampu menjalankan program CSR yaitu sebanyak 97%, sedangkan 3% responden menyatakan tidak mampu dengan baik mengelola pinjaman modal yang diberikan dalam bentuk mitra binaan oleh perusahaan, hal ini disebabkan internal usaha yang dikelola terdapat masalah dalam manajemen pengelolaan sehingga sulit bersaing dengan kompetitor.

h. Jumlah Penerimaan Program CSR

Hasil survei menunjukkan responden berdasarkan jumlah penerimaan program CSR didominasi oleh responden dengan penerimaan program sebesar Rp. 45.000.001-Rp. 55.000.000 dan penerima diatas Rp. 55.000.000 juta yaitu sebanyak 37%, adapun responden dengan jumlah penerimaan sebesar Rp 5.000.000-Rp. 15.000.000 dan Rp. 25.000.001-Rp. 35.000.000 yaitu sebanyak 10% dan responden dengan jumlah penerimaan program sebesar Rp. 15.000.001-Rp. 25.000.000 dan Rp. 35.000.001-Rp. 45.000.000 yaitu sebanyak 3%.

Jumlah dana yang disalurkan ke penerima program mitra binaan sebagian besar adalah penerima dana diatas 50 juta hal ini akan sangat membantu pelaku usaha dalam membangun pondasi usahanya. Karna modal merupakan pondasi penting dalam membangun bahkan mengembangkan sebuah bisnis. Tidak hanya perusahaan besar, bisnis usaha kecil dan menengah (UKM) juga memerlukan modal. Meski begitu, pelaku usaha sekarang ini banyak menemui hambatan atau bahkan jalan buntu ketika ingin mendapatkan akses permodalan. Apalagi banyak instansi-instansi peminjaman memberikan banyak persyaratan yang menyulitkan mereka untuk mendapatkan modal.

i. Tingkat Suku Bunga Pertahun

Hasil survei lapangan menunjukkan responden berdasarkan tingkat suku bunga yang dibayarkan pertahun didominasi oleh responden dengan angsuran sebesar 0-0,25% pertahun yaitu sebanyak 100%. Rendahnya tingkat suku bunga akan sangat membantu para pengusaha mengembangkan usahanya karna beban bunga yang dibayarkan ke pengelola jumlahnya sangat kecil, jika dibandingkan dengan tingkat suku bunga lembaga keuangan lainnya maka ini merupakan yang sangat kecil. Dampaknya selain membantu pengusaha dalam mengakses modal, juga meningkatkan produktivitas usaha.

j. *Punishment* atas Keterlambatan Pembayaran

Hasil survei menunjukkan karakteristik responden berdasarkan *punishment* yang diterima responden atas keterlambatan pembayaran didominasi oleh responden yang tidak pernah telat membayar angsuran yaitu sebanyak 57%, adapun 43% bentuk *punishment* yang pernah diterima dari pengelola adalah hanya teguran atau peringatan saja yaitu sebanyak 43%. Hal ini dilakukan adalah untuk mendidik pelaku usaha agar disiplin, profesional dan bertanggung jawab, karna itu adalah kunci dari kesuksesan sebuah usaha.

k. Lama Penerimaan Program CSR

Hasil survei lapangan menunjukkan karakteristik responden berdasarkan lama penerimaan program CSR didominasi oleh responden dengan lama penerimaan bantuan selama 3 tahun yaitu sebanyak 80% dan sebanyak 20% responden menerima bantuan program selama 2 tahun dari pengelola CSR. Apabila performa usaha bagus dan disiplin pembayaran maka program mitra binaan akan dilanjutkan dengan jumlah yang lebih besar lagi diberikan kepada pelaku usaha. Bentuk *reward* seperti ini akan mendorong pelaku usaha lebih disiplin, profesional, bertanggung jawab dan semakin produktif dalam mengelola usahanya.

l. Pelatihan dari Pengelola CSR

Hasil survei lapangan menunjukkan karakteristik responden berdasarkan pernah tidaknya diberikan pelatihan oleh pengelola CSR didominasi oleh responden yang mendapatkan pelatihan yaitu sebanyak 90% dan sebanyak 10% nya lagi belum pernah mendapatkan pelatihan, hal ini disebabkan oleh waktu pelatihan berbenturan dengan waktu responden sehingga tidak bisa menghadiri kegiatan.

Untuk memajukan sebuah usaha dibutuhkan keterampilan dan pengetahuan yang mumpuni dari para pelaku usaha tersebut. Adapun manfaat pelatihan bagi usaha adalah (1) Mempersingkat masa belajar untuk memenuhi standar kinerja yang ditentukan. Dengan mengikuti pelatihan sebelum memulai usaha, para pengusaha mempunyai pengetahuan yang cukup untuk menjalankan bisnis mereka sehingga mereka dapat bekerja secara optimal, tanpa harus meraba-raba terlebih dahulu langkah apa yang harus dilakukan dan dapat memaksimalkan waktu yang ada; (2) Pelatihan bertujuan untuk meningkatkan kinerja dalam menghadapi pekerjaan-pekerjaan yang sedang dihadapi, sehingga menjadi lebih efektif dan efisien, serta dapat menghasilkan inovasi-inovasi baru bagi bisnis; (3) Pembentukan sikap. Pelatihan diharapkan dapat membentuk sikap dan tingkah laku para pengusaha dalam menjalin hubungan baik antar pengusaha, pengusaha dengan patner bisnis, pengusaha dengan karyawan, maupun pengusaha dengan konsumen; (4) Pelatihan membantu memecahkan masalah-masalah operasional perusahaan sehari-hari seperti mengurangi kecelakaan kerja, mengurangi absen, mengurangi masalah-masalah operasional lainnya.

m. Frekuensi Pelatihan

Hasil survei lapangan menunjukkan karakteristik responden berdasarkan frekuensi pelatihan yang pernah diterima dari pengelola program CSR didominasi oleh responden dengan frekuensi 1-3 kali yaitu sebanyak 1-3 kali dan 13% nya lagi mendapatkan pelatihan dari pengelola CSR sebanyak 13%. Pelatihan tidak hanya mempunyai tujuan jangka pendek tetapi juga jangka panjang, yaitu mempersiapkan para pelaku usaha memperoleh keahlian dalam bidang tertentu yang dibutuhkan usaha dalam menghadapi ketatnya persaingan. Frekuensi pelatihan yang sedikit dikhawatirkan tidak memberikan dampak apa-apa terhadap peningkatan daya saing usaha.

n. Jenis Pelatihan

Hasil survei lapangan menunjukkan responden berdasarkan jenis pelatihan yang pernah didapat dari pengelola CSR didominasi oleh responden yang mendapatkan pendampingan yaitu sebanyak 47%, adapun seminar sebanyak 43% dan jenis pelatihan lainnya yang pernah didapat dari pengelola CSR yaitu sebanyak 10%. Metode pendampingan dilakukan oleh pengelola CSR agar semakin efektif proses transfer ilmu yang dilakukan oleh pengelola ke pelaku usaha. Tidak semua usaha mendapatkan pendampingan dari pengelola, akan tetapi usaha-usaha yang *high risk* seperti perkebunan dan perternakan.

o. Transfaransi Pengelola CSR

Hasil survei menunjukkan responden berdasarkan persepsi terhadap transfaransi pengelola CSR didominasi oleh jawab responden yang menyatakan bahwasannya pengelola CSR sangat transfaran yaitu sebanyak 100%. Hal ini sejalan dengan data yang dipaparkan diatas dimana pelaku usaha merasa program mitra binaan yang diterima sesuai dengan yang diharapkan. Transfaransi juga akan menimbulkan *trust* antara pelaku usaha dan pengelola CSR, sehingga proses koordinasi dan pembinaan akan lebih efektif untuk dilakukan.

p. Omset Sebelum Menerima CSR

Hasil survei menunjukkan karakteristik responden berdasarkan omset usaha sebelum menerima CSR didominasi oleh jawaban responden mengenai kenaikan omset sebesar 0-25% yaitu sebanyak 98% sedangkan 7% responden mengalami penurunan omset sebanyak

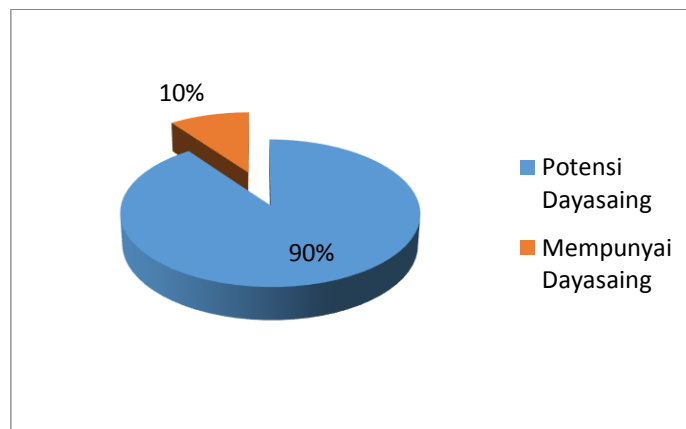
0-25%. Peningkatan omset usaha memang terjadi peningkatan, akan tetapi tidak terlalu signifikan.

q. Omset Sesudah Menerima CSR

Hasil survei menunjukkan responden berdasarkan omset usaha sesudah menerima CSR didominasi oleh jawaban responden mengenai kenaikan omset sebesar 0-25% yaitu sebanyak 53%, sebanyak 40% responden mengalami kenaikan omset sebesar 26-50%, dan 3% responden mengalami kenaikan omset secara signifikan diatas 51%. Adapun responden yang mengalami penurunan sebesar 26-50% omset setelah menerima CSR hanya 3%, menurun dari angka sebelum menerima CSR. Penurunan ini disebabkan oleh jenis usaha bergerak disektor hulu sehingga sangat rentan terhadap gejolak variabel-variabel perekonomian. Kenaikan omset pelaku usaha setelah menerima CSR hanya 43% itu pun 40% nya masih berada dibawah 50% dan 3% nya lagi diatas 51%. Sedangkan 53% lagi masih berada pada level omset sebelum menerima program mitra binaan. Artinya memang terjadi peningkatan, akan tetapi tidak terlalu signifikan. Hal ini terkonfirmasi dengan data-data yang disajikan diatas bahwasannya minimnya frekuensi pelatihan akan berdampak terhadap kinerja usaha dalam menaikkan level daya saingnya.

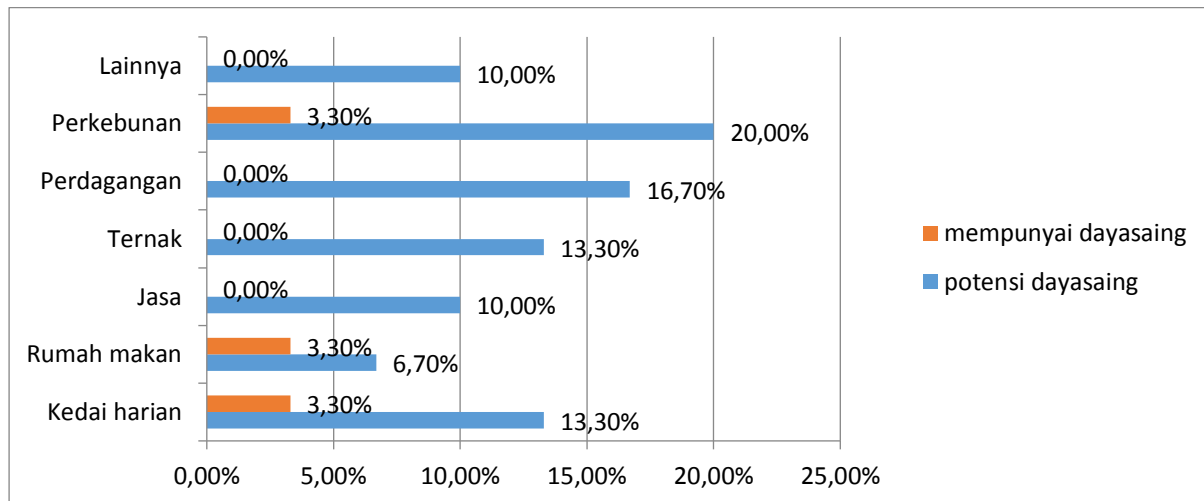
2. Daya saing UMKM Penerima CSR

Berikut merupakan pengukuran daya saing UMKM setelah menerima program CSR dengan menggunakan metode *bayes*. Adapun penggunaan metode ini bertujuan untuk melakukan pembobotan berdasarkan indikator yang telah disusun sehingga terlihat mana UMKM yang punya daya saing setelah menerima program CSR dari Perusahaan yaitu sebagai berikut:



Gambar 2. Daya Saing UMKM Penerima CSR Menggunakan Metode *Bayes*
 Sumber: Data Survei Olahan, 2019

Perhitungan ini menggunakan Indikator 10 indikator perhitungan diantaranya yaitu (1) Keterampilan tenaga kerja/pelaku usaha; (2) Kondisi bahan baku; (3) Kondisi modal; (4) Sarana produksi; (5) Teknologi; (6) Manajemen usaha; (7) Penyerapan tenaga kerja; (8) Share terhadap perekonomian; (9) Harga; (10) Kemampuan bersaing dengan kompetitor. Berdasarkan indikator diatas dan hasil pembobotan berdasarkan metode *bayes* maka didapati sebagian besar UMKM masih masuk kategori potensi daya saing yaitu sebesar 90%, sedangkan UMKM penerima CSR yang memiliki daya saing hanya 10%. Adapun data daya saing UMKM menurut jenis usaha disajikan pada grafik dibawah ini:



Gambar 3. Daya Saing UMKM Menurut Jenis Usaha (Data Survei Olahan, 2019)

Data hasil perhitungan daya saing dengan menggunakan metode bayes berdasarkan jenis usaha menunjukkan sebagian besar usaha statusnya masih berpotensi daya saing yaitu jenis usaha perkebunan sebesar 20%, jenis usaha perdagangan sebesar 16,70%, ternak dan kedai harian sebesar 13%, jasa dan jenis usaha lainnya sebesar 10% dan rumah makan sebesar 6,70%. dan jenis usaha lainnya sebesar 6,7%. Sedangkan status usaha yang berdaya saing terdapat pada jenis usaha rumah makan, kedai harian dan perkebunan.

Untuk itu perlu adanya perhatian khusus untuk melakukan pembinaan dan pengembangan bagi usaha penerima CSR perusahaan agar pelaku usaha atau UMKM mampu menyesuaikan diri dengan perubahan zaman dan memenangkan persaingan dengan kompetitor, karena pada dasarnya usaha kecil dan menengah mampu menyerap banyak tenaga kerja. Kecenderungan menyerap banyak tenaga kerja umumnya membuat usaha kecil dan menengah juga intensif dalam menggunakan sumber daya alam lokal, sehingga akan menyebabkan *multiplier* terhadap perekonomian. Berikut disajikan hasil perhitungan UMKM berdasarkan indikator pengukurannya adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Daya Saing Berdasarkan Indikator Pengukuran

Indikator	Total Skor	Y	Daya Saing	Status Daya Saing
Keterampilan Tenaga Kerja/Pelaku Usaha	81	120	67.50	Mempunyai daya saing
Kondisi Bahan Baku	79	120	65.83	Berpotensi daya saing
Kondisi Modal	76	120	63.33	Berpotensi daya saing
Kondisi Bahan Baku	76	120	63.33	Berpotensi daya saing
Teknologi	84	120	70.00	Mempunyai daya saing
Manajemen Usaha	80	120	66.67	Mempunyai daya saing
Penyerapan Tenaga Kerja	67	120	55.83	Berpotensi daya saing
Share Terhadap Perekonomian	69	120	57.50	Berpotensi daya saing

Harga	42	120	35.00	Berpotensi daya saing
Kemampuan Bersaing Dengan Kompetitor	48	120	40.00	Berpotensi daya saing
Daya Saing			58.50	Berpotensi daya saing

Sumber: Data Survei Olahan, 2019

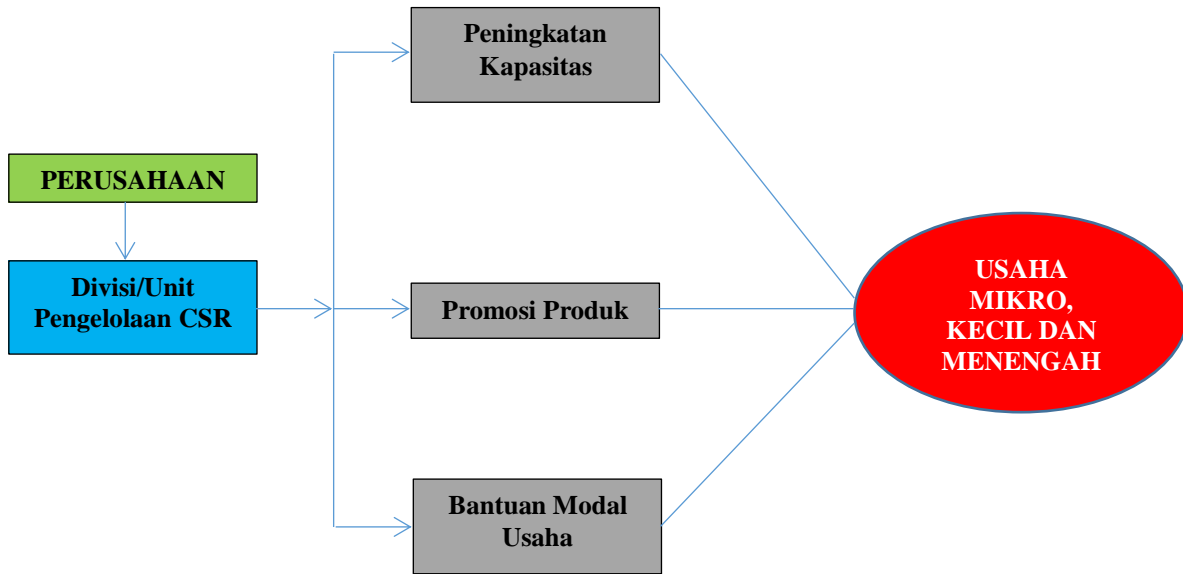
Data pada tabel diatas menunjukkan daya saing UMKM penerima program mitra binaan berdasarkan indikator pengukurannya mempunyai status yang cukup baik yaitu 58,50% artinya secara keseluruhan daya saing UMKM adalah memiliki potensi daya saing. Adapun indikator yang memiliki status daya saing yaitu keterampilan tenaga kerja, teknologi dan manajemen usaha. Walaupun tiga indikator tersebut memiliki status memiliki daya saing, akan tetapi nilainya berdekatan dengan *base line* potensi daya saing, artinya daya saing indikator masih relatif rentan terhadap perubahan variabel ekonomi.

3. Skema Kemitraan Program CSR dan UMKM

Sebagai usaha yang ruang lingkup usahanya dan anggotanya adalah (umumnya) rakyat kecil dengan modal terbatas dan kemampuan manajerial yang juga terbatas, UMKM sangat rentan terhadap masalah-masalah perekonomian. Masalah dasar yang dihadapi pengusaha kecil adalah: Pertama, kelemahan dalam memperoleh peluang pasar dan memperbesar pangsa pasar. Kedua, kelemahan dalam struktur permodalan dan keterbatasan untuk memperoleh jalur terhadap sumber-sumber permodalan. Ketiga, kelemahan di bidang organisasi dan manajemen sumber daya manusia. Keempat, keterbatasan jaringan usaha kerjasama antar pengusaha kecil (sistem informasi pemasaran). Kelima, iklim usaha yang kurang kondusif, karena persaingan yang saling mematikan. Keenam, pembinaan yang telah dilakukan masih kurang terpadu dan kurangnya kepercayaan serta kepedulian masyarakat terhadap usaha kecil.

Adapun kelemahan yang terdapat pada pola kemitraan pengelola CSR dan UMKM berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh peneliti adalah pola kemitraan hanya terbatas dengan pemberian pinjaman modal, setelah itu hanya dilakukan 1-3 kali pelatihan dan pendampingan usaha selama periode penerimaan program. Adapun pelatihan atau pendampingan program CSR hanya terbatas terhadap hal-hal umum pengelolaan usaha. Terkait proses transfer teknologi dan *knowledge* masih sangat lemah. Selain itu, kesulitan yang dihadapi pelaku usaha adalah pencarian market baru baik dalam dan luar negeri. Sehingga dari hasil perhitungan daya saing usaha menggunakan metode *bayes* menunjukkan 90% UMKM penerima program CSR masih berstatus berpotensi daya saing.

Untuk itu disusunlah skema kemitraan pemberdayaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan UMKM guna meningkatkan daya saing UMKM penerima program CSR yaitu sebagai berikut:

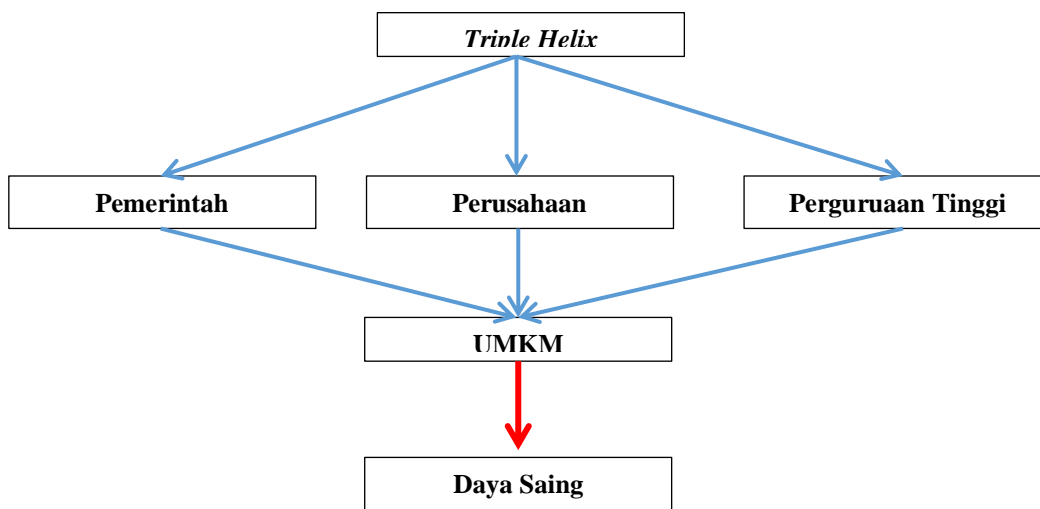


Gambar 4. Skema Kemitraan CSR dan UMKM

Pola kemitraan selain memberikan bantuan modal usaha atau pinjaman modal kepada UMKM, pengelola CSR juga bertanggung jawab melakukan peningkatan kapasitas UMKM melalui pelatihan dan pendampingan secara intensif. Selain itu dilakukan proses transfer teknologi dan transfer *knowlage* agar UMKM mampu melakukan inovasi dan menyesuaikan perkembangan bisnis dengan perubahan zaman. Selain itu pengelola CSR bertanggung jawab atas promosi produk UMKM melalui pencarian market-market baru yang potensial baik dalam dan luar negeri. Dengan pola kemitraan ini diharapkan UMKM mampu survive dan meningkatkan daya saing usaha.

4. Model *Triple Helix* Pengembangan UMKM

Untuk mendorong UMKM agar berdayasaing tinggi maka tim peneliti melakukan mengembangkan model *Triple Helix* guna mendorong sinergisitas seluruh *stacholder* dalam mengembangkan UMKM yang berdasayaing tinggi. Berikut disampaikan skema *Triple Helix* dalam melakukan pengembangan UMKM yaitu sebagai berikut:



Gambar 5. *Triple Helix* Pengembangan UMKM

Pilar pertama adalah pemerintah yang memiliki peran strategis pada produk kebijakan untuk memendorong daya saing UMKM yaitu sebagai berikut:

1. Membuat regulasi untuk mempermudah perizinan usaha dan segala kemudahan lainnya.
2. Membuat regulasi pengurangan beban kepada pelaku usaha kecil seperti hal-hal yang berkaitan dengan pengurangan pajak.
3. Program pelatihan, pendampingan dan bantuan modal bagi UMKM

Pilar kedua adalah perusahaan atau pelaku usaha yang memiliki *concern* kepada UMKM. Keberadaan perusahaan menjadi sangat strategis karena bisa berperan dalam:

1. Memberikan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) kepada para UMKM berupa pembiayaan, akses pemasaran, pelatihan.
2. Menjadi *strategic partner* bagi UMKM berupa *business process* yang dimiliki perusahaan dan berhubungan dengan bisnis UMKM seperti supplier bagi perusahaan.
3. Pendanaan dari perbankan.

Pilar ketiga adalah perguruan tinggi merupakan salah satu pilar yang memiliki peran strategis dalam upaya peningkatan daya saing UMKM karena memiliki *resources* yang sangat dibutuhkan oleh pelaku usaha yaitu:

1. Konsep dan teori yang relevan dengan bisnis yang dapat membantu UMKM menyelesaikan berbagai permasalahan bisnis.
2. Hasil penelitian yang sangat dibutuhkan oleh UMKM dalam upaya naik kelas.
3. Berbagai informasi yang dibutuhkan oleh UMKM dalam menumbuhkembangkan bisnis
4. Program pelatihan, pembinaan yang diberikan melalui Pusat Inkubator bisnis
5. Program pengabdian masyarakat yang relevan dengan program studi serta berhubungan dengan UMKM.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang disampaikan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan yaitu sebagai berikut:

1. 87% responden mendapatkan pelatihan atau pendampingan selama periode pelatihan hanya sebanyak 1-3 kali.
2. Pola kemitraan masih sangat sederhana hanya sebatas pelatihan dan pendampingan saja.
3. Terdapat kenaikan omset usaha setelah menerima program CSR dari perusahaan.
4. Dari hasil pembobotan menggunakan metode *bayes* sebanyak 80% usaha masih berstatus “berpotensi daya saing”

Saran

Adapun saran yang harus dilakukan untuk meningkatkan daya saing UMKM adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan PNM disarankan untuk melakukan pemetaan terhadap kebutuhan pelatihan, jenis pelatihan apa saja yang diperlukan oleh UMKM mitra binaannya.
2. Pola pendampingan hendaknya ditingkatkan efektivitasnya sehingga UMKM mendapat perkuatan yang tepat sasaran
3. Pola kemitraan tidak hanya memberikan pinjaman modal saja, akan tetapi pengelola bertanggung jawab membantu UMKM dari proses produksi, management usaha sampai kepada pencarian market.

4. Melibatkan peran perguruan tinggi dan pemerintah pada pola kemitraan CSR dan UMKM, sehingga UMKM mampu meningkatkan daya saing dalam kegiatan usahanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Etzkowitz, H. & Leydesdorff, L. 1995. The Triple Helix -- University-Industry-Government Relations: A Laboratory for Knowledge Based Economic Development. *EASST Review*, Vol. 14, No. 1, 1995. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2480085>
- Etzkowitz, H. 2008. *The Triple Helix: University-Industry-Government Innovation in Action*. Routledge, London.
- Etzkowitz, H., Ranga, M., Benner, M., Guarany, L, Maculan, A. M. and Kneller R. 2008. Pathways to the Entrepreneurial University: Towards a Global Convergence. *Science and Public Policy* 35.
- Leydesdorff, L. 2012. Configurational Information as Potentially Negative Entropy: The Triple Helix Model. *Entropy* 10.
- Satori *et al.* 2015. Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Melalui Program CSR PT. Indocement (Studi Kasus di Blok Kebon Gedang Desa Ciwaringin Kecamatan Ciwaringin Kabupaten Cirebon). *Fakultas Ushuluddin Adab Dakwah. Institut Agama Islam Negeri*
- Sulistyo, H., dan Adiatma, A. 2011. Model Optimalisasi Kemitraan UMKM (Usaha Kecil Menengah) Dan Bumn (Badan Usaha Milik Pemerintah) Melalui Program Kemitraan Dan Bina Lingkungan (PKBL) Untuk Meningkatkan Kinerja Ukm . *Riptek*.