



JURNAL MANAJEMEN DAN AKUNTANSI

P-ISSN 2339-0603 E-ISSN 3032-7660

E-mail: analisa.journal@untag-banyuwangi.ac.id

Inovasi Strategi Corporate Social Responsibility (CSR) Bank BCA dalam Mendorong Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Teguh Purnomo¹⁾, Andhika Wahyudiono^{2*}, Adytira Rachman³⁾, Hasan Abdullah⁴⁾

¹Program Studi Manajemen,²Ilmu Sosial Politik,^{3,4)}Akuntansi

Universitas 17 Agustus 1945 Banyuwangi

Email: a-wahyu@untag-banyuwangi.ac.id

Abstract: Issues in the implementation of Corporate Social Responsibility (CSR) by PT Bank Central Asia Tbk (BCA) include the effectiveness of the programme for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs), the link between corporate profitability and the allocation of CSR funds, and the sustainability of the programme amid economic changes. According to BCA, the increase in MSME loans by 12.7% by 2024 shows the important role of CSR in supporting MSME growth. This study aims to analyse the impact of BCA's CSR on MSME growth and corporate profitability, as well as evaluate the appropriateness of CSR fund allocation with the 19.4% increase in profit recorded in the 2023 financial statements. The research method used a literature-based qualitative approach, in accordance with Creswell's (2014) theory, to explore BCA's implementation of CSR. The research process included problem identification, literature review, and thematic analysis of the data collected. The results show that targeted and sustainable CSR serves as an important instrument in strengthening MSMEs and promoting national economic growth. The collaboration of the private sector, government, and MSMEs through CSR initiatives needs to be monitored to ensure its effectiveness. Further research is needed to explore its long-term impact and to tailor the allocation of CSR funds to the financial capacity of companies, so that an optimised CSR strategy can deliver positive social and operational impacts for all parties involved.

Keywords:

Corporate Social Responsibility (CSR), Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs), Firm Profitability

INTRODUCTION

PT Bank Central Asia Tbk (BCA) telah menunjukkan komitmen tinggi dalam melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan atau corporate social responsibility (CSR) sebagai bagian dari upayanya untuk mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Komitmen ini terlihat dari alokasi dana

yang signifikan untuk kegiatan CSR, dengan rencana peningkatan di masa mendatang. Pada tahun 2023, BCA telah mengeluarkan Rp 153 miliar untuk program CSR dan diperkirakan akan meningkatkan anggaran tersebut di tahun-tahun berikutnya. Hal ini mencerminkan kesadaran perusahaan akan pentingnya peran CSR dalam mendukung kesejahteraan masyarakat dan perekonomian secara keseluruhan.

Salah satu kajian utama terkait pelaksanaan CSR BCA adalah dampaknya terhadap sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Program CSR yang dijalankan BCA mencakup pemberdayaan UMKM, yang merupakan tulang punggung ekonomi Indonesia. Dengan memberikan akses pendanaan dan pelatihan, BCA turut mendukung pertumbuhan dan perkembangan UMKM di berbagai daerah. Peningkatan penyaluran kredit BCA kepada UMKM pada semester I 2024 mencapai 12,7%, yang menunjukkan sinergi positif antara kebijakan CSR dan kinerja perbankan.

Permasalahan kedua yang dapat dikaji adalah hubungan antara profitabilitas perusahaan dengan alokasi dana CSR. Laporan keuangan BCA tahun 2023 menunjukkan laba bersih sebesar Rp 48,6 triliun, yang meningkat 19,4% dibanding tahun sebelumnya. Meskipun laba perusahaan melonjak, terdapat pertanyaan mengenai sejauh mana alokasi dana CSR sebanding dengan keuntungan yang diperoleh. Dalam hal ini, BCA perlu memastikan bahwa alokasi CSR tidak hanya sekadar memenuhi kewajiban, tetapi juga memberikan dampak yang signifikan dan terukur bagi masyarakat

Kajian ketiga adalah keberlanjutan program CSR di tengah perubahan dinamika bisnis dan ekonomi. Di tengah kenaikan laba dan pertumbuhan kredit, BCA perlu terus menyesuaikan strategi CSR agar tetap relevan dengan kebutuhan masyarakat. Program-program yang menysasar bidang pendidikan, kesehatan, budaya, dan lingkungan harus dirancang secara berkelanjutan untuk memastikan dampaknya tidak hanya dirasakan dalam jangka pendek. Dengan demikian, perusahaan dapat terus memainkan peran aktif dalam menciptakan pembangunan yang inklusif dan berkelanjutan.

Secara keseluruhan, keberhasilan pelaksanaan CSR BCA sangat bergantung pada bagaimana perusahaan menyeimbangkan antara kepentingan bisnis dan tanggung jawab sosial. Peningkatan laba yang signifikan dan fokus pada UMKM merupakan langkah positif, namun tantangan utama terletak pada memastikan bahwa program-program CSR yang dijalankan memiliki dampak jangka panjang bagi masyarakat dan lingkungan.

METODOLOGY

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif berbasis pustaka yang berlandaskan teori dari Creswell. Metode ini bertujuan untuk memahami secara mendalam komitmen PT Bank Central Asia Tbk (BCA) dalam melaksanakan corporate social responsibility (CSR) serta dampaknya terhadap pertumbuhan ekonomi nasional, khususnya dalam pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Penelitian ini dilakukan melalui analisis pustaka, yang melibatkan pengumpulan dan evaluasi data dari berbagai literatur, termasuk laporan keuangan BCA, artikel, serta referensi akademik terkait CSR. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan pandangan yang komprehensif mengenai efektivitas program CSR yang dilaksanakan BCA.

Pendekatan kualitatif ini mengikuti langkah-langkah yang diusulkan oleh Creswell, yakni identifikasi masalah penelitian, kajian literatur, pengumpulan data dari sumber-sumber pustaka, serta analisis dan interpretasi data. Data yang dikumpulkan akan dianalisis secara tematik untuk menemukan pola, hubungan, dan implikasi dari implementasi CSR BCA terhadap sektor UMKM serta kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi. Analisis ini juga akan mengidentifikasi hubungan antara laba perusahaan dan alokasi CSR, serta keberlanjutan program CSR di tengah dinamika bisnis dan ekonomi. Hasil analisis diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis serta rekomendasi praktis bagi perusahaan.

RESULTS AND DISCUSSION

Peran CSR BCA dalam Pemberdayaan UMKM

Peran Corporate Social Responsibility (CSR) dalam pemberdayaan sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) telah menjadi kajian yang signifikan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi. UMKM merupakan salah satu pilar utama perekonomian Indonesia, dan program CSR yang mendukung sektor ini memiliki dampak yang sangat besar. Menurut Kotler dan Lee (2005), CSR yang dirancang dengan baik dapat memberdayakan sektor-sektor kunci, termasuk UMKM, yang memiliki peran penting dalam menciptakan lapangan kerja dan mendorong inovasi di tingkat lokal.

Program CSR PT Bank Central Asia Tbk (BCA) menunjukkan komitmen nyata terhadap pemberdayaan UMKM melalui pemberian akses pendanaan dan pelatihan yang terstruktur. Peningkatan penyaluran kredit BCA kepada UMKM sebesar 12,7% pada semester I tahun 2024 merupakan bukti bahwa BCA berperan aktif dalam mendukung pengembangan UMKM. Akses kredit ini membantu UMKM untuk berkembang dan bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Penyaluran kredit tersebut tidak hanya meningkatkan kapasitas bisnis UMKM, tetapi juga memberikan kesempatan bagi mereka

untuk tumbuh lebih cepat.

Menurut Kotler dan Lee (2005), CSR yang sukses harus memberikan manfaat bagi masyarakat luas sekaligus mendukung keberlanjutan bisnis. BCA tidak hanya berfokus pada keuntungan jangka pendek melalui profitabilitas, tetapi juga berusaha membangun hubungan jangka panjang dengan UMKM melalui program-program pelatihan dan pendampingan. Program pelatihan yang diberikan oleh BCA bertujuan untuk meningkatkan kemampuan manajerial dan finansial para pelaku UMKM, sehingga mereka lebih siap menghadapi tantangan ekonomi yang dinamis.

Hal ini sejalan dengan teori Kotler dan Lee yang menyatakan bahwa CSR harus diarahkan untuk mencapai keseimbangan antara tanggung jawab sosial perusahaan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. BCA telah membuktikan bahwa sinergi antara dunia bisnis dan sektor UMKM dapat memberikan hasil yang positif bagi pertumbuhan ekonomi nasional. Keberhasilan BCA dalam melaksanakan program CSR yang mendukung UMKM menjadi contoh nyata bagaimana perusahaan besar dapat berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

Program CSR BCA dalam pemberdayaan UMKM mencerminkan pentingnya strategi yang holistik dalam menjalankan tanggung jawab sosial perusahaan. Peningkatan akses pendanaan dan pelatihan yang diberikan kepada UMKM menjadi langkah strategis yang memberikan dampak jangka panjang bagi perekonomian. Peran CSR BCA ini mendukung pandangan Kotler dan Lee bahwa keberhasilan CSR terletak pada kemampuannya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan memberdayakan sektor-sektor yang memerlukan dukungan, seperti UMKM.

Corporate Social Responsibility (CSR) PT Bank Central Asia Tbk (BCA) memainkan peran penting dalam pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Upaya CSR yang dilakukan BCA tidak hanya berfokus pada peningkatan profitabilitas perusahaan tetapi juga pada pengembangan sektor UMKM yang menjadi tulang punggung perekonomian nasional. Penelitian yang dilakukan oleh Creswell (2014) menunjukkan bahwa kegiatan CSR yang terarah mampu meningkatkan hubungan positif antara perusahaan dan masyarakat, menciptakan dampak sosial yang berkelanjutan.

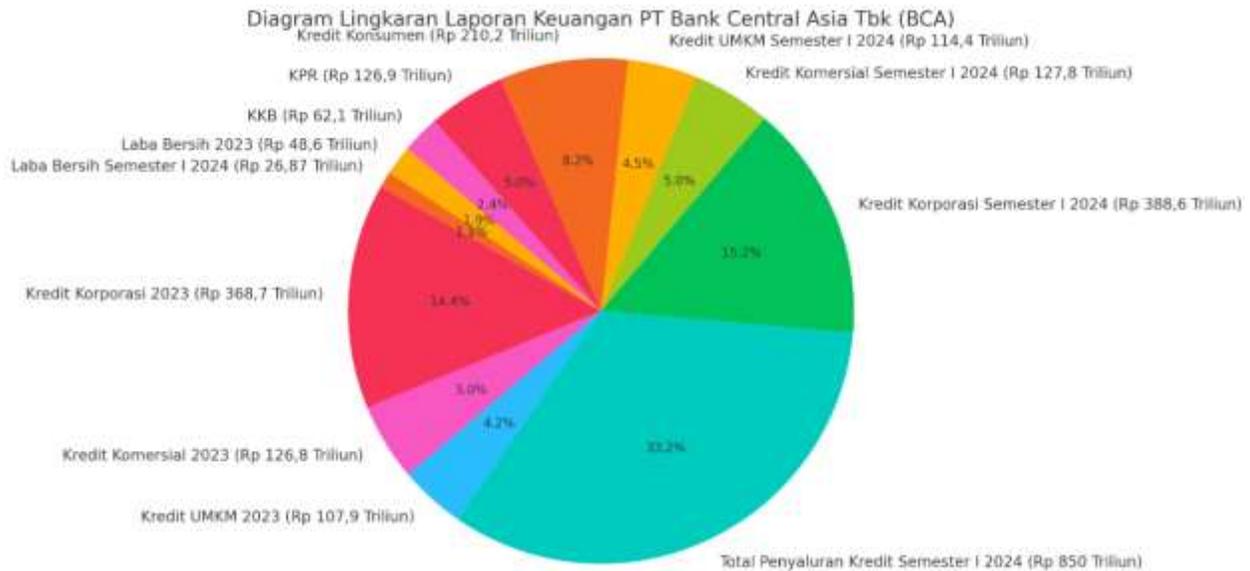
Kinerja BCA yang membukukan laba bersih sebesar Rp 48,6 triliun pada tahun 2023, yang meningkat 19,4% dibandingkan tahun sebelumnya, mencerminkan keberhasilan strategi bisnis yang berorientasi pada pertumbuhan. Hal ini turut mendorong BCA untuk meningkatkan alokasi dana CSR yang dapat digunakan untuk mendukung UMKM. Laba bersih yang tercatat pada semester I 2024 sebesar Rp 26,87 triliun, yang meningkat 11,7% secara year on year (yoy), menandakan keberlanjutan kinerja positif dan potensi untuk memperluas inisiatif CSR.

Pemberdayaan UMKM melalui program CSR BCA tercermin dalam peningkatan kredit UMKM

yang melesat 16% yoy menjadi Rp 107,9 triliun pada tahun 2023. Upaya ini memberikan akses keuangan yang lebih baik bagi UMKM, mendorong mereka untuk berkembang dan berinovasi. Hal ini sejalan dengan pendapat para ahli, seperti Porter dan Kramer (2011), yang menekankan pentingnya menciptakan nilai bersama antara perusahaan dan masyarakat melalui strategi CSR yang efektif.

Pertumbuhan kredit UMKM berlanjut pada semester I 2024, di mana kredit UMKM meningkat 12,7% menjadi Rp 114,4 triliun. Program CSR BCA dalam memberikan pendampingan dan pelatihan kepada pelaku UMKM menjadi salah satu faktor kunci yang mendorong pertumbuhan ini. Kegiatan pelatihan dan pengembangan keterampilan berkontribusi pada peningkatan daya saing UMKM, memungkinkan mereka untuk beradaptasi dengan perubahan pasar dan kebutuhan konsumen.

Peran CSR BCA dalam pemberdayaan UMKM sangat signifikan dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi nasional. Upaya kolaborasi antara sektor swasta, pemerintah, dan UMKM melalui inisiatif CSR perlu terus dipantau dan dievaluasi untuk memastikan efektivitas dan dampak jangka panjang. Selain itu, penyesuaian alokasi dana CSR berdasarkan kapasitas finansial perusahaan akan memberikan hasil yang lebih optimal, menciptakan manfaat sosial yang lebih luas bagi seluruh pihak yang terlibat. Berikut gambar diagram laporan keuangan PT Bank Central Asia Tbk (BCA):



Gambar 1. Diagram laporan keuangan PT Bank Central Asia Tbk (BCA)

Kajian mengenai dampak CSR terhadap sektor UMKM memiliki relevansi yang besar dalam konteks pertumbuhan ekonomi nasional. Menurut Kotler dan Lee (2005), CSR yang efektif memiliki kemampuan untuk memberdayakan sektor-sektor kunci seperti UMKM. Pandangan ini didukung oleh program CSR yang diterapkan oleh beberapa lembaga keuangan di Indonesia, termasuk BCA, yang

berfokus pada peningkatan akses pendanaan dan pelatihan untuk UMKM. Program ini mencerminkan komitmen lembaga keuangan dalam memberdayakan UMKM sebagai salah satu motor utama pertumbuhan ekonomi nasional.

Pemberian akses pendanaan melalui CSR dapat dilihat sebagai salah satu strategi penting dalam memperkuat sektor UMKM. Berdasarkan data, BCA mencatat peningkatan penyaluran kredit kepada UMKM sebesar 12,7% pada semester I tahun 2024. Peningkatan ini menunjukkan bahwa CSR yang tepat sasaran mampu mendorong pertumbuhan sektor ini secara signifikan. Pendanaan tersebut memberikan modal bagi UMKM untuk mengembangkan usahanya, meningkatkan daya saing, serta memperluas akses pasar, yang pada akhirnya berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi yang lebih luas.

Pelatihan yang disediakan melalui program CSR juga menjadi faktor kunci dalam memperkuat UMKM. Selain pendanaan, pelatihan yang diberikan membantu pelaku UMKM meningkatkan keterampilan manajerial, digital, dan teknis yang dibutuhkan untuk bertahan dalam ekosistem bisnis yang semakin kompetitif. Kotler dan Lee (2005) menekankan pentingnya program-program pelatihan ini, yang dapat meningkatkan efisiensi operasional dan inovasi produk dalam UMKM. Hal ini sejalan dengan upaya BCA dalam memberikan pelatihan yang terfokus pada pengelolaan keuangan dan pemasaran digital.

Selain peningkatan produktivitas dan daya saing, program CSR juga memainkan peran penting dalam menciptakan ekosistem bisnis yang lebih inklusif. Ketika UMKM diberdayakan melalui CSR, efeknya meluas tidak hanya kepada pertumbuhan usaha individu tetapi juga kepada kesejahteraan masyarakat. Program dana bergulir yang dikembangkan melalui CSR, seperti yang dicatat oleh Hadiyu dan Hamid (2023), terbukti memperkuat modal UMKM serta mendorong stabilitas ekonomi di komunitas lokal, yang pada gilirannya menciptakan efek domino bagi pertumbuhan ekonomi nasional.

CSR yang terarah dan berkelanjutan dapat menjadi salah satu instrumen penting dalam memperkuat UMKM dan mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Kolaborasi antara sektor swasta, pemerintah, dan UMKM melalui inisiatif CSR seperti yang ditunjukkan oleh BCA dapat menjadi model dalam meningkatkan daya saing UMKM di era digital. Namun, efektivitas program ini juga memerlukan pemantauan berkelanjutan dan penelitian lebih lanjut mengenai dampak jangka panjangnya, khususnya dalam menciptakan stabilitas ekonomi yang berkelanjutan bagi UMKM di Indonesia.

2. Korelasi Antara Profitabilitas dan Alokasi CSR

Hubungan antara profitabilitas perusahaan dan alokasi dana Corporate Social Responsibility (CSR) menjadi topik yang sering dibahas dalam literatur tentang tanggung jawab sosial perusahaan.

Porter dan Kramer (2006) menekankan bahwa ada korelasi yang kuat antara peningkatan laba perusahaan dan kontribusi yang diberikan melalui CSR. Perusahaan yang mendapatkan keuntungan besar diharapkan dapat lebih banyak berkontribusi kepada masyarakat melalui program-program CSR. Teori ini mendorong perusahaan untuk tidak hanya memaksimalkan laba, tetapi juga memberikan dampak sosial yang signifikan.

Laporan keuangan PT Bank Central Asia Tbk (BCA) tahun 2023 mencatat peningkatan laba bersih sebesar 19,4%. Peningkatan ini menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memaksimalkan profitabilitasnya. Namun, hal ini juga memunculkan pertanyaan tentang sejauh mana alokasi dana CSR yang dilakukan oleh BCA sebanding dengan keuntungan yang diperoleh. Porter dan Kramer (2006) menyatakan bahwa perusahaan yang semakin besar keuntungannya harus semakin besar pula kontribusinya dalam tanggung jawab sosial, agar tercipta keseimbangan antara kepentingan bisnis dan kontribusi sosial.

BCA telah mengalokasikan dana sebesar Rp 153 miliar untuk program CSR pada tahun 2023. Meskipun jumlah tersebut signifikan, muncul diskusi mengenai apakah alokasi tersebut cukup proporsional terhadap laba bersih perusahaan yang mencapai Rp 48,6 triliun. Berdasarkan teori Porter dan Kramer, alokasi dana CSR harus mencerminkan komitmen nyata perusahaan dalam menciptakan *shared value*, yaitu menciptakan nilai ekonomi sekaligus memberikan manfaat sosial bagi masyarakat. Ini menjadi penting agar CSR tidak hanya dipandang sebagai kewajiban, tetapi juga sebagai bagian dari strategi bisnis yang berkelanjutan.

Porter dan Kramer (2006) juga menjelaskan bahwa perusahaan yang berhasil mengintegrasikan CSR dalam strategi bisnisnya akan menciptakan nilai bersama bagi perusahaan dan masyarakat. Oleh karena itu, BCA perlu memastikan bahwa alokasi dana CSR tidak hanya memenuhi kewajiban formal, tetapi juga memberikan dampak yang terukur dan signifikan. Dampak tersebut dapat dilihat melalui peningkatan kesejahteraan masyarakat, dukungan terhadap sektor UMKM, dan kontribusi terhadap pembangunan yang berkelanjutan.

Korelasi antara profitabilitas dan alokasi CSR merupakan isu penting yang harus dikelola dengan cermat. BCA, dengan peningkatan laba yang signifikan, memiliki tanggung jawab moral dan sosial untuk memastikan bahwa dana CSR yang dialokasikan memberikan dampak yang nyata bagi masyarakat. Hal ini sesuai dengan pandangan Porter dan Kramer bahwa CSR harus menjadi bagian integral dari strategi perusahaan untuk menciptakan nilai ekonomi dan sosial secara berkelanjutan.

Hubungan antara profitabilitas perusahaan dan alokasi dana CSR menjadi fokus penting dalam pengelolaan CSR. Porter dan Kramer (2006) menekankan adanya korelasi kuat antara peningkatan laba

perusahaan dan kontribusi melalui CSR. Penelitian ini menyiratkan bahwa perusahaan yang lebih menguntungkan memiliki lebih banyak sumber daya untuk diinvestasikan dalam program CSR. Alokasi dana CSR yang proporsional terhadap keuntungan menjadi penting untuk memastikan bahwa perusahaan tidak hanya memenuhi tanggung jawab sosial tetapi juga berkontribusi pada citra dan keberlanjutan jangka Panjang.

Laporan keuangan BCA tahun 2023 mencatat peningkatan laba bersih sebesar 19,4%. Peningkatan laba yang signifikan ini menimbulkan pertanyaan mengenai proporsionalitas alokasi dana CSR terhadap keuntungan yang diperoleh. Hal ini menuntut perusahaan untuk mengevaluasi apakah dana yang dialokasikan untuk CSR sebanding dengan pertumbuhan laba yang diraih. Ketidakcocokan antara laba dan alokasi CSR dapat menimbulkan kritik publik dan merugikan reputasi perusahaan, yang pada gilirannya dapat berdampak pada kinerja keuangan di masa depan.

Pentingnya alokasi dana CSR yang seimbang juga didukung oleh hasil penelitian yang menunjukkan bahwa pengeluaran CSR dapat berkontribusi pada peningkatan kinerja perusahaan. Widiastuty dan Febrianto (2022) menyatakan bahwa investasi dalam CSR tidak hanya memberikan manfaat sosial tetapi juga meningkatkan loyalitas pelanggan dan reputasi perusahaan. Oleh karena itu, pengalokasian dana CSR yang tepat dapat berfungsi sebagai strategi pemasaran yang efektif, menciptakan nilai jangka panjang bagi perusahaan.

Profitabilitas sebagai variabel yang mempengaruhi alokasi CSR perlu dipahami dalam konteks yang lebih luas. Supriyadi dan Ghoniyah (2022) mencatat bahwa profitabilitas dapat bertindak sebagai moderator yang memperkuat hubungan antara CSR sosial dan nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa ketika perusahaan menunjukkan komitmen terhadap CSR, hal tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan secara keseluruhan. Namun, alokasi dana CSR yang tidak memadai, meskipun perusahaan sangat menguntungkan, dapat memicu ketidakpuasan stakeholder dan mengurangi kepercayaan masyarakat.

Akhirnya, ukuran perusahaan juga berkontribusi terhadap aktivitas CSR. Nurfitriana dan Rosalin (2024) melaporkan bahwa perusahaan besar cenderung memiliki kapasitas lebih untuk berinvestasi dalam CSR dibandingkan dengan perusahaan kecil. Oleh karena itu, perusahaan perlu menyesuaikan alokasi dana CSR dengan ukuran dan kapasitas finansial mereka. Melalui pendekatan ini, perusahaan dapat memaksimalkan dampak positif dari program CSR mereka, yang pada akhirnya akan menciptakan sinergi antara profitabilitas, tanggung jawab sosial, dan keberlanjutan jangka panjang. Berikut gambar *flowchart* korelasi antara profitabilitas dan alokasi CSR :



Gambar 2 *flowchart* korelasi antara profitabilitas dan alokasi CSR

3. Keberlanjutan Program CSR di Tengah Perubahan Bisnis Menurut Carroll (1991)

Keberlanjutan program Corporate Social Responsibility (CSR) menjadi perhatian penting bagi perusahaan yang beroperasi di tengah dinamika bisnis yang terus berubah. Carroll (1991) mengajukan konsep piramida tanggung jawab sosial, yang menekankan bahwa perusahaan harus berfokus pada aspek keberlanjutan dalam menghadapi perubahan sosial dan ekonomi. Perusahaan yang berhasil mengintegrasikan keberlanjutan dalam program CSR mereka akan mampu beradaptasi dengan perubahan lingkungan eksternal, baik dari sisi bisnis maupun kebutuhan masyarakat.

BCA, sebagai salah satu bank terbesar di Indonesia, perlu terus menyesuaikan program CSR mereka untuk tetap relevan dengan perubahan yang ada. Pertumbuhan bisnis dan laba perusahaan tidak hanya menjadi indikator keberhasilan bisnis, tetapi juga menjadi tolok ukur untuk menentukan sejauh mana perusahaan dapat berkontribusi bagi masyarakat. Program CSR BCA, terutama yang berfokus

pada bidang pendidikan, kesehatan, dan lingkungan, harus dirancang dengan pendekatan jangka panjang agar dampaknya dapat dirasakan secara berkelanjutan.

Carroll (1991) juga menekankan pentingnya memperhatikan keberlanjutan dalam CSR agar perusahaan dapat menjaga keseimbangan antara kepentingan bisnis dan tanggung jawab sosial. BCA, melalui berbagai program CSR-nya, perlu memastikan bahwa inisiatif yang diambil tidak hanya memenuhi tuntutan jangka pendek, tetapi juga memberikan manfaat bagi generasi mendatang. Program-program yang berkelanjutan ini harus dirancang secara holistik, dengan mempertimbangkan dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan.

Keberlanjutan CSR juga memerlukan evaluasi berkala untuk memastikan bahwa program-program yang dijalankan masih relevan dengan kebutuhan masyarakat. BCA dapat melakukan evaluasi program CSR-nya secara berkala untuk menilai efektivitas dan dampaknya terhadap masyarakat. Pendekatan ini tidak hanya membantu BCA dalam menjaga kredibilitasnya sebagai perusahaan yang bertanggung jawab, tetapi juga memperkuat hubungan dengan para pemangku kepentingan.

Keberlanjutan program CSR BCA merupakan kunci untuk menghadapi tantangan perubahan bisnis yang cepat. BCA harus terus berinovasi dan menyesuaikan program CSR-nya agar dapat memberikan dampak yang berkelanjutan bagi masyarakat. Teori Carroll menegaskan bahwa keberlanjutan adalah elemen penting yang harus diperhatikan perusahaan dalam setiap program CSR untuk menciptakan pembangunan yang inklusif dan berkelanjutan.

Program Corporate Social Responsibility (CSR) memainkan peran penting dalam mendukung praktik bisnis yang berkelanjutan serta pengembangan masyarakat secara luas. Jumiase dan Meirinawati (2023) menunjukkan bahwa akuntabilitas, transparansi, dan keberlanjutan merupakan elemen kunci untuk mencapai implementasi CSR yang sukses. Aspek akuntabilitas ini memastikan bahwa perusahaan bertanggung jawab atas dampak yang ditimbulkan oleh operasional mereka terhadap masyarakat dan lingkungan. Keberhasilan implementasi CSR juga bergantung pada transparansi dalam pelaporan, di mana perusahaan perlu menyediakan informasi yang jelas mengenai pengeluaran dan dampak kegiatan CSR yang dilakukan.

Inisiatif CSR memberikan dampak positif tidak hanya dalam aspek sosial, tetapi juga ekonomi, lingkungan, dan budaya. Novella dan Indriana (2022) menyoroti bahwa program CSR yang baik dapat meningkatkan kualitas hidup masyarakat sekitar, membantu mengurangi kesenjangan sosial, serta mempromosikan keberlanjutan ekonomi dan lingkungan. Selain itu, di bidang budaya, CSR dapat mendukung pelestarian budaya lokal melalui program-program yang berorientasi pada pemberdayaan masyarakat adat atau dukungan terhadap kegiatan kebudayaan. Dampak multidimensi ini menjadikan

CSR sebagai alat penting bagi perusahaan untuk berkontribusi pada kesejahteraan bersama.

Dalam era Industri 4.0, pelaksanaan CSR harus disesuaikan dengan nilai-nilai Pancasila, yang mencakup prinsip kemanusiaan, keadilan, dan kesetaraan. Insania Nafi'a et al. (2023) menegaskan bahwa CSR di Indonesia perlu mencerminkan dasar negara yang menekankan aspek moral dan etika, yang tidak hanya berfokus pada keuntungan ekonomi semata. Perusahaan harus menyeimbangkan tujuan ekonomi dengan tanggung jawab sosial, terutama dalam menjaga kesejahteraan manusia dan keadilan sosial. Dengan begitu, CSR dapat berfungsi sebagai jembatan antara teknologi dan kesejahteraan masyarakat, memastikan bahwa revolusi industri ini tidak hanya menguntungkan segelintir pihak.

Selain manfaat sosial dan lingkungan, implementasi CSR yang baik juga memberikan keuntungan langsung bagi perusahaan. Insania Nafi'a et al. (2023) menyatakan bahwa CSR yang efektif dapat meningkatkan daya tarik investor dan memperkuat citra perusahaan di mata publik. Investor cenderung lebih tertarik pada perusahaan yang menunjukkan komitmen terhadap tanggung jawab sosial, karena perusahaan tersebut dianggap lebih stabil dan bertanggung jawab dalam jangka panjang. Citra positif yang diperoleh melalui CSR juga dapat membantu perusahaan memperkuat hubungan dengan konsumen dan masyarakat luas.

Meskipun demikian, masih ada tantangan dalam pelaksanaan CSR di Indonesia. Jumiase dan Meirinawati (2023) mencatat bahwa banyak perusahaan Indonesia menggunakan CSR hanya sebagai alat untuk membangun citra positif, tanpa benar-benar berkomitmen terhadap tujuan pembangunan yang berkelanjutan. Untuk mengatasi tantangan ini, A. E. Sjoen et al. (2023) merekomendasikan strategi CSR yang efektif melalui optimalisasi rantai pasokan, keterlibatan pemangku kepentingan, dan efisiensi sumber daya. Strategi ini memungkinkan perusahaan untuk tidak hanya berkontribusi pada kesejahteraan sosial, tetapi juga meningkatkan efisiensi operasional mereka, sehingga memberikan dampak positif bagi seluruh pihak yang terlibat. Berikut gambar *flow chart* keberlanjutan program CSR di tengah perubahan bisnis :



Gambar 3. *flow chart* keberlanjutan program CSR di tengah perubahan bisnis

CONCLUSION

Corporate Social Responsibility (CSR) yang terarah dan berkelanjutan terbukti menjadi instrumen penting dalam memperkuat Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) serta mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Penelitian menunjukkan bahwa inisiatif CSR yang dilaksanakan oleh PT Bank Central Asia Tbk (BCA) berkontribusi signifikan terhadap peningkatan kredit UMKM sebesar 12,7% pada tahun 2024. Kolaborasi antara sektor swasta, pemerintah, dan UMKM melalui program CSR harus terus dipantau agar efektivitasnya dapat terjamin. Pemantauan berkelanjutan juga diperlukan untuk mengevaluasi dampak jangka panjang dari program ini terhadap masyarakat dan lingkungan. Penyesuaian alokasi dana CSR sesuai dengan kapasitas finansial perusahaan menjadi sangat penting agar strategi CSR yang diterapkan dapat memberikan dampak sosial dan operasional yang positif. Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi keberlanjutan program CSR, serta untuk mengeksplorasi inovasi dan pengembangan yang dapat dilakukan dalam pelaksanaannya. Melalui pendekatan yang terintegrasi dan berkelanjutan, CSR dapat dioptimalkan untuk memberikan manfaat maksimal bagi UMKM dan berkontribusi pada stabilitas ekonomi di Indonesia.

REFERENCES

- Kotler, P., & Lee, N. (2008). *Corporate social responsibility: Doing the most good for your company and your cause*. John Wiley & Sons.
- Adriyan, N., & Indriana, H. (2022). Keberhasilan Program Corporate Social Responsibility dan Kualitas Kehidupan Sosial Ekonomi di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]*, 6(1), 52–63. doi:10.29244/jskpm.v6i1.965
- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business horizons*, 34(4), 39–48.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage publications.
- Hadiyu, H., & Hamid, A. (2023). Analisis Program Bantuan Usaha Dana Bergulir Bagi Pelaku UMKM dalam Implementasi Corporate Social Responsibility (Csr) PT Asuransi Astra. *JURNAL SYNTAX IMPERATIF: Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, 4(5), 630–637. doi:10.36418/syntax-imperatif.v4i5.294
- Jumiase, J., & Meirinawati, M. (2023). IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (STUDI PADA PROGRAM BINA LINGKUNGAN PERUSAHAAN DAERAH AIR MINUM DELTA TIRTA KABUPATEN SIDOARJO). *Publika*, 1889–1902. doi:10.26740/publika.v11n2.p1889-1902
- Kramer, M. R., & Porter, M. E. (2006). Strategy and society: The link between competitive advantage and corporate social responsibility. *Harvard business review*, 84(12), 78–92.
- Nafi'a, I., Lailatul Nikmah Kholisna Putri, N., & Sekar Ananta, S. (2023). Corporate social responsibility dalam etika bisnis dengan sudut pandang nilai-nilai pancasila di tengah revolusi industri 4.0. *Oetoesan-Hindia: Telaah Pemikiran Kebangsaan*, 4(2), 79–87. doi:10.34199/oh.v4i2.116
- Nurhidayah, E. A., & Ni'am, I. (2022). PENGARUH CSR TERHADAP KEMAMPUAN INOVASI DAN KINERJA UMKM (STUDI KASUS PENYALURAN DANA CSR PT SPHC PADA UMKM BUNGA KOPENG). *JURNAL CAPITAL: Kebijakan Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 4(2), 11–26. doi:10.33747/capital.v4i2.150
- Pepadu, J., Machasin, M., Taufiqurrahman, T., & Tiyasiningsih, E. (2023). PEMANFAATAN DANA CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) PT. PNM DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM DI KOTA PEKANBARU. *Jurnal Pepadu*, 3(2), 260–273. doi:10.29303/pepadu.v3i2.2480
- Romadona, A., Lestari, E. W., Oktaviani, E. M., Arisanti, V. A., Afiqu Ibad, M. A., & Huda, B. (2023). Implementasi Program Corporate Social Responsibility Bank Jatim Surabaya Berbasis Pemberdayaan Masyarakat dalam Peningkatan Produktivitas Usaha Mikro Kecil Menengah. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3(1), 462–475. doi:10.56799/ekoma.v3i1.2510
- Sastrawan, I. K. A., & Wirajaya, I. G. A. (2023). Profitabilitas, ukuran perusahaan, leverage, Eco-control, dan corporate Social Responsibility Disclosure. *E-Jurnal Akuntansi*, 33(10). doi:10.24843/eja.2023.v33.i10.p15
- Sjioen, A. E., Amaludin, Rukmana, A. Y., Syamsulbahri, & Wahyudi, I. (2023). Bisnis Berkelanjutan dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan: Studi tentang Dampak dan Strategi Implementasi. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen West Science*, 2(03), 239–248. doi:10.58812/jbmws.v2i03.557
- Supriyadi, H., & Ghoniyah, N. (2022). Model peningkatan nilai perusahaan berbasis triple bottom line CSR dan profitabilitas. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 15(3), 209. doi:10.26623/jreb.v15i3.5450
- Widiawati, H. S., & Linawati, L. (2022). Analisis Pengaruh Profitabilitas dan Leverage Terhadap Nilai

- Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Pemoderasi. *JAE (Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi)*, 7(1), 11–21. doi:10.29407/jae.v7i1.17543
- Klingner, J.K. & Vaughn, S. 1998. Using Collaborative Strategic Reading. *The Council for Exceptional Children*. 32-37.
- Klingner, J.K., Vaughn, S, Arguelles, M.E, Hughes, M.T. & Leftwich, S.A. 2004. Collaborative Strategic Reading: “Real World” Lessons from Classroom Teachers. *Remidial and Special Education*. Vol. 25(53). 291-302.
- Novita, D. 2012. The Effectiveness Of Collaborative Strategic Reading (CSR) For Teaching Reading Comprehension At Muhammadiyah University Of Sidoarjo. *Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra*, vol 1(1), 1-12.
- Orlich, D.N., Harder, R.J., Callahan, R.C, & Gibson, H. W. 1998. *Teaching Strategies (5th ed)*. Boston: Houghton Mifflin Company.
- Pang, E.S, Muaka, A, Bernhardt, E.B & Kamil, M.L. 2003. *Teaching Reading. Educational Practices Series*. Geneva: International Academy of Education.
- Riani, D.O. 2013. Collaborative Strategic Reading Implementation to Improve Students’ Reading Comprehension. *Journal of English Education*. Vol 1(2). 231-239.
- Rraku, V. 2013. The Effect of Reading Strategies on The Improvement of The Reading Skills of Students. *Social and Natural Sciences Journal*. Vol. 7(2).