



Analisis Implementasi Konsep Creating Shared Value dalam Komunikasi CSR PT. Bank Rakyat Indonesia

Muhammad Luthfi Afdhal, Iman Mukhroman*, Ikhsan Ahmad

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Banten

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan implementasi konsep Creating Shared Value (CSV) dalam upaya komunikasi CSR oleh PT Bank Rakyat Indonesia dalam Program TJSL BRI Peduli. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan lebih berfokus pada pemahaman terhadap proses dan dampak yang dihasilkan dari implementasi CSR). Subjek dalam penelitian ini adalah individu-individu yang memenuhi kriteria tersebut. Mereka adalah individu-individu yang terlibat dalam program "Wirausaha Muda BRiliant" PT. Bank Rakyat Indonesia, khususnya dari bagian Public Relations yang bertanggung jawab dalam pelaksanaan program ini. Dalam penelitian ini, peneliti memilih untuk menggunakan metode pengumpulan data berupa wawancara mendalam (intensive/depth interview). Selain menggunakan wawancara mendalam, peneliti juga menggunakan teknik observasi dalam penelitian ini. Temuan Menunjukkan bahwa PT. Bank Rakyat Indonesia Secara Aktif Mendorong Perluasan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Seluruh Indonesia. Hal ini dicapai, sebagian, melalui program wirausaha muda berprestasi (PMB), salah satu dari berbagai inisiatif yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas pelaku usaha. Implementasi CSV dalam CSR pada program TJSL BRI Peduli telah menerapkan konsep keberlanjutan pada setiap usaha UMKM. Hal ini menyebabkan UMKM yang mengikuti kegiatan tersebut dapat merasakan dampak peningkatan usahanya.

Kata kunci: Analisis, Creating Shared Value, Komunikasi, CSR, BRI.

DOI: <https://doi.org/10.53697/iso.v4i2.1878>

*Correspondence: Iman Mukhroman

Email: iman.mukhroman@untirta.ac.id

Received: 08-10-2024

Accepted: 12-11-2024

Published: 03-12-2024



Copyright: © 2024 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract: This research aims to describe the implementation of the Creating Shared Value (CSV) concept in CSR communication efforts by PT Bank Rakyat Indonesia in the BRI Peduli TJSL Program. This research adopts a qualitative approach and focuses more on understanding the processes and impacts produced by CSR implementation.). The subjects in this research are individuals who meet these criteria. They are individuals involved in PT's "BRiliant Young Entrepreneur" program. Bank Rakyat Indonesia, especially from the Public Relations section who is responsible for implementing this program. In this research, the researcher chose to use a data collection method in the form of in-depth interviews (intensive/depth interviews). Apart from using in-depth interviews, researchers also adopted observation techniques in this research. The Findings Demonstrate that PT. Bank Rakyat Indonesia Actively Promotes the Expansion of Micro, Small, and Medium-Sized Businesses (MSMBS) Across the Nation. This is achieved, in part, through the brilliant young entrepreneur (PMB) program, one of numerous initiatives aimed at enhancing the caliber of business players. The implementation of CSV in CSR in the BRI Peduli TJSL program has implemented the concept of sustainability in every MSME business. This causes MSMEs who take part in these activities to feel the impact of increasing their business

Keywords: Analysis, Creating Shared Value, Communication, CSR, BRI.

Pendahuluan

Dalam era globalisasi yang ditandai oleh kompleksitas perubahan sosial, ekonomi, dan lingkungan yang cepat, Corporate Social Responsibility (CSR) menjadi semakin relevan dan penting. Perusahaan tidak lagi hanya dianggap sebagai entitas yang bertanggung jawab hanya terhadap pemegang saham, tetapi juga sebagai agen perubahan sosial dan lingkungan yang harus membawa dampak positif dalam masyarakat global. Saat ini, CSR bukan hanya tentang kepatuhan etika bisnis, tetapi juga tentang integrasi nilai sosial dan lingkungan ke dalam strategi bisnis yang berkelanjutan.

Perusahaan di seluruh dunia menghadapi tantangan dalam menjalankan operasional mereka di era globalisasi ini. CSR muncul sebagai sarana bagi bisnis untuk memenuhi kewajiban keuangan dan sosial dan lingkungan mereka. Ini mencakup berbagai inisiatif, seperti kontribusi kegiatan amal, pelestarian lingkungan, dan tanggung jawab sosial dalam rantai pasokan. Pemerintah Indonesia telah mengambil langkah-langkah tegas untuk mengatur peran penting perusahaan perbankan dalam menjalankan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL). Langkah pertama yang signifikan adalah pengesahan Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007, khususnya Pasal 74 ayat (1). Pasal ini mewajibkan perusahaan perbankan untuk aktif melaksanakan TJSL sebagai bagian dari tanggung jawab mereka terhadap masyarakat dan lingkungan.

Setelah itu, peraturan pemerintah Republik Indonesia nomor 47 tahun 2012 merinci penerapan TJSL ini dan memberikan panduan yang lebih tepat. Ketentuan Pasal 74 Hukum Nomor 40 tahun 2007, yang berkaitan dengan perusahaan-perusahaan terbatas, diikuti oleh peraturan ini. Tugas bank untuk masyarakat dan lingkungan ditetapkan secara rinci dalam peraturan pemerintah ini.

PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI) adalah salah satu entitas perbankan terbesar di Indonesia dan memiliki jaringan cabang yang tersebar di seluruh wilayah negara ini. Dengan pendiriannya pada tahun 1895, BRI telah menjadi bagian integral dari perkembangan ekonomi negara sejak itu. BRI memiliki beban berat pada populasi dan lingkungan setempat sebagai Entitas Bisnis milik negara (BUMM). Bri Cares, inisiatif pemberdayaan masyarakat, bertanggung jawab untuk melaksanakan tugas ini.

Pelaksanaan Program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) oleh BRI Peduli didasarkan pada regulasi pemerintah yang relevan, terutama Peraturan Menteri BUMN No. PER-05/MBU/04/2021 yang dikeluarkan pada tanggal 8 April 2021. Korporasi menginternalisasi dan mengimplementasikan peraturan ini melalui surat edaran No. SE. 50 -DIR/CSC/09/2021, tertanggal 30 September 2021, tentang pelaksanaan Program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Bri Peduli di Pt. Bank Rakyat Indonesia (Persero), TBK.

Perubahan signifikan terjadi dalam fokus sektor pelaksanaan Program TJSL BRI Peduli berdasarkan regulasi ini. Ada tujuh bidang pengembangan lingkungan yang pertama kali ditargetkan oleh program ini, tetapi sekarang telah mempersempit penekanannya menjadi tiga: sosial, ekonomi, dan lingkungan. Semua kegiatan yang dilakukan dalam kerangka program ini sepenuhnya sejalan dengan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB). Dalam mendukung program Corporate Social Responsibility (CSR) PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk., Melalui Value Chain & Assets Product Management Division melaksanakan program Pengusaha Muda BRILian (PMB).

Pelaksanaan program PMB Ini bertujuan untuk pemberdayaan UMKM (Usaha mikro, Kecil & Menengah) khusus nya Nasabah binaan dari BRI. Fokus dari program ini yaitu menciptakan UMKM (Go Global, Go Digital & Go Modern). Program PMB merupakan bagian dari penyaluran tanggung jawab sosial lingkungan (TJSL) yang merupakan bentuk peran Aktif Bank BRI dalam mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan menjadi suatu kenyataan.

Program Pengusaha Muda BRilian (PMB) merupakan program Flashgip BRI bertujuan untuk akselerasi Bisnis bagi para pengusaha muda di Indonesia terbagi dalam lima sektor yakni Food & Beverage (FnB), Home Decor & Craft, Accesories & Beauty, Fashion & Wastra, dan Healthcare / Wellness dengan output UMKM dapat naik kelas, berprogres dan berimpact terhadap bisnis terutama omsetnya. Jangkauan program ini terdapat di 10 wilayah (Jawa dan Luar Jawa) yaitu Jabodetabek, Bandung, Semarang, Surabaya, Yogyakarta, Denpasar, Medan, Makassar, Balikpapan, dan Palembang. Untuk memenuhi tujuan memprioritaskan layanan ke UMKM untuk membantu peningkatan ekonomi masyarakat, BRI menggunakan program PMB sebagai platform.

Penelitian ini menjadi relevan dan penting karena melibatkan PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI), sebuah lembaga perbankan besar di Indonesia yang telah mengeluarkan anggaran mencapai Milyaran Rupiah untuk membuat salah satu program dalam mendukung kewajibannya sebagai lembaga perbankan yang menjalankan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL), Melalui salah satu program Pengembangan dan Pemberdayaan UMKM yaitu Pengusaha Muda BRilian (PMB).

Metodologi

Peneliti dalam studi ini memanfaatkan wawancara mendalam sebagai bagian dari metodologi kualitatif mereka. Data yang diperoleh adalah makna, bukan angka, sesuai dengan desain penelitian kualitatif. Pendekatan ini memberikan gambaran komprehensif tentang situasi dengan membandingkan teori dan realitas lapangan. Hasil penelitian disajikan dalam deskripsi teks yang merinci temuan dan analisis. Tujuan penelitian adalah memberikan gambaran menyeluruh tentang situasi sosial, bukan menguji hipotesis. Tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk memberikan penjelasan terperinci tentang suatu fenomena tanpa menarik kesimpulan, mengevaluasi teori, atau memprediksi peristiwa di masa depan.

Hasil dan Pembahasan

Hasil

1. Konsep CSR PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI)

Perusahaan memiliki kewajiban bagi para pemangku kepentingan mereka untuk meningkatkan konsekuensi sosial, lingkungan, dan sosial yang baik sambil mengurangi yang negatif. Ini dikenal sebagai Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR). PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI) menerapkan konsep CSR dengan memberikan perhatian pada masyarakat dan lingkungan sekitar. Mereka juga menerapkan konsep Creating Shared Value (CSV) melalui program sertifikasi halal untuk UMKM, meningkatkan daya saing produk, akses pasar, dan kesejahteraan pelaku UMKM. BRI komitmen untuk memberikan manfaat signifikan bagi pemangku kepentingan dan terutama untuk UMKM,

mencerminkan prinsip-prinsip CSV yang menggabungkan keuntungan ekonomi dengan kontribusi sosial.

Dalam pelaksanaan program CSR yang dilakukan oleh BRI dalam program TJSL BRI Peduli terus mengalami kenaikan dalam proyeksi anggaran selama tiap tahunnya. Hal ini disebabkan karena berhasilnya pelaksanaan program CSR yang dilakukan pada tiap tahunnya. Seperti pada tabel diatas, bahwa untuk anggaran yang dikeluarkan oleh BRI untuk CSR tahun 2021 sebesar Rp. 288 Milyar, selanjutnya pada tahun 2022 mengalami kenaikan sekitar 10 % dari anggaran yang di tetapkan pada tahun 2021, dan hal tersebut juga terjadi pada tahun 2023 yang mengalami kenaikan sekitar 10 % dari tahun 2022 yaitu menjadi sebesar Rp. 330 Milyar. Pendidikan, perawatan kesehatan, pengembangan/renovasi infrastruktur, rumah ibadah, ekosistem dan pemeliharaan biota kelautan di laut Indonesia, dan bantuan bencana adalah beberapa bidang bahwa uang perusahaan diperuntukkan bagi dukungan. Dengan anggaran yang terus meningkat hal ini bertujuan untuk menciptaka value kepada shareholder dalam membentuk kinerja keuangan dan citra perusahaan yang baik (Sunarso, 2023).

2. Implementasi Program CSV Dalam Komunikasi CSR

Berdasarkan UU No. 40 Tahun 2007, perusahaan harus bertanggung jawab terhadap alam dan lingkungan sosial. Ini mengharuskan perusahaan memberikan manfaat keberlanjutan bagi ekosistem lingkungan dan sosial di sekitarnya. Penulis melakukan observasi dan wawancara dalam program Pengusaha Muda BRiliant (PMB) dari November 2023 hingga Februari 2024. Wawancara dilakukan dengan para pelaksana program dan UMKM yang terlibat. Data primer didapat dari wawancara, sementara data sekunder diperoleh dari website perusahaan dan dokumentasi program PMB. Identifikasi informan dilakukan untuk mendapatkan informasi kredibel dan terstruktur.

3. Implementasi BRI Peduli melalui Program Pengusaha Muda BRilian (PMB).

Pelaksanaan Program Pengusaha Muda BRilian (PMB) mengarah pada pencapaian Bank BRI sebagai The Most Valuable Banking pada 2025, sesuai dengan Dinne Shovia, VP CSR Bank BI. Pembahasan ini terjadi saat BRI mengikuti TOP CSR Awards 2022 oleh Majalah Top Business. Peraturan Menteri tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan membentuk dasar dari program PMB. 4 Dengan penekanan pada pembangunan berkelanjutan, program PMB dibangun di atas pilar -pilar berikut: sosial, ekonomi, lingkungan, hukum & pemerintahan. Triple Botom Line Prinsipes Pro People, Pro Planet, dan Pro Profitnare diimplementasikan melalui program TJSL BRI. Program BRI didedikasikan untuk terus meningkatkan kualitasnya dan prihatin dengan sistem manajemen yang dapat diukur. Tujuan Program PMB adalah untuk meningkatkan loyalitas nasabah dan produktivitas bisnis. Manager PMB Tahun 2023 berharap para nasabah tetap setia dan terlibat dalam transaksi serta pemanfaatan produk digital BRI.

4. Implementasi Creating Shared Value (CSV)

Untuk memahami harapan UMKM terhadap program Pengusaha Muda BRiliant (PMB), Bank BRI perlu membentuk nilai-nilai dasar yang diterapkan dalam program tersebut melalui wawancara dengan perwakilan Bank BRI dan UMKM. Dengan melakukan wawancara kepada pemilik dan perwakilan UMKM, Bank BRI dapat mengetahui harapan mereka terkait dukungan dan sumber daya yang diinginkan. Evaluasi program sebelumnya

juga dapat memberikan wawasan berharga untuk pengembangan program ini di masa depan.

Program Pengusaha Muda BRILIant (PMB) adalah bagian dari inisiatif CSR BRI yang bermaksud guna mendukung UMKM agar bisa tumbuh dan berkembang, bahkan hingga tingkat global. Bank BRI menjalankan program ini dengan nilai-nilai Shared Value, dimana UMKM diberikan pelatihan dan pendampingan untuk meningkatkan bisnis mereka. Bank Bri bercita-cita untuk memberikan nilai dan keuntungan jangka panjang bagi semua pihak yang terlibat melalui inisiatif ini.

Nilai dan misi program PMB ini dipegang teguh oleh Bank BRI, dengan fokus pada pertumbuhan ekonomi nasional. Melalui program Pendulum Muda BRILIant, Bank BRI berusaha untuk membangun UMKM yang tangguh dan mampu bersaing di pasar global. Inisiatif tambahan seperti acara networking dan produk digital turut membantu UMKM dalam meningkatkan kinerja bisnis mereka. Sebagai inisiatif CSR yang menguntungkan masyarakat setempat dan lingkungan, Bank Bri akan membuat program ini tetap berjalan.

Program BRI yang dilaksanakan melalui Pengusaha Muda Briliant 2023-2024 berpengaruh pada peningkatan produktivitas UMKM di Indonesia. Ini meningkatkan loyalitas UMKM terhadap Bank BRI. Pelaku usaha, Ibu Elin dari Cahaya Naturals, mengalami peningkatan produktivitas dan pendapatan setelah mengikuti program. Mentoring bisnis program itu mendorong perapihan keuangan dan pemasaran digital untuk efisiensi. Ibu Elin akan menggunakan aplikasi dari Bank BRI untuk rencana keuangan usahanya.

5. Dampak Creating Shared Value (CSV) dalam Program Pengusaha Muda BRILIant BRI

Dampak dari konsep CSV dalam CSR di program Pengusaha Muda BRILIant (PMB) dapat diraskan antara pihak. Dampak yang dirasakan oleh Bank BRI adalah dalam segi peningkatan kebutuhan pembiayaan dari kegiatan bisnis yang dilakukan oleh para UMKM yang terlibat, dan menambah citra Bank BRI di mata publik mengalami peningkatan dalam segi nilai historical dan kepeduliannya terhadap perkembangan UMKM di Indonesia, dan loyalitas yang diberikan Bank BRI terhadap para nasabahnya.

Hal tersebut dikonfirmasi melalui keterangan dari narasumber yang penulis wawancarai yaitu Ibu Carla Rizkia bahwa tujuan utama di adakan nya program PMB dalam implementasi CSV yaitu tentunya dari segi Bisnis perbankan kita mencari Casa & Laba. Dalam mencari Casa kita memprioritaskan bagi yang ingin bergabung harus menjadi nasabah BRI dengan dibuktikan memiliki rekening BRI atas Nama Pemilik usaha atau atas Nama Usaha. Dalam peningkatan Laba, Kami memantau dan memonitoring jumlah transaksi aktif pada rekening yang di daftarkan, Sehingga kami bisa mengetahui peserta mana saja yang tidak aktif memakai BRI dan lebih memilih memakai Produk Bank lain".

Dalam pengimplemantasikan CSV kami dari BRI juga memberikan akses kemudahan dari produk perbankan khusus nya merchant yaitu dengan memberikan akses EDC untuk usaha dan juga Qris untuk usaha. Ketika para peserta aktif menggunakan produk perbankan BRI tersebut. Secara otomatis setiap transaksi pada usaha akan masuk ke dalam Rekening BRI sehingga bisa memberikan dukungan terhadap Laba BRI . Sehingga hal tersebut dapat dikatakan bahwa dengan adanya program PMB ini diharapkan dapat memberikan nilai tambah dalam segi peningkatan kualitas produk, layanan, dan

tambahnya jumlah nasabah baru sehingga nantinya diharapkan dapat nilai tambah untuk nilai laba BRI.

Pembahasan

1. Konsep CSR PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI)

Sebagai perusahaan yang peduli dengan dunia di sekitarnya, Pt. Bank Rakyat Indonesia (BRI) percaya pada tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) sebagai tugas untuk membantu meningkatkan komunitas lokal dan lingkungan. Pt. Bri memahami bahwa kelayakan jangka panjang perusahaannya tergantung pada lebih dari sekadar meningkatkan laba; Ini juga terkait untuk memenuhi tuntutan konsumen dan masyarakat luas yang membutuhkan sumber daya keuangan untuk pemberdayaan UMKM. Inisiatif Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) yang dilakukan oleh Pt. Bank Rakyat Indonesia, oleh karena itu, akan fokus pada membantu perusahaan mikro, kecil, dan menengah (MSM) dan pemangku kepentingan lainnya.



Gambar 3. Press Conference PMB 2023

Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023

PT Bank Rakyat Indonesia (BRI) telah tanpa disadari menerapkan konsep Creating Shared Value (CSV) melalui inisiatifnya, seperti program Sertifikasi Halal bagi 200 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di seluruh Indonesia. Program ini memberikan manfaat ekonomi dengan meningkatkan daya saing produk UMKM yang kini memiliki sertifikasi halal, memudahkan akses pasar Muslim yang sangat peduli terhadap kehalalan produk. Selain itu, dari segi sosial, program ini memberdayakan UMKM melalui sosialisasi dan bimbingan, meningkatkan pemahaman mereka tentang pentingnya kehalalan, dan pada akhirnya, memberikan manfaat dalam bentuk peningkatan kesejahteraan bagi pelaku UMKM dan komunitas sekitarnya.

2. Implementasi Program CSV Dalam Komunikasi CSR



Gambar 4. Logo Pengusaha BRILiant

Sumber: Master logo PMB Internal Bank BRI.

Berdasarkan UU No. 40 Tahun 2007 menjelaskan konsep baru yang mengharuskan perusahaan memiliki tanggung jawab baik terhadap alam maupun lingkungan sosial masyarakat. Kebijakan ini menuntut komitmen perusahaan agar dapat memberikan manfaat keberlanjutan bagi ekosistem lingkungan dan sosial di sekitar perusahaan baik dimasa sekarang dan dimasa yang akan datang. Pada bab ini, Penulis menjelaskan mengenai data dan temuan penelitian terkait program Pengusaha Muda BRILiant (PMB). Kegiatan ini melibatkan para Stakeholder baik masyarakat umum, dan para UMKM yang terlibat langsung pada program Pengusaha Muda BRILiant (PMB). Adapun UMKM yang terlibat pada kegiatan ini yaitu para pelaku usaha yang memiliki izin usaha dan sudah bergabung dalam kegiatan program BRI Peduli.

3. Implementasi BRI Peduli melalui Program Pengusaha Muda BRILiant (PMB).

Pelaksanaan Program Pengusaha Muda BRILiant (PMB) ini mengacu pada maksud dan tujuan Bank BRI yaitu menjadi The Most Valuable Banking pada Tahun 2025 tercapai. Konsep Triple Bottom Line, yang selaras dengan BRI Lingkungan, Sosial & Tata Kelola (ESG), juga akan berfungsi sebagai kompas untuk eksekusi program Bri TJSL. Konsep ini, yang telah menjadi landasan program BRI sejauh ini, bertujuan untuk menyeimbangkan nilai-nilai sosial dan bisnis dari perusahaan yang berpartisipasi. Dengan membangun sistem manajemen program yang mencakup perencanaan, pelaksanaan, pemantauan, dan evaluasi termasuk pengukuran dampak program dan kepatuhan dengan peraturan yang relevan BRI dapat melakukan berbagai janji dan meningkatkan kualitas perawatan yang disediakan oleh program BRI.

Diadakannya program Pengusaha Muda BRILiant (PMB) ini mengacu pada harapan dasar Bank BRI untuk meningkatkan loyalitas para nasabah untuk meningkatkan produktivitas kinerja bisnis nantinya.

4. Implementasi Creating Shared Value (CSV)

Untuk memahami harapan UMKM Bank BRI membentuk program Pengusaha Muda BRILiant (PMB) ini sebagai bentuk komunikasi CSR nantinya. Dalam pelaksanaannya, penerapan konsep Creating Shared Value (CSV) diimplementasikan melalui beberapa aspek kegiatan, diantaranya sebagai berikut:

a. Aspek Sosial

Pandemi covid-19 memberikan dampak sosial yang sangat signifikan terhadap UMKM di Indonesia. Hal ini tentunya membahayakan kelangsungan hidup mereka dan memerlukan solusi dan strategi alternatif untuk menghadapi krisis secara ekonomi. Dengan terlaksananya program PMB ini dapat membantu untuk meningkatkan kinerja bisnis pada UMKM yang mengikuti program tersebut. Hasil yang ditimbulkan dari kegiatan ini salah satunya adalah para pegiat usaha kecil menengah di Indonesia ialah sangat berpengaruh untuk peningkatan produktivitas dan kinerja mereka. Tentunya hal ini berdampak pada peningkatan loyalitas para UMKM di Indonesia agar bisa bergabung dan menjadikan Bank BRI sebagai Main Bank pada kegiatan usaha mereka.

b. Aspek Ekonomi

Dengan adanya kegiatan PMB ini, BRI ingin mengambil peran sebagai main bank yang dapat membantu dan mengawal perkembangan UMKM di Indonesia. Indonesia memiliki persentase UMKM tertinggi dibandingkan negara ASEAN lainnya, yaitu mencapai 99,9% dari total unit usaha (World Economic Forum). Kamboja dan Laos mengikuti di belakangnya dengan 99,8% (OECD, Nd). Terlebih lagi, UMKM di Indonesia memberikan kesempatan kerja yang lebih banyak dibandingkan UMKM di negara ASEAN lainnya (TNP2K, 2021).

c. Aspek Lingkungan

Dalam implementasi aspek lingkungan BRI melalui Program Pengusaha Muda BRiliant (PMB) membuat sebuah komunitas bisnis dengan menerapkan Woman Communi atau Kelompok Wanita (KWT) (Ahmad Febrian, 2020). Banyak orang percaya inisiatif ini akan mengubah masyarakat menjadi lebih baik. *Social Return on Investment* (SROI) Selama tahun 2021-2022, yaitu 2,93 (atau lebih dari 1), adalah bukti dari ini. Memperoleh SROI mencontohkan pengaruh menguntungkan program pada masyarakat. Sebagai bagian dari dedikasinya untuk mengimplementasikan Program Pengusaha Muda Briliant yang berdampak dan tahan lama (PMB), BRI memiliki program di Parupuk Tabing, Kota Padang. Dampak sosial PT Indonesia yang menyusun estimasi SROI untuk Program Pemberdayaan KWT Bri Cares. Berdasarkan angka - angka, Program Pengusaha Pemuda Briliant (PMB) dengan Dukungan Persekutuan Wanita (KWT) menerima investasi total Rp 189,73 miliar dari BRI. Selama kerangka waktu tertentu antara 2021 dan 2022, ia menghasilkan nilai sosial 2,93 rp per RP.

Pelaksanaan Pengusaha Muda BRiliant terdapat proses *Creating Shared Value* yang baik dalam pelaksanaan CSR yang dilakukan Bank BRI. Tentunya hal ini didasari pada pemberian nilai yang dilakukan Bank BRI kepada para pelaku usaha dan masyarakat umum dapat memberikan sumbangsih nyata kepada Bank BRI diantaranya adalah membuat Bank BRI menjadi Main Bank pada kegiatan bisnis para UMKM, Peningkatan nilai investasi yang terjadi pada program pemberdayaan Woman Community atau Kelompok Wanita Tani (KWT) di program Pengusaha Muda BRiliant (PMB), salah satunya yaitu mempunyai dampak yang signifikan terhadap perkembangan usaha bagi peserta wanita yang diberdayakan. Sehingga hal tersebut dapat dikatakan bahwa Penerapan Konsep CSV melalui program TJSL BRI Peduli berdampak positif dalam komunikasi CSR yang dilakukan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia (Bank BRI).

5. Dampak Creating Shared Value (CSV) dalam Program Pengusaha Muda BRiliant BRI BRiliant BRI

Dampak dari konsep CSV dalam CSR di program Pengusaha Muda BRiliant (PMB) dapat diraskan antara pihak. Dampak yang dirasakan oleh Bank BRI adalah dalam segi peningkatan kebutuhan pembiayaan dari kegiatan bisnis yang dilakukan oleh para UMKM yang terlibat, dan menambah citra Bank BRI di mata publik mengalami peningkatan dalam segi nilai historical dan kepeduliannya terhadap perkembangan UMKM di Indonesia, dan loyalitas yang diberikan Bank BRI terhadap para nasabahnya. Sehingga hal tersebut dapat dikatakan bahwa dengan adanya program PMB ini diharapkan dapat memberikan nilai

tambah dalam segi peningkatan kualitas produk, layanan, dan tambahannya jumlah nasabah baru sehingga nantinya diharapkan dapat nilai tambah untuk nilai laba BRI.

Kesimpulan

Berikut ini adalah beberapa kesimpulan yang diambil dari penelitian yang melihat Program Pengusaha Muda Briliant (PMB) di PT. Bank Rakyat Indonesia sebagai studi kasus komunikasi CSR berdasarkan gagasan menciptakan nilai bersama (CSV):

- 1) Sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan, PT. Bank Rakyat Indonesia mendukung dalam pengembangan dan kemajuan pertumbuhan pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Tanah Air, diantaranya dengan melakukan dan menyelenggarakan beberapa kegiatan dan program yang berfokus pada peningkatan kualitas dari para pelaku usaha salah satunya melalui program Pengusaha Muda BRiliant (PMB). Komitmen CSR PT. Bank Rakyat Indonesia dalam menjalankan peran dan tanggung jawab sosial secara berkelanjutan tercemin dalam tujuan pelaksanaan ketika melakukan kegiatan Program Pengusaha Muda BRiliant (PMB).
- 2) Implementasi CSV dalam CSR di program TJSL BRI Peduli adalah menerapkan konsep keberlanjutan dalam setiap usaha UMKM. Hal ini menyebabkan para UMKM yang mengikuti kegiatan tersebut merasakan dampak dari pada peningkatan usahanya.
- 3) Dampak dari konsep CSV dalam CSR di program Pengusaha Muda BRiliant (PMB) dapat dirasakan antara pihak. Dampak yang dirasakan oleh Bank BRI adalah dalam segi peningkatan kebutuhan pembiayaan dari kegiatan bisnis yang dilakukan oleh para UMKM yang terlibat, dan menambah citra Bank BRI di mata publik mengalami peningkatan dalam segi nilai historical dan kepeduliannya terhadap perkembangan UMKM di Indonesia, dan loyalitas yang diberikan Bank BRI terhadap para nasabahnya.

Daftar Pustaka

- Ardiyanto, I. (2022). *Created Shared Value (CSV): Transformasi Baru untuk Pemberdayaan Masyarakat dan Keberlanjutan*. Mediakom : Jurnal Ilmu Komunikasi, 6(2), 232–248. <https://doi.org/10.35760/mkm.2022.v6i2.7431>
- Arifin, M., Hafidhah, H., & Rofik, M. (2022). Model Komunikasi CSR Perusahaan BUMN di Indonesia; Pendekatan Social Network Analysis. J-ESA (Jurnal Ekonomi Syariah), 5(1), 1–13. <https://doi.org/10.52266/jesa.v5i1.1005>
- Bungin, B. (2016). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Putra Grafika.
- Hereyah, Y., & P, H. A. (2019). Corporate Social Responsibility Program of BRI Peduli for Increasing the Image of PT Bank Rakyat Indonesia. JCommsci - Journal Of Media and Communication Science, 1(3), 120–131. <https://doi.org/10.29303/jcommsci.v1i3.51>.
- Kriyantono, R. (2016). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

- Perusahaan-Perusahaan di Indonesia Tahun 2017. *Scriptura*, 9(2), 51–58.
<https://doi.org/10.9744/scriptura.9.2.51-58>
- Poerwandari, E. K. (2015). Pendekatan Kualitatif dalam Penelitian Psikologi...
- Porter, M. E. (2013). *Creating Shared Value as Business Strategy*. Boston: Shared Value Leadership Summit.
- Porter, M. E. (2014). *Creating Shared Value: Becoming a Movement*. New York: Shared Value Leadership Summit.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2015). *Creating Shared Value: How to Reinvent Capitalism and Unleash A Wave of Innovation and Growth*. Boston, MA: Harvard Business Review.
- Rijkie, K. M., Alhumaira, B. S. F., Pratama, A. B., & Nur, S. (t.t.-a). Penerapan Konsep *Creating Shared Value* pada Program Corporate Social Responsibility PT Pertamina EP Donggi Matindok Field. 3(1).
- Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 106, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4756).
- Untung, H. B. (2008). *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Vincent, J. W. (2006). *Basics of Community Development*. Community Development Council.
- Wibisono, Y. (2007). Membedah Konsep & Aplikasi CSR (Corporate Social Responsibility). Jakarta: PT. Gramedia.
- Zebua, W. D. A. (2019). Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) pada Program Pinkvoice oleh Starbucks Indonesia dalam Membangun Citra. 3(1).