

JURNAL CYBER PR
Fakultas Ilmu Komunikasi
Univesitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama)

**Program Kemitraan PT Timah Tbk Dengan UMKM Sebagai
Upaya *Community Based Development***

Vea Gresta*, Novalia Agung Wardjito Ardhoyo, Dian Ismi Islami

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama)

Jl. Hang Lekir I No 8, Gelora, Jakarta Pusat, Indonesia

*Email koresponden: veagrestaa@gmail.com

Abstract - In this study, the authors examine the implementation of PUMK by PT Timah Tbk from the point of view of public relations. The author uses the concept of triple bottom line and 9 steps and connects it with the perspective of community-based development. The purpose of this research is to know the implementation of the CSR program by PT Timah Tbk and the strategies taken in implementing the program. The method used in this study is qualitative with a post-positivist approach. The data acquisition method is interviews and observations with validation tests using source triangulation. Based on the results of the author's research, it is known that PT Timah Tbk in implementing the PUMK has fulfilled 9 steps. The rationale is that before implementing the program there is an analysis and planning carried out based on the rules set by the Ministry of SOEs. PT Timah Tbk has also prepared a special budget for the implementation of the program. In addition, in its implementation, PT Timah Tbk not only provides money, but also provides guidance and assistance to MSMEs as well as participates in promoting MSME products as foster partners. In the triple bottom line perspective, the program is the realization of the people, namely community development. If examined further, the program is essentially a community-based development through partnerships to develop businesses owned by the community.

Keywords: Community Based Development^{1st}, CSR^{2nd}, Partnership Program, MSMEs

Abstrak - Pada penelitian ini peneliti menelaah mengenai pelaksanaan PUMK oleh PT Timah Tbk tersebut dari sudut pandang hubungan masyarakat. Peneliti menggunakan konsep *triple bottom line* dan 9 steps serta menghubungkan dengan perspektif *community based development*. Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui pelaksanaan program CSR oleh PT Timah Tbk dan strategi yang diambil dalam pelaksanaan program tersebut. Metode yang digunakan pada penelitian ini kualitatif dengan pendekatan post positivis. Metode perolehan data yakni wawancara dan observasi dengan uji validasi menggunakan triangulasi sumber. Berdasarkan hasil penelitian peneliti diketahui bahwa PT Timah Tbk dalam melaksanakan PUMK tersebut telah memenuhi 9 steps. Rasionalisasinya yakni sebelum melaksanakan program tersebut adanya analisis dan perencanaan yang dilakukan dengan berlandaskan aturan yang ditetapkan oleh Kementerian BUMN. PT Timah Tbk juga telah menyiapkan anggaran khusus untuk pelaksanaan program tersebut. Selain itu, dalam pelaksanaannya PT Timah Tbk tidak hanya sekadar memberikan uang, tetapi juga memberikan pembinaan dan pendampingan kepada UMKM sekaligus ikut mempromosikan produk-produk UMKM sebagai mitra binaan. Dalam perspektif *triple bottom line* program tersebut merupakan realisasi dari pilar *people* yakni pengembangan masyarakat. Apabila ditelisik lebih jauh lagi pada hakikatnya program tersebut merupakan upaya *community based development* melalui kemitraan untuk mengembangkan usaha yang dimiliki oleh masyarakat.

Kata Kunci: Community Based Development, CSR, PUMK, UMKM.

PENDAHULUAN

Pelaksanaan aktivitas bisnis oleh suatu perusahaan memiliki dampak yang signifikan bagi kehidupan di sekitarnya. Masyarakat yang berada di sekitar perusahaan merupakan pihak yang paling utama menerima dampak akibat aktivitas usaha. Bertitik tolak dari hal tersebut muncul konsep *corporate social responsibility* (CSR) sebagai upaya peran aktif perusahaan dalam agenda pembangunan berkelanjutan. Hal tersebut dikarenakan pada praktiknya marak perusahaan yang hanya memikirkan keuntungan dan tanpa mengerti akan kerusakan dan akibat yang diberikan kepada masyarakat. Secara historis gagasan CSR pertama kali tertuang dalam buku *Cannibals With Forks: Triple Bottom Line in 21st Century* pada 1998 karangan John Elkington. Dalam gagasan CSR tersebut dinyatakan bahwa suatu perusahaan hendaknya tidak hanya berfokus untuk mencari keuntungan, tetapi juga menjaga kelestarian lingkungan dan kesejahteraan masyarakat (Marnelly, 2012).

Dalam tataran praktik perusahaan melakukan kegiatan CSR selain bertujuan untuk memberikan banyak manfaat kepada beberapa pihak juga tentunya memperkuat citra positif dari perusahaan. Istilah CSR di Perseroan Terbatas biasanya disebut Tanggung Jawab Sosial Perusahaan yang di mana CSR merupakan strategi dari Hubungan Masyarakat (Humas) untuk menekankan komitmen dari perusahaan untuk memberikan kontribusi untuk masyarakat, pengembangan masyarakat.

Menurut Keith Butterick (Butterick, 2012), Membangun reputasi baik, perusahaan harus menentukan langkah yang tepat guna lingkungan serta pada tahap penentuan keputusan pemangku kepentingan misalnya rakyat lokal perlu diikutsertakan. Di mana artinya ketika kita ingin memberikan citra yang baik dan tetap menjaga nama baik perusahaan tersebut maka masyarakat yang ada di sekitar harus ikut serta dalam pengambilan keputusan.

Sedangkan menurut Untung, CSR adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk kontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitik beratkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial dan lingkungan (HS, 2018).

Kegiatan CSR ini juga di Atur di UU ini dengan istilah Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL). UU tersebut mengatur kewajiban bagi perseroan yang berkaitan dengan sumber daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Pasal 74 ayat (1) UU PT berbunyi, "*Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.*" Bila ketentuan ini tidak dijalankan, maka ada sanksi yang akan dijatuhkan sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Lalu Pemerintah juga mengeluarkan PP PT. 47 Tahun 2012 sebagai peraturan pelaksana dari Pasal 74 UU PT di atas. PP PT. 47 Tahun 2012 yang ditandatangani oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono ini hanya berisi sembilan pasal. Salah satu yang diatur adalah mekanisme pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan perseroan. Pasal 4 ayat (1) PP PT. 47 Tahun 2012 menyebutkan, "*Tanggung jawab sosial dan lingkungan dilaksanakan oleh Direksi berdasarkan rencana kerja tahunan Perseroan setelah mendapat persetujuan Dewan Komisaris atau RUPS sesuai dengan anggaran dasar Perseroan, kecuali ditentukan lain dalam peraturan perundang-undangan*" (Marthin et al., 2018)

Adapun perusahaan yang melakukan CSR sebagai salah satu perusahaan yang sangat memperhatikan tanggung jawab sosial adalah PT Timah Tbk. PT Timah Tbk merupakan Perusahaan Perseroan didirikan tanggal 02 Agustus 1976, telah terdaftar di Bursa Efek PT sejak tahun 1995 dan merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dibidang pertambangan timah. PT Timah merupakan Produsen dan eksportir logam timah, di mana PT Timah ini sendiri dimulai dari kegiatan eksplorasi, penambangan, pengolahan bahkan hingga pemasarannya. PT Timah Tbk merupakan perusahaan yang

bergerak di bidang Pertambangan maka sangat berkaitan erat dengan lingkungan dan kesejahteraan masyarakat. Maka dari itu PT Timah Tbk melakukan banyak sekali kegiatan CSR dan selalu peduli akan masyarakat di sekitarnya.

Sejak 2 Maret 2020 pandemi Covid-19 ada di Indonesia, pandemi ini sangat berpengaruh bagi ekonomi di Indonesia, salah satunya adalah Sektor UMKM. Jumlah UMKM saat ini berkisar 64,19 Juta dan sektor usaha UMKM adalah salah satu sektor yang mendapatkan dampak negatif dari adanya pandemi ini. Dalam situasi ini, maka UMKM harus mendapatkan perhatian di mana UMKM merupakan salah satu penyumbang Produk Domestik Bruto yang besar dan bisa mengambil tenaga kerja yang cukup banyak. (Hotria Mariana, 2022)

Salah satu CSR dari PT Timah Tbk adalah memberikan pinjaman modal kerja bagi pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dengan bunga 6 persen per tahun untuk memajukan ekonomi masyarakat dan tentunya untuk meningkatkan pertumbuhan UMKM. Dikutip dari bumh.go.id, Direktur Keuangan dan Manajemen Risiko PT Timah Tbk, Wibisono mengatakan, “Penyaluran program PUMK (Pendanaan Usaha Mikro Kecil) merupakan komitmen PT Timah Tbk untuk mendorong perekonomian masyarakat melalui pelaku UMKM”.

Bukan hanya itu dikutip melalui menurut Direktur Keuangan PT Timah Tbk, Wibisono, Program PUMK ini dilaksanakan di Tiga Provinsi yakni Bangka Belitung, Provinsi Riau dan Kepulauan Riau, total untuk triwulan III ini sudah 8,16 miliar rupiah (Kementerian BUMN, 2021b). Program Pendanaan Usaha Mikro Kecil (PUMK) untuk mendukung UMKM di tengah pandemi Covid-19. Pada Tahun 2020 PT Timah mengeluarkan anggaran 19 miliar rupiah dengan 373 mitra binaan untuk pengembangan UMKM, yang merupakan program kemitraan CSR (tanggung jawab sosial) perusahaan. Dana tersebut diperuntukkan bagi UMKM, dalam bentuk pinjaman lunak dengan bunga sangat rendah. Pada tahun 2021 di Graha Timah tentunya PT Timah Tbk, kembali menyalurkan dana PUMK Triwulan III Tahun 2021 bagi 507 mitra binaan dengan nilai Rp 22 miliar kepada UMKM di wilayah operasional Perusahaan di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, Provinsi Riau dan Kepulauan Riau. UMKM yang bekerja sama dengan PT Timah Tbk atau biasanya disebut dengan Mitra Binaan dari PT Timah Tbk sangat banyak, sehingga masyarakat atau tentunya pelaku UMKM sangat senang dengan program ini (Ferdiansyah, 2021).

Terhitung 14 Desember 2021 PT Timah Tbk memberikan 6,9 miliar rupiah untuk 151 mitra binaan. UMKM yang bekerja sama dengan PT Timah sangat banyak, beberapa usaha yang ikut menjadi mitra binaan PT Timah adalah usaha cetak foto, usaha mainan, usaha kuliner, bahkan bengkel juga menjadi salah satu Mitra Binaan PT Timah Tbk. Pada tahun 2021, sebanyak 55 mitra binaan PT Timah Tbk naik kelas dengan kriteria yang sudah ditetapkan seperti menambah jumlah karyawan, peningkatan produksi dan tentunya peningkatan nilai pinjaman dan pada tahun 2022 PT Timah Tbk menargetkan agar lebih banyak UMKM bisa naik kelas (Kementerian BUMN, 2021a).

Salah satu penerima Dana Usaha Mikro Kecil adalah Yanti yang mempunyai Usaha pembesaran ikan lele dan bebek dan ingin memanfaatkan program dari PT Timah ini dia mengatakan bahwa Kendala terbesar adalah modal maka PT Timah mempermudah UMKM, proses nya pun sangat cepat dan mudah sehingga memang semuanya tidak dipersulit. Dengan melakukan CSR merupakan salah satu strategi dari perusahaan PT Timah untuk memberikan dan memperlihatkan citra mereka di hadapan masyarakat, sehingga masyarakat dapat melihat PT Timah sebagai perusahaan yang mempunyai Tanggung Jawab Sosial dan memberikan dampak positif terhadap lingkungan dan ekonomi sekitar. *Community Based Development* biasa disebut sebagai pengembangan masyarakat yang dimana salah satu pakar dari Community Based Development yaitu Arthur Durham menuliskan definisi dari

Community Based Development adalah (Kim, 2021). Secara umum *Community Based Development* juga dapat dikatakan sebagai kegiatan untuk mengembangkan masyarakat agar bisa memberikan atau mencapai kondisi secara ekonomi atau budaya dengan lebih baik.

Berdasarkan penjelasan tersebut di atas maka peneliti akan melakukan penelitian dengan judul “Program Kemitraan PT Timah Tbk dengan UMKM sebagai upaya *Community Based Development*”. Dalam Penelitian ini peneliti mengkaji dan melihat seperti apa kegiatan dan pelaksanaan yang dilakukan PT Timah Tbk dalam upaya Community Based Development melalui Program Kemitraan ini.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan Paradigma Post Positivisme yang dimana menurut (Creswell, 2008) *Positivisme* adalah paradigma yang berada di awal di dalam ilmu pengetahuan. Bersifat Realistis dan bisa di observasi secara nyata dan berbentuk. Paradigm aini beraliran dengan pandangan onology realism yang menerangkan bahwa realitas hukum alam (*natural laws*). Dengan Pendekatan Kualitatif, Jenis Penelitian Kualitatif Deskriptif dan Metode yang digunakan adalah Studi Kasus menurut Robert K Yin (Rivaldi et al., 2022) yang dimana studikasus terbagi menjadi 6 Langkah yaitu, Menentukan dan Menjabarkan Pertanyaan Penelitian, Memilah dan Menentukan Design dan Intrumen Penelitian, Menentukan Teknik Pengumpulan Data dan Melakukan Kegiatan Pengumpulan Data, Membuat Analisa Data, Mempersiapkan Laporan Akhir Penelitian.

Subjek Penelitian nya adalah Key Informan yakni Pak Sindhu Dhahono Putro selaku Kepala Bidang Pendaan Usaha Mikro & Kecil. Informan Pendukung Yakni Mohamad Ridhwan Selaku Kepala Bidang Tanggung Jawab Sosial & Lingkungan Informan Pendukung yakni Rangga Brata Kusuma selaku Manager, Staff Penyaluran Pendanaan Usaha Mikro & Kecil, Informan Pendukung lainnya, Mitra Binaan PT Timah Tbk yakni Ibu Yuliana, Informan Pendukung, Mitra Binaan PT Timah Tbk yakni Trisiska Febriyanti. yang diwawancara oleh peneliti. Pada Penlitian ini, peneliti menganalisis menggunakan Triangulasi Sumber yang dimana Triangulasi Sumber untuk mengetes kredibilitas data dilakukan dengan cara memeriksa data yang didapatkan dari beberapa sumber.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program CSR tentu tidak dapat dilepaskan dari konsep *triple bottom line*. Konsep ini menekankan bahwa perusahaan tidak hanya semata untuk mencari keuntungan (*profit*), tetapi juga harus memperhatikan lingkungan (*planet*) dan masyarakat (*people*). Konsep ini tentu tidak terlepas dari konsep dasar pembangunan berkelanjutan yang telah menjadi satu agenda global.

Secara luas pelaksanaan CSR dimaksudkan untuk bekerja sama dengan seluruh pihak yang ada untuk meningkatkan kesejahteraan (Nayenggita et al., 2019). Dalam penelitian ini secara khusus program PUMK yang dilakukan oleh PT Timah Tbk menurut peneliti merupakan pengejawantahan dari *people* dalam konsep *triple bottom line*. Melalui program tersebut tentu adanya upaya untuk bekerja sama dengan UMKM melalui pemberian pinjaman yang dapat digunakan untuk mengembangkan usaha.

Di sisi lain merujuk keterangan yang disampaikan oleh Bapak Sindhu bahwa selain pemberian pinjaman pihak PT Timah Tbk juga memberikan seminar sekaligus pembekalan kepada UMKM mitra binaan. Hal tersebut menunjukkan bahwa PT Timah Tbk tidak sekadar memberi uang kemudian dilepaskan begitu saja, tetapi adanya keberlanjutan program. Keberlanjutan dalam hal ini PT Timah Tbk juga mengikutsertakan UMKM yang menjadi mitra binaan dalam kegiatan-kegiatan pameran. Di sisi lain dalam manajemen keuangan PT Timah Tbk juga mengadakan pembekalan mengenai tata kelola pembukuan.

PT Timah memberikan waktu kepada Mitra Binaan untuk bekerja sama dengan PT Timah maximal 3 periode yang dimana 1 periode nya 3 tahun atau dibawahnya. PT Timah berharap agar UMKM bisa membayar pinjaman dan tentunya membuat UMKM menjadi mandiri. Jika UMKM tersebut ingin ikut selama 3 (tiga) periode dan periode sebelumnya selalu menaati kewajiban sebagai mitra Binaan maka bisa menjadi 9 (sembilan) tahun menjadi Mitra Binaan PT Timah Tbk, sesuai dengan pernyataan Bapak Sindhu yang mengatakan bahwa PT Timah memberikan waktu dan periode untuk UMKM Bekerja sama sebagai Mitra Binaan PT Timah Tbk.

Untuk melihat kemanfaatan dan keberhasilan dari suatu program tentu harus melihat pula dari perspektif yang diberikan bantuan. Dalam hal ini berdasarkan hasil wawancara dengan UMKM yang menjadi mitra binaan yakni Ibu Yuliana dengan Brandnya yaitu Pak Umar Makanan Kering dan Makanan Basah yang dimana Menyatakan bahwa PT Timah sangat membantu sehingga UMKM bisa memproduksi dengan skala besar dan bisa mendapatkan keuntungan yang lebih banyak lagi, dan juga UMKM bisa berjalan terus. Penuturan tersebut diperkuat juga dengan pernyataan Trisiska Febriyanti (Yiyi) sebagai Mitra Binaan PT Timah juga dengan Decoupage yang dimana juga Berpendapat bahwa Pinjaman PT Timah ini sangat membantu dan bermanfaat seperti contohnya menambah jumlah produksi dan tentunya membuat keuangan semakin meningkat

Hal ini membuktikan bahwa PT Timah Tbk memberikan manfaat yang sangat berguna untuk UMKM yang telah menjadi Mitra Binaannya, tak hanya itu PT Timah Tbk tidak hanya memberikan pendanaan namun juga memberikan pendampingan sesuai dengan pernyataan Ibu Yuliana yaitu tentang pembinaan lainnya dari PT Timah Tbk seperti membantu promosi di internet dan tentunya UMKM merasa sangat terbantu dengan adanya bantuan pembinaan dari PT Timah Tbk ini dan meningkatkan penjualan dan tentunya masyarakat semakin mengenal produk UMKM yang dijual.

Menurut pakar hubungan masyarakat Dr. M. Gunawan Alif bahwa esensi utama dari program CSR yakni upaya untuk memberikan timbal balik kepada masyarakat atas pengelolaan sumber daya alam dari perusahaan. Hal tersebut dikarenakan dampak dari aktivitas pertambangan yang dilakukan oleh PT Timah Tbk tentu menimbulkan risiko bagi lingkungan dan kehidupan masyarakat.

Bahwa *people* dalam konsep *triple bottom line* apabila ditelisik lebih jauh lagi menitikberatkan kepada perusahaan agar melakukan serangkaian upaya untuk melaksanakan *community based development* (CBD). Secara teoritis CBD merupakan salah satu pendekatan yang digunakan oleh perusahaan dalam melaksanakan CSR (Nurhayati et al., 2020). PT Timah Tbk apabila ditelaah melalui program PUMK merupakan implementasi dari CSR bidang *people* melalui pendekatan CBD.

Menurut pakar humas berkaitan dengan telaah *community based development* yang peneliti gunakan menurut beliau pada hakikatnya hal tersebut merupakan bagian dari CSR. Salah satu pilar dari konsep CSR adalah membangun dan mengembangkan masyarakat. Dengan demikian dalam konteks penelitian peneliti ini program PUMK ditujukan untuk memajukan usaha masyarakat yang mana hal tersebut merupakan konkretisasi dari *community based development*

Sebagaimana dikemukakan oleh Bapak Ridwan bahwa CBD merupakan rencana jangka panjang yang diagendakan dari PUMK. Hal tersebut menunjukkan bahwa orientasi dari PUMK tidak semata karena kewajiban atas instruksi dari Kementerian BUMN, tetapi juga untuk membangun masyarakat sekitar khususnya masyarakat Bangka Belitung. Menurut Rektor Universitas Bangka Belitung, Ibrahim, bahwa masyarakat Bangka Belitung sejak 1998 telah menggantungkan hidupnya dari sektor pertambangan. Kemudian ketika adanya pengetatan regulasi dari pemerintah pusat tentu mempengaruhi perekonomian daerah (Setiawan, 2020). Berbicara mengenai timah tentu merupakan sumber daya alam

yang tidak dapat diperbarui dan terbatas. Ketika hasil tambang telah habis atau adanya pengetatan regulasi tentu masyarakat perlu mencari sumber penghidupan lainnya.

Oleh karenanya, PT Timah Tbk melalui PUMK hadir untuk meningkatkan perekonomian masyarakat sekaligus upaya agar masyarakat tidak bergantung secara terus menerus pada sektor tambang. Perlunya pengembangan usaha lokal dalam rangka meningkatkan kesejahteraan. Pengembangan tersebut tentunya membutuhkan modal yang dalam hal ini PT Timah Tbk hadir untuk memfasilitasi UMKM melalui PUMK yang kemudian akan diberikan bantuan pinjaman serta pembinaan. Sehubungan dengan PUMK PT Timah perlu ditelaah satu per satu apakah telah memenuhi model *nine steps* tersebut yakni: Analisis ini merupakan Langkah awal yang dilakukan dan juga untuk melihat keputusan akhir yang akan dibuat bahwa landasan pelaksanaan PUMK oleh PT Timah Tbk berawal dari peraturan yang dikeluarkan oleh Menteri BUMN. Bertitik tolak dari peraturan tersebut bahwa BUMN dapat memberikan bantuan kepada UMKM sebagai pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Dalam pelaksanaannya tentu pemberian bantuan tidak dapat dilakukan secara serta merta. PT Timah Tbk dalam hal ini melakukan survei terlebih dahulu kepada UMKM yang akan menjadi mitra binaan. Survei tersebut dilakukan untuk mengetahui kondisi riil dari UMKM tersebut.

Formative Research

Analyzing the situation: Sebelum pelaksanaan program PUMK PT Timah Tbk sejak awal telah menyusun Rencana Kerja Anggaran untuk 1 (satu) tahun. Dalam rencana tersebut telah ditentukan pula besaran anggaran yang dianggarkan untuk dijadikan pinjaman kepada UMKM. Tentunya hal tersebut merupakan salah satu upaya PT Timah Tbk untuk mengukur kemampuan secara internal perusahaan khususnya finansial apakah memadai. Adapun anggaran yang digelontorkan untuk PUMK ini yakni: 22 Miliar pada tahun 2021 untuk 507 Mitra Binaan

Analyzing the publics: Pada titik ini menganalisis public dimana untuk mengetahui kebutuhan dan apa yang diinginkan oleh public lalu PT Timah Tbk menguji respons publik kerap melakukan sosialisasi kepada masyarakat perihal PUMK tersebut. Sosialisasi tidak hanya dimaksudkan untuk menyebarkan informasi semata, tetapi juga berupaya untuk melihat daya tarik dan tanggapan masyarakat.

Strategy

Establishing goals and object: Sebagaimana dikemukakan oleh Bapak Sindhu dan Bapak Ranga bahwa tujuan utama dari pelaksanaan PUMK ini tidak hanya karena kewajiban, tetapi juga untuk mengurangi ketergantungan masyarakat Bangka Belitung dari sektor tambang. Melalui PUMK diharapkan dapat mengembangkan UMKM sehingga adanya mata pencaharian baru sekaligus mengoptimalkan potensi usaha lokal. Lebih jauh lagi apabila ditelisik bahwa esensi dari pelaksanaan PUMK ini adalah untuk mengubah *image* PT Timah Tbk di masyarakat yang dikenal sebagai perusahaan tambang. PT Timah Tbk berkeinginan untuk mengubah perspektif masyarakat ketika mendengar nama perusahaan agar tidak semata diasosiasikan dengan aktivitas pertambangan. PT Timah Tbk ingin menunjukkan bahwa perusahaan hadir untuk membantu sekaligus bekerja sama dengan masyarakat.

Formulating action and response strategies: Bagi UMKM yang ingin menjadi mitra binaan merujuk pada hasil wawancara peneliti diketahui harus mengisi formulir tertentu. Berdasarkan formulir tersebut tentu PT Timah Tbk akan menindaklanjuti melalui survei guna melakukan pengecekan terhadap kondisi riil. Apabila UMKM tersebut layak diberikan

bantuan maka PT Timah Tbk akan melakukan survei lanjutan misal terkait prospek usaha, kendala modal, dan lain-lain. Tujuan dilakukannya hal tersebut yakni agar pemberian pinjaman tidak salah sasaran dan tepat guna. Hal tersebut dikarenakan luaran yang diharapkan dari program ini yakni adanya pemajuan UMKM di Bangka Belitung.

Designing Effective Communication: Sebagai upaya untuk menyebarluaskan informasi perihal PUMK, PT Timah Tbk kerap melakukan sosialisasi setidaknya-tidaknya 1 (satu) kali per bulan. Ini sesuai dengan pernyataan dari Bapak Ranga Brata yang dimana menyampaikan bahwa “Sebagai langkah awal kami juga melakukan sosialisasi kepada masyarakat sebulan sekali untuk menginformasikan bahwa adanya program PUMK ini. Jadi kami tidak hanya *bottom-up* dari UMKM saja, tetapi juga *top-down* agar masyarakat tahu bahwa PT Timah ini ada program CSR seperti ini” Sosialisasi tersebut dimaksudkan agar masyarakat tahu bahwa PT Timah Tbk memiliki program bantuan pinjaman khususnya kepada UMKM.

Tactics

Selecting communication tactics: Apabila telah terkumpul UMKM yang menjadi mitra binaan PT Timah Tbk berkoordinasi melalui *WhatsApp group* untuk memudahkan komunikasi secara *online*. Meskipun demikian, tidak menutup kemungkinan PT Timah Tbk mengunjungi UMKM mitra binaan untuk mengetahui *progress* usaha sekaligus sebagai upaya *monitoring* dan silaturahmi. Namun PT Timah Tbk dalam hal ini masih kurang mengeksplor lebih jauh lagi kebutuhan dari UMKM, PT Timah Tbk hanya mengkomunikasikan tentang program namun kurang berkaitan dengan kebutuhan pendampingan, kebutuhan seperti apa yang dibutuhkan UMKM.

Implementing the strategic: Dikarenakan tujuan dari PUMK ini adalah untuk mengembangkan sekaligus memajukan UMKM, pemberian pinjaman tentunya tidak cukup. Oleh karenanya, PT Timah Tbk juga melakukan seminar-seminar pembekalan kepada UMKM mitra binaan. Pelaksanaan seminar tersebut adalah untuk meningkatkan kemampuan dari UMKM agar dapat terus berkembang.

Selain itu, PT Timah Tbk juga memfasilitasi UMKM mitra binaan untuk mengikuti beragam pameran. Keikutsertaan pameran tersebut akan difasilitasi oleh PT Timah Tbk baik yang diselenggarakan di tingkat daerah maupun pusat. Hal tersebut dimaksudkan agar pangsa pasar dan *brand* UMKM meningkat sehingga dapat meningkatkan penghasilan.

Evaluative research

Evaluating the strategic plan: PT Timah Tbk sebagaimana disampaikan oleh Bapak Sindhu dan Bapak Ranga tentu melakukan evaluasi terhadap bantuan pinjaman yang telah diberikan kepada UMKM. Apabila UMKM yang telah diberikan bantuan gagal mengembalikan pinjaman tentu hal tersebut menjadi poin pertimbangan tersendiri untuk memasukkan UMKM tersebut dalam *blacklist*. Bahwa berdasarkan pemaparan peneliti tersebut dapat dilihat bahwa PT Timah Tbk dalam melaksanakan PUMK telah sesuai dengan model *nine steps*. Rasionalisasi dari pernyataan peneliti tersebut karena masing-masing indikator telah terpenuhi. Sebagaimana dikemukakan oleh pakar humas menurut beliau dalam menganalisis program CSR tentu apabila menggunakan teori *triple bottom line* hanya berkaitan dengan konsep dasar. Oleh karenanya, perlu pendekatan yang lebih spesifik misalnya *9 steps* ini. Hal tersebut sebagai upaya untuk menelaah secara detail bagaimana langkah-langkah yang diambil oleh PT Timah Tbk dalam mengimplementasikan program CSR.

SIMPULAN

Program yang dijalankan PT Timah Tbk yang berawal didasarkan oleh Kementerian BUMN dijalankan dengan sangat matang dan baik, dimulai dengan survei, kegiatan yang dilakukan pun banyak, mengajak masyarakat untuk bergerak maju. PT Timah Tbk tidak hanya memberikan dana, tetapi juga memberikan pendampingan dari pendampingan soal pendanaan hingga pendampingan memajukan UMKM seperti mempromosikan hingga menjual produk dari UMKM sebagai Mitra Binaan PT Timah Tbk. PT Timah juga turun langsung dalam melakukan rangkaian kegiatan mulai dari survei hingga pelaksanaannya terhadap mitra binaannya. Komunikasi yang diberikan PT Timah Tbk juga menasar pada masyarakat yang mempunyai UMKM tentunya agar bisa menjadi mitra binaan.

Program PUMK (Pendanaan Usaha Mikro Kecil) memberikan dana serta pendampingan ini berhasil dalam meningkatkan *Community Based Development*. Pada 9 Steps PT Timah Tbk sudah memenuhi *step-step* yang ada di dalamnya namun pada komunikasinya PT Timah Tbk ada sedikit kekurangan yang dimana PT Timah Tbk tidak tanggap akan Mitra Binaannya, seperti apa yang sebenarnya dibutuhkan UMKM agar maju dan berkembang namun PT Timah Tbk sudah memberikan pendampingan atau pengembangan seperti melakukan pelatihan kepada Mitra Binaan dan PT Timah Tbk yang mana salah satu dari *triple bottom line* untuk meningkatkan *people* yaitu mengembangkan usaha masyarakat. Kedudukan CSR dan *community based development* saling bertalian satu sama lain dan peneliti pada penelitian ini tidak hanya menyorot dari aspek *people* saja, tetapi juga pengembangan masyarakat sebagai pewujudan *community based development*. PT Timah Tbk dalam hal ini tidak hanya memberikan pendanaan dalam segi ekonomi namun PT Timah Tbk benar-benar memberikan pengembangan kepada masyarakatnya yang berarti adanya pemberdayaan sebagaimana *community based development* tercapai dengan adanya program PUMK ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Butterick, K. (2012). *Pengantar Public Relations*. RajaGrafindo Persada.
- Creswell, J. W. (2008). *Educational Research: Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research*. Pearson Merrill Prentice Hall.
- Ferdiansyah, R. (2021). *PT Timah Kucurkan Rp 8,16 Miliar Bagi 193 UMKM di Tiga Provinsi*. Media Indonesia.
- Hotria Mariana. (2022). *pentingnya peran dan kontribusi umkm dalam pemulihan ekonomi indonesia*. Kompas.Com.
- HS, S. (2018). CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY: Kajian Ekonomi, Sosial dan Lingkungan. *Jurnal Sosiologi Reflektif*, 12(1), 119. <https://doi.org/10.14421/jsr.v12i1.1312>
- Kementerian BUMN. (2021a). *Dukung Permodalan UMKM, PT Timah Gelontorkan Rp 6,9 Miliar Bagi 151 Mitra Binaan*. Kementerian Badan Usaha Milik Negara.
- Kementerian BUMN. (2021b). *PT Timah Kucurkan Rp 8,6 Miliar Bagi 193 Pelaku Usaha di Tiga Provinsi*. Kementerian Badan Usaha Milik Negara.
- Kim, J. (2021). What Kind of Community Development System Can Effectively Support Citywide Philanthropic Efforts to Promote Community Well-Being? *International Journal of Community Well-Being*, 0123456789. <https://doi.org/10.1007/s42413-021-00135-5>
- Marnelly, T. R. (2012). CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR): Tinjauan Teori dan Praktek di Indonesia. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 3(1), 49–59.
- Marthin, M., Salinding, M. B., & Akim, I. (2018). Implementasi Prinsip Corporate Social Responsibility (Csr) Berdasarkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas. *Journal of Private and Commercial Law*, 1(1), 111–132. <https://doi.org/10.15294/jpcl.v1i1.12358>

- Nayenggita, G. B., Raharjo, S. T., & Resnawaty, R. (2019). Praktik Corporate Social Responsibility (CSR) di Indonesia. *Focus: Jurnal Pekerjaan Sosial*, 2(1), 61–66.
- Nurhayati, T., Rosilawati, Y., & Ishak, A. (2020). Community Development “Istana Kelutut” Masyarakat Pasca Tambang Sebagai Aktualisasi Corporate Social Responsibility (CSR) PT Adaro Indonesia. *Jurnal Audience: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 03(02), 147–169.
- Rivaldi, M. F., Hidayat, D. R., & Supriadi, D. (2022). Disiplin Verifikasi Wartawan Tribunnews.com dan Detik.com dalam Pemberitaan Penganiayaan Ratna Sarumpaet. *Jurnal Kajian Jurnalisme*, 5(2), 160. <https://doi.org/10.24198/jkj.v5i2.31701>
- Setiawan, D. (2020). *Ketergantungan Masyarakat Babel Terhadap Timah Sangat Tinggi*. Kontan.