

## SOSIALISASI PEMANFAATAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) DALAM MENORMALISASI KEMBALI IKLIM USAHA BAGI UMKM DI KARAWANG

Rani Apriani<sup>1)</sup>, Evi Selvi<sup>2)</sup>, Pamungkas Satya Putra

<sup>1)</sup>Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Singaperbangsa Karawang, e-mail:  
rani.apriani@fh.unsika.ac.id

<sup>2)</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Singaperbangsa Karawang, e-mail :  
evi.selvi@fe.unsika.ac.id

<sup>3)</sup> Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Singaperbangsa Karawang, e-mail:  
pamungkas.satya@fh.unsika.ac.id

### Abstrak

Pendapatan para UMKM saat pandemik ini menurun drastis, bahkan sejumlah UMKM kehabisan modal usaha sebab tidak sebanding antara modal usaha, pendapatan usaha dan kebutuhan hidup sehari-hari. UMKM saat ini harus berusaha agar usahanya tidak terkena dampak yang berat akibat covid-19. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berada di garis depan guncangan ekonomi yang disebabkan oleh pandemi COVID-19. Dengan adanya CSR maka diharapkan UMKM dapat menormalkan kembali iklim usahanya. Salah satu cara edukasi kepada UMKM yaitu dengan media webinar. Tujuan pengabdian masyarakat ini dilakukan agar UMKM yang ada di Karawang dapat memanfaatkan program CSR. Metode pelaksanaan pengabdian ini dilakukan dengan sarana media sosial, ini digunakan untuk pencarian data, sosialisasi, penyuluhan kepada mitra yaitu UMKM yang ada di Karawang diantaranya dengan membuat grup whatsapp dan Instagram. Pengabdian masyarakat yang difokuskan kepada UMKM dilakukan dengan cara sosialisasi melalui webinar. Secara umum pelaksanaan pengabdian masyarakat ini dikategorikan sukses dan berjalan dengan baik, hal ini dapat dilihat dari kemampuan peserta dalam memahami materi pemaparan. Persentase keikutsertaan UMKM saat webinar berlangsung yaitu 100 % mengikuti webinar dari awal hingga akhir sesi.

**Kata Kunci:** Covid-19, CSR, UMKM.

### Abstract

*The income of MSMEs during this pandemic has decreased drastically, even a number of MSMEs have run out of business capital because they are not comparable between working capital, business income and daily living needs. MSMEs must currently make efforts so that their businesses are not severely affected by covid-19. Small and medium enterprises (MSMEs) are at the forefront of the economic shocks caused by the COVID-19 pandemic. With the existence of CSR, it is hoped that MSMEs can normalize their business climate again. One way to educate MSMEs is by means of webinars. The purpose of this community service is done so that MSMEs in Karawang can take advantage of CSR. The method of implementing this service is carried out by means of social media, this is used for data search, socialization, outreach to partners, namely MSMEs in Karawang, including by creating WhatsApp and Instagram groups. Community service that is focused on MSMEs is carried out by means of socialization through webinars. In general, the implementation of this community service is categorized as successful and running well, this can be seen from the ability of the participants to understand the presentation material. The percentage of MSME participation during the webinar was 100% following the webinar from the beginning to the end of the session.*

**Keywords:** Covid-19, CSR, UMKM.

### PENDAHULUAN

Kemunculan virus Covid-19 ini menjadi sebuah situasi dimana semua orang tidak bisa

membayangkan apa yang akan ditimbulkannya. Virus yang muncul dari kota Wuhan di China ini telah menimbulkan banyak sekali efek yang mana tidak

pernah terbayangkan sebelumnya, seperti adanya kebijakan *work from home* yang diterapkan oleh pemerintah hampir di seluruh dunia termasuk Indonesia. (Umar Rizqon Akbar dan Sahadi Humaedi, 2020). Pandemi penyakit Corona Virus Disease 2019 (Covid-19) adalah masalah yang sedang berlangsung di lebih dari 200 negara di dunia. Covid-19 telah diidentifikasi sebagai penyebab wabah penyakit pernapasan menular di Wuhan, China.

Situasi pandemi Covid-19 yang terjadi di Negara Indonesia sendiri telah mengakibatkan banyak sektor yang lumpuh dan sangat terdampak efek negatif dari adanya penyakit menular ini, salah satunya adalah sektor ekonomi. Banyak pekerja yang terkena dampaknya yaitu di rumahkan ataupun di PHK. Selain itu banyak pula perusahaan yang tidak dapat bertahan untuk melanjutkan usahanya. Sektor informal juga banyak yang terkena imbas dari adanya pandemi virus Covid-19 ini, adanya kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah yaitu dengan PSBB atau Pembatasan Sosial Berskala Besar mengakibatkan banyak pekerja informal seperti pengemudi angkutan umum dan juga ojek online kehilangan sumber pemasukan utamanya karena berkurangnya pengguna moda transportasi di situasi pandemi Covid-19 seperti ini.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia merupakan salah satu kontributor terhadap pertumbuhan ekonomi nasional, yang dapat memberi andil besar lapangan kerja, pengentasan kemiskinan, dan menjadi kunci pengaman ekonomi kerakyatan (Ghassani, 2015).

Karawang merupakan salah satu daerah yang terkena imbas dari covid-19, saat ini Karawang telah menjadi kota industri, banyak pabrik yang dibangun di Karawang. UMKM yang berada di Karawangpun harus bertahan terhadap efek yang diberikan oleh covid 19.

Keberadaan UMKM tidak dapat dihapuskan ataupun dihindarkan dari masyarakat bangsa saat ini khususnya di Karawang. Karena keberadaannya sangat bermanfaat dalam hal pendistribusian pendapatan masyarakat. Selain itu UMKM juga mampu menciptakan kreatifitas yang sejalan dengan usaha untuk mempertahankan dan mengembangkan unsur-unsur tradisi dan kebudayaan masyarakat setempat. Pada sisi lain, UMKM mampu menyerap tenaga kerja dalam skala yang besar mengingat

jumlah penduduk Indonesia yang besar sehingga hal ini dapat mengurangi tingkat pengangguran. Dari sinilah terlihat bahwa keberadaan UMKM yang bersifat padat karya, menggunakan teknologi yang sederhana dan mudah dipahami mampu menjadi sebuah wadah bagi masyarakat untuk bekerja. Setidaknya saat ini terdapat 87.574 UMKM yang terdaftar di Dinas Koperasi, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kabupaten Karawang (tempo.co, 2020)

Dimasa pandemic covid-19, UMKM harus sangat aktif untuk mencari sumber dana untuk mendapatkan modal agar usahanya dapat berjalan. Salah satu cara yaitu dengan memanfaatkan dana CSR yang terdapat di perusahaan. Namun, semenjak kasus pandemi Covid19 merebak akhir-akhir ini, perusahaan perlu juga mengkalkulasi ulang mengenai sasaran dari CSR yang dikeluarkan, karena tentu ada banyak faktor-faktor yang tidak terduga masuk kedalam perhitungan perusahaan dalam melaksanakan tanggung jawab sosial pada masa situasi pandemi Covid-19 seperti ini. *Corporate social responsibility* adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan (Hendrik budi untung, 2008).

Karawang sebagai salah satu daerah yang memiliki jumlah UMKM yang cukup banyak yang terdiri dari beberapa sektor. Dengan adanya pandemik covid-19 maka menyebabkan dampak negatif bagi UMKM yang ada di Karawang seperti menurunnya pendapatan. Diharapkan dengan adanya CSR yang dilakukan oleh perusahaan, maka dapat menormalisasikan kegiatan ekonomi para pelaku usaha yaitu UMKM yang ada di Karawang.

#### **METODOLOGI PENGABDIAN**

Sosialisasi ini diberikan kepada UMKM dengan melakukan pendekatan masalah sebagai berikut:

1. Pendekatan individual, yaitu mendata UMKM yang berada disekitar tempat tinggal peserta pengabdian.
2. Pendekatan Kelompok, yaitu mendata UMKM yang berada di Karawang melalui informasi dari UMKM yang telah terdata.

3. Kaderisasi, yaitu pendekatan secara individu ataupun kelompok dengan tujuan membentuk kader untuk menindaklanjuti kegiatan pengabdian. Sosialisasi ini akhirnya dilakukan dengan menggunakan media webinar, dalam melakukan webinar dipaparkan sosialisasi yang bersangkutan dengan UMKM, dan CSR dengan media aplikasi zoom meeting dan melakukan pemaparan melalui media power point untuk memperjelas pemaparan materi sosialisasi. Webinar melalui media Zoom Meeting digunakan pada saat sosialisasi karena metode ini efektif untuk diterapkan kepada para UMKM yang berada di Karawang, dan mengingat sedang adanya pandemi covid-19. Pengabdian ini dilaksanakan dengan beberapa tahap: a) Tahap pertama yaitu observasi lapangan. Observasi ini digunakan untuk mengetahui kondisi subjek dan lokasi di lapangan. b) Tahap kedua yaitu persiapan. Pada tahap ini mempersiapkan media dan zoom meeting serta para peserta sosialisasi, yaitu UMKM. c) Tahap ketiga yaitu pemberian materi. Dalam tahap ini diawali terlebih dahulu dengan peninjauan awal pengetahuan mengenai UMKM yang ada di Karawang dengan membuat kuis online yang dapat diisi secara online ketika melakukan pendaftaran untuk mengikuti webinar. Setelah itu dilanjutkan dengan dibentuk grup WA agar memudahkan komunikasi. Pengabdian ini dilakukan dengan cara melaksanakan webinar yang dihadiri oleh UMKM yang ada di Karawang dengan berbagi ilmu melalui media zoom. Setelah itu dilanjutkan dengan diskusi. d) Tahap keempat yaitu evaluasi. Pada tahap ini pemberi materi memberikan sesi pertanyaan kepada para UMKM mengenai hal-hal yang terkait dengan topik sosialisasi Tujuan dari pengabdian ini ialah untuk mengetahui upaya-upaya apa yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan melalui program CSR mereka untuk menormalisasi perekonomian dari UMKM.

### **PELAKSANAAN KEGIATAN**

Pengabdian masyarakat ini dimulai dengan melakukan studi kebutuhan dan penyusunan proposal. Kegiatan ini dilakukan pada saat pandemic covid-19 melanda Indonesia, yaitu bulan Mei. Studi kebutuhan dilakukan dengan melakukan wawancara dengan salah satu UMKM yang berada di Karawang yaitu UMKM vuitholz. Hasil dari studi kebutuhan

menunjukkan bahwa terdapat beberapa kebutuhan informasi mengenai pemanfaatan dana CSR yang dapat diperoleh oleh UMKM untuk menormalisasikan perekonomian usahanya.

Setelah melakukan studi kebutuhan dan ditentukan tema pengabdian kemudian dilanjutkan dengan pembuatan proposal pengabdian. Proposal pengabdian mulai dibuat pada bulan Juni 2020 dan diajukan tanggal 17 Juni 2020 di web sipika UNSIKA. Pengurusan permohonan untuk menjadi mitra dilakukan dengan UMKM vuitholz sebagai salah satu UMKM yang ada di Karawang. Dan melakukan perijinan kepada PT. LEN Industri (Persero) untuk dijadikan mitra terkait CSR. Setelah mendapatkan ijin dari pihak UMKM dan CSR.

Sebelum dilakukan zoom meeting terlebih dahulu pihak-pihak UMKM baik UMKM yang memiliki fokus pada konveksi, kuliner, makanan, minuman kemasan, fashion, dan teknologi melakukan pendaftaran, setelah melakukan pendaftaran maka para peserta sosialisasi yaitu UMKM yang ada di Karawang tergabung dalam 1 grup WhatsApp. Hal ini bertujuan untuk memudahkan komunikasi dengan pihak peserta. Ketika melakukan pendaftaran, pihak UMKM menjawab kuis online terlebih dahulu mengenai hal-hal yang berkaitan dengan tema sosialisasi.

Kegiatan Sosialisasi Pemanfaatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Dalam Menormalisasi Kembali Iklim Usaha Bagi UMKM Di Kabupaten Karawang terlaksana pada bulan Desember 2020 melalui media Zoom Meeting. Terdapat tiga pemaparan materi yang di paparkan dalam sosialisasi ini. Yang pertama mengenai tinjauan umum UMKM, materi kedua yaitu tinjauan mengenai CSR, dan yang terakhir mengenai HAKI yaitu yang bersangkutan dengan mendaftarkan merk UMKM.

Pada proses ini, dilakukan pengenalan terlebih dahulu ketua dan anggota pengabdian. Lalu tim pengabdian kepada masyarakat melakukan sosialisasi pemanfaatan *corporate social responsibility* (CSR) dalam menormalisasi kembali iklim usaha bagi UMKM di Kabupaten Karawang. Peserta yang hadir dalam acara webinar ini kurang lebih ada 90 peserta yang terdiri dari UMKM yang telah lama merintis usahanya ataupun para UMKM yang akan merintis usahanya baik yang berada di Karawang ataupun luar Karawang.

## Sosialisasi Pemanfaatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Dalam Menormalisasi Kembali Iklim Usaha Bagi UMKM Di Karawang

Setiap tahap pemeparan materi diberikan waktu 20 menit untuk setiap pemateri dan di akhir sesi di lakukan sesi tanya jawab, agar terjadi interaksi Antara pemateri dengan peserta. Sosialisasi ini dilakukan pukul 19.00 WIB. Hal ini dikarenakan mengingat peserta adalah UMKM maka di cari waktu yang tepat dengan jam istirahat peserta UMKM. Sebab di pagi sampai sore hari umumnya peserta UMKM sedang beraktifitas.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Virus Covid-19 atau Corona Virus Disease 2019 ini ditetapkan sebagai pandemi global oleh WHO pada tanggal 11 Maret 2020. Coronavirus adalah keluarga besar virus yang menyebabkan penyakit mulai dari gejala ringan sampai berat. Ada setidaknya dua jenis coronavirus yang diketahui menyebabkan penyakit yang dapat menimbulkan gejala berat seperti *Middle East Respiratory Syndrome* (MERS) dan *Severe Acute Respiratory Syndrome* (SARS). *Coronavirus Diseases 2019* (COVID-19) adalah penyakit jenis baru yang belum pernah diidentifikasi sebelumnya pada manusia (Dewi, 2020)

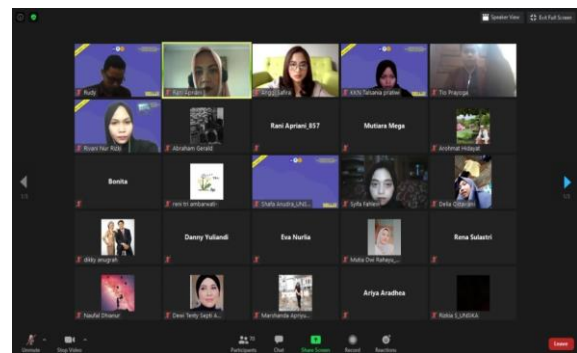


Gambar 1. Flyer Acara Sosialisasi

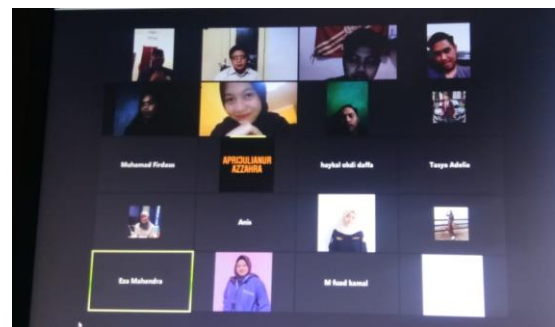
Kegiatan sosialisasi dilakukan pada 1 Desember 2020. Pada bulan November 2020 dilakukan penyebaran flyer ke UMKM melalui media sosial seperti WhatssApp dan Instagram agar para UMKM

yang berada di Karawang dapat mengikuti kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui media Zoom Meeting, yaitu Sosialisasi Pemanfaatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Dalam Menormalisasi Kembali Iklim Usaha Bagi UMKM Di Kabupaten Karawang.

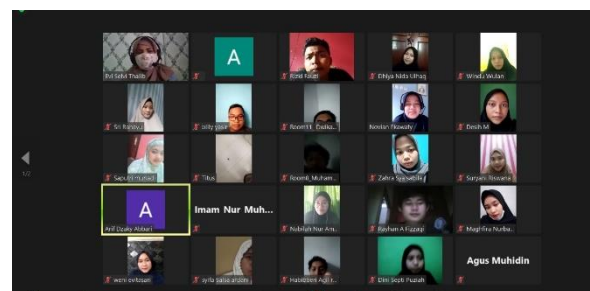
Kegiatan sosialisasi Pemanfaatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Dalam Menormalisasi Kembali Iklim Usaha Bagi UMKM Di Kabupaten Karawang dilakukan pada 1 Desember 2020 ini di hadiri oleh jumlah peserta yang cukup banyak yaitu sebanyak 90 peserta hadir dalam acara webinar Sosialisasi Pemanfaatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Dalam Menormalisasi Kembali Iklim Usaha Bagi UMKM Di Kabupaten Karawang.



Gambar 2. Acara Sosialisasi melalui Zoom Meeting



Gambar 3. Acara Sosialisasi Pemanfaatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) melalui Zoom Meeting



Gambar 4. Acara Sosialisasi Pemanfaatan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Para peserta terlihat antusias dan aktif mengikuti sosialisasi. Beberapa di antara mereka menyatakan pendapat dan bertanya. Secara garis besar tujuan dari pengabdian masyarakat ini tercapai. Para peserta yang terdiri dari UMKM paham apa yang dimaksud dengan CSR, apa syarat untuk mendapatkan dana CSR suatu perusahaan dan memahami pentingnya mendaftarkan merk mereka. Hal ini terlihat dari tercapainya indikator keberhasilan. Para UMKM memahami bagaimana cara untuk dapat mendapatkan bantuan CSR dari suatu perusahaan, dan memahami bagaimana pentingnya pendaftaran merk dari UMKM tersebut. Peningkatan ekonomi masyarakat dapat dilakukan dengan kemitraan kelompok privat melalui program *corporate social responsibility* (Nanang Haryono, 2016). Untuk mewujudkan pertumbuhan ekonomi, maka orientasi pembangunan akan ditujukan kepada revitalisasi sektor pertanian dan pedesaan serta pengembangan sektor riil, khususnya koperasi dan UMKM (Janti Soegiastuti, 2012)

Penerapan CSR juga memberikan berbagai keuntungan pada berbagai lapisan, termasuk usaha mikro dan kecil. Melalui CSR, usaha mikro dan kecil tidak malu untuk berubah, melakukan komunikasi simetris dengan pelaku CSR, menambah asosiasi bisnis, serta membuka peluang usaha (Pastrana & Sriramesh, 2014)

Tabel 1 Pencapaian indikator pelaksanaan pengabdian

Indikator minimal sosialisasi)	(Target keberhasilan)	Jumlah Sebelum sosialisasi	Jumlah Setelah Sosialisasi
Sebanyak webinar penyuluhan sampai akhir	100% peserta mengikuti dari awal	90	90
Sebanyak webinar memahami bagaimana cara mendapatkan dana CSR	70% peserta mampu	20	90
Sebanyak mampu memahami pentingnya pendaftaran merk UMKM	75% peserta memahami	15	90

Dari hasil pengabdian masyarakat terhadap UMKM tersebut terdapat 3 indikator keberhasilan yaitu jumlah kehadiran, kemampuan memahami

bagaimana cara mendapatkan dana CSR mampu memahami pentingnya pendaftaran merk UMKM seperti ditampilkan pada Tabel 1. Dalam pengabdian masyarakat ini diketahui bahwa terjadi peningkatan jumlah peserta yaitu UMKM dalam memahami bagaimana cara mendapatkan dana CSR mampu memahami pentingnya pendaftaran merk UMKM.

Penerapan kegiatan *corporate social responsibility* didasarkan pada banyak alasan dan tuntutan, sebagai paduan antara faktor internal dan eksternal. Sebagaimana dijelaskan lebih jauh oleh (Frynas, 2009) yang melihat bahwa pertimbangan perusahaan untuk melakukan kegiatan CSR antara lain umumnya karena alasan-alasan seperti 1) Untuk memenuhi regulasi, hukum dan aturan 2) Sebagai investasi sosial perusahaan untuk mendapatkan image yang positif 3) Bagian dari strategi bisnis perusahaan 4) Untuk memperoleh *licence to operate* dari masyarakat setempat 5) Bagian dari *risk management* perusahaan untuk meredakan resiko.

#### Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu dalam terlaksananya pengabdian kepada masyarakat dengan tema Sosialisasi Pemanfaatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Dalam Menormalisasi Kembali Iklim Usaha Bagi UMKM Di Kabupaten Karawang. Pengabdian kepada masyarakat ini didanai oleh Progran Pengabdian Kepada Masyarakat Lembaga Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Singaperbangsa Karawang Tahun 2020.

#### PENUTUP

##### Kesimpulan

Seperti yang diketahui saat ini terdapat penurunan Omzet Pelaku UMKM akibat covid-19 sangat signifikan sejak kemunculannya di akhir tahun 2019. Usaha kecil dan menengah (UMKM) berada di garis depan guncangan ekonomi yang disebabkan oleh pandemi COVID-19. Diharapkan dengan memperoleh dana CSR maka UMKM dapat melakukan pemanfaatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam menormalisasi kembali iklim usaha bagi UMKM di Kabupaten Karawang

##### Saran

UMKM selanjutnya harus dapat memahami cara-cara untuk mendapatkan dana CSR yang disalurkan oleh perusahaan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Antara, 87.574 UMKM di Karawang Terdaftar Menerima Bantuan Modal, <https://metro.tempo.co/read/1404452/87-574-umkm-di-karawang-terdaftar-menerima-bantuan-modal/full&view=ok>
- Dewi, W. A. F. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap Implementasi Pembelajaran Daring Di Sekolah Dasar. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 2(1), 55–61. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/edukatif.v2i1.89>
- Frynas, JG. (2009). *Beyond Corporate Social Responsibility, Oil Multinationals and Social Challenges*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Ghassani, N. (2015). Kemitraan Pengembangan UMKM. *Kebijakan Dan Manajemen Publik*, 3(2), 142–151. Retrieved from <http://journal.unair.ac.id/download-fullpaperskmp16cb8512a4full.pdf>
- Hendrik Budi Untung (2008), *corporate social responsibility*, Jakarta : Sinar Grafika.
- Janti Soegiastuti, (2012), *Penerapan Strategi Corporate Social Responsibility (CSR) Untuk Memperkuat Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM)*, Media Ekonomi Dan Manajemen Vol 25. No 1 Januari.
- Nanang Haryono, (2016), *Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah melalui Program Corporate Social Responsibility Memasuki Pasar Bebas*, *Jejaring Administrasi Publik*, Vol. 8, No. 1. Januari-Juni.
- Umar Rizqon Akbar dan Sahadi Humaedi, (2020), *Peran CSR Dalam Upaya Mengatasi Pandemi Covid-19*, *Prosiding Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat*, <http://jurnal.unpad.ac.id/prosiding/article/view/File/28874/pdf>