EFEKTIVITAS PEMBERDAYAAN USAHA MIKRO DAN KECIL MELALUI PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* PT. PETROCHINA DI KABUPATEN TANJUNG JABUNG BARAT PROVINSI JAMBI

Muhammad Ilham Akbar
NPP. 33.0688
Program Studi Pembangunan Ekonomi dan Pemberdayaan Masyarakat
Email: milhamakbarc@gmail.com

Pembimbing Skripsi: Drs. Suaib, M.Si
Email: suaib@ipdn.ac.id

ABSTRACT

Problem Statement (Research Gap): *This study focuses on the implementation gap between the outputs of corporate social responsibility (CSR) programs and the sustainable economic independence of micro and small enterprises (MSEs) in rural coastal areas. Tanjung Jabung Barat Regency has geographical complexity, limited transportation access, and uneven internet penetration, so CSR-based empowerment faces different challenges from urban SME development.* ***Purpose:*** *This study aims to describe and analyze the empowerment of micro and small enterprises through PT. PetroChina's Corporate Social Responsibility program in Tanjung Jabung Barat Regency, Jambi Province.* ***Method:*** *This research uses a constructivist paradigm with a descriptive qualitative approach. Data were collected through in-depth interviews, field observation, and documentation involving seven informants consisting of local government officials, PT. PetroChina's CSR program manager, and MSE participants. The analysis applies Miles and Huberman's stages of data reduction, data display, and conclusion drawing, using Mardikanto's empowerment dimensions: Bina Usaha, Bina Manusia, Bina Kelembagaan, and Bina Lingkungan, supported by stakeholder and triple bottom line perspectives.* ***Result:*** *The findings show that the CSR program positively contributes to all four empowerment dimensions. Bina Usaha is reflected in production-equipment assistance, product diversification, improved packaging, access to exhibitions, and increased monthly turnover of participating MSEs. Bina Manusia is shown through technical training, basic entrepreneurship learning, simple bookkeeping, digital marketing introduction, and regular mentoring. Bina Kelembagaan is reflected in the formation of business groups, coordination among PT. PetroChina, local government, and MSEs, as well as routine communication through field facilitators. Bina Lingkungan appears in waste-management socialization, use of local raw materials, and early adoption of environmentally friendlier packaging.* ***Conclusion:*** *The study concludes that PT. PetroChina's CSR program has supported MSE empowerment in Tanjung Jabung Barat, although its sustainability still requires stronger institutional capacity, digital literacy, and local infrastructure support.*

Keywords: *Corporate Social Responsibility; Empowerment; Micro and Small Enterprises; PT. PetroChina; Tanjung Jabung Barat*

ABSTRAK

Permasalahan (Kesenjangan Penelitian): Penelitian ini berfokus pada kesenjangan antara keluaran program Corporate Social Responsibility (CSR) dengan kemandirian ekonomi usaha mikro dan kecil (UMK) secara berkelanjutan di wilayah pesisir perdesaan. Kabupaten Tanjung Jabung Barat memiliki karakter geografis yang kompleks, keterbatasan akses transportasi, dan penetrasi internet yang belum merata, sehingga pemberdayaan UMK melalui CSR menghadapi tantangan yang berbeda dari konteks perkotaan. **Tujuan:** Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis pemberdayaan usaha mikro dan kecil melalui program CSR PT. PetroChina di Kabupaten Tanjung Jabung Barat Provinsi Jambi. **Metode:** Penelitian menggunakan paradigma konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi lapangan, dan dokumentasi terhadap tujuh informan yang terdiri atas pejabat pemerintah daerah, penanggung jawab CSR PT. PetroChina, serta pelaku UMK peserta program. Analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi dengan kerangka teori pemberdayaan Mardikanto yang mencakup Bina Usaha, Bina Manusia, Bina Kelembagaan, dan Bina Lingkungan. **Hasil/Temuan:** Temuan penelitian menunjukkan bahwa program CSR PT. PetroChina memberikan kontribusi positif pada keempat dimensi pemberdayaan. Bina Usaha terlihat melalui bantuan peralatan produksi, peningkatan kualitas dan diversifikasi produk, perluasan akses pasar, serta kenaikan omzet peserta. Bina Manusia tampak melalui pelatihan teknis, kewirausahaan, pembukuan sederhana, pemasaran digital, dan pendampingan berkala. Bina Kelembagaan terlihat melalui pembentukan kelompok usaha, koordinasi PT. PetroChina dengan pemerintah daerah, dan komunikasi rutin dengan pelaku UMK. Bina Lingkungan tampak melalui sosialisasi pengelolaan limbah, penggunaan bahan baku lokal, serta dorongan kemasan yang lebih ramah lingkungan. **Kesimpulan:** Program CSR PT. PetroChina telah mendukung pemberdayaan UMK di Kabupaten Tanjung Jabung Barat, namun keberlanjutan program masih memerlukan penguatan kapasitas kelembagaan, literasi digital, dan dukungan infrastruktur lokal.

Kata kunci: Corporate Social Responsibility; Pemberdayaan; PT. PetroChina; Tanjung Jabung Barat; Usaha Mikro dan Kecil

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Usaha mikro, kecil, dan menengah merupakan fondasi penting perekonomian nasional karena berfungsi sebagai penyerap tenaga kerja, penggerak ekonomi lokal, dan ruang tumbuhnya kewirausahaan masyarakat. Dalam konteks daerah, UMK tidak hanya menjadi aktivitas ekonomi rumah tangga, tetapi juga menjadi sarana peningkatan kemandirian sosial ekonomi masyarakat. Oleh karena itu, pemberdayaan UMK perlu dilihat sebagai proses penguatan kapasitas, bukan sekadar pemberian bantuan sesaat.

Kabupaten Tanjung Jabung Barat Provinsi Jambi memiliki potensi UMK yang besar namun menghadapi tantangan geografis dan infrastruktur yang cukup kompleks. Skripsi ini mencatat bahwa pada tahun 2021 terdapat 8.498 usaha mikro dan kecil di Kabupaten Tanjung Jabung Barat, dengan Kuala Tungkal sebagai ibukota kabupaten menyumbang 3.793 usaha atau sekitar 44,64 persen dari keseluruhan UMK. Sektor usaha yang dominan adalah perdagangan, pertanian,

industri, dan aneka usaha. Komposisi tersebut menunjukkan bahwa UMK di daerah ini memiliki peran strategis, namun masih membutuhkan dukungan permodalan, pelatihan, akses pasar, dan infrastruktur penunjang.

Tantangan UMK di Kabupaten Tanjung Jabung Barat tidak dapat dilepaskan dari keterbatasan akses pembiayaan, rendahnya kapasitas manajerial, keterbatasan jangkauan pasar, rendahnya literasi digital awal pelaku usaha, serta kendala transportasi dan internet di wilayah pesisir perdesaan. Dalam literatur internasional, UMK sering kali memiliki hubungan sosial yang kuat dengan komunitas lokal, tetapi menghadapi keterbatasan sumber daya dalam menerapkan praktik tanggung jawab sosial, inovasi, dan strategi pasar secara formal (Jenkins, 2006; Murillo & Lozano, 2006; Lee et al., 2016). Kondisi ini menegaskan pentingnya model pemberdayaan yang praktis, bertahap, dan sesuai dengan karakter lokal.

Corporate Social Responsibility (CSR) berkembang sebagai instrumen perusahaan untuk berkontribusi terhadap pembangunan sosial, ekonomi, dan lingkungan masyarakat sekitar wilayah operasi. Dalam sektor minyak dan gas bumi, CSR memiliki posisi strategis karena operasi perusahaan berkaitan langsung dengan sumber daya alam dan komunitas lokal. Literatur CSR menekankan bahwa program CSR akan lebih bermakna apabila tidak berhenti pada filantropi, melainkan diarahkan pada penciptaan nilai bersama, penguatan kapasitas, dan hubungan multipihak yang akuntabel Carroll, (1991); Carroll & Shabana, (2010); Jamali & Karam, (2018).

PT. PetroChina International Jabung Ltd merupakan perusahaan sektor minyak dan gas bumi yang menjalankan operasi di wilayah Jambi, termasuk Kabupaten Tanjung Jabung Barat. Dalam skripsi ini dijelaskan bahwa PT. PetroChina melaksanakan program CSR melalui skema pemberdayaan ekonomi, pendidikan, kesehatan, infrastruktur, dan lingkungan hidup. Khusus pada pemberdayaan UMK, program diarahkan pada pelatihan kewirausahaan, peningkatan kualitas produk, bantuan peralatan, pendampingan teknis, pemasaran digital, dan fasilitasi akses pasar. Dengan demikian, CSR PT. PetroChina menjadi relevan untuk dikaji sebagai model pemberdayaan UMK berbasis korporasi dan kolaborasi daerah.

1.2. Kesenjangan Masalah yang Diambil (Research Gap)

Kesenjangan utama penelitian ini terletak pada masih terbatasnya kajian yang membahas implementasi CSR untuk pemberdayaan UMK di wilayah pesisir perdesaan dengan karakter infrastruktur terbatas. Banyak penelitian mengenai CSR dan UMKM berfokus pada wilayah perkotaan atau daerah dengan akses pasar dan teknologi yang relatif lebih kuat. Padahal, konteks Tanjung Jabung Barat memiliki realitas yang berbeda: lokasi usaha tersebar, transportasi antarwilayah membutuhkan waktu panjang, akses internet belum merata, dan kapasitas kelembagaan lokal masih berkembang.

Penelitian Le Thanh et al., (2021) tentang CSR pada UMK juga sering menekankan hubungan antara CSR dan kinerja usaha, reputasi, atau loyalitas pelanggan. Sementara itu, penelitian Le, (2023) dan Stoian & Gilman, (2017) menempatkan CSR sebagai proses pemberdayaan berbasis empat dimensi, yaitu Bina Usaha, Bina Manusia, Bina Kelembagaan, dan Bina Lingkungan. Dengan pendekatan tersebut, dampak CSR tidak hanya dinilai dari peningkatan omzet, tetapi juga dari perubahan kapasitas manusia, pola koordinasi, kelembagaan usaha, dan kesadaran lingkungan.

Kesenjangan lainnya terletak pada peran pemerintah daerah sebagai fasilitator dan penghubung antara perusahaan dengan pelaku UMK. Dalam konteks Tanjung Jabung Barat, Diskoperindag memiliki peran penting dalam menyediakan data UMK, membantu sosialisasi program, memfasilitasi legalitas, serta menjembatani kebutuhan pelaku usaha. Literatur stakeholder Russo & Perrini, (2010) dan Sen & Cowley, (2013) menjelaskan bahwa keberhasilan

CSR bergantung pada kualitas hubungan antara perusahaan, masyarakat, pemerintah, dan kelompok penerima manfaat. Oleh sebab itu, penelitian ini penting untuk memahami kerja kolaboratif tersebut dalam konteks lokal.

1.3. Urgensi Penelitian

Penelitian ini penting karena program CSR PT. PetroChina telah mengalokasikan dukungan yang cukup besar dan menyasar kelompok UMK sebagai penerima manfaat. Skripsi mencatat total alokasi dana CSR lebih dari Rp4,7 miliar selama 2020-2024. Tanpa evaluasi dan analisis akademik, program berisiko berhenti sebagai rangkaian kegiatan administratif, padahal tujuan pemberdayaan adalah membentuk kapasitas dan kemandirian jangka panjang.

Urgensi praktis penelitian ini terletak pada kebutuhan pemerintah daerah dan perusahaan untuk merancang program pemberdayaan yang lebih responsif terhadap kondisi lapangan. Apabila penelitian tidak dilakukan, maka strategi CSR berikutnya berpotensi kurang tepat sasaran, terutama dalam menentukan jenis pelatihan, pola pendampingan, akses pasar, dukungan digital, dan kebutuhan kelembagaan lokal. Dalam penelitian Idemudia, (2007) dan Frynas, (2005) menyatakan bahwa industri berbasis sumber daya alam, CSR yang tidak memahami persepsi masyarakat dapat menimbulkan jarak antara harapan komunitas dan desain program perusahaan.

Secara akademik, penelitian ini memperkuat kajian CSR dalam konteks pemberdayaan ekonomi lokal, khususnya di daerah rural-pesisir. Kajian ini juga relevan dengan pendekatan triple bottom line karena menghubungkan aspek ekonomi UMK, aspek sosial kelembagaan dan manusia, serta aspek lingkungan usaha. Dengan demikian, hasil penelitian dapat memberi kontribusi bagi pengembangan ilmu pemerintahan terapan, pemberdayaan masyarakat, dan tata kelola CSR di daerah.

1.4. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa CSR dalam konteks usaha kecil dan menengah memiliki karakter yang berbeda dengan CSR pada perusahaan besar. Jenkins (2006) menemukan bahwa praktik CSR pada UKM lebih banyak dipengaruhi nilai pemilik, kedekatan komunitas, dan hubungan kerja lokal. Murillo dan Lozano (2006) menegaskan bahwa UKM memaknai CSR secara lebih sederhana dan praktis, yaitu melalui kepedulian terhadap pekerja, pelanggan, dan lingkungan sekitar. Perrini et al. (2007) serta Russo dan Perrini (2010) menambahkan bahwa perbedaan skala usaha menyebabkan strategi CSR pada UKM dan perusahaan besar tidak dapat diperlakukan sama.

Kajian CSR dalam negara berkembang juga memperlihatkan kompleksitas tersendiri. Azmat dan Samaratunge (2009) menunjukkan bahwa kewirausahaan bertanggung jawab di negara berkembang sangat dipengaruhi oleh lingkungan kelembagaan dan realitas sosial ekonomi setempat. Jamali dan Karam (2018) menegaskan bahwa CSR di negara berkembang harus dibaca sebagai bidang yang dipengaruhi relasi institusional, aktor lokal, dan dinamika sosial yang khas. Temuan ini selaras dengan konteks Kabupaten Tanjung Jabung Barat yang memiliki kombinasi tantangan geografis, ekonomi, dan kelembagaan.

Penelitian tentang CSR dan kinerja UMK menunjukkan adanya hubungan positif ketika program dirancang secara komprehensif. Le Thanh et al. (2021) menjelaskan bahwa CSR dapat memengaruhi kinerja UMK melalui reputasi dan kepercayaan. Le (2023) menunjukkan bahwa citra korporasi, reputasi, dan loyalitas pelanggan dapat menjadi jalur mediasi antara CSR dan kinerja

UMK. Stoian dan Gilman (2017) menekankan bahwa CSR yang strategis dapat memberi manfaat bagi UKM apabila diintegrasikan dengan kapabilitas usaha dan relasi pasar.

Penelitian dosen IPDN yang relevan juga memperkuat posisi kajian ini. Marthalina (2018) membahas pemberdayaan perempuan dalam mendukung UMKM di Indonesia. Abdurohim dan Nugraha (2023) meneliti pemanfaatan gas methane sebagai upaya pemberdayaan UMKM di Balikpapan dan menyoroti pentingnya modal, pemasaran, serta kerja sama pihak ketiga. Elsye (2022) membahas pengembangan UMKM pada destinasi wisata dan menegaskan pentingnya dukungan sarana, prasarana, dan promosi. Prihatini et al. (2022) mengkaji pemberdayaan kelompok budidaya ikan patin oleh dinas perikanan dan menyoroti pentingnya pembinaan kelembagaan. Mulyana dan Nasution (2019) membahas pemberdayaan industri kecil berbasis teori pemberdayaan masyarakat. Kelima kajian tersebut memberi fondasi lokal bahwa pemberdayaan ekonomi harus disertai pembinaan, fasilitasi, kelembagaan, dan dukungan lintas aktor.

1.5. Pernyataan Kebaruan Ilmiah

Kebaruan penelitian ini terletak pada fokusnya terhadap pemberdayaan UMK melalui CSR perusahaan migas di wilayah pesisir perdesaan Kabupaten Tanjung Jabung Barat. Penelitian sebelumnya banyak membahas CSR dan UMKM secara umum, CSR di wilayah urban, atau peran pemerintah dalam pemberdayaan. Penelitian ini secara khusus menempatkan PT. PetroChina sebagai aktor korporasi, pemerintah daerah sebagai fasilitator, dan UMK sebagai penerima manfaat dalam satu kerangka pemberdayaan.

Kebaruan kedua terletak pada integrasi teori pemberdayaan Mardikanto dengan perspektif stakeholder dan triple bottom line. Dengan integrasi ini, penelitian tidak hanya menilai program dari sisi bantuan usaha, tetapi juga menilai peningkatan manusia, kelembagaan, lingkungan, dan relasi multipihak. Pendekatan ini memberi pemahaman yang lebih utuh mengenai apakah CSR benar-benar memperkuat kapasitas UMK atau hanya menghasilkan keluaran kegiatan jangka pendek.

Kebaruan ketiga terletak pada penggunaan bukti lapangan dari pelaku UMK peserta program. Data omzet, bantuan peralatan, diversifikasi produk, penggunaan teknologi sederhana, dan perubahan praktik kelembagaan digunakan untuk menjelaskan dampak program secara konkret. Hal ini membuat ringkasan penelitian memiliki kontribusi praktis bagi perbaikan desain CSR di daerah.

1.6. Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis pemberdayaan usaha mikro dan kecil melalui program Corporate Social Responsibility PT. PetroChina di Kabupaten Tanjung Jabung Barat Provinsi Jambi.

II. METODE

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena penelitian berupaya memahami pengalaman, persepsi, dan makna yang dibangun oleh aktor-aktor yang terlibat dalam program CSR, yaitu pemerintah daerah, pihak PT. PetroChina, dan pelaku UMK. Dalam kajian CSR Idemudia, (2007) dan Jamali & Karam, (2018) bahwa pendekatan kualitatif relevan karena memungkinkan peneliti memahami proses sosial, relasi stakeholder, dan konteks lokal yang tidak selalu dapat ditangkap melalui pengukuran kuantitatif semata.

Kerangka analisis penelitian menggunakan teori pemberdayaan Mardikanto yang terdiri atas empat dimensi: Bina Usaha, Bina Manusia, Bina Kelembagaan, dan Bina Lingkungan. Dimensi ini kemudian diperkuat dengan teori *stakeholder Freeman* dan konsep *triple bottom line Elkington*. Integrasi tersebut digunakan karena pemberdayaan UMK melalui CSR tidak hanya berkaitan dengan bantuan ekonomi, tetapi juga memerlukan hubungan multipihak, legitimasi sosial, dan keberlanjutan lingkungan. Literatur CSR pada UKM Russo & Perrini, (2010) dan Sen & Cowley, (2013) menunjukkan bahwa hubungan sosial dan modal sosial berpengaruh penting terhadap penerimaan serta efektivitas program.

Data primer dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan observasi lapangan. Informan penelitian berjumlah tujuh orang, terdiri atas pejabat Dinas Koperasi, UKM, Perindustrian, dan Perdagangan Kabupaten Tanjung Jabung Barat, penanggung jawab program CSR PT. PetroChina, serta tiga pelaku UMK peserta program. Pemilihan informan dilakukan secara purposive karena mereka memiliki pengetahuan langsung mengenai perencanaan, pelaksanaan, pemantauan, dan dampak program. Data sekunder diperoleh dari dokumen program CSR, laporan kegiatan, dokumen pemerintah daerah, serta literatur ilmiah yang relevan.

Teknik analisis data mengikuti model Miles dan Huberman yang terdiri atas reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Reduksi data dilakukan dengan memilih informasi yang relevan dengan empat dimensi pemberdayaan. Penyajian data dilakukan dalam bentuk narasi tematik dan tabel ringkasan temuan. Verifikasi dilakukan melalui konsistensi antar-informan, kecocokan dengan dokumen, dan pembandingan dengan literatur CSR serta pemberdayaan UMK. Cara ini penting agar hasil penelitian tidak hanya bersifat deskriptif, tetapi juga memiliki kekuatan analitis dan dapat digunakan sebagai dasar rekomendasi kebijakan.

Tabel 1.
Informan Penelitian

No	Informan	Kategori	Kode	Alasan Pemilihan
1	Kepala Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah	Pemerintah daerah	I1	Mengetahui kebijakan dan fasilitasi pemberdayaan UMK
2	Sekretaris Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah	Pemerintah daerah	I2	Mengetahui koordinasi administratif dan dukungan program
3	Kepala Bidang Pemberdayaan Usaha Kecil	Pemerintah daerah	I3	Mengetahui teknis pendampingan dan pembinaan UMK
4	Penanggung Jawab CSR PT. PetroChina	Perusahaan	I4	Mengelola program CSR dan monitoring kegiatan
5	Pelaku UMK peserta program	Penerima manfaat	I5a-I5c	Mengalami langsung bantuan, pelatihan, dan pendampingan CSR

Sumber: Diolah peneliti, 2026.

Tabel 2.
Operasionalisasi Konsep

Dimensi	Indikator Utama	Sumber Data
Bina Usaha	Bantuan modal/peralatan, sarana produksi, kualitas produk, diversifikasi, akses pasar, omzet, pembukuan, teknologi usaha	Wawancara pelaku UMK, observasi usaha, dokumen program
Bina Manusia	Pelatihan kewirausahaan, keterampilan teknis, perubahan mindset, pendampingan, partisipasi, kepuasan, pemasaran digital	Wawancara, observasi pelatihan, dokumentasi pendampingan
Bina Kelembagaan	Kelompok usaha, koordinasi PT. PetroChina-Pemda-UMK, forum komunikasi, partisipasi evaluasi, transparansi program	Wawancara pejabat/pengelola CSR, dokumen koordinasi, observasi forum
Bina Lingkungan	Sosialisasi limbah, kemasan ramah lingkungan, bahan baku lokal, praktik produksi bersih, kesadaran dampak pesisir	Wawancara, observasi praktik usaha, dokumentasi sosialisasi

Sumber: Diolah peneliti, 2026.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Gambaran Umum Lokasi dan Konteks Program

Kabupaten Tanjung Jabung Barat merupakan wilayah pesisir di Provinsi Jambi dengan karakter geografis yang memengaruhi desain pemberdayaan UMK. Ketersebaran desa, kondisi jalan, jarak menuju pusat kabupaten, dan keterbatasan internet membuat pelaksanaan pelatihan dan pendampingan tidak selalu mudah. Dalam konteks seperti ini, pemberdayaan UMK tidak dapat hanya disusun berdasarkan model perkotaan yang mengandalkan akses digital dan pasar yang lebih terbuka.

Dinas Koperasi, UKM, Perindustrian, dan Perdagangan Kabupaten Tanjung Jabung Barat menjadi kelembagaan pemerintah daerah yang mendukung pemberdayaan UMK. Peran dinas terlihat dalam penyediaan data pelaku usaha, fasilitasi legalitas, koordinasi dengan perusahaan, dan pemantauan perkembangan UMK. Dalam perspektif stakeholder, Russo & Perrini, (2010) dan Sen & Cowley, (2013) bahwa peran pemerintah daerah sebagai penghubung menjadi penting karena CSR membutuhkan legitimasi sosial dan kesesuaian dengan kebutuhan masyarakat local.

Program CSR PT. PetroChina dalam pemberdayaan UMK dilaksanakan melalui bentuk intervensi yang relatif lengkap, yaitu bantuan peralatan, pelatihan teknis produksi, pelatihan packaging dan labeling, pembukuan sederhana, pemasaran digital, pendampingan lapangan, fasilitasi pameran, serta penguatan kelompok usaha. Program seperti ini sejalan dengan temuan

Stoian dan Gilman (2017) bahwa CSR yang memberi manfaat bagi UKM adalah CSR yang bersifat strategis dan terhubung dengan kebutuhan usaha, bukan hanya bantuan simbolis.

3.2. Bina Usaha *(Economic Empowerment)*

Dimensi Bina Usaha menunjukkan bahwa program CSR PT. PetroChina memberikan dukungan langsung terhadap kapasitas produksi dan akses pasar UMK. Bentuk bantuan yang diberikan bukan berupa uang tunai, tetapi berupa peralatan yang disesuaikan dengan kebutuhan peserta, seperti mesin penggiling ikan, mesin pengering kerupuk, alat sealer, plastik kemasan, timbangan digital, laptop bekas, dan kuota internet. Pola bantuan non-tunai ini penting karena mengurangi risiko penggunaan bantuan di luar kebutuhan usaha dan memperkuat aset produktif pelaku UMK.

Peningkatan kapasitas produksi tampak pada pelaku UMK keripik ikan asin yang mengalami kenaikan kapasitas dari sekitar 5 kg per hari menjadi 12-15 kg per hari setelah menerima mesin giling. Pelaku UMK kerupuk udang mengalami perbaikan proses pengeringan dan kualitas produk karena bantuan mesin pengering serta alat sealer. Pelaku kerajinan anyaman rotan/pandan mulai memanfaatkan perangkat digital untuk promosi dan penjualan online. Temuan ini mendukung argumen Longo et al. (2005) bahwa CSR pada UKM dapat berkontribusi pada kinerja usaha apabila menyentuh kebutuhan operasional dan kompetensi bisnis.

Dari sisi kualitas produk, program mendorong diversifikasi rasa, perbaikan kemasan, dan pengurusan legalitas produk seperti PIRT. Pelaku UMK yang sebelumnya hanya menjual produk sederhana mulai memiliki label, variasi produk, dan tampilan kemasan yang lebih layak. Hal ini memperkuat daya saing produk, terutama ketika produk dipasarkan melalui pameran dan katalog digital. Dalam literatur CSR dan UKM dari Le Thanh et al., (2021) dan Le, (2023) menyatakan dukungan terhadap inovasi produk serta akses pasar menjadi salah satu jalur penting agar CSR berdampak pada performa usaha (Le Thanh et al., 2021; Le, 2023).

Kenaikan omzet menjadi indikator ekonomi yang paling mudah terlihat. Berdasarkan data skripsi, omzet I5a naik dari Rp1.500.000 menjadi Rp3.800.000 per bulan, I5b naik dari Rp2.000.000 menjadi Rp4.200.000 per bulan, dan I5c naik dari Rp1.000.000 menjadi Rp3.200.000 per bulan. Meskipun data tersebut berasal dari keterangan informan dan belum menjadi pengukuran kuantitatif longitudinal, perubahan ini menunjukkan bahwa kombinasi bantuan peralatan, pelatihan, pendampingan, dan akses pasar dapat memberi dampak nyata bagi usaha mikro.

3.3. Bina Manusia (Human Empowerment)

Dimensi Bina Manusia menunjukkan bahwa program tidak hanya memberikan fasilitas fisik, tetapi juga membentuk pengetahuan dan keterampilan pelaku UMK. Materi pelatihan meliputi kewirausahaan dasar, standar kebersihan produksi, packaging, labeling, pembukuan sederhana, perhitungan harga pokok produksi, foto produk, penggunaan media sosial, *WhatsApp Business*, dan pengenalan *e-commerce*. Hal ini penting karena keterbatasan kapasitas SDM menjadi salah satu hambatan utama UMK di daerah rural.

Perubahan mindset pelaku usaha menjadi temuan kualitatif penting. Pelaku UMK yang sebelumnya memandang usaha sebagai pekerjaan sampingan mulai memperlakukan usaha sebagai sumber penghasilan utama yang perlu dikelola secara serius. Perubahan tersebut terlihat dari keberanian mengurus izin, mencatat keuangan, memperbaiki kemasan, serta mencoba pemasaran digital. Spence (2016) menekankan bahwa tanggung jawab sosial pada usaha kecil berkaitan erat

dengan nilai, praktik, dan relasi sosial yang dekat dengan komunitas; karena itu, perubahan mindset pelaku UMK merupakan fondasi penting bagi keberlanjutan pemberdayaan.

Pendampingan lapangan dua kali per bulan selama beberapa bulan menjadi penguat efektivitas pelatihan. Pelatihan satu kali sering kali tidak cukup untuk mengubah kebiasaan pelaku UMK. Dengan pendampingan, peserta dapat berkonsultasi mengenai produksi, kualitas, pemasaran, dan masalah keuangan. Hal ini selaras dengan temuan Lee et al. (2016) bahwa praktik CSR pada UKM lebih efektif ketika diterjemahkan ke dalam aktivitas konkret yang sesuai dengan konteks dan kemampuan pelaku usaha.

3.4. Bina Kelembagaan *(Institutional Empowerment)*

Dimensi Bina Kelembagaan terlihat dari pembentukan kelompok usaha, koordinasi triwulan, komunikasi rutin, dan pelibatan pelaku UMK dalam evaluasi. Program mendorong terbentuknya dua kelompok usaha aktif, termasuk kelompok yang terdaftar secara resmi di Diskoperindag. Kelompok usaha menjadi wadah bagi pelaku UMK untuk berbagi informasi bahan baku, agenda pameran, peluang pasar, dan solusi masalah produksi.

Koordinasi antara PT. PetroChina, Diskoperindag, pemerintah kecamatan, fasilitator, dan pelaku UMK menjadi aspek yang menentukan keberlanjutan. CSR tidak akan berjalan efektif apabila perusahaan bergerak sendiri tanpa data dan legitimasi dari pemerintah daerah. Sebaliknya, pemerintah daerah juga membutuhkan dukungan perusahaan karena keterbatasan anggaran dan sumber daya. Dalam teori stakeholder, Sen & Cowley, (2013) dan Russo & Perrini, (2010) menyatakan keberhasilan program sangat bergantung pada kemampuan aktor untuk mengelola kepentingan, komunikasi, dan akuntabilitas bersama.

Kelembagaan komunikasi melalui grup WhatsApp dan pertemuan bulanan membantu menjaga arus informasi. Namun, keterbatasan internet di beberapa wilayah membuat komunikasi digital belum sepenuhnya merata. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi program perlu diimbangi dengan pendekatan tatap muka dan pendampingan lokal. CSR di daerah perdesaan tidak dapat sepenuhnya mengandalkan kanal digital karena kondisi infrastruktur masih menentukan partisipasi.

3.5. Bina Lingkungan *(Environmental Empowerment)*

Dimensi Bina Lingkungan menunjukkan bahwa program CSR PT. PetroChina mulai memasukkan prinsip keberlanjutan dalam pemberdayaan UMK. Bentuk kegiatan meliputi sosialisasi pengelolaan limbah usaha, pemilahan sampah, larangan membuang limbah ke sungai atau lahan gambut, penggunaan bahan baku lokal, serta dorongan penggunaan kemasan yang lebih ramah lingkungan. Dalam wilayah pesisir yang berkaitan dengan operasi migas, dimensi lingkungan menjadi penting karena masyarakat berada dekat dengan ekosistem yang sensitif.

Praktik lingkungan yang ditemukan masih berada pada tahap awal, tetapi memiliki nilai strategis. Pelaku UMK mulai memperhatikan kebersihan area produksi, memanfaatkan sisa produksi secara lebih baik, dan memahami pentingnya menjaga lingkungan pesisir. Kesadaran ini sejalan dengan gagasan triple bottom line bahwa kegiatan ekonomi perlu mempertimbangkan dimensi sosial dan lingkungan, bukan hanya keuntungan. Hilson dan Murck (2000) menunjukkan bahwa industri berbasis sumber daya perlu mengintegrasikan keberlanjutan sebagai bagian dari praktik operasional, sementara Frynas (2005) mengingatkan bahwa CSR perusahaan sumber daya alam harus dinilai dari kontribusi nyata bagi pembangunan lokal.

Bina Lingkungan juga memperkuat identitas produk lokal. Penggunaan bahan baku seperti ikan, rotan, dan pandan bukan hanya mendukung keberlanjutan ekonomi lokal, tetapi juga menjaga

karakter sosial budaya produk daerah. Dengan demikian, lingkungan dalam penelitian ini tidak hanya berarti lingkungan alam, tetapi juga lingkungan sosial yang menopang usaha masyarakat.

3.6 Diskusi Temuan Utama Penelitian

Temuan utama penelitian ini menunjukkan bahwa program *Corporate Social Responsibility* PT. PetroChina memberikan kontribusi positif terhadap pemberdayaan usaha mikro dan kecil di Kabupaten Tanjung Jabung Barat. Kontribusi tersebut tampak pada empat dimensi pemberdayaan, yaitu Bina Usaha, Bina Manusia, Bina Kelembagaan, dan Bina Lingkungan. Program CSR tidak hanya hadir dalam bentuk bantuan peralatan produksi, tetapi juga melalui pelatihan, pendampingan, penguatan kelompok usaha, fasilitasi akses pasar, serta pengenalan praktik usaha yang lebih memperhatikan aspek lingkungan. Temuan ini menunjukkan bahwa pemberdayaan UMK melalui CSR lebih tepat dipahami sebagai proses peningkatan kapasitas, bukan sekadar pemberian bantuan sementara.

Temuan penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Le Thanh et al. (2021) dan Le (2023) yang menjelaskan bahwa CSR dapat berpengaruh terhadap kinerja UMK apabila diarahkan pada peningkatan kapasitas usaha, reputasi, dan kepercayaan pasar. Program CSR PT. PetroChina terbukti menyentuh kebutuhan riil pelaku UMK melalui bantuan alat produksi, pelatihan pengemasan, pendampingan usaha, serta fasilitasi pameran. Bantuan tersebut berdampak pada peningkatan kapasitas produksi, perbaikan kualitas produk, diversifikasi produk, dan kenaikan omzet peserta program. Artinya, CSR mampu memberi dampak ekonomi ketika program tidak berhenti pada kegiatan seremonial, tetapi diarahkan pada penguatan kemampuan usaha secara langsung.

Hasil penelitian ini juga memperkuat temuan Stoian dan Gilman (2017) bahwa CSR akan lebih bermanfaat bagi UKM apabila dihubungkan dengan strategi usaha dan relasi pasar. Pada penelitian ini, bantuan yang diberikan PT. PetroChina tidak hanya berupa bantuan fisik, tetapi juga didukung dengan pelatihan dan pendampingan. Pola tersebut membuat pelaku UMK tidak hanya menerima sarana produksi, tetapi juga belajar mengelola usaha secara lebih terarah. Temuan ini memperlihatkan bahwa CSR yang strategis harus mampu membangun ekosistem usaha, mulai dari produksi, kualitas produk, pemasaran, sampai penguatan kelembagaan.

Temuan pada dimensi Bina Manusia selaras dengan penelitian Lee et al. (2016) yang menekankan bahwa praktik CSR lebih efektif apabila diterjemahkan ke dalam kegiatan konkret yang sesuai dengan kemampuan dan konteks pelaku usaha. Pelaku UMK dalam penelitian ini memperoleh pelatihan kewirausahaan, pembukuan sederhana, pemasaran digital, foto produk, penggunaan media sosial, dan pendampingan berkala. Perubahan yang muncul bukan hanya pada aspek keterampilan teknis, tetapi juga pada perubahan cara pandang pelaku UMK dalam mengelola usahanya. Pelaku usaha mulai memahami pentingnya pencatatan keuangan, kemasan yang layak, legalitas produk, serta pemasaran digital.

Temuan tersebut mendukung pendapat Spence (2016) yang menyatakan bahwa tanggung jawab sosial pada usaha kecil berkaitan erat dengan nilai, praktik, dan hubungan sosial di lingkungan komunitas. Dalam konteks Kabupaten Tanjung Jabung Barat, pelaku UMK tidak dapat dilepaskan dari kondisi sosial masyarakat pesisir perdesaan. Pemberdayaan menjadi efektif ketika program

mampu menyesuaikan diri dengan kemampuan awal peserta, kebutuhan lokal, dan keterbatasan infrastruktur. Pelatihan satu kali belum cukup untuk membentuk kemandirian usaha. Pendampingan berkelanjutan menjadi faktor penting agar materi pelatihan benar-benar diterapkan dalam praktik usaha sehari-hari.

Temuan pada dimensi Bina Kelembagaan sejalan dengan penelitian Russo dan Perrini (2010) serta Sen dan Cowley (2013) yang menekankan pentingnya stakeholder dan modal sosial dalam pelaksanaan CSR. Program CSR PT. PetroChina melibatkan perusahaan, pemerintah daerah, fasilitator, dan pelaku UMK. Keterlibatan Diskoperindag sebagai penyedia data, fasilitator legalitas, dan penghubung program menjadi faktor penting dalam menjaga kesesuaian antara program perusahaan dan kebutuhan masyarakat. Hubungan antaraktor tersebut memperlihatkan bahwa keberhasilan CSR tidak hanya bergantung pada perusahaan, tetapi juga pada kualitas koordinasi dengan pemerintah daerah dan penerima manfaat.

Temuan penelitian ini berbeda dengan sebagian penelitian terdahulu yang lebih banyak menempatkan CSR sebagai faktor yang memengaruhi kinerja usaha, reputasi, atau loyalitas pelanggan. Penelitian ini tidak hanya melihat CSR dari sisi peningkatan omzet, tetapi juga dari perubahan kapasitas manusia, kelembagaan usaha, pola koordinasi, dan kesadaran lingkungan. Perbedaan ini menjadi nilai penting karena konteks penelitian berada di wilayah pesisir perdesaan yang memiliki keterbatasan transportasi, akses internet, dan kapasitas kelembagaan lokal. Kondisi tersebut membuat keberhasilan CSR tidak cukup diukur dari capaian ekonomi, tetapi juga dari kemampuan program membangun daya tahan usaha dalam jangka panjang.

Temuan pada dimensi Bina Lingkungan memperluas hasil penelitian sebelumnya mengenai CSR dan pemberdayaan UMK. Program CSR PT. PetroChina mulai mengenalkan pengelolaan limbah, pemilahan sampah, penggunaan bahan baku lokal, serta dorongan penggunaan kemasan yang lebih ramah lingkungan. Temuan ini sesuai dengan konsep triple bottom line yang menekankan keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Walaupun demikian, dimensi lingkungan dalam penelitian ini masih berada pada tahap awal. Aspek ekonomi dan sosial tampak lebih kuat dibandingkan aspek lingkungan, sehingga program ke depan perlu memperkuat praktik produksi bersih, pengurangan limbah, dan penggunaan kemasan ramah lingkungan secara lebih sistematis.

Temuan penelitian ini juga konsisten dengan penelitian Marthalina (2018), Abdurohim dan Nugraha (2023), Elsye (2022), Prihatini et al. (2022), serta Mulyana dan Nasution (2019) yang menegaskan bahwa pemberdayaan ekonomi masyarakat membutuhkan pembinaan, fasilitasi, sarana prasarana, penguatan kelembagaan, dan kerja sama lintas aktor. Kesamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada pentingnya pendampingan dan penguatan kapasitas pelaku usaha. Perbedaannya, penelitian ini menempatkan CSR perusahaan migas sebagai aktor utama yang berkolaborasi dengan pemerintah daerah dalam memberdayakan UMK di wilayah pesisir perdesaan.

Temuan penelitian ini menunjukkan adanya kebaruan karena CSR PT. PetroChina dianalisis menggunakan kerangka pemberdayaan yang lebih luas, yaitu Bina Usaha, Bina Manusia, Bina Kelembagaan, dan Bina Lingkungan. Pendekatan ini membuat hasil penelitian tidak hanya menjelaskan bentuk bantuan yang diberikan, tetapi juga menilai bagaimana bantuan tersebut

mendorong perubahan kapasitas usaha, keterampilan pelaku UMK, hubungan kelembagaan, dan kesadaran lingkungan. Kerangka ini membuat penelitian memiliki posisi yang berbeda dari penelitian terdahulu yang lebih banyak menyoroti hubungan CSR dengan kinerja usaha secara umum.

3.7. Diskusi Temuan Menarik Lainnya

Temuan menarik lain dalam penelitian ini adalah kuatnya peran faktor pendukung yang berasal dari kolaborasi antara PT. PetroChina, pemerintah daerah, fasilitator, dan pelaku UMK. Program CSR tidak berjalan sebagai kegiatan perusahaan semata, tetapi ditopang oleh peran Diskoperindag dalam pendataan UMK, fasilitasi legalitas, koordinasi program, dan pemantauan perkembangan usaha. Keterlibatan pemerintah daerah membuat program lebih sesuai dengan kebutuhan lokal karena perusahaan memperoleh informasi yang lebih tepat mengenai kondisi dan kebutuhan pelaku UMK.

Faktor pendukung berikutnya terlihat dari antusiasme pelaku UMK dalam mengikuti pelatihan dan pendampingan. Pelaku UMK tidak hanya menerima bantuan, tetapi mulai menunjukkan kemauan untuk memperbaiki kemasan, mencatat keuangan, mengurus legalitas, serta mencoba pemasaran digital. Kondisi ini menjadi temuan penting karena keberhasilan pemberdayaan tidak hanya ditentukan oleh besarnya bantuan, tetapi juga oleh kesiapan penerima manfaat untuk berubah dan menerapkan hasil pembinaan dalam kegiatan usahanya.

Temuan menarik lainnya adalah pola bantuan non-tunai yang diberikan PT. PetroChina lebih sesuai dengan kebutuhan pemberdayaan UMK. Bantuan berupa alat produksi, alat pengemasan, timbangan digital, laptop, dan kuota internet lebih langsung menyentuh hambatan usaha dibandingkan bantuan uang tunai. Pola ini membantu pelaku UMK meningkatkan kapasitas produksi dan memperbaiki kualitas produk, sekaligus mengurangi risiko penggunaan bantuan di luar kebutuhan usaha.

Faktor penghambat utama dalam penelitian ini adalah kondisi infrastruktur transportasi dan internet yang belum merata. Karakter wilayah pesisir perdesaan membuat pelaksanaan pelatihan, pendampingan, distribusi produk, dan pemasaran digital tidak selalu berjalan lancar. Hambatan ini menunjukkan bahwa pemberdayaan UMK di Tanjung Jabung Barat tidak dapat sepenuhnya disamakan dengan model pemberdayaan di wilayah perkotaan yang memiliki akses pasar, jalan, dan jaringan internet lebih baik.

Hambatan lain yang cukup menonjol adalah rendahnya literasi digital awal pelaku UMK. Sebagian pelaku usaha belum terbiasa menggunakan media sosial, marketplace, foto produk, dan pencatatan usaha berbasis digital. Kondisi ini membuat pelatihan digital tidak cukup dilakukan satu kali, tetapi perlu diberikan secara bertahap dan disertai pendampingan langsung. Program pemasaran digital akan lebih efektif apabila dimulai dari kemampuan dasar peserta, bukan langsung diarahkan pada target yang terlalu tinggi.

Temuan menarik berikutnya adalah kelembagaan UMK mulai terbentuk, tetapi belum sepenuhnya kuat. Adanya kelompok usaha, grup WhatsApp, dan pertemuan rutin membantu menjaga komunikasi antaraktor. Meskipun begitu, kelembagaan tersebut masih perlu diperkuat

melalui struktur yang jelas, pembagian peran, legalitas kelompok, agenda rutin, dan regenerasi pengurus. Tanpa penguatan kelembagaan, keberlanjutan program berisiko terlalu bergantung pada pendamping atau pihak perusahaan.

Temuan pada aspek lingkungan juga menarik karena program CSR mulai memasukkan isu pengelolaan limbah, penggunaan bahan baku lokal, dan kemasan yang lebih ramah lingkungan. Aspek ini menunjukkan bahwa pemberdayaan UMK tidak hanya diarahkan pada peningkatan ekonomi, tetapi juga mulai menyentuh kesadaran lingkungan. Meski demikian, praktik lingkungan masih berada pada tahap awal sehingga perlu diperkuat melalui standar produksi bersih, pemilahan limbah, dan pengurangan penggunaan plastik sekali pakai.

Temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan program CSR PT. PetroChina tidak hanya dipengaruhi oleh desain bantuan, tetapi juga oleh ekosistem pendukung di daerah. Kolaborasi lintas aktor, antusiasme pelaku UMK, pendampingan lapangan, infrastruktur, literasi digital, dan kekuatan kelembagaan menjadi faktor yang menentukan apakah program hanya berhenti sebagai kegiatan bantuan atau berkembang menjadi pemberdayaan yang berkelanjutan.

IV. KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa pemberdayaan usaha mikro dan kecil melalui program Corporate Social Responsibility PT. PetroChina di Kabupaten Tanjung Jabung Barat telah memberikan kontribusi positif pada dimensi Bina Usaha, Bina Manusia, Bina Kelembagaan, dan Bina Lingkungan. Program memberikan bantuan peralatan, pelatihan, pendampingan, fasilitasi pasar, penguatan kelompok usaha, dan sosialisasi lingkungan sehingga pelaku UMK mengalami peningkatan kapasitas produksi, kualitas produk, kemampuan dasar manajemen usaha, serta kesadaran lingkungan.

Pada dimensi Bina Usaha, program terlihat kuat karena bantuan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan produktif pelaku usaha dan berdampak pada peningkatan omzet. Pada dimensi Bina Manusia, program mendorong perubahan keterampilan, mindset, pembukuan, dan pemasaran digital. Pada dimensi Bina Kelembagaan, program membangun koordinasi dan kelompok usaha, meskipun masih perlu penguatan legalitas serta kemandirian forum. Pada dimensi Bina Lingkungan, program telah menumbuhkan kesadaran awal mengenai limbah, bahan baku lokal, dan kemasan yang lebih ramah lingkungan.

Faktor pendorong utama program adalah komitmen PT. PetroChina, dukungan pemerintah daerah, antusiasme pelaku UMK, dan relevansi program dengan kebutuhan ekonomi masyarakat. Faktor penghambat utama adalah keterbatasan infrastruktur transportasi dan internet, rendahnya literasi digital awal peserta, keterbatasan kapasitas kelembagaan lokal, serta tantangan keberlanjutan program setelah masa pendampingan berakhir.

Keterbatasan Penelitian. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada jumlah informan yang masih terbatas, yaitu tujuh orang, sehingga belum sepenuhnya mewakili seluruh pelaku UMK di Kabupaten Tanjung Jabung Barat. Penelitian ini juga hanya berfokus pada program CSR PT. PetroChina, sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasi pada program CSR perusahaan lain atau daerah lain. Keterbatasan lainnya terletak pada pendekatan kualitatif yang digunakan. Data penelitian lebih banyak menggambarkan proses, pengalaman, dan persepsi informan, sehingga

belum mengukur dampak program secara statistik. Selain itu, data peningkatan omzet peserta masih berdasarkan keterangan informan dan belum diamati secara jangka panjang. Oleh karena itu, penelitian lanjutan disarankan melibatkan lebih banyak responden, menggunakan pendekatan kuantitatif atau campuran, serta melakukan pemantauan berkelanjutan terhadap perkembangan UMK setelah program berjalan.

Arah Masa Depan Penelitian (*future work*). Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas jumlah informan dan melibatkan lebih banyak pelaku UMK dari berbagai jenis usaha agar hasil penelitian lebih representatif. Kajian berikutnya juga dapat menggunakan pendekatan kuantitatif atau metode campuran untuk mengukur dampak program CSR secara lebih terukur, terutama terhadap peningkatan omzet, kapasitas produksi, akses pasar, dan kemandirian usaha. Penelitian mendatang juga dapat dilakukan secara longitudinal untuk melihat keberlanjutan program setelah pendampingan CSR selesai. Hal ini penting karena temuan penelitian menunjukkan bahwa keberlanjutan program masih membutuhkan penguatan kelembagaan, literasi digital, dan dukungan infrastruktur lokal.

V. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam pelaksanaan penelitian ini, khususnya kepada Pemerintah Kabupaten Tanjung Jabung Barat, PT. PetroChina International Jabung Ltd., para pelaku UMK, serta seluruh informan yang telah memberikan data dan informasi. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada dosen pembimbing, keluarga, dan pihak-pihak yang telah memberikan dukungan selama proses penyusunan penelitian ini.

VI. DAFTAR PUSTAKA

Abdurohim, A., & Nugraha, J. A. C. (2023). Pemanfaatan gas methane dalam upaya pemberdayaan usaha mikro kecil dan menengah di Kota Balikpapan Provinsi Kalimantan Timur. J-3P (Jurnal Pembangunan Pemberdayaan Pemerintahan), 8(1), 56–74. https://doi.org/10.33701/j-3p.v8i1.2929

Azmat, F., & Samaratunge, R. (2009). Responsible entrepreneurship in developing countries: Understanding the realities and complexities. Journal of Business Ethics, 90(3), 437–452. https://doi.org/10.1007/s10551-009-0054-8

Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. Business Horizons, 34(4), 39–48. https://doi.org/10.1016/0007-6813(91)90005-G

Carroll, A. B. (2021). Corporate social responsibility: Perspectives on the CSR construct's development and future. Business & Society, 60(6), 1258–1278. https://doi.org/10.1177/00076503211001765

Carroll, A. B., & Shabana, K. M. (2010). The business case for corporate social responsibility: A review of concepts, research, and practice. International Journal of Management Reviews, 12(1), 85–105. https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2009.00275.x

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (5th ed.). SAGE Publications.

Elkington, J. (1997). Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business. Capstone.
Elsye, R. (2022). Pengembangan UMKM pada destinasi wisata Kecamatan Cimenyan Kabupaten Bandung. Jurnal Terapan Pemerintahan Minangkabau, 2(1), 64–72. https://doi.org/10.33701/jtpm.v2i1.2399
Freeman, R. E. (1984). Strategic management: A stakeholder approach. Pitman.
Frynas, J. G. (2005). The false developmental promise of corporate social responsibility: Evidence from multinational oil companies. International Affairs, 81(3), 581–598. https://doi.org/10.1111/j.1468-2346.2005.00470.x
Hilson, G., & Murck, B. (2000). Sustainable development in the mining industry: Clarifying the corporate perspective. Resources Policy, 26(4), 227–238. https://doi.org/10.1016/S0301-4207(00)00041-6
Idemudia, U. (2007). Community perceptions and expectations: Reinventing the wheels of corporate social responsibility practices in the Nigerian oil industry. Business and Society Review, 112(3), 369–405. https://doi.org/10.1111/j.1467-8594.2007.00301.x
Jamali, D., & Karam, C. (2018). Corporate social responsibility in developing countries as an emerging field of study. International Journal of Management Reviews, 20(1), 32–61. https://doi.org/10.1111/ijmr.12112
Jenkins, H. (2006). Small business champions for corporate social responsibility. Journal of Business Ethics, 67(3), 241–256. https://doi.org/10.1007/s10551-006-9182-6
Le, T. T. (2023). Corporate social responsibility and SMEs' performance: Mediating role of corporate image, corporate reputation, and customer loyalty. International Journal of Emerging Markets, 18(10), 4565–4590. https://doi.org/10.1108/IJOEM-07-2021-1164
Le Thanh, T., Ngo Quang, H., & Tran Thi Thuy, H. (2021). Effects of corporate social responsibility on SMEs' performance in emerging market. Cogent Business & Management, 8(1), Article 1878978. https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1878978
Lee, K.-H., Herold, D. M., & Yu, A.-L. (2016). Small and medium enterprises and corporate social responsibility practice: A Swedish perspective. Corporate Social Responsibility and Environmental Management, 23(2), 88–99. https://doi.org/10.1002/csr.1366
Longo, M., Mura, M., & Bonoli, A. (2005). Corporate social responsibility and corporate performance: The case of Italian SMEs. Corporate Governance, 5(4), 28–42. https://doi.org/10.1108/14720700510616578
Mardikanto, T., & Soebiato, P. (2015). Pemberdayaan masyarakat dalam perspektif kebijakan publik. Alfabeta.
Marthalina, M. (2018). Pemberdayaan perempuan dalam mendukung usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia. J-3P (Jurnal Pembangunan Pemberdayaan Pemerintahan), 3(1), 43–57. https://doi.org/10.33701/j-3p.v3i1.862
Mayor, D., & Zakaria, A. (2019). Pemberdayaan pelaku usaha bordir skala mikro di Kecamatan Bangil Kabupaten Pasuruan Provinsi Jawa Timur. J-3P (Jurnal Pembangunan Pemberdayaan Pemerintahan), 4(2), 83–93. https://doi.org/10.33701/j-3p.v4i2.853
Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). Qualitative data analysis: A methods sourcebook (3rd ed.). SAGE Publications.
Mulyana, M., & Nasution, R. T. S. (2019). Pemberdayaan industri kecil permen kelapa dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat: Studi kasus di Desa Mekar Sari Kecamatan Deli Tua Kabupaten Deli Serdang Provinsi Sumatera Utara. J-3P (Jurnal Pembangunan Pemberdayaan Pemerintahan), 4(1), 51–60. https://doi.org/10.33701/j-3p.v4i1.848

Murillo, D., & Lozano, J. M. (2006). SMEs and CSR: An approach to CSR in their own words. Journal of Business Ethics, 67(3), 227–240. https://doi.org/10.1007/s10551-006-9181-7

Perrini, F., Russo, A., & Tencati, A. (2007). CSR strategies of SMEs and large firms: Evidence from Italy. Journal of Business Ethics, 74(3), 285–300. https://doi.org/10.1007/s10551-006-9235-x

Prihatini, J., Bukori, A., & Rifai, M. (2022). Pemberdayaan kelompok budidaya ikan patin oleh Dinas Perikanan di Desa Bapeang Kecamatan Mentawabaru Ketapang Kabupaten Kotawaringin Timur Provinsi Kalimantan Tengah. J-3P (Jurnal Pembangunan Pemberdayaan Pemerintahan), 7(2), 49–71. https://doi.org/10.33701/j-3p.v7i2.2813

Republik Indonesia. (2007). Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. https://peraturan.bpk.go.id/Details/39965

Republik Indonesia. (2008). Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. https://peraturan.bpk.go.id/details/39653/uu-no-20-tahun-2008

Republik Indonesia. (2012). Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas. https://peraturan.bpk.go.id/details/5260/pp-no-47-tahun-2012

Russo, A., & Perrini, F. (2010). Investigating stakeholder theory and social capital: CSR in large firms and SMEs. Journal of Business Ethics, 91(2), 207–221. https://doi.org/10.1007/s10551-009-0079-z

Sen, S., & Cowley, J. (2013). The relevance of stakeholder theory and social capital theory in the context of CSR in SMEs: An Australian perspective. Journal of Business Ethics, 118(2), 413–427. https://doi.org/10.1007/s10551-012-1598-6

Spence, L. J. (2016). Small business social responsibility: Expanding core CSR theory. Business & Society, 55(1), 23–55. https://doi.org/10.1177/0007650314523256

Stoian, C., & Gilman, M. (2017). Corporate social responsibility that "pays": A strategic approach to CSR for SMEs. Journal of Small Business Management, 55(1), 5–31. https://doi.org/10.1111/jsbm.12224

Sugiyono. (2013). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta.

Wulandari, S. (2022). Penguatan dan pendampingan pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Desa Cikujang, Serangpanjang, Subang, Jawa Barat. Civitas Consecratio: Journal of Community Service and Empowerment, 2(2), 65–80. https://doi.org/10.33701/cc.v2i2.2725