



## CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY RUMAH BUMN GUNUNGKIDUL DALAM PENGEMBANGAN UMKM

### *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY RUMAH BUMN GUNUNGKIDUL FOR THE DEVELOPMENT OF MSMEs*

Rizkia Diansari<sup>1</sup>, Pandhu Yuanjaya<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Departemen Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial, Hukum, dan Ilmu Politik, Universitas Negeri Yogyakarta

#### INFORMASI ARTIKEL

Article history:  
Diterima 05-10-2023  
Diperbaiki 19-10-2023  
Disetujui 26-10-2023  
Kata Kunci:  
Corporate Social  
Responsibility,  
Pemberdayaan, Usaha,  
Mikro, Kecil, dan Menengah

Keywords:  
Corporate Social  
Responsibility,  
Empowerment, Micro, Small,  
and Medium Enterprises

#### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan sesuatu dalam Corporate Social Responsibility oleh Rumah BUMN Gunungkidul. Penelitian ini penting dilakukan sebagai bahan evaluasi upaya CSR Rumah BUMN Gunungkidul dalam pengembangan UMKM beserta faktor pendorong dan penghambat pelaksanaan program. Desain penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Data primer diperoleh dari hasil wawancara dan observasi sedangkan data sekunder diperoleh melalui dokumentasi. Teknik keabsahan data menggunakan teknik triangulasi sumber. Teknik analisis data dilakukan melalui tahap pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan upaya CSR berdasarkan indikator enabling yaitu Rumah BUMN Gunungkidul belum mampu menciptakan suasana yang memungkinkan potensi masyarakat untuk dapat berkembang. Secara empowering, pelaksanaan program tersebut belum menimbulkan dampak yang signifikan terhadap kemandirian dan pengembangan UMKM mitra binaan. Sedangkan secara protecting, belum menunjukkan adanya program yang keberlanjutan. Kegiatan hanya berjalan diawal saja, mengakibatkan program berakhir tidak terlaksana dengan baik. Komunikasi yang terbangun kurang melibatkan proses dialog dengan UMKM mitra binaan sehingga kurang memahami masalah dan kebutuhan anggota. Faktor pendorong yaitu terdapat variasi program CSR, serta penyediaan fasilitas dan display produk. Sedangkan faktor penghambat meliputi sosialisasi terhadap UMKM yang belum gencar, penyediaan fasilitas yang belum dimanfaatkan, dan perlunya perbaikan dari internal.

#### ABSTRACT

*This study aims to discover something within Corporate Social Responsibility by Rumah BUMN Gunungkidul. This research is important to be conducted as an evaluation material of of CSR in the development of micro, small, and medium enterprises (MSMEs) with the driving factors and barriers to program implementation. The research design uses a qualitative approach with a descriptive method. Primary data is obtained through interviews and observations, and secondary data is obtained through documentation. The technique used to check the validity of the data is the source triangulation technique. The result of the study shows that CSR effort based on the enabling indicators by Rumah BUMN Gunungkidul has not been able to create an environment that enables the potential of the community to develop. In terms of empowering, the implementation of the program has not had a significant impact on the self-reliance and development of the partnered MSMEs. Meanwhile, in terms of protecting, there is no evidence of sustainable programs. The activities only run initially, resulting in the program not being well-implemented. The communication established lacks involvement in a dialogue process with the supported MSMEs, resulting in a lack of understanding of their problems and needs. The driving factors include program variations in CSR, as well as the provision of facilities and product displays. On the other hand,*

DOI: <https://doi.org/zzzz/i.vxxx.xxx>

---

*the inhibiting factors include insufficient socialization to the MSMEs, underutilization of provided facilities, and the need for internal improvements.*

---

## **Pendahuluan**

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan usaha produktif dengan kriteria tertentu, yaitu kelompok ekonomi menengah kebawah (Budi, 2014). Program UMKM menjadi sangat strategis untuk menggerakkan perekonomian masyarakat. UMKM merupakan jembatan bagi masyarakat untuk melakukan kegiatan ekonomi produktif. Disamping itu, UMKM memiliki fleksibilitas yang besar bagi masyarakat untuk lebih mudah dalam menyesuaikan usaha dengan situasi dan kondisi pasar yang dinamis (Kusmanto & Warjio, 2019). Peluang ekonomi mampu diciptakan dengan adanya pengembangan terhadap pelaku UMKM (Pratama, 2013). Perkembangan UMKM di Indonesia masih terdapat persoalan yang menyebabkan lemahnya daya saing UMKM dengan produk luar. Selain itu, adanya persaingan kurang sehat yang menyebabkan ruang lingkup usaha menjadi terbatas dan sempit (Suparno, 2016). Perkembangan UMKM di Indonesia dinilai mengalami peningkatan apabila dilihat dari jumlah banyaknya UMKM. Bukan hanya pada saat kondisi normal, adanya UMKM juga menjadi pengaman di masa krisis ekonomi pada tahun 1999 dan 2008. Kondisi UMKM sempat mengalami penurunan akibat imbas pandemi covid-19. Tidak sedikit pelaku UMKM mengalami persoalan yang menyebabkan lemahnya daya saing produk. UMKM memerlukan perlindungan dan pengawasan agar tetap bertahan. Perlindungan yang dimaksud yaitu dalam bentuk modal, penguatan sumber daya manusia, pelatihan, iklim usaha, dan promosi (Suci, 2008). Oleh karenanya pengembangan UMKM diperlukan bantuan pelatihan seperti teknis produksi, pemasaran, keuangan, dan kewirausahaan untuk meningkatkan kualitas dan kuantitasnya (Kusmanto & Warjio, 2019).

UMKM di Kabupaten Gunungkidul merupakan mesin kekuatan perekonomian (Dinas Koperasi dan UKM Kab. Kulonprogo, 2018). Berdasarkan data dari Bappeda DIY (2022), jumlah UMKM di Gunungkidul terus mengalami peningkatan. Pada tahun 2019 jumlah UMKM di Gunungkidul sebesar 17.845, tahun 2020 sebesar 18.356, tahun 2021 sejumlah 18.380, dan pada tahun 2022 sebesar 21.759 UMKM. Kabupaten Gunungkidul memiliki eksistensi akan tempat pariwisata sehingga memiliki nilai tambah yang menguntungkan bagi pelaku UMKM. Disamping itu, ketersediaan bahan baku dengan harga yang relatif terjangkau juga mendorong adanya peningkatan UMKM. Dalam mengembangkan usahanya, pelaku UMKM di Gunungkidul mengalami beberapa persoalan (Dinas Koperasi dan UKM Kab. Kulonprogo, 2018). Pertama, permasalahan modal. UMKM mengalami kesulitan akses dalam pembiayaan usaha. Hal ini karena belum optimalnya pembiayaan UMKM perbankan. Kondisi ini dipersulit dengan rendahnya tingkat bankable. Kedua, permasalahan manajemen keuangan. Tidak lebih dari 20% pengusaha UMKM yang sudah memisahkan kekayaan pribadi dengan kekayaan usaha. Ketiga, permasalahan pemasaran. Tidak sedikit UMKM di Gunungkidul yang melakukan branding terhadap produknya secara unik, akan tetapi belum tentu bersinambung. Hal ini karena masih minimnya pelatihan digital marketing dan branding terhadap pelaku UMKM. Keempat, permasalahan kualitas produk dan aspek teknologi. Tidak sepenuhnya pelaku UMKM di Gunungkidul melek teknologi. Hal ini juga didorong dengan belum meratanya ketersediaan jaringan dan infrastruktur teknologi ke seluruh pelosok Gunungkidul.

Dalam melakukan kegiatan yang berorientasi pada profit, BUMN memiliki pertanggungjawaban terhadap Masyarakat atau biasa disebut corporate social responsibility. CSR sudah legal dan menjadi keharusan bagi setiap perusahaan sebagai komitmen yang dibangun oleh perusahaan untuk memberikan kontribusi pada peningkatan kualitas hidup masyarakat (Degie & Kebede, 2019). Selama perusahaan beroperasi, perusahaan memiliki kewajiban sebagai dunia usaha, seperti meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Anatan, 2009). Sebagai wujud pertanggungjawabannya, BUMN memiliki Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003 tentang bentuk kepedulian perusahaan terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat dan kondisi lingkungan sosial masyarakat sebagai bagian dari corporate action. CSR menjadi bagian dari upaya mendorong program pemerintah dalam mendukung kesejahteraan masyarakat melalui peran korporasi. Pemerintah memiliki keterbatasan-keterbatasan dalam pelaksanaannya, seperti keterbatasan dana, keterbatasan sumber daya, keterbatasan modal, dan keterbatasan lainnya sehingga memerlukan usaha dari perusahaan atau korporasi untuk membantu pemerintah dalam memaksimalkan pelayanan terhadap masyarakat, sosial dan lingkungan, juga untuk meningkatkan perekonomian negara (Sunariani et al., 2017).

Rumah BUMN Gunungkidul melakukan program CSR secara langsung melalui pengelolaan bantuan kemitraan seperti pembinaan, pelatihan, pengembangan, pemasaran, dan pendampingan permodalan. Hal ini menunjukkan bentuk kepedulian yang diberikan oleh Rumah BUMN untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat khususnya masyarakat Gunungkidul melalui program pemberdayaan masyarakat. Rumah BUMN Gunungkidul memberikan bantuan kepada pelaku UMKM baik di bidang jasa, makanan (food), kerajinan (craft), maupun mode (fashion). Sektor jasa terdiri dari bisnis bimbingan belajar, penyediaan fasilitas dan konsultan. Bisnis makanan berupa penjualan makanan ringan, kuliner khas daerah, dan makanan berat. Sektor craft dan fashion dilihat dari produk kulit, aksesoris dan usaha bernilai tinggi. Dalam pelaksanaannya, Rumah BUMN Gunungkidul mengalami beberapa kendala seperti kurangnya pembinaan yang rutin dan intensif Rumah BUMN Gunungkidul terhadap UMKM mitra binaan, minimnya sosialisasi kepada masyarakat, mitra binaan yang masih pasif dan tidak mengikuti pendampingan, ketidaksesuaian materi yang diberikan saat pembinaan dengan aplikasi di lapangan, penyediaan fasilitas yang masih belum dimanfaatkan, serta kurangnya pendampingan bantuan permodalan.

Penelitian yang dilakukan oleh Dharmacahya, Dwiningtyas, dan Agung (2022) misalnya, lebih fokus menguraikan bentuk pelaksanaan dan kinerja CSR. Penelitian yang dilakukan oleh Suparno, Anggit, dan Wiwit (2013) juga memilih fokus yang sama, dan menunjukkan bahwa pemahaman terkait CSR pada aspek ekonomi masih terbatas pada pemberdayaan masyarakat dan belum mengarah pada pemberdayaan UMKM. research gap dalam penelitian ini yaitu untuk memahami CSR dalam pemberdayaan UMKM. CSR sebagai program yang bergantung dengan karakteristik setiap Perusahaan, pelaksanaan CSR memiliki faktor pendorong dan penghambat yang mengiringi. Tanpa adanya pemahaman

CSR, dikhawatirkan akan memunculkan konflik masyarakat dan perusahaan, serta penanganannya akan semakin sulit dilakukan.

## **1. Metode Penelitian**

### *1.1 Jenis Penelitian*

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Penelitian kualitatif ialah suatu metode yang digunakan untuk memahami dan mengeksplorasi permasalahan yang diangkat baik sosial atau kemanusiaan dari individu ataupun kelompok (Creswell, 2014). Penelitian kualitatif ini digunakan dalam mengeksplorasi CSR secara detail dan lengkap. Peneliti menggunakan pendekatan deskriptif untuk memberikan gambaran secara lengkap terhadap keadaan obyek yang sedang diteliti (Sugiyono, 2016). Tujuan dari penelitian deskriptif yaitu untuk mengetahui kondisi dan keadaan yang terjadi dalam masyarakat.

### *1.2 Tempat dan Waktu Penelitian*

Penelitian ini dilaksanakan di Rumah BUMN Gunungkidul yang beralamat di Jalan Kolonel Sugiyono No 5, Purbosari, Kecamatan Wonosari, Kabupaten Gunungkidul. Waktu penelitian untuk pengambilan data dilakukan pada April 2023 sampai dengan Mei 2023. Penelitian dilakukan dengan cara menggali data dengan informan yang sudah ditentukan oleh peneliti. Proses pelaksanaan penggalan data terutama wawancara menyesuaikan dengan informan dan dikarenakan kondisi pandemi Covid-19 yang sudah berangsur normal, maka penelitian dapat dilakukan secara luring.

### *1.3 Subjek Penelitian*

1. Bapak Edhy Surbakty, MBA., CA., CPA selaku Direktur Rumah BUMN Gunungkidul
2. Bapak Edi Dwi Atmaja, S. Si., M. Psi. selaku Kepala Pengelola Rumah BUMN Gunungkidul
3. Ibu Nur Fitriana dan Ibu Nabila Intan selaku staff Rumah BUMN Gunungkidul
4. Mas Nanang, Ibu Christiana, Ibu Ratri, Mas Irawan, Ibu Heni, Bapak Syarif, Mas Dika, Mas Didik, Ibu Nur, dan Bapak Sardi selaku UMKM Mitra Binaan Rumah BUMN Gunungkidul

### *1.4 Instrument Penelitian*

Peneliti dalam melakukan penelitian ini menggunakan instrumen penelitian. Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan saat penelitian untuk mendapatkan informasi yang akurat (Sugiyono, 2016). Peneliti kualitatif sebagai human instrument yang berfungsi menetapkan fokus penelitian, memilih informan sebagai sumber data, melakukan pengumpulan data, menilai kualitas data, analisis data, menafsirkan data, dan membuat kesimpulan atas temuannya (Sugiyono, 2016). Peneliti kualitatif mengumpulkan data sendiri dengan observasi perilaku, wawancara dengan informan, dan dokumentasi (Creswell, 2014).

## 1.5 Sumber Data

Sumber data yang digunakan yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada peneliti (Sugiyono, 2016). Dalam penelitian yang telah dilakukan, peneliti mendapatkan data primer dari observasi yaitu dengan melihat kondisi secara langsung di lapangan. Adapun sumber data primer yang digunakan dalam penelitian ini yaitu hasil wawancara dengan narasumber atau subjek penelitian dan observasi. Sedangkan sumber data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti, misalnya lewat orang lain atau dokumen (Sugiyono, 2016). Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah dokumentasi dan literature review dari berbagai jurnal, artikel, dan lain sebagainya yang berkaitan dengan topik penelitian mengenai Corporate Social Responsibility Rumah BUMN Gunungkidul dalam Pengembangan UMKM. Sumber data tersebut digunakan untuk memperkuat data primer yang didapatkan melalui observasi dan wawancara.

## 1.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data metode kualitatif merupakan suatu cara yang digunakan untuk membatasi penelitian dan mengumpulkan informasi dengan wawancara dan observasi secara terstruktur/tidak terstruktur ataupun dengan dokumentasi (Creswell, 2014). Teknik pengumpulan data dilakukan dengan tahap wawancara, observasi, dan dokumen. Wawancara dalam penelitian ini ditujukan untuk mendapatkan informasi langsung dari narasumber terkait. Observasi dilakukan untuk mengamati kejadian-kejadian di lapangan yang berhubungan dengan CSR Rumah BUMN Gunungkidul dalam Pengembangan UMKM. Observasi ini juga menggali data tentang profil, dan program-program yang dilaksanakan oleh Rumah BUMN Gunungkidul. Sedangkan Dokumentasi dapat berupa tulisan, gambar, karya ilmiah, dan dokumen lain yang memiliki kredibilitas tinggi. Dokumen-dokumen tersebut dapat digunakan untuk mendukung data primer yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi. Dalam penelitian ini dokumen yang digunakan oleh peneliti berasal dari perusahaan terkait yaitu Annual Report Program CSR Tahun 2022 Rumah BUMN Gunungkidul, maupun dokumentasi yang diperoleh dari artikel, jurnal, media sosial, dan media massa lainnya.

## 1.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian dilakukan secara terus menerus dan saling berhubungan hingga selesai dan data bersifat jenuh (Sugiyono, 2016). Creswell (2014) menjelaskan teknik analisis data yang dilakukan dalam penelitian kualitatif yaitu:

### 1.7.1 Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan kegiatan mencari, mencatat, dan mengumpulkan data dengan objektif dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti. Data dikumpulkan melalui proses observasi dan wawancara kepada narasumber yang telah ditentukan terkait

Corporate Social Responsibility Rumah BUMN Gunungkidul dalam Pengembangan UMKM. Selain itu data juga dikumpulkan dari dokumen yang berkaitan.

#### 1.7.2 Reduksi Data

Reduksi data adalah proses dalam memilih hal-hal pokok kemudian merangkum yang difokuskan terhadap hal-hal yang penting. Selanjutnya rangkuman catatan tersebut disusun secara sistematis agar memberikan gambaran yang lebih tajam serta mempermudah pelacakan Kembali apabila sewaktu-waktu data diperlukan kembali. Data-data yang tidak memiliki relevansi dengan permasalahan penelitian dapat dihapus sehingga didapatkan hasil penelitian yang fokus pada topik permasalahan yaitu Corporate Social Responsibility Rumah BUMN Gunungkidul dalam Pengembangan UMKM.

#### 1.7.3 Penyajian Data

Penyajian data dilakukan berdasarkan data-data yang sudah direduksi dan dibuat transkrip yang kemudian disajikan dalam bentuk uraian singkat, began, hubungan antar kategori, dan lain sebagainya. Penyajian data yang sering digunakan dalam penelitian kualitatif yaitu bentuk teks yang bersifat naratif dengan menampilkan data yang dapat mempermudah perencanaan proses selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami sebelumnya. Dalam penelitian ini peneliti akan menyajikan hasil data dengan uraian deskripsi data dalam bentuk teks naratif tentang Corporate Social Responsibility Rumah BUMN Gunungkidul dalam Pengembangan UMKM.

#### 1.7.4 Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan tahap terakhir dalam teknik analisis data yang dilakukan oleh peneliti. Peneliti berusaha memahami terkait dengan arah atau keteraturan pola-pola dalam penelitiannya. Penarikan kesimpulan dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat fenomena saat peneliti turun lapangan. Kemudian kesimpulan yang ditarik tersebut segera di verifikasi dengan melihat dan mempertanyakan kembali dengan melihat catatan lapangan agar diperoleh pemahaman yang lebih tepat. Hal tersebut dilakukan agar data yang diperoleh dan penafsiran terhadap data memiliki validitas sehingga kesimpulan yang ditarik menjadi kuat. Penarikan kesimpulan pada penelitian ini dilakukan setelah mendeskripsikan data, fakta, dan pembahasan terkait Corporate Social Responsibility Rumah BUMN Gunungkidul dalam Pengembangan UMKM.

## 2. Hasil dan Pembahasan

### 2.1 Corporate Social Responsibility Oleh Rumah BUMN Gunungkidul

#### 2.1.1 Pemungkinan (Enabling)

Enabling menunjukkan suatu keadaan yang berpotensi untuk masyarakat berkembang dengan memberikan dorongan atau motivasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa enabling telah muncul melalui CSR. Pelaku UMKM yang sebelumnya masih belum terarah, kini menjadi terarah. Namun, proses enabling tersebut belum sepenuhnya dilakukan secara berkelanjutan.



Gambar 1. Sharing Motivasi UMKM Mitra Binaan  
Sumber: Peneliti (2023)

Disamping itu, upaya penguatan potensi ini dilakukan dengan peningkatan wawasan dan skill. Hal ini dilakukan sebagai bentuk tanggung jawab terhadap masyarakat khususnya pelaku UMKM. Akan tetapi, dalam pelaksanaan program ini masih sedikit sosialisasi yang di berikan oleh Rumah BUMN Gunungkidul sehingga banyak masyarakat yang belum mengetahui adanya program ini. Minimnya sosialisasi menunjukkan bahwa program ini belum bisa untuk dijangkau dan dimanfaatkan oleh masyarakat, khususnya pelaku UMKM. Program-program yang dilaksanakan oleh Rumah berdasarkan indikator upaya CSR secara enabling pelaksanaan program CSR dalam pengembangan UMKM diusahakan oleh Rumah BUMN Gunungkidul dengan melakukan program kegiatan seperti Co-Working Space dan Acara Komunitas untuk memberikan motivasi dan berdiskusi.



Gambar 2. Pemanfaatan Co-Working Space dan Acara Komunitas  
Sumber: Peneliti (2023)

Adanya co-working space ini untuk pengembangan UMKM, industri kreatif, wirausaha millennial, dan mengenalkan kewirausahaan kepada generasi muda. Co-working space Rumah BUMN Gunungkidul digambarkan sebagai sebuah ruang untuk berbagai pelaku industri kreatif dan UMKM dalam mengembangkan dan meningkatkan usahanya. Selain itu, dalam program acara komunitas dibentuk kegiatan “Coffee Knowledge” untuk berbagi wawasan dan memberikan pendampingan dalam pengembangan usaha terhadap komunitas yang tergabung. Jumlah komunitas yang tergabung dalam pogram ini berjumlah 4 komunitas. Sebagai usaha untuk memperluas potensi perkembangan usaha kopi, Rumah BUMN Gunungkidul berperan untuk mendukung keberlanjutan industri kopi.

Tabel 1. Jumlah Peserta Pelatihan Rumah BUMN Gunungkidul Periode 2022

No	Periode	Jumlah Pelatihan	Jumlah Peserta	Jumlah Anggota
1	Januari – Maret 2022	5	110	1316
2	April – Juni 2022	6	124	1373
3	Juli – September 2022	5	105	1424
4	Oktober – Desember 2022	7	90	1507

Sumber: Peneliti (2023)

Pada tahun 2022 UMKM mitra binaan terdapat penambahan 245 UMKM sehingga total keseluruhan menjadi 1507 UMKM mitra binaan. Meski jumlah UMKM mitra binaan mencapai lebih dari 1.000 pemilik usaha, permasalahan lain yang muncul adalah keaktifan anggota yang telah terdaftar dalam mengikuti berbagai kegiatan pelatihan yang diselenggarakan oleh Rumah BUMN Gunungkidul. Meski jumlah UMKM mitra binaan mencapai lebih dari 1000

pelaku usaha, pada pelaksanaannya keikutsertaan anggota dalam setiap pelatihan sulit melebihi 10% dari jumlah keseluruhan anggota. Jumlah peserta cenderung sedikit setiap bulannya untuk mengikuti pelatihan dan pendampingan dikarenakan adanya ketidaksesuaian materi yang diberikan dan implementasinya sehingga motivasi UMKM mitra binaan menurun. Dalam implementasinya, hanya sedikit UMKM mitra binaan yang bergabung dalam kegiatan tersebut. Hal ini menunjukkan enabling belum mampu dirasakan bagi seluruh UMKM mitra binaan. Komunikasi yang terjalin dalam proses enabling berjalan secara satu arah dan pasif bagi UMKM.

Adanya program CSR harus mampu dimanfaatkan banyak masyarakat (Widodo, 2014). Sejalan dengan apa yang dikemukakan oleh Widodo (2014) berdasarkan hasil penelitian program-program CSR yang dilaksanakan Rumah BUMN Gunungkidul belum mampu dijumpai banyak masyarakat, khususnya para pelaku UMKM. Hal ini karena sosialisasi program yang kurang dan belum gencar terhadap masyarakat. UMKM yang bergabung sebagai mitra binaan mengetahui program berdasarkan rekomendasi dari sesama UMKM. Program yang seharusnya dapat dirasakan oleh masyarakat sekitar perusahaan atas operasional usahanya belum mampu dirasakan secara maksimal. Sosialisasi oleh Rumah BUMN Gunungkidul dilakukan dalam bentuk pelatihan dan bekerja sama dengan perangkat desa. Meski upaya tersebut memberikan dampak peningkatan minat pelaku usaha untuk mengikuti pelatihan, namun tetap tidak terjadi perubahan signifikan dalam hal penambahan anggota baru dan aktif mengikuti pelatihan di Rumah BUMN Gunungkidul. Kurangnya sosialisasi terkait program CSR memberikan impact dalam citra perusahaan (Arifiyama & Widiari, 2020). Dalam praktiknya, citra Rumah BUMN Gunungkidul menjadi kurang terlihat dimata masyarakat sekitar, khususnya pelaku UMKM. Disamping itu, komunikasi yang terjalin selama pelaksanaan program tidak sepenuhnya berjalan dua arah. Hal ini karena terdapat kendala seperti UMKM mitra binaan yang pasif, juga dari pihak Rumah BUMN dalam memberikan informasi terkesan subjektif untuk informasi tertentu.

### 2.1.2 Pemberdayaan (Empowering)

Pemberdayaan oleh Rumah BUMN Gunungkidul dilakukan dengan memberikan pelatihan, masukan, dan membuka akses peluang yang mampu untuk membuat masyarakat menjadi lebih berdaya. Oleh karenanya, diperlukan program yang mampu menyentuh lapisan masyarakat, khususnya pelaku UMKM. Pelatihan melalui kelas yang diberikan sebagai upaya untuk meningkatkan kompetensi pelaku UMKM. Sesi pelatihan melalui kelas dilakukan dengan narasumber yang dipilih merupakan pelaku UMKM mitra binaan yang sudah berhasil dalam mengembangkan usahanya. Hal ini mendapat respon dari anggota UMKM karena narasumber yang dianggap kurang sesuai dengan kebutuhan.



Gambar 3. Pelatihan Grebek UMKM

Sumber: Peneliti (2023)

Secara empowering, Rumah BUMN Gunungkidul menekankan pada pembinaan dan pelatihan yang diikutkan dalam program Grebek UMKM, UMKM Go Global, dan Start-up Incubation. Adanya program ini memberikan dampak positif kepada pelaku UMKM dalam meningkatkan kapasitas dan pengembangan usaha. Berdasarkan program pemberdayaan terhadap UMKM yang sudah dilaksanakan, masih terdapat hambatan seperti pelatihan dan pembinaan dalam sesi kelas yang belum maksimal. Hal ini karena kegiatan pembinaan belum rutin dilakukan dan pemateri atau mentor dalam sesi kelas tidak sesuai dengan bidangnya. Oleh karenanya terjadi ketidaksesuaian materi dan praktik di lapangan.

Upaya pemberdayaan selanjutnya adalah perluasan pemasaran dan branding. Rumah BUMN Gunungkidul memperluas akses pemasaran secara online dengan memanfaatkan platform digital dan offline dengan mengikutsertakan pameran. Sejalan dengan teori Yuswohadi menjelaskan pemasaran menjadi strategi utama apabila UMKM ingin bertahan. Pelaku UMKM didorong untuk mampu dalam memaksimalkan manfaat perkembangan digital (Syukri & Sunrawali, 2022). Pembinaan dalam pengembangan UMKM perlu lebih diarahkan agar meningkatkan kapasitasnya dalam bersaing dengan pelaku usaha lain (Mudrajat, 2008). Program CSR yang dilakukan dalam mendukung pemasaran ini dilakukan dengan mengikutsertakan UMKM mitra binaan dalam kegiatan pameran, memasang produk di display Rumah BUMN Gunungkidul, dan mengadakan pelatihan digital marketing sederhana. Display produk oleh Rumah BUMN Gunungkidul sebagai upaya untuk ruang mempromosikan produk UMKM mitra binaan juga sebagai tempat penjualan produk. Dalam pelaksanaannya, tidak terjadi penambahan UMKM unggulan baru. Hal ini dikarenakan tidak adanya standar atau kriteria yang jelas yang ditetapkan oleh Rumah BUMN Gunungkidul untuk memilih UMKM unggulan, sehingga dalam pelaksanaannya program Co-working Space & Gallery tidak efektif.

Kegiatan pameran dilakukan dengan cara melakukan kurasi terhadap pelaku UMKM yang memiliki produk unggul. Pameran yang diikuti baik itu pameran

tingkat regional maupun nasional. Adanya pameran mampu meningkatkan branding produk UMKM sehingga berdampak terhadap penjualan yang meningkat (Fadilah et al., 2021). Dari hasil penelitian yang dilakukan, sebagian UMKM menunjukkan dalam pengikutsertaan kegiatan pameran dilakukan secara subjektivitas yang memiliki kedekatan dengan pihak Rumah BUMN Gunungkidul. Ajang pameran seharusnya dapat diikuti semua UMKM, sehingga memiliki kesempatan untuk meningkatkan branding produknya menjadi tidak terbatas (Rusli, 2020).



Gambar 4. Pameran Hari Jadi Kabupaten Gunungkidul  
Sumber: Dokumentasi Peneliti (2023)

Disamping itu, upaya pemberdayaan melalui penyediaan fasilitas dan pendampingan/konsultasi permodalan. Modal sebagai salah satu kendala bagi UMKM untuk mulai mengembangkan usahanya. Berbagai studi mengenai pengembangan UMKM, menunjukkan UMKM mengalami kelemahan hampir di seluruh aspek seperti sumber daya manusia, pemasaran, manajemen, permodalan, dan teknik produksi (Marzuki Usman, 1998). Rumah BUMN Gunungkidul mendampingi UMKM mitra binaan untuk mendapatkan modal seperti konsultasi terkait proposal pengajuan modal. Sayangnya peran ini tidak dijalankan secara optimal mengingat kondisi bisnis UMKM mitra binaan yang sebagian belum bankable.

Kondisi UMKM yang berdaya ditandai dengan peningkatan produktivitas usaha, kepemilikan izin usaha atau badan hukum, manajemen keuangan yang baik, penguasaan teknologi yang baik, dan mampu membangun relasi dengan pihak luar yang mendukung pertumbuhan dan perkembangan bisnisnya (Syamsulbahri, 2018). Pelaksanaan program dalam upaya pengembangan UMKM oleh Rumah BUMN Gunungkidul tersebut belum menimbulkan dampak yang signifikan terhadap kemandirian dan pengembangan UMKM mitra binaan. Kurang fokusnya pada setiap program yang dilakukan seperti pelatihan kompetensi/kelas, pameran, dan digital marketing berdampak terhadap berjalannya pelaksanaan kegiatan sehingga memunculkan hambatan-hambatan.

Oleh sebab itu memunculkan pro dan kontra bagi UMKM mitra binaan. Sebagaimana besar UMKM mitra binaan merasakan manfaat program. Namun, sebagaimana UMKM merasakan ketidaksesuaian dan ketidaknyamanan materi mentor dengan aplikasi di lapangan. Hal ini karena Rumah BUMN Gunungkidul dalam memberdayakan UMKM dinilai belum cukup detail dan fair.

### 3.1.3 Perlindungan (Protecting)

Perlindungan dalam menjalankan CSR dalam teori Kartasasmita (1996) yaitu melindungi masyarakat dalam rangka memberdayakan. Dalam hal ini mencegah dan meminimalisir eksploitasi serta persaingan yang tidak seimbang. Dalam hal ini Rumah BUMN Gunungkidul memosisikan diri sebagai pihak netral dan memberi masukan yang bersifat anjuran tanpa adanya unsur paksaan. Disamping itu, Perlindungan juga dilakukan dengan memberikan akses terhadap UMKM mitra binaan, menjaga komunikasi dengan UMKM mitra binaan, serta program yang berkelanjutan (sustainable). Akses yang diberikan terhadap UMKM mitra binaan dengan melakukan kolaborasi dan bekerja sama dengan pihak eksternal. Hal ini bertujuan untuk membuka peluang bagi UMKM mitra binaan agar mampu meningkatkan kapasitas. Kolaborasi yang dilakukan ini, Rumah BUMN Gunungkidul melakukan kerja sama dengan Kantor Pos Gunungkidul, Dinas Perdagangan dan Perindustrian Gunungkidul, Bank BPD, dan Dinas Perpustakaan. Akses yang diberikan ini mampu memberikan manfaat bagi UMKM mitra binaan seperti mendapatkan izin usaha dengan lebih mudah dan pendampingan proposal dalam mengajukan permodalan pada Bank BPD lebih efisien. Dalam menjalankan program CSR, partisipasi dengan UMKM menjadi sangat penting (Arifiyama & Widiarti, 2021). Tentunya komunikasi terhadap UMKM juga perlu untuk dijaga (Suparno, 2016). Akan tetapi, komunikasi yang dijalankan tersebut belum terlaksana secara optimal. Hal ini dikarenakan terdapat UMKM mitra binaan yang pasif dan berdampak pada UMKM yang tidak maju.



Gambar 5. Focus Group Discussion bersama Dinas Perindustrian, Koperasi, dan UMKM  
Sumber: Rumah BUMN Gunungkidul 2022

Rumah BUMN Gunungkidul dalam memberikan informasi terkait kegiatan diberikan melalui grub whatsapp dan telegram. Komunikasi yang dijalankan

dengan UMKM mitra binaan belum sepenuhnya berjalan dua arah. Komunikasi antara manajemen dengan para UMKM juga menjadi hal yang penting walaupun hubungannya terdapat gap yang cukup signifikan akan tetapi keduanya harus dapat berkomunikasi dua arah dan saling mendengarkan (Widjaja & Natakoesoemah, 2021). Komunikasi yang baik membantu pengelola untuk memahami secara mendalam permasalahan yang dihadapi anggota dan memudahkan proses pemetaan kebutuhan dan formulasi program pemberdayaan. Oleh karenanya, komunikasi perlu untuk ditingkatkan karena komunikasi menjadi dasar untuk keberlanjutan program.

Disamping itu, perlindungan dalam memberikan program keberlanjutan juga masih belum optimal. Keberlanjutan (sustainable) mengupayakan atas berjalannya proses pembangunan melalui pengembangan UMKM secara berkesinambungan sehingga menghasilkan perekonomian yang mandiri dan tangguh (Sudrajat, 2018). Masih terdapat kegiatan yang hanya berjalan diawal saja dan tidak ada keberlanjutan program, sehingga mengakibatkan banyak program yang tidak menjawab kebutuhan anggota dan berakhir tidak terlaksana dengan baik.

## **2.2 Faktor Pendorong dan Penghambat**

### **2.2.1 Faktor Pendorong**

#### **a. Adanya variasi program CSR**

Rumah BUMN Gunungkidul melaksanakan program CSR bagi UMKM dengan terdapat beberapa kegiatan. Hal ini dapat dilihat dengan adanya program pelatihan, inkubasi, pameran, display produk, kunjungan kolaborasi, serta kerja sama dengan beberapa instansi.

#### **b. Penyediaan fasilitas dan display produk bagi UMKM mitra binaan**

Rumah BUMN Gunungkidul memanfaatkan Co-Working Space untuk UMKM mitra binaan sebagai tempat untuk memamerkan produk UMKM. Hal ini dilakukan dengan penyediaan tempat display produk bagi UMKM yang sudah terpilih saat kurasi. Disamping itu, Rumah BUMN Gunungkidul juga menyediakan fasilitas bagi UMKM untuk melakukan foto produk UMKM secara gratis dan properti yang sudah disediakan.

#### **c. Memberikan akses dan kesempatan bagi para UMKM khususnya UMKM mitra binaan**

Adanya akses ini untuk mempermudah urusan. Hal ini diupayakan dengan melakukan kolaborasi baik dengan lembaga ataupun organisasi eksternal.

### **2.2.2 Faktor Penghambat**

#### **a. Sosialisasi program CSR terhadap UMKM yang belum gencar**

Rumah BUMN Gunungkidul masih minim dalam melakukan sosialisasi program CSR. Hal ini ditunjukkan belum banyak UMKM yang belum mengetahui adanya program CSR oleh Rumah BUMN Gunungkidul. UMKM yang bergabung sebagai mitra binaan mengetahui adanya program CSR atas rekomendasi atau informasi dari kerabat.

b. Penyediaan fasilitas yang belum dimanfaatkan

Rumah BUMN Gunungkidul menyediakan fasilitas bagi UMKM mitra binaan seperti Co-Working Space serta penyediaan properti untuk foto produk. Akan tetapi, hal ini belum dimanfaatkan secara maksimal bagi UMKM mitra binaan untuk meningkatkan kualitas usahanya.

c. Perlunya perbaikan dari internal

Rumah BUMN Gunungkidul dalam melakukan program CSR hanya terdapat 4 staff yang melaksanakan berjalannya program. Hal ini sumber daya manusia yang dimiliki masih perlu untuk ditambah, dikarenakan beban program yang semakin meningkat. Disamping itu, perlunya perbaikan dalam meningkatkan solidaritas internal Rumah BUMN Gunungkidul juga masih diperlukan sebagai upaya untuk meningkatkan kualitas sumber daya dalam internal sendiri

d. Kurangnya proses dialog terhadap UMKM mitra binaan

Rumah BUMN Gunungkidul kurang melibatkan komunikasi intensif antara UMKM mitra binaan, sehingga mengakibatkan banyak program yang tidak menjawab kebutuhan anggota dan UMKM mitra binaan yang pasif. Bagian ini membahas hasil dan analisa dari kajian yang dibahas dalam paper.

### 3. Kesimpulan

CSR merupakan salah satu upaya tanggung jawab perusahaan dalam menjalankan bisnis operasionalnya. Rumah BUMN Gunungkidul dalam menjalankan program CSR sesuai dengan peraturan mengenai Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003. Dalam melaksanakan program CSR, Rumah BUMN Gunungkidul berfokus dalam pengembangan UMKM. Hal ini ditandai dengan melaksanakan program-program berupa pelatihan dan pembinaan, pemasaran, konsultasi dan pendampingan permodalan. Namun, dalam pelaksanaan CSR tersebut belum berjalan secara optimal. Upaya CSR menurut Teori Kartasmita (1996) berdasarkan indikator enabling, empowering, dan protecting.

a. Pemungkinan (Enabling)

Program CSR yang dilaksanakan oleh Rumah BUMN Gunungkidul belum mampu menciptakan suasana yang memungkinkan potensi masyarakat untuk dapat berkembang. Pemberian dorongan dan motivasi hanya dilakukan pada awal kegiatan saja. Dalam hal ini, Rumah BUMN Gunungkidul kurang memperhitungkan tingkat kesadaran untuk berkembang para pelaku UMKM mitra binaan yang masih rendah. UMKM mitra binaan yang masih berorientasi pada pemenuhan kebutuhan dasarnya, sehingga gagasan untuk mengembangkan diri sebagai pemilik bisnis dan peningkatan kapasitas serta kapabilitas bisnis belum menjadi prioritas utama. Disamping itu sosialisasi program yang kurang dan belum gencar terhadap masyarakat. Sosialisasi oleh Rumah BUMN Gunungkidul dilakukan dalam bentuk pelatihan dan bekerja sama dengan perangkat desa. Meski upaya tersebut memberikan dampak peningkatan minat pelaku usaha

untuk mengikuti pelatihan, namun tetap tidak terjadi perubahan signifikan dalam hal penambahan anggota baru dan aktif mengikuti pelatihan di Rumah BUMN Gunungkidul.

b. Pemberdayaan (*Empowering*)

Program CSR dilakukan dengan memberikan program pelatihan, pembinaan, peningkatan pemasaran, dan pendampingan permodalan. Pelaksanaan program dalam upaya pengembangan UMKM oleh Rumah BUMN Gunungkidul tersebut belum menimbulkan dampak yang signifikan terhadap kemandirian dan pengembangan UMKM mitra binaan. Ditandai dengan belum adanya peningkatan jumlah UMKM unggulan dan belum terlaksananya program pendanaan. UMKM mitra binaan belum memiliki kesadaran untuk mengembangkan diri dan usahanya sehingga berdampak pada lemahnya komitmen untuk berubah dan rendahnya tingkat partisipasi anggota dalam berbagai program pemberdayaan yang telah dirancang oleh pengelola Rumah BUMN Gunungkidul. Selain itu, penguasaan teknologi informasi UMKM mitra binaan yang terbilang rendah juga menjadi faktor penghambat upaya pemberdayaan UMKM oleh Rumah BUMN Gunungkidul.

c. Perlindungan (*Protecting*)

Rumah BUMN Gunungkidul sebagai pelaksana program CSR berusaha untuk memberikan perlindungan terhadap UMKM mitra binaan agar tidak saling berkompetisi. Disamping itu, Perlindungan juga dilakukan dengan memberikan akses terhadap UMKM mitra binaan, menjaga komunikasi dengan UMKM mitra binaan, serta program yang berkelanjutan (*sustainable*). Akses yang diberikan terhadap UMKM mitra binaan dengan melakukan kolaborasi dan bekerja sama dengan pihak eksternal. Pada pelaksanaan program, komunikasi antara Rumah BUMN Gunungkidul dengan UMKM mitra binaan belum terbangun komunikasi dua arah. Rumah BUMN PLN Gunungkidul kurang melibatkan proses dialog dengan para pelaku UMKM mitra binaan sehingga kurang memahami masalah dan kebutuhan anggota. Program yang keberlanjutan (*sustainable*) oleh Rumah BUMN Gunungkidul belum berjalan optimal. Kegiatan yang hanya berjalan diawal saja dan tidak ada keberlanjutan program, sehingga mengakibatkan banyak program yang berakhir tidak terlaksana dengan baik.

Dalam pelaksanaan corporate social responsibility terdapat beberapa faktor pendorong dan penghambat berjalannya program.

1. Faktor Pendorong
  - a. Adanya variasi program CSR
  - b. Penyediaan fasilitas dan display produk bagi UMKM mitra binaan
  - c. Memberikan akses dan kesempatan bagi para UMKM khususnya UMKM mitra binaan
2. Faktor Penghambat
  - a. Sosialisasi program CSR terhadap UMKM yang belum gencar
  - b. Penyediaan fasilitas yang belum dimanfaatkan
  - c. Perlunya perbaikan dari internal
  - d. Kurangnya proses dialog terhadap UMKM mitra binaan

## Referensi

- [1] Anatan, L. (2009). Corporate Social Responsibility (CSR): Tinjauan Teoritis dan Praktik di Indonesia. *Jurnal Manajemen Maranatha Christian University*, 8(2), 66–77.
- [2] Arifiyama, A., & Widiari, P. W. (2020). Kurangnya sosialisasi terkait program CSR memberikan impact dalam citra perusahaan. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 293–305.
- [3] Arifiyama, A., & Widiarti, P. W. (2021). Implementasi Program Corporate Social Responsibility Dalam Meningkatkan Citra PT Solusi Bangun Indonesia TBK Cilacap. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- [4] Bappeda DIY. (2022). Koperasi dan UKM. [Bappeda.Jogjaprovo.Go.Id](http://Bappeda.Jogjaprovo.go.id).
- [5] Budi, H. (2014). *Tiap Orang Bisa Menjadi Pengusaha Sukses dan Kelas Dunia Melalui UMKM*. Jakarta: Gramedia.
- [6] Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (Edition 4). SAGE Publications, Inc.
- [7] Degie, B., & Kebede, W. (2019). Corporate Social Responsibility and Its Prospect for Community Development in Ethiopia. *International Social Work*, 62(1), 376–389. <https://doi.org/10.1177/0020872817731148>
- [8] Dharmacahya, B., Padmaningrum, D., & Wibowo, A. (2022). Implementasi Program Corporate Social Responsibility PT. Pertamina Terhadap Pemulihan Bisnis UMKM Binaan Akibat Pandemi Covid-19. *Jurnal Komunikasi Dan Penyuluhan Pertanian*, 3(1), 13. <https://doi.org/10.19184/jkrn.v3i1.29082>
- [9] Dinas Koperasi dan UKM Kab. Kulonprogo. (2018). *Mengititewakan UMKM DIY*.
- [10] Fadilah, A., Syahidah, A. nur'azmi, Risqiana, A., Nurmaulida, A. sofa, Masfupah, D. D., & Arumsari, C. (2021). Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Melalui Fasilitasi Pihak Eksternal Dan Potensi Internal. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(4), 892–896. <https://doi.org/10.31949/jb.v2i4.1525>
- [11] Kusmanto, H., & Warjio, W. (2019). Pentingnya Legalitas Usaha bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Jupiiis: Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial*, 11(2), 324. <https://doi.org/10.24114/jupiiis.v11i2.13583>

- [12] Mudrajat, K. (2008). Tujuh Tantangan UMKM di Tengah Krisis Global.
- [13] Pratama, M. A. (2013). Analisis Efektivitas Corporate Social Responsibility Dalam Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara (Studi Kasus pada Perkembangan UMKM Mitra Binaan PT. Perkebunan Nusantara VII Unit Usaha Rejosari). *Jurnal Natapraja*, 1(1), 105–113.
- [14] Rusli, R. (2020). Ekosistem Pasar Digital adalah Komitmen BUMN dalam Pengembangan UMKM. <https://bumn.go.id/media/press-conference/ekosistem-pasar-digital-umkm-adalah-komitmen-bumn-dalam-pengembangan-umkm-iy>
- [15] Suci, Y. R. (2008). Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. UU No. 20 Tahun 2008, 1, 1–31.
- [16] Sudrajat. (2018). Pemberdayaan UMKM dalam Mewujudkan Tujuan Pembangunan Milenium (Penanggulangan Kemiskinan). *Jurnal UPBJJ-UT Denpasar*, 53(9), 1689–1699.
- [17] Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- [18] Sunariani, N. N., Suryadinata, A. O., & Mahaputra, I. I. R. (2017). Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Melalui Program Binaan Di Provinsi Bali. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 1–20.
- [19] Suparno. (2016). Model Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Melalui Program Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Industri Rokok Di Kudus. *Jurnal Sosial Budaya*, 6(2), 29–39. <https://scholar.google.co.id/>
- [20] Syamsulbahri, D. (2018). MSMES in inclusive financing perspective in Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 26(1), 59–76. <https://jurnalekonomi.lipi.go.id/JEP/article/view/228>
- [21] Syukri, A. U., & Sunrawali, A. N. (2022). Digital marketing dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah. *Kinerja*, 19(1), 170–182. <https://doi.org/10.30872/jkin.v19i1.10207>
- [22] Widjaja, S. R., & Natakoesoemah, S. (2021). Penerapan Konsep Corporate Social Responsibility Dalam Mengembangkan UMKM Melalui Program BRIncubator. *Communication*, 12(1), 34. <https://doi.org/10.36080/comm.v12i1.1331>
- [23] Widodo, R. M. (2014). Analisis Urgensi Implementasi Corporate Social Responsibility. *Iqtishadia*, 7(2), 315–334. <http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/IQTISHADIA/article/view/1092>