

STRATEGI PEMBERDAYAAN UMKM DALAM PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* PT. ANGKASA PURA II

Desire Cynthia Putri¹, Maulana Irfan²

¹Program Studi Kesejahteraan Sosial, FISIP, Universitas Padjadjaran

²Pusat Studi CSR, Kewirausahaan Sosial, dan Pemberdayaan Masyarakat FISIP
Universitas Padjadjaran

e-mail: desire21001@mail.unpad.ac.id¹, maulana.irfan@unpad.ac.id²

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia, namun menghadapi berbagai tantangan dalam bersaing. Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Angkasa Pura II berpotensi besar dalam memberdayakan UMKM. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi strategi pemberdayaan UMKM melalui CSR, yang mencakup pelatihan, kemitraan, dan pendampingan. Metode yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif dengan studi literatur, untuk menganalisis praktik CSR yang efektif dalam meningkatkan kapasitas UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelatihan praktis, kemitraan dengan berbagai pihak, dan pendampingan berkelanjutan dapat meningkatkan daya saing UMKM. Program CSR yang terarah dan berkelanjutan dapat memperkuat kemandirian UMKM serta meningkatkan kesejahteraan ekonomi pelaku usaha.

Kata kunci: Pemberdayaan, UMKM, CSR, Pemberdayaan UMKM

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play an important role in Indonesia's economy, but face various challenges in competing. Corporate Social Responsibility (CSR) of PT. Angkasa Pura II has great potential in empowering MSMEs. This research aims to explore strategies for empowering MSMEs through CSR, which includes training, partnerships, and mentoring. The method used is a qualitative descriptive approach with a literature study, to analyze effective CSR practices in enhancing the capacity of SMEs. The research results indicate that practical training, partnerships with various parties, and continuous mentoring can enhance the competitiveness of SMEs. Targeted and sustainable CSR programs can strengthen the independence of SMEs and improve the economic welfare of entrepreneurs.

Keywords: Empowerment, MSMEs, CSR, MSME Empowerment

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan elemen penting yang berkontribusi dalam perekonomian Indonesia. Jumlah pelaku sektor ini menurut data Badan Pusat Statistik Indonesia mencapai 55,2 juta unit usaha atau sebesar 99,9% dari seluruh unit usaha di Indonesia dan memperkerjakan 101,7 juta pekerja (97,2%).

Pemberdayaan UMKM di tengah arus globalisasi dan tingginya persaingan membuat UMKM harus mampu menghadapi tantangan

global, seperti meningkatkan inovasi produk dan jasa, pengembangan sumber daya manusia dan teknologi, serta perluasan area pemasaran. Hal ini perlu dilakukan untuk menambah nilai jual UMKM itu sendiri, utamanya agar dapat bersaing dengan produk-produk asing yang kian membanjiri sentra industri dan manufaktur di Indonesia, mengingat UMKM adalah sektor ekonomi yang mampu menyerap tenaga kerja terbesar di Indonesia (Sudaryanto, 2011).

Perkembangan UMKM di Indonesia, masih dihadapkan pada berbagai persoalan sehingga menyebabkan lemahnya daya saing terhadap produk impor. Persoalan utama yang dihadapi UMKM, antara lain keterbatasan infrastruktur dan akses pemerintah terkait dengan perizinan dan birokrasi serta tingginya tingkat pungutan. Dengan segala persoalan yang ada, potensi UMKM yang besar itu menjadi terhambat. Meskipun UMKM dikatakan mampu bertahan dari adanya krisis global namun pada kenyataannya permasalahan-permasalahan yang dihadapi sangat banyak dan lebih berat. Hal itu dikarenakan selain dipengaruhi secara tidak langsung krisis global tadi, UMKM harus pula menghadapi persoalan domestik yang tidak kunjung terselesaikan seperti masalah upah buruh, ketenaga kerjaan, dan lain-lain.

Corporate Social Responsibility (CSR) telah menjadi salah satu instrumen penting dalam mendorong pembangunan berkelanjutan, terutama dalam konteks pemberdayaan masyarakat. Di Indonesia, perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) memiliki tanggung jawab sosial yang diatur melalui program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL). Salah satu fokus utama TJSL BUMN adalah pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yang dianggap sebagai pilar penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Program CSR merupakan salah satu kewajiban

yang harus dilaksanakan oleh perusahaan sesuai dengan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Pasal 74 undang-undang ini memuat kewajiban bagi perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan (TJSL).

PT Angkasa Pura II, sebagai salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN), turut berkontribusi melalui berbagai program CSR yang bertujuan memberdayakan UMKM. Program-program tersebut mencakup pelatihan kewirausahaan, fasilitasi akses pasar, pendampingan usaha, dan inisiatif berbasis teknologi. Selain itu, PT Angkasa Pura II menjadikan bandara yang dikelolanya sebagai pusat pemberdayaan UMKM yang bermanfaat.

Menurut Mardikanto dalam (Hadiyu & Hamid, 2023) salah satu manfaat implementasi *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) sebuah perusahaan bagi masyarakat yaitu dapat mengembangkan diri dan usahanya, sehingga sasaran untuk mencapai kesejahteraan tercapai. Mengingat pada fungsi dari *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) tersebut, maka jelas bahwa diharapkan implementasinya menjadi salah satu sumberdaya bagi kenaikan kesejahteraan ekonomi keluarga pelaku usaha mikro melalui program bantuan usaha dana bergulir agar mereka mampu mandiri dalam

mengembangkan usaha dan memiliki daya saing dengan UMKM lain.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi berbagai strategi pemberdayaan UMKM yang telah diterapkan oleh PT Angkasa Pura II, melalui program CSR. dengan fokus pada aspek sosial seperti inklusi, partisipasi, dan penguatan jejaring sosial. Dengan menganalisis praktik-praktik terbaik dan pendekatan yang berhasil, diharapkan dapat memberikan wawasan dan inspirasi bagi perusahaan lain dalam merancang program CSR yang efektif dan berkelanjutan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan metodologi deskriptif kualitatif dengan fokus utama pada pengumpulan data melalui studi literatur. Studi kepustakaan, menurut Zed (2008), merupakan rangkaian kegiatan yang berfokus pada pengumpulan dan analisis referensi serta pembuatan sintesis informasi yang relevan untuk memperkuat dasar teori dan kerangka penelitian. Dalam konteks penelitian ini, studi kepustakaan dilakukan dengan tujuan memperdalam pemahaman teoretis, mengembangkan kerangka konseptual penelitian, dan menjadi landasan untuk merumuskan hipotesis. Sumber informasi yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari artikel, jurnal ilmiah, serta karya tulis yang berkaitan dengan

pemberdayaan UMKM melalui Program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Penelitian ini juga mengintegrasikan data dari penelitian terdahulu untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam. Melalui analisis literatur, penelitian ini mengeksplorasi berbagai aspek pemberdayaan ekonomi masyarakat, khususnya bagi UMKM, yang menjadi bagian penting dalam program CSR PT Angkasa Pura II.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Implementasi Strategi Pemberdayaan UMKM dalam Program CSR PT. Angkasa Pura II

Praktik *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang berfokus pada keberlanjutan dapat memperkuat peran inovasi dalam meningkatkan citra perusahaan secara berkelanjutan. Penelitian yang dilakukan oleh (Martinez-Conesa et al., 2017) menunjukkan bahwa CSR memiliki dampak positif terhadap kinerja inovasi. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Tia Surya Ningsih, 2020) membuktikan adanya pengaruh positif dan signifikan antara CSR dan kinerja inovasi.

Penelitian yang dilakukan oleh (Sudarman et al., 2023) menunjukkan bahwa upaya peningkatan UMKM kreatif melalui pemanfaatan CSR dapat ditempuh melalui beberapa pola diantaranya melalui pola kemitraan, komunitas dan partisipatif.

Sehubungan dengan itu, untuk memaksimalkan dampak positif CSR pemberdayaan UMKM, diperlukan strategi yang terarah dan berkelanjutan. Pola kemitraan, misalnya, dapat diwujudkan melalui kolaborasi antara perusahaan, pemerintah, dan lembaga keuangan untuk memberikan dukungan modal, pelatihan, serta akses pasar bagi UMKM. Pola komunitas berfokus pada pengembangan jejaring sosial dan ekonomi antar pelaku UMKM, sehingga tercipta solidaritas dan peluang kerja sama yang lebih luas.

1. Pelatihan

Menurut (Brien & Hamburg, 2014) pelatihan berperan penting dalam meningkatkan produktivitas dan kemampuan adaptasi UMKM terhadap perubahan ekonomi. Pelatihan berbasis masalah (*problem-based learning*) dapat membantu mengembangkan keterampilan kritis, kepemimpinan, dan pemecahan masalah yang relevan untuk kebutuhan spesifik UMKM. Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Nugroho, n.d) Tingkat keberhasilan pada kegiatan pelatihan administrasi pengelolaan program dan kelembagaan UMKM berada pada kategori cukup baik dan menunjukkan bahwa pelatihan yang terfokus pada kebutuhan praktis UMKM mampu

meningkatkan efisiensi dan efektivitas pengelolaan usaha. Hal ini sejalan dengan pentingnya memberikan pelatihan yang tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga aplikatif, sehingga peserta dapat langsung menerapkan keterampilan yang diperoleh dalam aktivitas bisnis sehari-hari.

Hal ini sejalan dengan pentingnya memberikan pelatihan yang tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga aplikatif, sehingga peserta dapat langsung menerapkan keterampilan yang diperoleh dalam aktivitas bisnis sehari-hari. PT Angkasa Pura II turut berkontribusi dalam pengembangan UMKM dengan melaksanakan berbagai pelatihan yang relevan dan berbasis kebutuhan, seperti pelatihan desain kemasan kepada 40 UMKM di Pontianak, yang bertujuan untuk meningkatkan daya saing produk lokal melalui inovasi dalam pengemasan.

Selain itu, PT Angkasa Pura II juga bekerja sama dengan Dinas Tenaga Kerja, Koperasi, dan Perdagangan (Naker Koperndag) dalam menyelenggarakan pelatihan bagi usaha kepariwisataan untuk memperkuat sektor pariwisata lokal. Di Pekanbaru, perusahaan ini memberikan pelatihan membuat batik, yang tidak hanya bertujuan melestarikan warisan

budaya tetapi juga membuka peluang usaha baru bagi masyarakat setempat. Kegiatan-kegiatan ini mencerminkan pendekatan aplikatif dan kolaboratif yang dapat meningkatkan produktivitas dan kemandirian UMKM dalam menghadapi tantangan ekonomi yang dinamis.

2. Program Kemitraan

Keterlibatan berbagai pihak, seperti lembaga swasta, lembaga swadaya masyarakat (LSM/NGO), atau perusahaan mitra, sangat penting. Jika semua stakeholder tersebut dapat bersinergi dan mengoptimalkan peran masing-masing, maka kemungkinan besar akan terjadi peningkatan kemitraan antara UMKM dan usaha menengah serta besar. (Septi Ariadi, 2012) Di Indonesia, program kemitraan ini telah banyak diterapkan oleh berbagai perusahaan melalui inisiatif *Corporate Social Responsibility* (CSR). Banyak perusahaan BUMN dan swasta yang melaksanakan program kemitraan sebagai bagian dari tanggung jawab sosial mereka, dengan tujuan memberdayakan UMKM dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Kendala utama dalam pengembangan UMKM adalah karena

keterbatasan modal yang dimilikinya. Modal memang sangat dibutuhkan, namun bukan berarti hanya karena terbatasnya modal pelaku usaha tidak bisa mengembangkan usahanya. Sangat banyak cara yang bisa dilakukan untuk mengembangkan dan memperluas usaha; hal ini memerlukan analisis, pemikiran mendalam, dan kerja keras yang lebih baik, pintar, dan efisien, serta strategi yang tepat (Suparno et al., 2013).

Salah satu contoh yang signifikan adalah penelitian yang dilakukan oleh (Dyah Permata Sari, 2018) terkait PT Telekomunikasi Indonesia Tbk di Jember, yang memberikan kontribusi besar terhadap pemberdayaan UMKM. Program mitra binaan ini, khususnya dalam proses peminjaman dan pemberian modal usaha, telah membantu mitra binaan dalam mengembangkan usaha mereka serta memperluas jaringan mitra dari berbagai sektor.

Demikian pula, PT Angkasa Pura II telah menunjukkan keberhasilannya dalam pemberdayaan UMKM mitra binaan melalui berbagai program kemitraan. UMKM mitra binaan Angkasa Pura II bahkan telah merambah pasar nasional, dengan salah satu produk mereka berhasil

masuk ke toko Uniqlo. Selain itu, omset penjualan yang dilakukan di Terminal 3 Bandara Soekarno-Hatta tercatat mencapai angka 40 juta rupiah dalam kurun waktu hanya empat bulan. Pencapaian ini menunjukkan bahwa pendampingan dan kemitraan yang diberikan Angkasa Pura II mampu meningkatkan daya saing produk UMKM. Salah satu mitra binaan dari Bandara Depati Amir bahkan meraih penghargaan Juara 2 pada ajang UMKM Award 2023, yang semakin membuktikan bahwa program kemitraan yang dijalankan berhasil memberikan dampak positif dalam meningkatkan kinerja dan jangkauan pasar UMKM.

3. Digitalisasi dan Akses Teknologi

Dalam era transformasi digital, digitalisasi menjadi elemen penting dalam pemberdayaan UMKM. PT Angkasa Pura II mendukung UMKM dengan menyediakan pelatihan untuk mengadopsi teknologi digital dalam operasional bisnis, seperti e-commerce, pemasaran digital, dan manajemen data berbasis teknologi. Menurut penelitian (Hapsari, 2021), digitalisasi UMKM dapat meningkatkan daya saing mereka di

pasar global serta mempermudah akses ke konsumen melalui platform daring.

Selain itu, PT Angkasa Pura II juga melaksanakan pelatihan digital marketing, fotografi, dan videografi bagi UMKM mitra binaannya untuk membantu mereka mengikuti tren zaman sekarang, terutama dalam memaksimalkan tampilan produk mereka di media sosial dan platform e-commerce. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas konten visual yang digunakan untuk mempromosikan produk, yang semakin penting di era digital ini dalam menarik perhatian konsumen dan meningkatkan penjualan.

KESIMPULAN

Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pilar penting dalam perekonomian Indonesia, mengingat kontribusinya yang signifikan terhadap penyerapan tenaga kerja dan penggerak ekonomi. Namun, UMKM dihadapkan pada berbagai tantangan, termasuk keterbatasan modal, infrastruktur, serta akses terhadap pasar dan teknologi. Untuk itu, program Corporate Social Responsibility (CSR) yang dijalankan oleh Badan Usaha Milik Negara (BUMN) seperti PT Angkasa Pura II memainkan peran krusial dalam meningkatkan daya saing UMKM.

Melalui berbagai program CSR, PT Angkasa Pura II telah berhasil memberdayakan UMKM melalui pelatihan, kemitraan, dan penyediaan akses pasar. Program kemitraan yang terjalin antara perusahaan, pemerintah, dan lembaga lainnya telah memberikan dukungan yang signifikan terhadap pengembangan usaha UMKM, baik dalam hal modal maupun jaringan pasar. Keberhasilan UMKM mitra binaan PT Angkasa Pura II, seperti pencapaian produk yang merambah pasar nasional dan peningkatan omset penjualan, membuktikan efektivitas strategi pemberdayaan ini. Selain itu, dalam menghadapi era transformasi digital, PT Angkasa Pura II juga mendukung digitalisasi UMKM dengan menyediakan pelatihan dalam *bidang e-commerce*, pemasaran digital, serta fotografi dan videografi. Ini menunjukkan bahwa pemberdayaan UMKM tidak hanya terbatas pada aspek konvensional, tetapi juga beradaptasi dengan perkembangan teknologi yang ada, sehingga UMKM dapat bersaing lebih kompetitif di pasar global.

Dengan demikian, keberhasilan program CSR PT Angkasa Pura II dalam pemberdayaan UMKM menjadi contoh nyata bahwa melalui strategi yang tepat, sinergi antara berbagai pihak, serta pemanfaatan teknologi, UMKM dapat berkembang lebih baik dan lebih mandiri. Program ini memberikan dampak positif yang dapat

menjadi inspirasi bagi perusahaan lain dalam merancang program CSR yang efektif dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Brien, E. O., & Hamburg, I. (2014). Supporting Sustainable Strategies for SMEs through Training, Cooperation and Mentoring. *Higher Education Studies*, 4(2). <https://doi.org/10.5539/hes.v4n2p61>
- Dyah Permata Sari. (2018). *Kontribusi Program Kemitraan Corporate Social Responsibility Pt. Telekomunikasi Indonesia Tbk, Jember Terhadap Keberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah*.
- Hadiyu, H., & Hamid, A. (2023). Analisis Program Bantuan Usaha Dana Bergulir Bagi Pelaku UMKM dalam Implementasi Corporate Social Responsibility (Csr) PT Asuransi Astra. *Jurnal Syntax Imperatif: Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, 4(5), 630–637. <https://doi.org/10.36418/Syntax-Imperatif.V4i5.294>
- Martinez-Conesa, I., Soto-Acosta, P., & Palacios-Manzano, M. (2017). Corporate social responsibility and its effect on innovation and firm performance: An empirical research in SMEs. *Journal of Cleaner Production*, 142, 2374–2383. <https://doi.org/10.1016/J.JCLEPRO.2016.11.038>
- Mestika Zed. *Metode Penelitian Kepustakaan / Mestika Zed*. 2008
- Septi Ariadi. (2012). *Manfaat Fasilitasi Pembiayaan Untuk Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah. Dialetika, Vol. 7*.
- Shabrina Taufiq, G., & Salam, N. E. (2023). Implementasi Program CSR Energi Mega Persada Bentu Limited dalam

Pengembangan UMKM di Kabupaten Pelalawan. *KOMUNIKASIANA: Journal of Communication Studies*, 5(1).

Sudarman, L., Lelawatty, P., Teheni, M. T., & Syarif, S. I. P. (2023). Sosialisasi Strategi Peningkatan UMKM Kreatif Melalui Pemanfaatan Csr Perusahaan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 101–107.

<https://doi.org/10.30999/Jpkm.V13i3.2932>

Sudaryanto. (2011). The need for ICT education for managers or agribusinessmen for increasing farm income: Study of factor influences on computer adoption in East Java farm agribusiness. In *International Journal of Education and Development using Information and*

Communication Technology (IJEDICT) (Vol. 7).

Suparno, Wicaksono, A., & Wiwit Ariyani. (2013). *Model Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umk) Melalui Program Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Industri Rokok Di Kudus* (Vol. 6).

Taniman Sidhi Agustiana. (2017). *Implementasi Csr (Corporate Social Responsibility) Di Koperasi Simpan Pinjam Maju Wijaya Dalam Meningkatkan Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umk)*.

Tia Surya Ningsih. (2020). *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Inovasi Dan Kinerja Ukm Di Yogyakarta*.