

# Eksplorasi Program Corporate Social Responsibility PT Solusi Bangun Indonesia Pabrik Tuban dalam Mendukung Keberlanjutan Usaha UMKM Binaan

Mochamad Sholeh<sup>1</sup>, Silvy Dewi Anggraini<sup>2</sup>, Rian Kusuma Wardhana<sup>3</sup>

<sup>1,2</sup> Institut Teknologi dan Bisnis Tuban

<sup>3</sup> Comrel PT Solusi Bangun Indonesia

## Article Info

### Article history:

Received May, 2026

Revised May, 2026

Accepted May, 2026

### Kata Kunci:

Corporate Social Responsibility, UMKM, Keberlanjutan Usaha, Pemberdayaan Masyarakat, NVivo

### Keywords:

Corporate Social Responsibility, UMKM, Business Sustainability, Community Empowerment, NVivo

## ABSTRAK

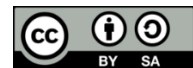
Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, namun masih menghadapi berbagai kendala seperti keterbatasan kapasitas usaha, legalitas, dan akses pasar yang dapat menghambat keberlanjutan usaha. Salah satu upaya yang dilakukan untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah melalui program Corporate Social Responsibility (CSR) perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi program CSR PT Solusi Bangun Indonesia Tbk Pabrik Tuban dalam mendukung keberlanjutan usaha UMKM binaan. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Informan penelitian berjumlah lima pelaku UMKM penerima manfaat program CSR yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan bantuan perangkat lunak NVivo 12 Pro melalui proses coding, kategorisasi tema, dan visualisasi data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program CSR PT Solusi Bangun Indonesia Pabrik Tuban diwujudkan dalam bentuk pelatihan dan pengembangan kapasitas, bantuan peralatan produksi, pendampingan legalitas usaha, pendampingan pemasaran, serta penyediaan fasilitas produksi bersama. Program tersebut memberikan dampak positif terhadap keberlanjutan usaha UMKM dari aspek ekonomi, sosial, dan keberlanjutan jangka panjang. Kebaruan penelitian ini terletak pada eksplorasi mendalam mengenai implementasi CSR perusahaan industri semen terhadap keberlanjutan UMKM binaan melalui analisis kualitatif berbasis NVivo. Temuan penelitian memberikan implikasi bahwa model CSR berbasis pendampingan berkelanjutan dapat menjadi strategi efektif dalam meningkatkan kemandirian dan daya saing UMKM.

## ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a significant role in the Indonesian economy; however, they continue to face various challenges, including limited business capacity, legal compliance, and market access, which may hinder business sustainability. One strategic effort to address these issues is through Corporate Social Responsibility (CSR) programs implemented by companies. This study aims to explore the CSR program of PT Solusi Bangun Indonesia Tbk Tuban Plant in supporting the sustainability of its assisted MSMEs. This research employed a qualitative approach with a case study method. Five MSME beneficiaries of the CSR program were selected as informants using purposive sampling. Data were collected through in-

depth interviews, observation, and documentation, and analyzed using NVivo 12 Pro through coding, theme categorization, and data visualization processes. The findings reveal that the CSR program consists of capacity-building training, production equipment assistance, business legality support, marketing assistance, and shared production facilities. These programs positively contribute to the sustainability of MSMEs in terms of economic, social, and long-term sustainability dimensions. The novelty of this study lies in its in-depth exploration of CSR implementation in the cement industry sector and its contribution to MSME sustainability using NVivo-based qualitative analysis. The findings imply that a CSR model emphasizing continuous assistance can serve as an effective strategy to enhance MSME independence and competitiveness.

*This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.*



---

#### **Corresponding Author:**

Name: Mochamad Sholeh

Institution: Institut Teknologi dan Bisnis Tuban

Email: [solehprayuda@gmail.com](mailto:solehprayuda@gmail.com)

---

## **1. PENDAHULUAN**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan unit usaha produktif yang dijalankan oleh individu maupun badan usaha dengan skala aset dan omzet tertentu sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan di Indonesia. UMKM memiliki peran strategis dalam perekonomian nasional karena berkontribusi terhadap penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, serta pertumbuhan ekonomi daerah. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang biasa dikenal sebagai UMKM merupakan salah satu pendorong perekonomian Indonesia yang memiliki kontribusi penting terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menjadi motor penggerak perekonomian nasional. Pertumbuhan UMKM yang terus meningkat dari tahun ke tahun mencerminkan dinamika ekonomi kerakyatan yang hidup di berbagai lapisan masyarakat, mulai dari sektor kuliner, kerajinan tangan, fashion, hingga perdagangan eceran (Liu Wea et al., 2023). Besarnya kontribusi tersebut menjadikan UMKM sebagai tulang punggung perekonomian nasional yang tidak dapat diabaikan.

Meskipun memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian, UMKM masih menghadapi berbagai tantangan dalam menjalankan usahanya. Permasalahan yang umum dihadapi meliputi keterbatasan akses permodalan dan perlengkapan usaha, rendahnya kapasitas pengelolaan usaha, keterbatasan akses pasar, serta belum terpenuhinya aspek legalitas usaha seperti surat izin usaha dan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) (Firdausyi et al., 2023). Selain itu, UMKM juga menghadapi tuntutan untuk mampu menjalankan praktik bisnis yang berkelanjutan di tengah persaingan pasar yang semakin dinamis. Kondisi tersebut menempatkan UMKM pada posisi yang rentan terhadap berbagai tekanan ekonomi sehingga membutuhkan dukungan dari berbagai pihak agar dapat tumbuh dan berkembang secara mandiri.

Dalam upaya mendukung keberlanjutan UMKM, Corporate Social Responsibility (CSR) hadir sebagai salah satu pendekatan yang relevan dan strategis. CSR didefinisikan sebagai komitmen perusahaan untuk turut serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat bagi perusahaan, komunitas setempat, maupun masyarakat secara umum sebagaimana diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 (Liu Wea et al., 2023). CSR tidak hanya berorientasi pada pemberian bantuan atau kegiatan amal semata, tetapi juga mencerminkan tanggung jawab moral perusahaan terhadap

seluruh pemangku kepentingan. Kaligis et al. (2025) mendefinisikan CSR sebagai komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui praktik bisnis dan kontribusi sukarela yang berkelanjutan. Dengan demikian, CSR bukan hanya instrumen manajemen risiko atau pencitraan perusahaan, melainkan bentuk nyata tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan sekitarnya.

Di Indonesia, pelaksanaan CSR diperkuat melalui Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, khususnya Pasal 74, yang mewajibkan perusahaan yang menjalankan kegiatan usaha di bidang sumber daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan (Liu Wea et al., 2023). Regulasi tersebut mendorong perusahaan untuk mengembangkan program CSR yang terstruktur dan berkelanjutan. Kaligis et al. (2025) menegaskan bahwa CSR yang diintegrasikan secara strategis dan berlandaskan nilai-nilai etika mampu memperkuat reputasi perusahaan, meningkatkan kepercayaan publik, serta mendukung keberlanjutan perusahaan dalam jangka panjang. Sebaliknya, CSR yang hanya dijalankan sebagai formalitas cenderung tidak memberikan dampak nyata bagi masyarakat penerima manfaat.

Secara teoretis, pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) dapat dijelaskan melalui stakeholder theory yang dikembangkan oleh Freeman. Teori ini menjelaskan bahwa perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada pemegang saham, tetapi juga kepada seluruh pemangku kepentingan yang dipengaruhi oleh aktivitas perusahaan, termasuk masyarakat dan komunitas lokal di sekitar wilayah operasional perusahaan (Awa et al., 2024). Berdasarkan perspektif stakeholder theory, program CSR yang diarahkan pada pemberdayaan UMKM lokal merupakan bentuk nyata upaya perusahaan dalam menciptakan nilai bersama (shared value) bagi masyarakat sekaligus memperkuat legitimasi sosial perusahaan sebagai pelaku industri yang bertanggung jawab.

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa program CSR memiliki kontribusi positif terhadap pengembangan dan keberlanjutan UMKM. Arlinaninova dan Dewi (2024) menemukan bahwa program CSR yang disertai pendampingan intensif mampu meningkatkan kapasitas usaha, kemandirian, dan kepercayaan diri pelaku UMKM. Firdausy et al. (2023) juga membuktikan bahwa dukungan CSR dalam bentuk fasilitas usaha dan pembinaan berkelanjutan berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Sementara itu, Kaligis et al. (2025) menegaskan bahwa CSR yang berakar pada nilai-nilai lokal dan melibatkan partisipasi aktif masyarakat lebih efektif dalam menciptakan dampak sosial yang berkelanjutan. Temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa CSR tidak hanya berperan sebagai instrumen tanggung jawab sosial perusahaan, tetapi juga sebagai sarana pemberdayaan ekonomi masyarakat.

PT Solusi Bangun Indonesia Tbk (SBI) Pabrik Tuban merupakan salah satu perusahaan manufaktur yang bergerak di industri semen dengan merek dagang Dynamix. Sebagai perusahaan yang aktivitas operasionalnya berkaitan erat dengan pemanfaatan sumber daya alam dan lingkungan, PT Solusi Bangun Indonesia memiliki tanggung jawab untuk melaksanakan program CSR yang memberikan manfaat bagi masyarakat sekitar. Salah satu program yang dijalankan adalah pemberdayaan dan pendampingan UMKM lokal melalui berbagai bentuk pelatihan, bantuan fasilitas usaha, pendampingan legalitas, dan penguatan akses pasar.

Sebelum mengikuti program CSR PT Solusi Bangun Indonesia Tbk Pabrik Tuban, sebagian besar pelaku UMKM binaan menghadapi berbagai kendala dalam menjalankan usahanya, seperti keterbatasan kemampuan manajerial, administrasi keuangan yang belum tertata, akses pasar yang terbatas, serta minimnya legalitas usaha. Permasalahan tersebut sejalan dengan kondisi umum UMKM di Indonesia sebagaimana dijelaskan oleh Liu Wea et al. (2023). Setelah mengikuti program binaan CSR, para pelaku UMKM mulai merasakan berbagai perubahan positif, baik dari sisi peningkatan kapasitas usaha, perluasan jaringan pemasaran, maupun peningkatan kepercayaan diri dalam menjalankan usaha. Temuan tersebut sejalan dengan penelitian Arlinaninova dan Dewi (2024) yang menunjukkan bahwa program CSR yang disertai pendampingan berkelanjutan mampu meningkatkan kapasitas dan kemandirian pelaku UMKM. Kaligis et al. (2025) juga menyatakan

bahwa CSR yang melibatkan partisipasi aktif masyarakat lebih efektif dalam membangun hubungan jangka panjang antara perusahaan dan komunitas lokal.

Meskipun penelitian mengenai CSR dan UMKM telah berkembang cukup pesat di Indonesia, sebagian besar penelitian terdahulu masih berfokus pada pengaruh CSR terhadap kinerja UMKM menggunakan pendekatan kuantitatif (Liu Wea et al., 2023; Firdausyi et al., 2023) atau dilakukan pada sektor perbankan dan lembaga keuangan (Arlinaninova & Dewi, 2024). Penelitian yang mengkaji implementasi CSR pada sektor industri semen, khususnya melalui pendekatan kualitatif yang mengeksplorasi pengalaman langsung penerima manfaat program, masih relatif terbatas. Selain itu, penelitian sebelumnya lebih banyak menyoroti dampak ekonomi program CSR, sementara dimensi sosial dan keberlanjutan usaha jangka panjang belum banyak dieksplorasi secara mendalam. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan penelitian (research gap) terkait bagaimana program CSR perusahaan manufaktur dapat membangun keberlanjutan UMKM melalui berbagai bentuk intervensi seperti pelatihan, pendampingan usaha, fasilitasi legalitas, dan perluasan akses pasar.

Berdasarkan research gap tersebut, penelitian ini bertujuan untuk: (1) mengidentifikasi bentuk-bentuk program CSR PT Solusi Bangun Indonesia Tbk Pabrik Tuban bagi UMKM binaan; dan (2) menganalisis kontribusi program CSR tersebut terhadap keberlanjutan usaha UMKM binaan dari aspek ekonomi, sosial, dan keberlanjutan usaha jangka panjang.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam memperkaya literatur mengenai implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) berbasis pemberdayaan UMKM pada sektor industri semen. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam merancang program CSR yang lebih efektif, berkelanjutan, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat di sekitar wilayah operasional perusahaan.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan konsep yang terus berkembang seiring dengan meningkatnya tuntutan masyarakat terhadap tanggung jawab sosial perusahaan dalam dunia bisnis modern. CSR didefinisikan sebagai suatu cara bagi perusahaan untuk mengkomunikasikan kepada para pemangku kepentingan (stakeholders) bahwa perusahaan memberikan perhatian terhadap dampak sosial dan lingkungan yang ditimbulkan oleh aktivitas operasionalnya (Arlinaninova & Dewi, 2024). Sementara itu, Kotler dan Lee mendefinisikan CSR sebagai komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui praktik bisnis yang etis dan kontribusi sukarela yang berkelanjutan (Kotler & Lee, 2005, sebagaimana dikutip dalam Kaligis et al., 2025). Definisi tersebut menunjukkan bahwa CSR tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi perusahaan, tetapi juga memperhatikan aspek sosial dan lingkungan.

Dalam konteks Indonesia, pelaksanaan CSR memiliki landasan hukum yang kuat. Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas Pasal 74 mewajibkan perusahaan yang bergerak di bidang sumber daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan (Liu Wea et al., 2023). Selain itu, Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 menegaskan bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan merupakan komitmen perseroan untuk berpartisipasi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat bagi perusahaan, komunitas lokal, dan masyarakat secara umum (Liu Wea et al., 2023). Dengan demikian, CSR tidak hanya menjadi kewajiban moral, tetapi juga bagian dari kewajiban hukum perusahaan.

### 2.2 *Stakeholder Theory*

Stakeholder Theory diperkenalkan oleh Freeman pada tahun 1984 dan menjadi salah satu teori utama yang digunakan untuk menjelaskan pelaksanaan CSR. Teori ini menyatakan bahwa perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada pemegang saham (shareholders), tetapi juga kepada seluruh pihak yang terdampak oleh aktivitas perusahaan, seperti karyawan, konsumen, pemerintah, masyarakat lokal, dan lingkungan sekitar (Awa et al., 2024).

Dalam perspektif Stakeholder Theory, keberhasilan perusahaan tidak hanya diukur dari pencapaian keuntungan finansial, tetapi juga dari kemampuannya memenuhi kebutuhan dan harapan para pemangku kepentingan. Oleh karena itu, program CSR yang ditujukan untuk pemberdayaan masyarakat dan UMKM merupakan bentuk implementasi nyata dari teori ini. Melalui program CSR, perusahaan berupaya menciptakan hubungan yang harmonis dengan masyarakat sekaligus membangun nilai bersama (shared value) yang dapat memberikan manfaat bagi kedua belah pihak (Awa et al., 2024).

Pada penelitian ini, Stakeholder Theory digunakan untuk menjelaskan bagaimana PT Solusi Bangun Indonesia Tbk Pabrik Tuban menjalankan program CSR sebagai bentuk tanggung jawab terhadap masyarakat sekitar wilayah operasional perusahaan, khususnya pelaku UMKM binaan.

### 2.3 CSR dan Keberlanjutan Usaha UMKM

Keberlanjutan usaha UMKM merupakan kemampuan usaha untuk mempertahankan aktivitas bisnisnya dalam jangka panjang melalui peningkatan kapasitas usaha, kemampuan beradaptasi terhadap perubahan pasar, serta pengelolaan sumber daya yang efektif. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa program CSR dapat berkontribusi terhadap keberlanjutan UMKM melalui pemberian pelatihan, bantuan fasilitas produksi, pendampingan usaha, dan perluasan akses pasar.

Penelitian Arlinaninova dan Dewi (2024) menemukan bahwa program CSR yang disertai pendampingan intensif mampu meningkatkan kapasitas, kemandirian, dan kepercayaan diri pelaku UMKM. Sementara itu, Liu Wea et al. (2023) membuktikan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap peningkatan kinerja dan keberlanjutan usaha UMKM, terutama melalui peningkatan akses terhadap sumber daya dan penguatan kapasitas usaha. Firdausyi et al. (2023) juga menjelaskan bahwa dukungan CSR dalam bentuk fasilitas usaha dan pembinaan berkelanjutan mampu mendorong inovasi dan meningkatkan daya saing UMKM.

Selain memberikan dampak ekonomi, CSR juga berkontribusi terhadap penguatan aspek sosial dan keberlanjutan jangka panjang UMKM. Kaligis et al. (2025) menyatakan bahwa CSR yang berbasis pemberdayaan masyarakat dan melibatkan partisipasi aktif komunitas mampu menciptakan dampak yang lebih berkelanjutan dibandingkan program CSR yang hanya bersifat bantuan sesaat. Oleh karena itu, program CSR yang dirancang secara komprehensif berpotensi menjadi instrumen penting dalam mendukung keberlanjutan usaha UMKM.

## 3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk mengeksplorasi program Corporate Social Responsibility (CSR) PT Solusi Bangun Indonesia Tbk Pabrik Tuban dalam mendukung keberlanjutan usaha UMKM binaan. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan memahami secara mendalam pengalaman, persepsi, dan manfaat yang dirasakan oleh penerima program CSR, sehingga memungkinkan peneliti memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai implementasi program CSR dan dampaknya terhadap keberlanjutan usaha UMKM.

Penelitian dilaksanakan di wilayah operasional PT Solusi Bangun Indonesia Tbk Pabrik Tuban, Jawa Timur. Lokasi penelitian dipilih karena perusahaan memiliki program CSR yang secara aktif melakukan pembinaan dan pemberdayaan UMKM masyarakat sekitar melalui berbagai kegiatan pelatihan, pendampingan usaha, bantuan peralatan produksi, legalitas usaha, dan akses pemasaran.

Sumber data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam (in-depth interview) dengan lima informan yang merupakan pelaku UMKM penerima manfaat program CSR PT Solusi Bangun Indonesia Tbk Pabrik Tuban. Informan dipilih menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria: (1) merupakan anggota kelompok binaan CSR PT SBI, (2) aktif menjalankan usaha, dan (3) telah mengikuti program CSR dalam jangka waktu tertentu sehingga mampu memberikan informasi yang relevan dengan tujuan penelitian. Data sekunder diperoleh dari dokumen perusahaan, laporan CSR, literatur ilmiah, jurnal, serta dokumen pendukung lainnya yang berkaitan dengan CSR dan keberlanjutan UMKM.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi lapangan, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan secara semi terstruktur menggunakan pedoman wawancara yang disusun berdasarkan fokus penelitian, yaitu bentuk program CSR dan kontribusinya terhadap keberlanjutan usaha UMKM binaan.

Analisis data dilakukan menggunakan bantuan perangkat lunak NVivo 12 Pro. Proses analisis diawali dengan transkripsi hasil wawancara, kemudian dilakukan proses coding terhadap data yang relevan. Selanjutnya, data dikelompokkan ke dalam tema dan subtema yang muncul dari hasil wawancara. Hasil coding divisualisasikan menggunakan fitur Hierarchy Chart untuk mengidentifikasi tema dominan yang paling banyak muncul dalam data penelitian. Tahapan analisis meliputi proses pengorganisasian data, open coding, kategorisasi tema, visualisasi hubungan antar tema, serta interpretasi hasil berdasarkan teori dan penelitian terdahulu.

Untuk menjaga kredibilitas data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dengan membandingkan hasil wawancara antar informan dan dokumen pendukung yang relevan. Selain itu, interpretasi data dilakukan secara sistematis dengan mengacu pada tema-tema yang dihasilkan melalui analisis NVivo sehingga mampu meningkatkan transparansi dan ketelitian dalam proses analisis data.

Penggunaan NVivo 12 Pro menjadi keunggulan penelitian ini karena memungkinkan proses pengelolaan, pengkodean, dan visualisasi data kualitatif dilakukan secara lebih sistematis, transparan, dan terstruktur dibandingkan analisis manual. Melalui pendekatan ini, temuan penelitian dapat menggambarkan secara lebih komprehensif bentuk program CSR PT Solusi Bangun Indonesia Tbk Pabrik Tuban dan kontribusinya terhadap keberlanjutan usaha UMKM binaan.

## **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **4.1 Gambaran Umum Program CSR PT Solusi Bangun Indonesia Tbk Pabrik Tuban**

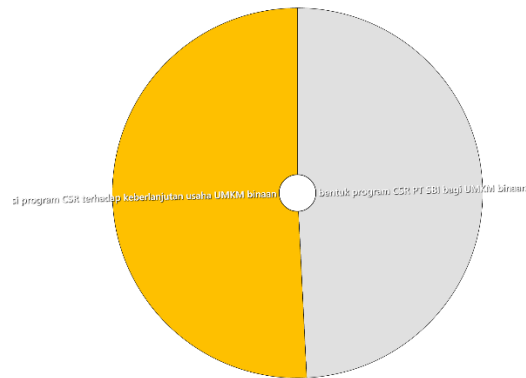
PT Solusi Bangun Indonesia Tbk (SBI) merupakan anak perusahaan PT Semen Indonesia (Persero) Tbk yang bergerak di bidang industri semen dengan merek dagang Dynamix. Sebagai perusahaan yang beroperasi di wilayah Kabupaten Tuban dan berinteraksi langsung dengan masyarakat sekitar, PT SBI melaksanakan program Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat di wilayah operasionalnya.

Program CSR PT SBI dikelola oleh tim Community Relations (Comrel) yang bertugas melakukan identifikasi, pendampingan, dan pembinaan kelompok masyarakat penerima manfaat. Berdasarkan hasil penelitian, PT SBI memiliki lima kelompok binaan utama, yaitu Banyu Legi, Banyu Aji, Bale Bakry, Bank Sampah, dan Ekoprint. Penelitian ini secara khusus berfokus pada kelompok Banyu Legi dan Bale Bakry yang bergerak pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

Penelitian dilakukan melalui wawancara mendalam terhadap lima narasumber yang merupakan penerima manfaat program CSR PT SBI.

#### 4.2 Hasil Analisis NVivo terhadap Program CSR PT SBI

Analisis data dilakukan menggunakan perangkat lunak NVivo 12 Pro melalui proses coding terhadap hasil wawancara. Hasil coding menghasilkan dua tema utama yang sesuai dengan fokus penelitian, yaitu bentuk program CSR PT SBI dan kontribusi program CSR terhadap Keberlanjutan UMKM. Hasil analisis divisualisasikan melalui Hierarchy Chart NVivo yang menunjukkan dominasi tema berdasarkan frekuensi kemunculan data wawancara.



Gambar 1. Hierarchy Chart Hasil Analisis NVivo

Berdasarkan hasil visualisasi tersebut, tema Bentuk Program CSR dan Kontribusi Program CSR menjadi tema yang paling dominan dalam wawancara narasumber. Hal ini menunjukkan bahwa penerima manfaat lebih banyak menyoroti jenis bantuan yang diberikan perusahaan serta dampaknya terhadap perkembangan usaha mereka.

#### 4.3 Bentuk Program CSR PT SBI untuk UMKM Binaan

Hasil analisis NVivo menunjukkan bahwa bentuk program CSR PT SBI terdiri dari lima kategori utama, yaitu pelatihan dan pengembangan kapasitas, bantuan peralatan produksi, pendampingan legalitas usaha, pendampingan pemasaran, serta fasilitas produksi bersama.

Tabel 1. Ringkasan Bentuk Program CSR PT SBI untuk UMKM Binaan

| No | Kategori Program                       | Bentuk Program                                                           | Kelompok Penerima                                        |
|----|----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|
| 1  | Pelatihan dan Pengembangan Kapasitas   | Pelatihan produksi, pemasaran digital, manajemen keuangan, kewirausahaan | Banyu Legi, Bale Bakry, Banyu Aji, Bank Sampah, Ekoprint |
| 2  | Bantuan Peralatan Produksi             | Oven, mixer, blender, dan alat produksi lainnya                          | Banyu Legi, Bale Bakry                                   |
| 3  | Pendampingan Legalitas Usaha           | PIRT, sertifikasi halal, NPWP, uji laboratorium                          | Banyu Legi                                               |
| 4  | Pendampingan Pemasaran dan Akses Pasar | Beranda Tuwuh Mendhiri, pameran, Google Maps, media sosial               | Seluruh UMKM binaan                                      |
| 5  | Fasilitas Produksi Bersama             | Dapur Bersih RKTm                                                        | Bale Bakry                                               |

Sumber: Data Diolah Oleh Penulis (2026)

#### 1. Pelatihan dan Pengembangan Kapasitas

Pelatihan merupakan bentuk program yang paling banyak disebutkan oleh narasumber. Program ini mencakup pelatihan pembuatan produk, pemasaran digital, manajemen keuangan, serta kewirausahaan. Salah satu narasumber menyampaikan:

“Pada awalnya saya diberikan bantuan pelatihan pembuatan kue. Pelatihan itu SBI bekerja sama dengan BLK.”

Temuan ini menunjukkan bahwa pendekatan CSR PT SBI tidak hanya berfokus pada bantuan fisik, tetapi juga peningkatan kapasitas sumber daya manusia. Temuan ini sejalan dengan Arlinaninova dan Dewi (2024) yang menyatakan bahwa pelatihan dan pendampingan berkelanjutan mampu meningkatkan kompetensi dan kemandirian UMKM.

## **2. Bantuan Peralatan Produksi**

Selain pelatihan, PT SBI memberikan bantuan peralatan produksi seperti oven, mixer, dan blender.

“Untuk fasilitas itu kami diberikan pelatihan dan peralatan yang dibutuhkan untuk pertama kali produksi.”

Pemberian alat produksi dinilai lebih efektif dibanding bantuan tunai karena mendorong penerima manfaat untuk memanfaatkan bantuan secara produktif.

## **3. Pendampingan Legalitas Usaha**

Program legalitas usaha menjadi salah satu keunggulan CSR PT SBI. Bentuk pendampingan yang diberikan meliputi pengurusan PIRT, sertifikasi halal, NPWP, dan uji laboratorium.

“PIRT, halal, dan NPWP itu dibantu oleh perusahaan.”

Program ini membantu UMKM meningkatkan kredibilitas produk dan memperluas akses pasar.

## **4. Pendampingan Pemasaran dan Akses Pasar**

PT SBI menyediakan berbagai dukungan pemasaran, baik secara digital maupun offline.

“Ada fasilitas marketing yang paling bermanfaat untuk membantu penjualan produk kami.”

Keberadaan Beranda Tuwuh Mendhiri menjadi salah satu inovasi yang memberikan akses pasar langsung bagi UMKM binaan.

## **5. Fasilitas Produksi Bersama**

Kelompok Bale Bakry memperoleh fasilitas dapur produksi bersama yang digunakan untuk meningkatkan kualitas dan kapasitas produksi

### **4.4 Kontribusi Program CSR terhadap Keberlanjutan UMKM**

Hasil analisis NVivo menunjukkan bahwa kontribusi program CSR PT SBI terhadap keberlanjutan UMKM dapat dikelompokkan ke dalam tiga dimensi utama, yaitu ekonomi, sosial, dan keberlanjutan usaha jangka panjang.

#### **1. Dampak Ekonomi**

Seluruh narasumber menyatakan bahwa program CSR memberikan kontribusi terhadap peningkatan pendapatan dan stabilitas usaha.

“Yang pastinya stabil, karena setiap hari ada pemasukan.”

“Usaha ini menjadi tulang punggung keluarga setelah suami meninggal.”

Temuan ini menunjukkan bahwa CSR PT SBI berhasil memperkuat ketahanan ekonomi pelaku UMKM.

## 2. Dampak Sosial

Program CSR juga memberikan dampak pada peningkatan kepercayaan diri, keterampilan, dan motivasi berwirausaha.

“Saya jadi berani memasarkan produk ke luar pabrik.”

Peningkatan kapasitas sosial ini memperlihatkan bahwa CSR tidak hanya menghasilkan manfaat ekonomi, tetapi juga pemberdayaan masyarakat.

## 3. Keberlanjutan Usaha Jangka Panjang

Aspek keberlanjutan terlihat dari meningkatnya legalitas usaha, inovasi produk, serta perluasan jaringan pemasaran.

“Produk saya bisa masuk Indomaret.”

“Saya mendapat pesanan dari luar kota melalui Google Maps.”

Temuan ini menunjukkan bahwa CSR PT SBI tidak hanya menyelesaikan kebutuhan jangka pendek, tetapi juga membangun fondasi keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

## Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa program CSR PT SBI tidak hanya berorientasi pada pemberian bantuan sesaat, tetapi mengarah pada pemberdayaan UMKM secara komprehensif. Temuan ini konsisten dengan Stakeholder Theory (Freeman) yang menekankan bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab terhadap masyarakat sebagai pemangku kepentingan utama.

Selain itu, temuan penelitian juga sejalan dengan konsep Triple Bottom Line yang menekankan keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, dan keberlanjutan. Program pelatihan, legalitas usaha, dan pemasaran yang dilakukan PT SBI terbukti memberikan manfaat pada ketiga dimensi tersebut secara bersamaan.

Meskipun demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya melibatkan lima narasumber dari dua kelompok binaan sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan pada seluruh program CSR PT SBI. Penelitian selanjutnya dapat melibatkan lebih banyak kelompok binaan serta menggunakan pendekatan mixed methods untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif.

## 5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, program Corporate Social Responsibility (CSR) PT Solusi Bangun Indonesia Tbk Pabrik Tuban terbukti memberikan kontribusi yang signifikan terhadap keberlanjutan usaha UMKM binaan, khususnya kelompok Banyu Legi dan Bale Bakry. Program CSR yang dijalankan tidak hanya berupa bantuan fisik, tetapi juga mencakup pelatihan peningkatan kapasitas, bantuan peralatan produksi, pendampingan legalitas usaha, serta dukungan pemasaran melalui berbagai saluran pemasaran konvensional maupun digital. Hasil analisis menunjukkan bahwa program tersebut berkontribusi pada peningkatan kemampuan usaha, perluasan akses pasar, dan penguatan daya saing UMKM binaan.

Ditinjau dari perspektif Triple Bottom Line, program CSR PT Solusi Bangun Indonesia Pabrik Tuban memberikan dampak positif pada dimensi ekonomi, sosial, dan keberlanjutan usaha. Secara ekonomi, program ini membantu meningkatkan pendapatan dan stabilitas usaha UMKM. Secara sosial, program ini mendorong tumbuhnya kepercayaan diri, kemandirian, serta pemberdayaan pelaku usaha, terutama perempuan yang berperan sebagai kepala keluarga. Sementara itu, dari sisi keberlanjutan usaha, pendampingan legalitas, inovasi produk, dan penguatan akses pasar berhasil membangun fondasi usaha yang lebih kuat dan berkelanjutan.

Temuan penelitian ini memberikan kontribusi pada pengembangan kajian CSR berbasis pemberdayaan UMKM dengan menunjukkan bahwa keberhasilan program CSR tidak semata ditentukan oleh besarnya bantuan yang diberikan, melainkan oleh keberadaan pendampingan yang komprehensif dan berkelanjutan. Temuan ini juga memperkuat stakeholder theory yang

menekankan pentingnya keterlibatan perusahaan dalam menciptakan nilai bersama (shared value) bagi masyarakat di sekitar wilayah operasionalnya.

Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi perusahaan lain dalam merancang program CSR yang berorientasi pada pemberdayaan dan keberlanjutan UMKM. Namun demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya melibatkan lima informan dari dua kelompok binaan CSR sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan pada seluruh penerima manfaat program CSR PT Solusi Bangun Indonesia maupun perusahaan lainnya. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan melibatkan jumlah informan yang lebih luas, berbagai kelompok binaan, serta menggunakan pendekatan mixed methods agar diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai efektivitas program CSR terhadap keberlanjutan UMKM.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al Farisi, S., & Fasa, M. I. (2022). Peran UMKM dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 9(1), 73–84.
- Arlinaninova, C. J., & Dewi, P. K. (2024). Dampak CSR PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) terhadap pembiayaan UMKM di Indonesia. *Transformasi: Journal of Economics and Business Management*, 3(2), 216–223. <https://doi.org/10.56444/transformasi.v3i2.1827>
- Aufar, A., Raharjo, S., & Resnawaty, R. (2022). Upaya penanganan permasalahan perempuan dalam program CSR. *JISIP UNJA: Jurnal Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Jambi*, 6(1), 1–11. <https://doi.org/10.22437/jisipunja.v6i1.16312>
- Awa, H. O., Etim, W., & Ogbonda, E. (2024). Stakeholders, stakeholder theory and Corporate Social Responsibility (CSR). *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 9(11). <https://doi.org/10.1186/s40991-024-00094-y>
- Caha, Z., Skýpalová, R., & Mrhálek, T. (2024). CSR as a framework for sustainability in SMEs: The relationship between company size, industrial sector, and triple bottom line activities. *Asia Pacific Management Review*, 29(4), 451–461. <https://doi.org/10.1016/j.apmr.2024.09.006>
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business*. Capstone Publishing.
- Firdausy, I. A., Lestari, E. R., & Dania, W. A. P. (2023). Analisis anteseden inovasi hijau terhadap kinerja berkelanjutan pada UMKM berbasis pangan di Kediri Raya. *Agrointek*, 17(1), 135–144. <https://doi.org/10.21107/agrointek.v17i1.13610>
- Kaligis, S., Kantohe, M. S. S., & Wauran, A. L. (2025). Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai wujud etika bisnis. *Jambura Accounting Review*, 6(1), 321–333.
- Kotler, P., & Lee, N. (2005). *Corporate social responsibility: Doing the most good for your company and your cause*. John Wiley & Sons.
- Liu Wea, M. K., Mitani, W., & Aurelia, P. N. (2023). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap kinerja inovasi UMKM di Kecamatan Alok Timur. *JURA: Jurnal Riset Akuntansi*, 1(4), 45–55. <https://doi.org/10.54066/jura-itb.v1i4.837>
- Noordink, T., Verharen, L., Schalk, R., & Van Regenmortel, T. (2024). A conceptual exploration of psychological empowerment with older people: A tailored concept mapping approach. *Journal of Gerontological Social Work*, 67(8), 1153–1173. <https://doi.org/10.1080/01634372.2024.2359927>
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas. (2012).
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kombinasi (mixed methods)*. Alfabeta.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. (2007).
- Veranita, M., Nurdiani, R., Puspitasari, N., Amdani, K., & Megananda, D. (2023). Pemberdayaan pelaku UMKM perempuan dalam upaya peningkatan ketahanan ekonomi melalui pelatihan digital marketing. *JURPIKAT: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 4(3), 388–401. <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v4i3.1461>