

## **Pemberdayaan UMKM Melalui Program TJSL PT Brantas Abipraya di Desa Cimekar, Kabupaten Bandung**

**Herma Julia Rahayu<sup>1</sup>, Asep Dadan Wildan<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Sosiologi, UIN Sunan Gunung Djati, Indonesia, hermajulia20@gmail.com

<sup>2</sup>Sosiologi, UIN Sunan Gunung Djati, Indonesia, a.dadanwildan@uinsgd.ac.id

### **Abstrak**

Program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) yang dilakukan oleh PT Brantas Abipraya di Desa Cimekar merupakan bentuk kontribusi perusahaan dalam mengatasi persoalan sosial ekonomi masyarakat, khususnya pelaku UMKM yang menghadapi keterbatasan akses terhadap pelatihan, modal, dan pasar. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya peran sektor swasta dalam mendorong pemberdayaan masyarakat berbasis potensi lokal. Permasalahan yang dikaji adalah bagaimana bentuk dan dampak program pemberdayaan yang dilakukan perusahaan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis proses pemberdayaan UMKM serta keterlibatan perusahaan dalam pembangunan masyarakat. Penelitian ini menggunakan teori pemberdayaan dari Julian Rappaport (1984) yang menekankan pentingnya partisipasi, kontrol sosial, dan peningkatan kapasitas. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif melalui studi literatur, dengan data sekunder yang diperoleh dari berita, dokumen resmi, dan kajian ilmiah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembinaan UMKM oleh perusahaan dapat menjadi strategi pemberdayaan yang efektif dalam memperkuat ekonomi lokal dan mendorong pembangunan berbasis masyarakat.

**Kata Kunci:** *Pemberdayaan, UMKM, TJSL*

### **Latar Belakang**

Program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) adalah bentuk kepedulian perusahaan terhadap pembangunan yang berkelanjutan. Program ini bertujuan untuk menjaga keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi, kesejahteraan masyarakat, dan kelestarian lingkungan. Dalam hal ini, PT Brantas Abipraya sebagai salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) tidak hanya menjalankan proyek infrastruktur, tetapi juga ikut ambil bagian dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat di sekitar wilayah operasionalnya. Salah satu upaya yang dilakukan adalah melalui program pembinaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Cimekar, Kabupaten Bandung.

Desa Cimekar memiliki potensi ekonomi yang cukup besar. Banyak warganya yang menjalankan usaha kecil seperti produksi makanan ringan, kerajinan tangan, dan pekerjaan di sektor informal. Sayangnya, potensi tersebut belum dimanfaatkan secara maksimal. Masih banyak pelaku UMKM yang menghadapi kendala seperti keterbatasan modal, kurangnya pengetahuan tentang pengelolaan usaha, minimnya pelatihan, serta kesulitan dalam memasarkan produk mereka.

Permasalahan-permasalahan ini membuat perkembangan UMKM menjadi lambat dan kurang mampu bersaing. Bahkan, sebagian usaha hanya berjalan seadanya tanpa ada peningkatan yang berarti. Ini menunjukkan bahwa masyarakat belum mendapatkan akses yang cukup terhadap dukungan yang bisa membantu mereka berkembang. Dalam situasi seperti ini, kehadiran program TJSL dari perusahaan menjadi sangat penting. Program ini bisa menjadi jembatan agar masyarakat mendapatkan pelatihan, pendampingan, bantuan permodalan, dan akses pasar.

Lebih dari sekadar meningkatkan pendapatan, pemberdayaan UMKM melalui TJSL juga bisa mendorong kemandirian masyarakat. Masyarakat didorong untuk menjadi pelaku usaha yang aktif, kreatif, dan mampu beradaptasi dengan perubahan. Selain itu, kegiatan ini juga dapat

memperkuat hubungan antara perusahaan dan masyarakat, serta menciptakan kerja sama yang saling menguntungkan dalam jangka panjang.

### **Tinjauan Pustaka**

Penelitian yang berkaitan dengan program TJSL dan pemberdayaan masyarakat sudah pernah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya. Salah satunya adalah penelitian yang dilakukan oleh Sri Bakti Yunari dengan judul "Analisis Yuridis Pelaksanaan TJSL Perseroan dalam Bentuk Pemberdayaan Masyarakat di Bidang Sosial dan Lingkungan (Studi pada PT KPC)". Dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa program TJSL yang dijalankan oleh perusahaan bisa menjadi upaya nyata untuk membantu masyarakat sekitar, terutama dalam bidang sosial dan lingkungan.

Selanjutnya, penelitian dari Tira Fitriawardhani dan tim berjudul "Pemberdayaan UMKM Minuman Sehat Kampung Dukuh Pakis Melalui Digital Marketing Campaign" membahas bagaimana pemberdayaan UMKM bisa dilakukan melalui promosi digital. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa UMKM bisa lebih berkembang jika mendapatkan dukungan pelatihan dan strategi pemasaran yang tepat, terutama di era digital sekarang ini.

Penelitian lainnya dari Rina Ekawati, A.D. Prasetyo, dan S. Suesilowati dengan judul "*Social Return on Investment (SROI) Program TJSL BUMN Tahun 2024*" menjelaskan bahwa program TJSL bisa diukur manfaatnya secara sosial dan ekonomi menggunakan pendekatan SROI. Hal ini penting agar program yang dijalankan perusahaan benar-benar memberikan dampak bagi masyarakat dan tidak sekadar formalitas.

Teori pemberdayaan menurut Julian Rappaport (1984) menekankan pentingnya proses pemberian kontrol kepada individu atau kelompok terhadap kehidupan mereka. Dalam konteks sosial, pemberdayaan berarti menciptakan ruang bagi masyarakat untuk mengembangkan kapasitasnya agar dapat membuat keputusan secara mandiri dan berdaya. Proses ini mencakup penguatan rasa percaya diri, penyediaan akses terhadap sumber daya, dan keterlibatan aktif dalam pengambilan keputusan.

Rappaport juga menjelaskan bahwa pemberdayaan bukan hanya soal hasil akhir, tetapi lebih kepada proses yang berlangsung secara berkelanjutan. Dalam praktiknya, pemberdayaan dilakukan melalui pelatihan, pendidikan, penguatan ekonomi, serta kesempatan untuk berpartisipasi dalam sistem sosial yang lebih luas. Dengan demikian, pemberdayaan bisa menjadi alat untuk mengurangi ketimpangan sosial dan ekonomi, serta menciptakan tatanan masyarakat yang lebih adil.

Lebih lanjut, pemberdayaan sangat erat kaitannya dengan konteks lokal. Keberhasilan pemberdayaan masyarakat bergantung pada seberapa besar masyarakat dilibatkan dan memiliki kontrol terhadap program. Jika masyarakat hanya menjadi objek, maka program akan cenderung gagal. Namun, jika masyarakat menjadi subjek aktif, maka mereka dapat lebih mandiri dan memiliki rasa kepemilikan terhadap perubahan yang terjadi.

Dalam konteks program TJSL yang dilakukan oleh PT Brantas Abipraya, teori ini menjadi relevan karena pelaku UMKM di Desa Cimekar dilibatkan dalam proses pelatihan dan pendampingan usaha. Mereka tidak hanya menerima bantuan, tetapi juga belajar untuk meningkatkan kapasitas diri, mulai dari pengemasan produk hingga strategi pemasaran digital. Ini menunjukkan bagaimana pemberdayaan dapat terjadi jika masyarakat diberikan kesempatan untuk berkembang.

Teori pemberdayaan ini menekankan bahwa perubahan sosial harus dimulai dari bawah (*bottom-up*). Program pemberdayaan yang berhasil adalah yang mampu membangkitkan potensi lokal dan membuat masyarakat mampu mengatasi tantangan mereka sendiri dengan

sumber daya yang tersedia. Oleh karena itu, pendekatan yang digunakan haruslah menghormati konteks budaya dan sosial masyarakat setempat.

### **Metode**

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi literatur. Objek yang dikaji adalah program pemberdayaan UMKM oleh PT Brantas Abipraya di Desa Cimekar, Kabupaten Bandung. Data yang digunakan bersifat sekunder dan dikumpulkan dari berbagai sumber, seperti artikel berita, unggahan media sosial resmi PT Brantas Abipraya, dokumen regulasi pemerintah, serta buku dan jurnal ilmiah terkait topik pemberdayaan masyarakat dan tanggung jawab sosial perusahaan.

Pemilihan metode deskriptif kualitatif dilakukan karena penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan dan memahami proses pemberdayaan UMKM secara mendalam, bukan untuk mengukur secara kuantitatif. Studi literatur dipilih karena data yang dibutuhkan tersedia secara publik melalui media daring dan dokumen resmi. Analisis dilakukan secara tematik, dengan mengidentifikasi pola-pola keterlibatan perusahaan, bentuk kegiatan pemberdayaan, serta dampaknya terhadap masyarakat lokal.

### **Hasil Kegiatan**

Program pembinaan UMKM yang dilakukan oleh PT Brantas Abipraya di Desa Cimekar menunjukkan hasil yang cukup signifikan dalam peningkatan kapasitas pelaku usaha lokal. Melalui pelatihan pengemasan dan pemasaran produk makanan ringan, para pelaku UMKM yang sebelumnya hanya menjual produk dalam kemasan seadanya kini mulai memahami pentingnya tampilan produk dalam menarik minat konsumen. Kemasan yang lebih menarik, higienis, dan informatif membuat produk mereka lebih layak dijual di pasar yang lebih luas, seperti toko oleh-oleh, pasar modern, atau platform digital. Perusahaan juga memberikan bantuan berupa alat kemasan dan bahan pendukung untuk meningkatkan kualitas visual produk.

Selain itu, pendampingan yang dilakukan tidak hanya berhenti pada tahap produksi, tetapi juga menyoroti aspek manajerial dan pemasaran. Pelaku UMKM mendapat pelatihan literasi keuangan agar mampu mengelola modal, mencatat keuangan usaha secara sederhana namun akurat, serta memahami pentingnya pemisahan antara keuangan pribadi dan usaha. Akses terhadap promosi digital pun semakin terbuka, karena PT Brantas Abipraya memfasilitasi pelatihan penggunaan media sosial dan marketplace sebagai sarana pemasaran. Upaya ini tidak hanya meningkatkan omzet para pelaku usaha, tetapi juga menumbuhkan semangat kewirausahaan di masyarakat Desa Cimekar, serta memperkuat jaringan ekonomi lokal berbasis komunitas.

### **Pembahasan**

Program pemberdayaan UMKM yang dilakukan oleh PT Brantas Abipraya di Desa Cimekar memperlihatkan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas pelaku usaha lokal. Kegiatan yang dilakukan tidak hanya bersifat simbolis, tetapi benar-benar menyentuh kebutuhan masyarakat, khususnya dalam hal produksi dan pemasaran produk. Ini menunjukkan bahwa pelaksanaan TJSL perusahaan telah dijalankan secara tepat sasaran dan relevan dengan kondisi sosial ekonomi setempat.

Pelatihan pengemasan dan pemasaran produk menjadi salah satu kegiatan yang sangat dirasakan manfaatnya oleh pelaku UMKM. Sebelumnya, banyak produk makanan ringan dari masyarakat Desa Cimekar yang dikemas secara sederhana tanpa memperhatikan kebersihan dan daya tarik visual. Setelah mendapatkan pelatihan dan bantuan alat, pelaku usaha mulai

---

menerapkan pengemasan yang lebih menarik dan higienis. Hal ini tidak hanya meningkatkan nilai jual produk, tetapi juga membuka peluang untuk menembus pasar yang lebih luas.

Selain aspek produksi, pelaku UMKM juga diberikan pendampingan dalam pengelolaan usaha. Pelatihan literasi keuangan menjadi langkah penting dalam membangun kemandirian ekonomi masyarakat. Mereka belajar mencatat pemasukan dan pengeluaran usaha secara sederhana, serta memahami pentingnya memisahkan keuangan pribadi dan usaha. Perubahan ini mendorong para pelaku usaha untuk lebih teratur dalam menjalankan bisnisnya dan memiliki arah pengembangan yang lebih jelas.

Dari sisi pemasaran, pelaku UMKM dibekali dengan keterampilan menggunakan media sosial dan platform digital. Hal ini menjadi sangat penting di era sekarang, di mana promosi dan penjualan produk semakin banyak dilakukan secara online. Dengan bimbingan yang diberikan, para pelaku usaha mulai berani memasarkan produknya melalui marketplace dan media sosial, yang secara perlahan turut meningkatkan omzet dan eksposur produk lokal mereka.

Secara keseluruhan, program pembinaan UMKM ini tidak hanya berdampak pada peningkatan pendapatan, tetapi juga membangun semangat kewirausahaan di tengah masyarakat. Hubungan antara perusahaan dan masyarakat pun menjadi lebih erat karena adanya interaksi yang bersifat membangun dan berkelanjutan. Keberhasilan program ini menunjukkan bahwa pemberdayaan yang berbasis pada potensi lokal, jika dilakukan secara konsisten dan menyeluruh, dapat menciptakan perubahan sosial yang positif dan mendorong kemandirian ekonomi masyarakat.

## **Kesimpulan**

Program pemberdayaan UMKM yang dilaksanakan oleh PT Brantas Abipraya di Desa Cimekar merupakan bentuk nyata implementasi tanggung jawab sosial perusahaan yang tidak hanya fokus pada pembangunan infrastruktur, tetapi juga pada peningkatan kesejahteraan masyarakat sekitar. Melalui pelatihan, pendampingan, dan bantuan peralatan, masyarakat pelaku usaha kecil mulai menunjukkan peningkatan dalam kapasitas produksi, manajemen usaha, serta akses pemasaran. Pendekatan ini membuktikan bahwa keterlibatan aktif BUMN dapat memperkuat potensi ekonomi lokal secara langsung.

Dampak dari kegiatan ini tidak hanya terlihat dalam bentuk peningkatan kualitas produk dan omzet usaha, tetapi juga dalam semangat kemandirian masyarakat untuk terus berkembang. Hubungan antara perusahaan dan masyarakat pun menjadi lebih erat, menciptakan sinergi yang berkelanjutan. Ke depan, program seperti ini memiliki potensi besar untuk direplikasi di wilayah lain dengan karakteristik serupa, sebagai bagian dari upaya bersama membangun pembangunan yang inklusif dan berkeadilan sosial.

## **Ucapan Terima Kasih**

Penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung penyusunan artikel ini, khususnya kepada PT Brantas Abipraya atas keterbukaan informasi mengenai program TJSL dan pemberdayaan UMKM di Desa Cimekar. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada dosen pembimbing dan rekan-rekan yang telah memberikan masukan, serta masyarakat Desa Cimekar yang menjadi sumber inspirasi dalam penulisan ini.

## **Referensi**

Afriani, R. (2022). Dampak Tanggung Jawab Sosial Perusahaan terhadap Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 14(3), 58–66.

---

- Arifin, M. (2020). Peran BUMN dalam Pemberdayaan UMKM di Daerah Tertinggal. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 12(2), 97–108.
- Badan Usaha Milik Negara Republik Indonesia. (2021). *Panduan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan BUMN*. Jakarta: Kementerian BUMN.
- Bappenas. (2020). *Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2020–2024*. Jakarta: Kementerian PPN/Bappenas.
- Brantas Abipraya. (2023). *Abipraya Bangun UMKM Cimekar Lewat Program TJSL*. Diakses dari <https://brantas-abipraya.co.id>
- Ismail, S. (2022). TJSL dan Dampaknya Terhadap Perekonomian Lokal. *Jurnal CSR dan Keberlanjutan*, 3(2), 45–54.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2021). *Profil UMKM Indonesia 2021*. Jakarta: Kemenkop UKM.
- Lestari, R. (2020). Strategi CSR dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Sekitar. *Jurnal Administrasi Publik*, 7(1), 33–42.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Putra, A. H. P. K., & Adi, P. H. (2021). Analisis Pelaksanaan CSR dalam Pemberdayaan UMKM. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 23(2), 102–111. <https://doi.org/10.9744/jmk.23.2.102-111>
- Suharto, E. (2009). *Pembangunan, Kemiskinan dan Pemberdayaan Masyarakat*. Bandung: Refika Aditama.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tambunan, T. (2019). *UMKM di Indonesia: Masalah dan Kebijakan*. Jakarta: LP3ES.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.