

Analisis Program Akademi Gesari sebagai Implementasi CSR (Corporate Social Responsibility) SCG dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat

Yoga Pratama Suhendro ^{1*}, Sherly Permatasari ²

¹Universitas Nusa Putra

²Universitas Nusa Putra

yoga.pratama_ak23@nusaputra.ac.id

sherly.permatasari_ak23@nusaputra.ac.id

Abstrak:

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Program Akademi Gesari sebagai implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) dari SCG dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat. Latar belakang penelitian ini adalah meningkatnya kebutuhan akan peran aktif perusahaan dalam memberikan kontribusi sosial yang nyata, khususnya dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar melalui program CSR yang efektif dan berkelanjutan. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus, dimana data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi terkait pelaksanaan Program Akademi Gesari. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Program Akademi Gesari mampu memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan kapasitas dan keterampilan masyarakat dalam bidang ekonomi kreatif, yang berdampak pada peningkatan pendapatan dan kemandirian ekonomi mereka. Selain itu, program ini juga memperkuat hubungan antara perusahaan dan komunitas lokal sehingga tercipta sinergi yang positif. Implikasi dari penelitian ini menegaskan pentingnya perencanaan dan pelaksanaan CSR yang berorientasi pada pemberdayaan masyarakat secara berkelanjutan agar program dapat memberikan manfaat jangka panjang serta mendukung pembangunan ekonomi daerah. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi perusahaan lain dalam merancang program CSR yang efektif dan berfokus pada pengembangan kapasitas masyarakat.

Kata kunci: *Corporate Social Responsibility (CSR), pemberdayaan ekonomi, Akademi Gesari, ekonomi kreatif, studi kasus, SCG.*

Abstract: This research aims to analyze the Gesari Academy Program as an implementation of SCG's Corporate Social Responsibility (CSR) in community economic empowerment. The background of this research is the increasing need for the active role of companies in making real social contributions, especially in improving the welfare of the surrounding community through effective and sustainable CSR programs. The research method used is qualitative with a case study approach, where data is collected through in-depth interviews, observation, and documentation related to the implementation of the Gesari Academy Program. The results showed that the Gesari Academy Program was able to make a significant contribution in increasing the capacity and skills of the community in the field of creative economy,

which had an impact on increasing their income and economic independence. In addition, the program also strengthens the relationship between the company and the local community, creating a positive synergy. The implication of this study confirms the importance of planning and implementing CSR oriented towards community empowerment in a sustainable manner so that the program can provide long-term benefits and support regional economic development. This research is expected to be a reference for other companies in designing effective CSR programs that focus on community capacity building.

Keyword: Corporate Social Responsibility (CSR), economic empowerment, Gesari Academy, creative economy, case study, SCG.

PENDAHULUAN

Pemberdayaan ekonomi masyarakat merupakan salah elemen krusial dalam pembangunan berkelanjutan, khususnya di daerah yang memiliki keterbatasan akses terhadap sumber daya ekonomi dan pelatihan kewirausahaan. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai pilar utama perekonomian Indonesia menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan modal, rendahnya literasi bisnis, kesulitan memperluas pasar, serta kurangnya akses terhadap pendampingan bisnis yang berkelanjutan.

Siam Cement Group (SCG) melalui PT Semen Jawa dan PT Tambang Semen Sukabumi melihat permasalahan ini sebagai peluang untuk merealisasikan tanggung jawab sosial perusahaan (Corporate Social Responsibility/CSR) melalui program di bidang ekonomi produktif. Salah satu

bentuk implementasinya adalah Program Akademi Gesari, yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas para pelaku UMKM melalui berbagai pelatihan, meliputi kewirausahaan, strategi pemasaran, pengembangan produk, hingga manajemen keuangan sederhana. Meskipun demikian, efektivitas program ini dalam memberdayakan UMKM serta kontribusinya terhadap peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat setempat masih memerlukan kajian lebih mendalam.

Dalam perkembangan dunia bisnis modern, orientasi perusahaan tidak lagi semata-mata tertuju pada pencapaian keuntungan finansial, melainkan juga mencakup peran strategis dalam meningkatkan kesejahteraan sosial. Salah satu pendekatan yang banyak diadopsi untuk merealisasikan peran tersebut adalah

melalui pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan atau Corporate Social Responsibility (CSR). CSR merupakan elemen integral dari etika bisnis, yang menegaskan bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab tidak hanya kepada pemegang saham, tetapi juga kepada seluruh pemangku kepentingan (stakeholders) yang terdampak oleh aktivitas bisnisnya (Amaeshi, Nnodim, & Osuji, 2013; Azheri, 2012; Bertens, 2013; Carroll, 1979; Kartini, 2013).

untuk memberikan pelatihan dan pendampingan bisnis kepada pelaku UMKM dengan tujuan meningkatkan kemampuan mereka dalam perencanaan usaha, strategi pemasaran, pengembangan produk dan merek, strategi kemitraan, serta pengelolaan keuangan secara sederhana. Pada tanggal 27–29 Februari 2024, SCG menetapkan sebelas kelompok UMKM sebagai Mitra Gesari yang mendapatkan bimbingan intensif guna mendorong pengembangan usaha mereka. Selain itu, program ini juga melibatkan berbagai instansi pemerintah, antara lain Dinas Perdagangan dan Perindustrian, Dinas Koperasi dan UMKM, serta Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (BAPPEDA), untuk memberikan dukungan yang lebih komprehensif kepada para peserta.

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab beberapa pertanyaan utama, yaitu: bagaimana Program Akademi Gesari diimplementasikan sebagai bagian dari Corporate Social Responsibility (CSR) oleh SCG, bagaimana program tersebut mampu memberdayakan ekonomi masyarakat, bagaimana dampak yang ditimbulkan terhadap kehidupan ekonomi masyarakat setelah mengikuti program, serta bagaimana SCG mengatasi tantangan yang muncul

selama pelaksanaan Program Akademi Gesari.

Dalam hal Program Akademi Gesari, menarik untuk dilihat bagaimana program ini dijalankan, masalah apa yang muncul selama pelaksanaannya, dan sejauh mana SCG, melalui PT Semen Jawa dan PT Tambang Semen Sukabumi, dapat menjamin dampak program ini pada masyarakat secara berkelanjutan.

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis uraikan di atas, bersama dengan gambaran lengkap tentang program Akademi Gesari sebagai bagian dari strategi CSR (*Corporate Social Responsibility*) mereka di bidang ekonomi produktif. Hal tersebut menarik untuk diteliti dan dicermati, dikarenakan memperkenalkan konsep CSR yang merupakan sesuatu yang baru di dalam dunia bisnis nasional dan sedang berkembang pelaksanaannya. Oleh karena itu, kami sebagai peneliti mengambil judul “Analisis Program Akademi Gesari sebagai Implementasi CSR (*Corporate Social Responsibility*) SCG dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat.

KAJIAN PUSTAKA

Economic Responsibility (Tanggung Jawab Ekonomi) adalah dasar dari Piramida CSR Carroll (1991), yang menunjukkan bahwa tanggung jawab utama perusahaan adalah menjalankan bisnis secara menguntungkan dan berkelanjutan. Dalam model ini, perusahaan pertama-tama harus memastikan keberlanjutan ekonomi mereka sebelum dapat memenuhi tanggung jawab hukum, etika, dan filantropi.

Dalam penelitian ini, terdapat dua variabel utama yang dianalisis, yaitu Implementasi CSR SCG melalui Program Akademi Gesari dan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat.

Kedua variabel ini akan dikaji dengan menggunakan Teori Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Carroll, 1991), khususnya pada aspek Economic Responsibilities (Tanggung Jawab Ekonomi).

Implementasi CSR SCG melalui Program Akademi Gesari, menggambarkan bagaimana perusahaan SCG menjalankan tanggung jawab ekonominya melalui program yang berorientasi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat. Berdasarkan teori Carroll (1991), tanggung jawab ekonomi perusahaan mencakup upaya dalam menciptakan nilai ekonomi bagi masyarakat melalui pelatihan keterampilan, penciptaan lapangan kerja, serta pemberian akses terhadap modal dan sumber daya ekonomi. Dalam konteks Akademi Gesari, SCG dapat mendukung pemberdayaan masyarakat dengan menyediakan pelatihan keterampilan kerja dan kewirausahaan, yang memungkinkan mereka meningkatkan produktivitas dan daya saing di pasar kerja. Selain itu, implementasi CSR ini juga bisa mencakup dukungan dalam bentuk modal usaha atau jaringan pemasaran bagi usaha kecil dan menengah yang dikembangkan oleh peserta program. Dengan demikian, Akademi Gesari tidak hanya sekadar program sosial, tetapi juga strategi yang memungkinkan masyarakat menjadi lebih mandiri secara ekonomi dan mengurangi ketergantungan pada bantuan eksternal.

Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat, mengacu pada hasil atau dampak dari implementasi CSR yang dilakukan oleh SCG melalui Akademi Gesari. Mengacu pada konsep Economic Responsibilities dalam model Carroll (1991), pemberdayaan ekonomi dapat dilihat dari beberapa indikator, seperti peningkatan pendapatan masyarakat, kemandirian ekonomi, akses

terhadap lapangan kerja dan usaha baru, serta peningkatan produktivitas dan daya saing masyarakat dalam dunia usaha. Jika implementasi CSR dilakukan secara efektif, masyarakat yang terlibat dalam Akademi Gesari akan memiliki keterampilan yang lebih baik, memperoleh pekerjaan dengan gaji yang lebih tinggi, atau bahkan mampu mendirikan usaha sendiri. Hal ini menunjukkan bahwa CSR yang berorientasi pada tanggung jawab ekonomi bukan sekadar memberikan bantuan sosial, tetapi juga memiliki dampak jangka panjang dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan.

Dengan demikian, hubungan antara Implementasi CSR SCG dan Pemberdayaan Ekonomi dalam penelitian ini dapat dijelaskan melalui pendekatan Economic Responsibilities. Implementasi CSR yang berfokus pada ekonomi, seperti yang dilakukan oleh SCG melalui Akademi Gesari, seharusnya memberikan dampak nyata terhadap pemberdayaan ekonomi masyarakat. Jika program ini berhasil, maka masyarakat tidak hanya mendapatkan manfaat sesaat, tetapi juga memperoleh keterampilan dan peluang ekonomi yang lebih luas untuk meningkatkan kesejahteraan mereka secara mandiri. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana program Akademi Gesari telah berkontribusi dalam mendukung kemandirian ekonomi masyarakat sebagai bagian dari tanggung jawab sosial perusahaan SCG.

Menurut Suharto (2005:60), pemberdayaan masyarakat dapat dipahami sebagai sebuah proses sekaligus tujuan. Sebagai proses, pemberdayaan melibatkan berbagai upaya untuk memperkuat posisi kelompok rentan dalam masyarakat, termasuk individu yang menghadapi persoalan kemiskinan.

Sementara itu, sebagai tujuan, pemberdayaan mengarah pada terciptanya kondisi masyarakat yang memiliki kemampuan, pengetahuan, dan kekuasaan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, baik dari aspek fisik, ekonomi, maupun sosial seperti rasa percaya diri, kemampuan menyampaikan aspirasi, memiliki pekerjaan, terlibat dalam kegiatan sosial, serta mandiri dalam menjalani kehidupan. Lebih lanjut, Suharto (2005:93–97) menyebutkan bahwa indikator pemberdayaan mencakup empat fungsi utama, yaitu: pemungkinan (enabling), penguatan (empowering), perlindungan (protecting), dan dukungan (supporting). Akademi Gesari merupakan program CSR dari SCG Indonesia yang bertujuan untuk memberdayakan pelaku UMKM melalui pelatihan kewirausahaan, literasi keuangan, dan pendampingan usaha. Program ini dirancang untuk meningkatkan kapasitas dan kemandirian ekonomi masyarakat lokal di sekitar wilayah operasional perusahaan. Dengan pendekatan partisipatif dan berkelanjutan, Akademi Gesari mendorong terciptanya wirausahawan tangguh dan berdaya saing, serta mendukung tercapainya tujuan pembangunan berkelanjutan.



METODOLOGI

Peneliti memutuskan untuk memilih menggunakan metode penelitian kualitatif, dikarenakan, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif karena sifat dari pendekatan kualitatif yang mengatakan bahwa realitas bersifat ganda, rumit, dinamis, dan kebenaran realitas bersifat dinamis (Mulyana, 2013:147)

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif, yang berarti bahwa hasil eksplorasi terhadap subjek atau pengalaman partisipan diperoleh melalui observasi terhadap berbagai variabel yang muncul, serta melalui wawancara mendalam. Seluruh temuan kemudian dideskripsikan dalam bentuk catatan kualitatif, yang meliputi catatan lapangan, transkrip wawancara, catatan pribadi, metodologis, serta catatan teoritis. Peneliti menyajikan hasil pengamatan dan wawancara secara rinci, menyeluruh, dan mendalam. (Putra Nusa, 2012:71)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah peneliti melakukan penelitian melalui metode wawancara dan observasi di Perusahaan Siam Cement Group (SCG), peneliti menemukan berbagai temuan yang dapat menggambarkan implementasi program sebagai bagian dari tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) oleh SCG. Temuan-temuan ini berkaitan dengan Pelaksanaan program, keterlibatan masyarakat setempat, serta dampaknya terhadap pemberdayaan ekonomi rakyat. Hasil penelitian ini disajikan dalam bentuk kualitatif deskriptif, Analisis dilakukan dengan menjelaskan sejauh mana Program Akademi Gesari mampu mendorong kemandirian ekonomi masyarakat dan dapat menggambarkan

nilai-nilai CSR yang dijalankan oleh Siam Cement Group (SCG)

Program Akademi Gesari merupakan inisiatif CSR dari PT SCG Indonesia yang dirancang untuk memberdayakan masyarakat desa secara ekonomi melalui pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Program ini muncul sebagai respon terhadap kelemahan pendekatan CSR sebelumnya, yang cenderung bersifat karitatif dan tidak berkelanjutan. Sejak tahun 2019, SCG bertransformasi dengan membentuk Akademi Gesari (Gerakan Desa Berdikari) sebagai wujud implementasi CSR yang lebih terstruktur dan berorientasi pada kemandirian masyarakat.

Gesari tidak hanya menargetkan pertumbuhan jumlah usaha, tetapi juga menjadikan indikator keberhasilan berbasis pada keberlanjutan usaha, peningkatan pendapatan, serta kontribusi terhadap pembangunan desa. Oleh karena itu, program ini melibatkan pelatihan intensif, pemetaan potensi lokal, pendampingan berkelanjutan, hingga evaluasi hasil usaha secara periodik..

Tujuan utama program ini adalah menciptakan masyarakat desa yang mandiri secara ekonomi melalui pembangunan unit usaha yang berkelanjutan. Visi tersebut dijalankan dengan menanamkan pemahaman bahwa dana CSR bukanlah bentuk hibah atau sumbangan, melainkan modal usaha yang harus dikelola dengan tanggung jawab. Program juga bertujuan menumbuhkan budaya kewirausahaan serta membentuk pelaku UMKM yang mampu memilah antara keuangan pribadi dan usaha.

Perencanaan program dilakukan melalui pendekatan kolaboratif antara SCG dan mitra eksternal seperti dinas perindustrian,

ESDM, dan peternakan. Proses pelaksanaan dimulai dari open recruitment, seleksi administrasi (KTP, MoU satu tahun), kunjungan ke tempat usaha, dan asesmen oleh dinas teknis. Setelah terpilih, peserta menjalani pelatihan intensif di Akademi Gesari selama satu tahun dengan kurikulum mencakup perencanaan usaha, manajemen keuangan, produksi, pemasaran, serta evaluasi kinerja usaha.

Program pemberdayaan ini terdiri dari beberapa tahapan terstruktur. Dimulai dengan pelatihan dasar yang mencakup pengenalan usaha, mindset bisnis, dan literasi keuangan. Dilanjutkan dengan pelatihan lanjutan berupa kurikulum perencanaan aset, pemetaan pasar, penetapan harga, peningkatan kualitas produk, serta R&D.

Peserta kemudian menjalani praktik usaha selama satu tahun untuk menerapkan ilmu yang telah diperoleh. Digital marketing dikelola oleh komunitas pemuda desa untuk membantu promosi UMKM secara online. Seluruh proses dipantau melalui evaluasi dan monitoring dua kali setahun dengan sistem penilaian bertahap: exit, berkembang, maju, mandiri, dan graduation.

Pelaksanaan program melibatkan berbagai pihak, antara lain dinas-dinas pemerintah, pelatih dari kementerian, alumni akademi, serta komunitas pemuda lokal. Kolaborasi ini menjamin transfer pengetahuan yang efektif dan memperkuat sistem pendampingan yang berkelanjutan. Pemuda desa diberdayakan untuk membantu UMKM melalui pengelolaan media sosial, platform e-commerce, dan distribusi produk.

SCG memberikan modal usaha secara selektif dan berdasarkan hasil evaluasi usaha. Modal bersifat produktif, hanya diberikan jika usaha menunjukkan progres

signifikan. Skema blacklist diterapkan terhadap peserta yang menyalahgunakan dana atau gagal mengembangkan usaha. Sebaliknya, UMKM yang menunjukkan kinerja baik akan terus didukung hingga mencapai kemandirian.

Program memberikan pendidikan kewirausahaan sejak tahap awal. Peserta dilatih untuk memahami struktur biaya, harga pokok produksi, penetapan harga jual, dan strategi pemasaran. Contohnya adalah UMKM keripik jengkol, yang pada awalnya mengalami kerugian karena harga jual di bawah biaya produksi, namun setelah pembinaan mulai meraih keuntungan.

Setiap UMKM menerima bantuan modal yang disesuaikan dengan kebutuhannya. Untuk UMKM yang pasarnya masih terbatas, seperti keripik jengkol, SCG tidak langsung memberikan bantuan besar, tetapi fokus pada pengembangan pasar dan branding. Akses pasar juga difasilitasi oleh pemuda desa melalui platform seperti WhatsApp, Shopee, dan Facebook.

Program menargetkan pembentukan usaha yang berbasis pada potensi lokal. Contohnya, Kampung Lele yang berkembang melalui budidaya lele, serta UMKM kaligrafi dari pelepah pisang yang berhasil menembus pasar internasional. SCG turut menyusun roadmap pengembangan lima tahun untuk memastikan keberlangsungan usaha.

Monitoring dilakukan secara rutin. Penilaian meliputi ketersediaan barang, keberlanjutan usaha, serta kesiapan untuk lulus dari program (graduation). UMKM seperti Lumbung Berkah telah mencapai tahap mandiri, tidak lagi menerima bantuan dari SCG, dan telah mampu berkontribusi untuk kegiatan sosial di desa..

Terdapat peningkatan pendapatan secara nyata pada sebagian besar peserta.

Walaupun skala usahanya masih kecil, perubahan tersebut cukup signifikan untuk mengurangi ketergantungan terhadap bantuan eksternal.

Peserta yang sebelumnya mengandalkan pekerjaan informal kini memiliki usaha sendiri. Pemuda desa yang tergabung dalam komunitas digital marketing juga mendapatkan peran baru yang lebih produktif dan kreatif.

Peningkatan pendapatan dan keberhasilan usaha berdampak pada meningkatnya kualitas hidup peserta. Mereka dapat memenuhi kebutuhan rumah tangga dan sebagian telah mandiri dalam mendanai kegiatan sosial seperti pengajian dan perayaan hari besar nasional.

Sebagian besar peserta merasakan manfaat program, meskipun terdapat kendala sosial seperti tekanan dari tetangga atau diskriminasi akibat keberhasilan usaha. Hal ini menunjukkan perlunya pendekatan komunitas yang lebih kuat untuk menumbuhkan solidaritas sosial.

Dalam pelaksanaan program, terdapat beberapa tantangan utama. Masyarakat sering menganggap dana CSR sebagai hibah, bukan sebagai modal usaha yang harus dikelola secara bertanggung jawab. Selain itu, pelaku UMKM belum siap secara mental untuk menghadapi sorotan publik. Mereka juga kesulitan membedakan antara keuangan pribadi dan usaha, sehingga kerap terjadi penyalahgunaan modal untuk kepentingan pribadi. Tekanan sosial dari lingkungan, seperti permintaan pinjaman dari tetangga, turut menjadi hambatan dalam menjaga stabilitas usaha.

Untuk mengatasi tantangan tersebut, SCG menerapkan beberapa strategi. Mereka memberikan pelatihan intensif tentang manajemen keuangan dan pendampingan langsung oleh alumni serta pelatih

profesional. Program ini juga dilengkapi dengan seleksi ketat dan evaluasi berkala guna mencegah penyalahgunaan dana. Selain itu, SCG memperkuat komunitas melalui pembentukan local champion sebagai panutan bagi peserta lainnya.

Program terus dievaluasi melalui sistem tiga tahapan: berkembang, maju, dan mandiri. Evaluasi dilakukan dua kali dalam setahun, dengan fokus pada penggunaan dana, pencapaian target, serta kesesuaian dengan rencana bisnis.

Kolaborasi menjadi kekuatan utama program ini. SCG bekerja sama dengan berbagai instansi pemerintah, pelatih profesional, alumni akademi, dan komunitas pemuda desa. Kolaborasi ini memungkinkan implementasi program yang lebih adaptif dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat.

KESIMPULAN

Program Akademi Gesari yang diinisiasi oleh SCG sebagai bagian dari implementasi tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) terbukti menjadi terobosan dalam pendekatan pemberdayaan masyarakat desa. Berbeda dengan pendekatan CSR sebelumnya yang bersifat karitatif, Akademi Gesari hadir dengan strategi yang lebih sistematis dan terstruktur. Program ini dirancang dengan visi yang kuat, yaitu mendorong kemandirian ekonomi desa melalui proses pelatihan, pendampingan, dan evaluasi yang berkesinambungan.

Pelaksanaan program dimulai dari proses seleksi yang ketat untuk memastikan kesesuaian peserta dengan tujuan program. Kurikulum pelatihan dirancang berdasarkan kebutuhan nyata pelaku UMKM di desa, sementara keterlibatan para pemangku kepentingan menjadi landasan penting dalam memastikan keberlangsungan dan

efektivitas program. Melalui pendekatan personal yang berorientasi pada kebutuhan masing-masing UMKM, peserta mendapatkan akses terhadap pelatihan kewirausahaan, pendampingan usaha, serta bantuan modal yang terarah.

Hasil implementasi program menunjukkan dampak positif yang signifikan terhadap pemberdayaan ekonomi masyarakat desa. Beberapa UMKM mengalami perkembangan pesat, seperti Kampung Lele dan produk kerajinan kaligrafi dari pelepah pisang. Peningkatan pendapatan, bertambahnya jumlah usaha mandiri, serta perubahan pola pikir dalam pengelolaan usaha dan keuangan menjadi indikator nyata keberhasilan program. Tidak hanya dari sisi ekonomi, kualitas hidup peserta pun turut meningkat, termasuk dalam aspek kontribusi sosial mereka terhadap komunitas sekitar.

Namun, dalam pelaksanaannya, program ini tidak terlepas dari tantangan. Persepsi masyarakat yang masih menganggap CSR sebagai bentuk sumbangan, penyalahgunaan modal, tekanan sosial, serta ketidaksiapan mental peserta menjadi hambatan tersendiri. Meski demikian, SCG mampu mengatasi tantangan tersebut dengan menerapkan strategi seleksi yang ketat, pembinaan yang intensif, evaluasi berkala, serta menjalin kolaborasi dengan pihak ketiga untuk memperkuat dampak program.

Dengan demikian, Akademi Gesari tidak hanya menjadi cerminan implementasi CSR yang berorientasi pada pembangunan berkelanjutan, tetapi juga menjadi model yang relevan dalam mendorong kemandirian ekonomi desa melalui pemberdayaan yang menyeluruh.

Penelitian ini didukung dengan wawancara dengan Ibu Nissya Keysa beliau sebagai Tim

CSR PT Siam Cement Group (SCG) , SCG dan pengelola Program Gesari perlu meningkatkan literasi keuangan lanjutan serta pengawasan pasca-program, terutama bagi UMKM yang masih berkembang agar bisa mencapai kemandirian secara optimal. UMKM binaan diharapkan lebih disiplin dalam mengelola keuangan dan aktif memanfaatkan fasilitas pembinaan, serta memiliki mental yang siap menghadapi tantangan sosial. Pemerintah daerah dan stakeholder lain perlu mendukung program ini dengan regulasi dan insentif yang mendorong sinergi antara sektor swasta dan masyarakat dalam pemberdayaan ekonomi lokal. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan menggunakan pendekatan kuantitatif atau metode campuran dengan cakupan wilayah dan jumlah responden yang lebih luas agar dapat mengukur dampak ekonomi secara statistik dan lebih representatif.

REFEREENSI

Jurnal

Kalamika, A. M., & Khabiburohman, A. (2020). Best Practice Implementasi Corporate Social Responsibility (Csr) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat (Studi Kasus Pelaksanaan Program Kemitraan Dan Bina Lingkungan Pt. Taman Wisata Candi (Twc) Borobudur, Prambanan Dan Ratu Boko). *Welfare: Jurnal Ilmu Kesejahteraan Sosial*, 9(1).

Qushoyyi, M. A. A., & Trinugroho, I. (2024). Corporate Social Responsibility Disclosure And Company Performance: The Moderating Role Of Ceo Characteristics And Institutional Ownership. *Afre*

Accounting And Financial Review, 7(2), 131–142.

Astuti, P., Chomsatu, Y., & Astungkara, A. (2022). Corporate Social Responsibility, Corporate Governance, Dan Corporate Risk Disclosure Terhadap Nilai Perusahaan. *Afre (Accounting And Financial Review)*, 5(1), 11-19.

Aqiela, L., Raharjo, S. T., & Resnawaty, R. (2018). Implementasi Program Corporate Social Responsibility (Csr) El-Corps. Share: Social Work Journal, 8(2), 211-218.

Afriani, A., Antong, A., & Halim, U. (2023). Implementasi Corporate Social Responsibility (Csr) Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Di Mata Masyarakat Pada Pt Pratomo Putra Teknik Palopo. Implementasi Corporate Social Responsibility (Csr) Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Di Mata Masyarakat Pada Pt Pratomo Putra Teknik Palopo, 7(1), 16-25.

Thanh, T. L., Huan, N. Q., & Hong, T. T. T. (2021). Effects Of Corporate Social Responsibility On Smes' Performance In Emerging Market. *Cogent Business & Management*, 8(1), 1878978.

Tai, T. D. (2022). Impact Of Corporate Social Responsibility On Social And Economic Sustainability. *Economic Research-Ekonomika Istraživanja*, 35(1), 6085-6104.

Li, J., Ren, L., Yao, S., Qiao, J., Mikalauskiene, A., & Streimikis, J. (2020). Exploring The Relationship Between Corporate Social Responsibility And Firm

Competitiveness. Economic
Research-Ekonomika Istraživanja,
33(1), 1621-1646.