

ANALISIS IMPLEMENTASI PROGRAM CSR "PEGADAIAN PEDULI" DALAM PENGEMBANGAN EKONOMI LOKAL (UMKM) DI KOTA SURABAYA

(Studi Kasus di PT Pegadaian Kanwil XII Surabaya)

Lu'lu' Azizah

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Negeri Surabaya

lulu.22198@mhs.unesa.ac.id

Vinda Maya Setianingrum

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Negeri Surabaya

vindasetianingrum@unesa.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis implementasi Program CSR Pegadaian Peduli melalui Program GadePreneur dalam pengembangan ekonomi lokal melalui pemberdayaan UMKM di Kota Surabaya. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif studi kasus dengan model implementasi Van Meter dan Van Horn (1975), yang mencakup enam unsur: standar dan sasaran kebijakan, sumber daya, komunikasi antarorganisasi dan aktivitas pelaksana, karakteristik organisasi pelaksana, kondisi eksternal, serta disposisi implementor. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap dua pelaksana program dan lima pelaku UMKM binaan, kemudian dianalisis dengan model interaktif Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Program GadePreneur dijalankan melalui sistem pembinaan berjenjang dengan mekanisme seleksi pada setiap tahapan, sehingga distribusi sumber daya dan pendampingan bersifat selektif. Program ini berkontribusi meningkatkan kapasitas dan daya saing UMKM melalui pelatihan, mentoring, dan pendampingan usaha, namun masih terdapat kendala berupa distribusi manfaat yang belum merata dan terbatasnya pendampingan pascaprogram, khususnya pada tingkat kantor wilayah.

Kata Kunci: CSR, Pegadaian Peduli, GadePreneur, UMKM, pengembangan ekonomi lokal.

Abstract

This study aims to analyze the implementation of the Pegadaian Peduli CSR Program through the GadePreneur Program in fostering local economic development by empowering MSMEs in the city of Surabaya. The study employs a qualitative case study approach using the policy implementation model developed by Van Meter and Van Horn (1975), covering six variables: policy standards and objectives, resources, inter-organizational communication and enforcement activities, the characteristics of implementing agencies, external conditions, and the disposition of implementors. Data were collected through interviews, observations, and documentation involving two program implementers and five assisted MSME owners, then analyzed using the Miles and Huberman interactive model. The results show that the GadePreneur Program is implemented through a tiered coaching system with a selection mechanism at every stage, so that the distribution of resources and mentoring is selective in nature. The

program contributes to enhancing the capacity and competitiveness of MSMEs through training, mentoring, and business assistance; however, challenges remain, including the uneven distribution of benefits and limited post-program support, particularly at the regional office level.

Keywords: *CSR, Pegadaian Peduli, GadePreneur, MSMEs, local economic development.*

PENDAHULUAN

Keberhasilan pembangunan ekonomi suatu daerah tidak hanya diukur dari tingginya pertumbuhan ekonomi, tetapi juga dari pemerataan manfaat pembangunan tersebut bagi masyarakat (Riyadi & Ghuzini, 2021). Kota Surabaya sebagai pusat pertumbuhan ekonomi di Jawa Timur belum sepenuhnya berhasil mendistribusikan manfaat pertumbuhan tersebut secara merata; data Badan Pusat Statistik Kota Surabaya menunjukkan masih terdapat 105,09 ribu penduduk miskin atau sekitar 3,56 persen dari total penduduk pada Maret 2025 (BPS Kota Surabaya, 2025).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mendorong pemerataan ekonomi, mengingat kontribusinya yang mencapai lebih dari 60 persen terhadap Produk Domestik Bruto dan penyerapan sekitar 97 persen tenaga kerja nasional (Kementerian Keuangan Republik Indonesia, 2025). Meski demikian, pelaku UMKM masih

menghadapi berbagai tantangan, mulai dari keterbatasan modal hingga rendahnya kemampuan pengelolaan keuangan, pemasaran, dan pemanfaatan teknologi digital (Adila et al., 2023; Apriliani, 2023). Kondisi ini menunjukkan bahwa pengembangan UMKM memerlukan pendampingan yang berkelanjutan, bukan sekadar bantuan modal yang bersifat sesaat (Erlanitasari et al., 2019).

Corporate Social Responsibility (CSR) menjadi salah satu instrumen yang dapat dimanfaatkan perusahaan untuk mendukung pemberdayaan UMKM sebagai bentuk kontribusi terhadap nilai ekonomi dan sosial yang berkelanjutan (Putri & Irfan, 2024). Sebagai Badan Usaha Milik Negara, PT Pegadaian memiliki kewajiban menjalankan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) sebagaimana diatur dalam Peraturan Menteri BUMN Nomor PER-1/MBU/03/2023 (Kementerian BUMN, 2023). Salah satu wujud pelaksanaannya adalah Program Pegadaian Peduli, yang pada aspek pengembangan ekonomi masyarakat

menghadirkan Program GadePreneur untuk meningkatkan kapasitas dan daya saing UMKM melalui pelatihan, pembinaan, dan pendampingan usaha yang berkelanjutan (GadePreneur, 2026).

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa implementasi program CSR berbasis pemberdayaan UMKM masih menghadapi tantangan, seperti kebutuhan pendampingan yang lebih konsisten (Hadiyu, 2023), keterbatasan sumber daya manusia dan lemahnya sinergi antarpemangku kepentingan (Ermawati et al., 2023), serta rendahnya kemampuan digital dan konsistensi peserta dalam mengikuti pembinaan (Widjaja & Natakoesoemah, 2021). Temuan-temuan tersebut menegaskan bahwa keberhasilan program CSR tidak semata ditentukan oleh keberadaan program atau besarnya bantuan, melainkan oleh bagaimana proses implementasinya berlangsung.

Penelitian mengenai pemberdayaan UMKM di PT Pegadaian Kanwil XII Surabaya sebelumnya pernah dilakukan oleh Astuti (2015) melalui kajian Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL), namun penelitian tersebut dilakukan satu dekade lalu dan

belum menggambarkan kondisi terkini setelah adanya perubahan regulasi TJSL BUMN, digitalisasi UMKM, serta hadirnya Program GadePreneur. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis implementasi Program CSR "Pegadaian Peduli" PT Pegadaian Kanwil XII Surabaya dalam pengembangan ekonomi lokal (UMKM) di Kota Surabaya melalui perspektif model implementasi Van Meter dan Van Horn (1975), yang mencakup enam unsur: standar dan sasaran kebijakan, sumber daya, komunikasi antarorganisasi dan aktivitas pelaksana, karakteristik organisasi pelaksana, kondisi eksternal, dan disposisi implementor (Rakhmadani & Mulyono, 2021; Alifani et al., 2026).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan jenis penelitian kualitatif pendekatan studi kasus, yang digunakan untuk memahami bagaimana implementasi Program CSR "Pegadaian Peduli" dimaknai oleh para aktor yang terlibat berdasarkan pengalaman dan interpretasi mereka (Sugiyono, 2013; Rusandi & Rusli, 2021). Penelitian dilaksanakan selama empat bulan

(Februari–Mei 2026) di PT Pegadaian (Persero) Kantor Wilayah XII Surabaya, dengan fokus pada pelaksanaan program di tahun 2025.

Subjek penelitian terdiri atas dua kelompok informan, yaitu dua pelaksana program CSR (Kepala Bagian dan Asisten Manager Divisi CSR) serta lima pelaku UMKM binaan Program GadePreneur (Jinawi, Kwacis, East Movin, Dapur Diana, dan Pizza Fuzta) yang terdaftar sebagai peserta aktif tahun 2025. Objek penelitian adalah implementasi Program CSR "Pegadaian Peduli" dalam pengembangan ekonomi lokal melalui UMKM di Kota Surabaya.

Data dikumpulkan melalui wawancara semi terstruktur, observasi lapangan terhadap kondisi usaha UMKM binaan, dan dokumentasi (Sugiyono, 2013). Keabsahan data diperiksa melalui triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu (Samsu, 2017). Analisis data mengacu pada model interaktif Miles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2019) yang meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Pada tahap reduksi data, temuan dikelompokkan secara khusus ke dalam enam unsur model implementasi Van Meter dan Van

Horn untuk memudahkan identifikasi faktor-faktor yang memengaruhi implementasi program.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Program GadePreneur

PT Pegadaian Kanwil XII Surabaya menjalankan Program GadePreneur sebagai wujud implementasi CSR "Pegadaian Peduli" di bidang pengembangan ekonomi. Program ini berfokus pada peningkatan kapasitas UMKM melalui pelatihan kewirausahaan, pendampingan bisnis, literasi keuangan, hingga fasilitasi akses pasar, tanpa berorientasi pada bantuan permodalan (Basuki & Liptiay, 2024). Pada tahun 2025, Kanwil XII Surabaya mengawali program dengan kegiatan Road to The GadePreneur di Banyuwangi yang diikuti 31 UMKM (klikku, 2025), kemudian berpartisipasi dalam FinExpo Surabaya 2025 dengan menghadirkan UMKM binaan sebagai bentuk fasilitasi akses pasar (Herlianto, 2025). Program ini terbuka bagi seluruh pelaku UMKM di Indonesia dengan kriteria usaha telah berjalan minimal enam bulan dan memiliki keunikan produk (CNN Indonesia, 2025).

Standar dan Sasaran Kebijakan

Program GadePreneur memiliki tujuan yang jelas, yaitu meningkatkan kapasitas usaha, memperluas akses pasar, meningkatkan kualitas produk, serta mendorong kemandirian ekonomi UMKM. Pelaksanaan program mengacu pada kebijakan TJSL BUMN, pedoman internal perusahaan, prinsip *Environmental, Social, and Governance* (ESG), serta dukungan pencapaian *Sustainable Development Goals* (SDGs). Sebagaimana disampaikan Kepala Bagian CSR, "tujuan utama Program Pegadaian Peduli adalah memberikan kontribusi nyata kepada masyarakat... untuk UMKM sendiri, program ini bertujuan meningkatkan kapasitas usaha, memperluas akses pasar, meningkatkan kualitas produk, serta mendorong kemandirian ekonomi pelaku UMKM."

Penetapan sasaran program dilakukan melalui proses seleksi yang cukup ketat, mengingat jumlah pendaftar mencapai sekitar 700 UMKM untuk kuota yang jauh lebih kecil. Program terbuka bagi seluruh UMKM tanpa mensyaratkan status kepesertaan sebagai nasabah Pegadaian, dengan proses pendaftaran yang mencakup identitas usaha, omzet, jumlah tenaga kerja, hingga kurasi produk oleh

mentor secara langsung. Kejelasan sasaran ini sejalan dengan pandangan Van Meter dan Van Horn (1975) bahwa program dengan tujuan yang jelas akan lebih mudah diimplementasikan secara terukur.

Sumber Daya

Pelaksanaan program didukung oleh sumber daya manusia berupa mentor berpengalaman dan bersertifikat, fasilitas pendukung usaha, teknologi digital, alokasi waktu pembinaan yang berlangsung selama satu tahun, serta jaringan kerja sama dengan berbagai vendor. Materi pembinaan mencakup strategi pemasaran, branding, pengelolaan keuangan, dan pengembangan produk, yang disertai tugas dan evaluasi berkala terhadap penerapannya.

Distribusi sumber daya dalam program ini bersifat selektif. Fasilitas lanjutan seperti pengurusan hak kekayaan intelektual, sertifikasi halal, pengembangan identitas produk, hingga program *Entrepreneur Camp* hanya diberikan kepada peserta terpilih berdasarkan perkembangan usaha dan komitmen selama pembinaan. Salah satu peserta UMKM binaan menyatakan bahwa "peserta lain yang tidak terpilih harus berjuang

sendiri tanpa arahan lanjutan yang jelas dari program", dan menilai pendampingan pascaprogram masih kurang maksimal. Sejumlah informan juga menilai dukungan di tingkat kantor wilayah masih dapat ditingkatkan dibandingkan dukungan dari Pegadaian Pusat.

Komunikasi Antarorganisasi dan Aktivitas Pelaksana

Komunikasi dalam pelaksanaan program melibatkan Pegadaian, mitra pelaksana (*Young Entrepreneur Academy/YEA*), stakeholder pendukung, dan UMKM penerima manfaat, yang dilakukan melalui kantor cabang, media sosial, website resmi, pertemuan daring, maupun grup WhatsApp. Aktivitas komunikasi yang lebih intensif justru banyak dirasakan peserta berasal dari mentor dan vendor pelaksana dibandingkan dari Pegadaian secara langsung, sementara dukungan komunikasi dari Pegadaian Pusat dinilai lebih terlihat melalui keterlibatan dalam kegiatan pembinaan dan pameran.

Tantangan komunikasi yang muncul antara lain perbedaan jadwal antarpihak, keterbatasan informasi di lapangan, serta menurunnya intensitas pendampingan setelah masa

pembinaan reguler berakhir, khususnya bagi peserta yang tidak melanjutkan ke tahap berikutnya. Meski demikian, komunikasi antara Kanwil Surabaya dan alumni UMKM binaan menunjukkan perbaikan melalui kegiatan kopi darat dan diskusi bersama pada periode terakhir.

Karakteristik Organisasi Pelaksana

Pegadaian berperan sebagai penyelenggara yang bertanggung jawab atas perencanaan, pelaksanaan, monitoring, dan evaluasi program berdasarkan *standard operating procedure* (SOP) internal, sementara proses pendampingan usaha dilakukan bersama mitra yang berkompeten di bidang pengembangan UMKM. Program diterapkan melalui sistem pembinaan berjenjang (*starting, profiting, systemizing*) yang mengharuskan peserta melalui seleksi administrasi, evaluasi perkembangan usaha, hingga tes tertulis pada setiap jenjang, sehingga jumlah peserta yang lolos semakin sedikit pada tahap lanjutan.

Kompetensi mentor tercermin dari pengalaman dan latar belakang bisnis yang dimiliki, meski beberapa peserta menilai penilaian mentor terhadap produk terkadang dipengaruhi

preferensi pribadi. Pola pembinaan yang menekankan praktik langsung melalui tugas dan evaluasi berkala menjadi karakteristik yang membedakan program ini dari pelatihan UMKM pada umumnya.

Kondisi Eksternal

Pelaksanaan program dipengaruhi oleh berbagai kondisi eksternal, meliputi kenaikan harga bahan baku dan keterbatasan fasilitas produksi, persaingan dengan produk bermerek besar, stigma masyarakat terhadap sebagian produk UMKM, perubahan tren pasar dan karakteristik konsumen, serta kesenjangan kemampuan digital antarpelaku usaha. Di sisi lain, meningkatnya dukungan masyarakat terhadap produk dalam negeri turut membuka peluang bagi UMKM lokal untuk berkembang. Pihak pengelola program memandang digitalisasi sebagai tantangan sekaligus peluang yang memengaruhi daya saing UMKM di Surabaya, yang secara umum dinilai memiliki potensi besar namun masih memerlukan penguatan daya saing, akses pasar, dan kapasitas manajemen usaha.

Disposisi Implementor

Komitmen pelaksana terlihat dari orientasi program pada pemberdayaan

jangka panjang, bukan sekadar bantuan sesaat, serta upaya penyempurnaan program secara berkelanjutan agar lebih tepat sasaran. Mentor menunjukkan keterlibatan aktif dalam mendampingi peserta, termasuk memberikan evaluasi kritis yang membantu peserta melihat kekurangan usahanya secara lebih objektif. Meskipun demikian, sebagian peserta menilai Pegadaian Kanwil Surabaya masih kurang memiliki inisiatif dalam pengembangan UMKM binaan dibandingkan dukungan yang diberikan Pegadaian Pusat, menunjukkan adanya variasi disposisi antarjenjang organisasi pelaksana.

Dampak Implementasi Program terhadap Pengembangan Ekonomi Lokal

Temuan penelitian menunjukkan bahwa implementasi Program GadePreneur dilakukan melalui sistem pembinaan berjenjang berbasis seleksi, sejalan dengan temuan Widjaja dan Natakoesoemah (2021) mengenai proses kurasi berulang pada Program BRIncubator. Sistem ini mencerminkan standar dan sasaran kebijakan yang jelas karena setiap jenjang memiliki tujuan dan mekanisme evaluasi tersendiri, sekaligus menunjukkan bahwa distribusi sumber daya bersifat

selektif sebagaimana ditemukan Ermawati et al. (2023) pada program CSR PT Astra International.

Dari sisi dampak, Program GadePreneur berkontribusi meningkatkan kapasitas dan kompetensi UMKM dalam pengelolaan usaha, pemasaran, branding, dan pengembangan produk, sejalan dengan temuan Najib et al. (2025) dan Harprayudi et al. (2022) mengenai peningkatan kapasitas sebagai dampak utama program CSR berbasis pemberdayaan. Program juga memperluas akses UMKM terhadap legalitas usaha, sertifikasi, dan jejaring bisnis, sebagaimana ditemukan Ermawati et al. (2023). Namun, manfaat tersebut belum dirasakan merata oleh seluruh peserta; peserta yang berhasil melanjutkan ke tahap lanjutan memperoleh akses fasilitas dan pendampingan yang lebih intensif dibandingkan peserta yang berhenti pada tahap awal. Intensitas pendampingan dan komunikasi yang menurun setelah program reguler berakhir juga berbeda dengan temuan Ermawati et al. (2023) yang menunjukkan pembinaan berkelanjutan pada kasus lain, sehingga aspek keberlanjutan pendampingan

pascaprogram menjadi catatan penting dalam implementasi Program GadePreneur di Kanwil XII Surabaya.

KESIMPULAN

Implementasi Program CSR Pegadaian Peduli melalui Program GadePreneur di Kota Surabaya dilaksanakan melalui sistem pembinaan berjenjang yang menempatkan proses seleksi sebagai mekanisme utama pada setiap tahapan. Standar dan sasaran program cukup jelas, namun distribusi sumber daya, intensitas komunikasi, dan pendampingan bersifat selektif serta cenderung menurun setelah masa pembinaan reguler berakhir, terutama bagi peserta yang tidak melanjutkan ke tahap berikutnya. Karakteristik organisasi pelaksana menunjukkan pembagian peran yang cukup jelas antara Pegadaian dan mitra pelaksana, sementara kondisi eksternal berupa persaingan pasar, keterbatasan fasilitas produksi, dan kesenjangan kemampuan digital masih menjadi tantangan bagi UMKM binaan. Disposisi pelaksana menunjukkan komitmen terhadap pemberdayaan jangka panjang, meskipun variasi keterlibatan antara Pegadaian Pusat dan Kanwil Surabaya masih dirasakan sebagian peserta.

Program GadePreneur berkontribusi positif terhadap pengembangan ekonomi lokal melalui peningkatan kapasitas, akses legalitas usaha, dan jejaring bisnis UMKM binaan, meskipun dampak tersebut belum dirasakan merata oleh seluruh peserta akibat mekanisme seleksi berjenjang. Berdasarkan temuan tersebut, PT Pegadaian Kanwil XII Surabaya disarankan memperkuat pendampingan dan monitoring pascaprogram serta memperluas akses fasilitas pengembangan usaha agar manfaat program dirasakan lebih merata. Pelaku UMKM binaan diharapkan terus menerapkan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh serta meningkatkan kemampuan adaptasi terhadap perubahan pasar dan teknologi. Penelitian selanjutnya disarankan mengkaji keberlanjutan dampak program terhadap UMKM binaan dalam jangka panjang serta efektivitas sistem pembinaan berjenjang dalam memengaruhi pemerataan manfaat program.

DAFTAR PUSTAKA

Adila, F., Sutrisno, I., Ompusunggu, D. P., & Hukum, A. (2023). Analisis peran lembaga keuangan (Pegadaian) terhadap

pengembangan perekonomian masyarakat umum (usaha UMKM). *Jurnal Ekonomi*, 12(1), 485–494.

Alifani, M. S., Prabawati, I., Rahaju, T., & Amin, M. N. F. Al. (2026). Implementasi Program Corporate Social Responsibility (CSR) Perumda Air Minum Surya Sembada Kota Surabaya dalam Mendukung Sustainable Development Goals (SDGs). *Journal of Public Affairs*, 9(1), 163–179.
<https://doi.org/10.61332/ijpa.v9i1.447>

Apriliani, R. A. (2023). Pelatihan digital marketing bagi UMKM guna peningkatan penjualan di Kelurahan Wonorejo, Surabaya. *Jurnal Abdimas*, 3(3), 1013–1022.
<https://doi.org/10.54082/jamsi.795>

Astuti, D. D. (2015). Implementasi Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) dalam upaya pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM): Studi pada PT Pegadaian Kantor Wilayah XII Surabaya [Skripsi]. Universitas Brawijaya.

Basuki, F. H., & Liptiay, J. R. (2024). Pengelolaan Corporate Social Responsibility (CSR) pada Program The Gade Clean and Gold sebagai upaya meningkatkan pendapatan masyarakat dengan mengurangi sampah di Kota Ambon. *Jurnal Maneksi*, 13(4), 867–872.

BPS Kota Surabaya. (2025). Persentase penduduk miskin Maret 2025

- turun menjadi 3,56 persen.
<https://surabayakota.bps.go.id>
- CNN Indonesia. (2025). Pegadaian GadePreneur 2025 resmi dibuka, sedia lebih banyak benefit.
<https://www.cnnindonesia.com>
- Erlanitasari, Y., Rahmanto, A., & Wijaya, M. (2019). Digital economic literacy micro, small and medium enterprises (SMEs) go online. *Jurnal Informasi*, 49(2), 145–156.
<https://doi.org/10.21831/informasi.v49i2.27827>
- Ermawati, Y., Puijianto, P., & Rodhiah, R. (2023). Peran CSR PT. Astra International Tbk dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat (UMKM) melalui Kampung Berseri Astra. *Jurnal Ilmiah*, 3(1).
- GadePreneur. (2026). UMKM tumbuh tangguh bersama Pegadaian.
<https://gadepreneur.com>
- Hadiyu, A. H. (2023). Analisis Program Bantuan Usaha Dana Bergulir bagi pelaku UMKM dalam implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) PT Asuransi Astra. *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, 4(5).
<https://doi.org/10.36418/syntax-imperatif.v4i5.294>
- Harprayudi, A. D., Radyati, M. R. N., & Utha, M. A. (2022). Analisa dukungan CSR untuk UMKM yang berkelanjutan. *Jurnal Bisnis*, 11(2), 73–84.
- Herlianto. (2025). PT Pegadaian dorong UMKM naik kelas. *Tugumalang.id*.
<https://tugumalang.id>
- Kementerian BUMN. (2023). Peraturan Menteri Badan Usaha Milik Negara No. PER-1/MBU/03 Tahun 2023 tentang Penugasan Khusus dan Program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan BUMN.
<https://jdih.kemenkoinfra.go.id>
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2025). Pemberdayaan UMKM menuju UMKM Mukomuko semakin maju dan naik kelas.
<https://djpb.kemenkeu.go.id>
- klikku.id. (2025). Pegadaian Kanwil XII Surabaya kembangkan UMKM Banyuwangi melalui Program Road to The GadePreneur.
<https://klikku.id>
- Meter, D. S. Van, & Horn, C. E. Van. (1975). The policy implementation process: A conceptual framework. *Administration & Society*, 6(4), 445–488.
<https://doi.org/10.1177/009539977500600404>
- Najib, I. A., Maulid, & Agusman, Y. (2025). Efektivitas Program Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Antam Tbk UBPN Pomalaa dalam pemberdayaan UMKM di Kecamatan Pomala Kabupaten Kolaka. *Ardenjaya*, 5(2), 2114–2123.
- Putri, D. C., & Irfan, M. (2024). Strategi pemberdayaan UMKM dalam Program Corporate Social Responsibility PT. Angkasa Pura II. *Jurnal Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 5(3).

- Rakhmadani, S., & Mulyono, J. (2021). Implementasi kebijakan Corporate Social Responsibility dalam meningkatkan pemberdayaan masyarakat (Studi pada PT Bank Pembangunan Daerah Lampung Kantor Cabang Metro Tahun 2020). *Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 4(1), 1-12.
- Riyadi, & Ghuzini, D. (2021). Ketimpangan pendidikan dan pendapatan serta pengaruhnya terhadap pertumbuhan ekonomi di daerah tertinggal, terdepan dan terluar (3T). *Jurnal Kependudukan Indonesia*, 16(2), 139-152.
<https://doi.org/10.14203/jki.v16i2.593>
- Rusandi, & Rusli, M. (2021). Merancang penelitian kualitatif dasar/deskriptif dan studi kasus. *Jurnal Pendidikan dan Studi Islam*, 2, 1-13.
- Samsu. (2017). Metode penelitian: Teori dan aplikasi penelitian kualitatif, kuantitatif, mixed methods, serta research & development. Pusat Studi Agama dan Kemasyarakatan (PUSAKA).
- Sugiyono. (2013). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D (2nd ed.). Alfabeta.
- Widjaja, S. R., & Natakoesoemah, S. (2021). Penerapan konsep Corporate Social Responsibility dalam mengembangkan UMKM melalui Program BRIncubator. *Communication*, 12(1).