

Peran Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Bank Indonesia terhadap Keberlanjutan Usaha Bara Gold and Silver Jewelry

A.A. Istri Erlika Trisna Dewi, Ni Putu Eka Setiasih, Ni Made Artini, Komang Debby Narayani Swastika, Putu Widya Purnama Sari

Universitas Udayana
gungerlika@gmail.com

Article History

accepted 1/7/2025

approved 14/7/2025

published 30/7/2025

Abstract

This study aims to determine the impact of Bank Indonesia's Corporate Social Responsibility programme through the provision of business capital assistance and guidance on the sustainability of the Bara Gold and Silver Jewelry in Celuk Village, Gianyar. The method used is a case study with a descriptive qualitative approach. Primary data was obtained through interviews with owner, while secondary data was obtained from company's documents. The results indicate that Bank Indonesia's CSR programme not only enhances competitiveness but also acts as an economic catalyst, helping these SMEs adapt to market dynamics. This is evident from the mandatory reporting through SIKEPANG to monitor business development and participation in social communities to strengthen business independence. These findings confirm that Bank Indonesia's CSR is a vital economic strategy in supporting the sustainability of SMEs. Therefore, this study provides guidelines for developing more effective and impactful CSR programmes, particularly in the craft sector.

Keywords: corporate social responsibility, MSMEs, Bank Indonesia, business sustainability.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Bank Indonesia melalui pemberian bantuan modal usaha dan pendampingan terhadap keberlangsungan usaha Bara Gold and Silver Jewelry di Desa Celuk, Gianyar. Metode yang digunakan adalah studi kasus dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan pemilik dan data sekunder diperoleh dari dokumen-dokumen perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR Bank Indonesia tidak hanya meningkatkan daya saing, tetapi juga berfungsi sebagai katalis ekonom yang membantu Bara Gold and Silver Jewelry beradaptasi dengan dinamika pasar. Hal ini diketahui melalui pelaporan wajib UMKM binaan melalui SIKEPANG untuk melaporkan perkembangan bisnis dan partisipasi dalam komunitas sosial untuk memperkuat kemandirian usaha. Temuan ini menegaskan CSR Bank Indonesia merupakan strategi ekonomi vital yang mendukung keberlanjutan UMKM. Dengan demikian, keberadaan penelitian ini memberikan pedoman bagi pengembangan program CSR yang lebih efektif dan berdampak luas, khususnya di sektor kerajinan.

Kata Kunci: corporate social responsibility, UMKM, Bank Indonesia, keberlanjutan usaha



PENDAHULUAN

Bank Indonesia (BI) memiliki peranan penting dalam menunjang pertumbuhan ekonomi negara melalui program-program yang telah dicanangkan dan dilaksanakan (Bank Indonesia, 2020). Salah satu bentuk program tersebut adalah Program Sosial Bank Indonesia (PSBI) yang menjadi program utama dalam *Corporate Social Responsibility* (CSR) Bank Indonesia. Program ini dilaksanakan secara sistematis dan terukur melalui serangkaian aktivitas pemberdayaan masyarakat yang berorientasi pada peningkatan kesejahteraan sosial-ekonomi (Bank Indonesia, 2020). PSBI dibangun atas tiga pilar utama, sebagaimana dilansir oleh Detik Finance, (2024):

Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat yang berfokus pada peningkatan kapasitas ekonomi masyarakat melalui pengembangan komoditas strategis. Kepedulian Sosial yang berfokus pada pemberian bantuan kemanusiaan dan lingkungan hidup. Sumber Daya Manusia (SDM) Unggul yang bertujuan untuk meningkatkan wawasan masyarakat melalui edukasi dan beasiswa.

Bank Indonesia secara aktif merealisasikan pilar pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui berbagai program dukungan bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Salah satu bentuk nyata adalah pemberian bantuan modal usaha, baik berupa uang tunai maupun barang, untuk memperkuat permodalan pelaku UMKM. Selain itu, Bank Indonesia juga memberikan pendampingan intensif berupa pelatihan keterampilan, konsultasi bisnis, dan bimbingan teknis guna meningkatkan kualitas produk, kemampuan manajemen usaha, serta strategi pemasaran.

UMKM memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia, tidak hanya sebagai penyedia lapangan kerja tetapi juga sebagai motor penggerak pertumbuhan ekonomi nasional. Berdasarkan data tahun 2023, jumlah UMKM di Indonesia mencapai 66 juta unit usaha, yang menunjukkan tren pertumbuhan positif dibandingkan tahun sebelumnya (Kadin id, 2025). Keberadaan UMKM mampu menyerap sekitar 117 juta tenaga kerja, atau sekitar 97% dari total tenaga kerja nasional, menjadikannya sebagai sektor yang paling dominan dalam penciptaan kesempatan kerja.

Selain itu, UMKM memberikan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional, mencapai 61% dari total PDB, setara dengan Rp9.580 triliun pada tahun tersebut (Kamar Dagang dan Industri, 2025). Angka ini menunjukkan bahwa UMKM bukan hanya sekadar sektor usaha kecil, tetapi juga memiliki dampak besar terhadap stabilitas ekonomi negara. Pemerintah terus mendorong pertumbuhan UMKM melalui berbagai kebijakan, termasuk akses pembiayaan, digitalisasi, serta program pendampingan agar sektor ini semakin berdaya saing dan mampu bertahan di tengah tantangan ekonomi global (Direktoral Jenderal Perbendaharaan, 2023).

Pemerintah terus mendorong pertumbuhan UMKM melalui berbagai kebijakan, termasuk peningkatan akses pembiayaan, digitalisasi usaha, serta program pendampingan agar sektor ini semakin berdaya saing dan mampu bertahan menghadapi tantangan ekonomi global. Namun, meskipun UMKM menunjukkan tren pertumbuhan positif, sektor ini masih menghadapi berbagai kendala, terutama dalam aspek permodalan. Studi yang dilakukan oleh Kamar Dagang dan Industri (Kadin) mengungkap bahwa hanya 30% UMKM yang memiliki akses ke pembiayaan formal, sementara sisanya bergantung pada modal pribadi atau pinjaman informal dengan bunga tinggi.

Keterbatasan akses terhadap sumber pembiayaan dapat menghambat ekspansi dan peningkatan daya saing UMKM. Banyak pelaku UMKM menghadapi kesulitan dalam memperoleh kredit usaha karena persyaratan yang ketat, kurangnya jaminan, serta keterbatasan literasi keuangan (Kamar Dagang dan Industri, 2025). Untuk mengatasi hal tersebut, BI menunjukkan perannya dalam membantu permodalan UMKM melalui Peraturan Bank Indonesia No. 14/22/PBI/2012, yang mewajibkan Bank Umum untuk memberikan kredit atau pembiayaan kepada UMKM (Bank Indonesia, 2012). Selain itu, Bank Indonesia juga mendukung pelaku UMKM melalui PSBI dalam pilar pemberdayaan

ekonomi masyarakat dengan memberikan bantuan modal usaha, dan pendampingan kepada UMKM untuk meningkatkan daya saing bisnis mereka. Pendekatan ini tidak hanya membantu UMKM bertahan, tetapi juga meningkatkan daya saing mereka di pasar domestik maupun global.

Kabupaten Gianyar merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Bali yang terkenal sebagai pusat seni dan budaya, serta memiliki jumlah industri kreatif yang cukup besar. Berdasarkan data hingga akhir tahun 2018, industri kreatif di Gianyar mencapai 36.890 unit, yang mampu menyerap 81.946 tenaga kerja (Gianyar, 2019). Beragam sektor industri kreatif berkembang di wilayah ini, termasuk kerajinan kayu, emas dan perak, tenun atau endek, bambu, pangan, serta kulit. Selain itu, berdasarkan data 2021 dari Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Gianyar, total UMKM di Kabupaten Gianyar adalah 75.620 UMKM. Salah satu desa di Kabupaten Gianyar, yaitu Desa Celuk, didominasi oleh UMKM yang bergerak di bidang kerajinan emas dan perak, menjadikannya salah satu ikon industri kreatif lokal yang mampu bersaing di pasar internasional.

Bara Gold and Silver Jewelry merupakan salah satu UMKM di Desa Celuk yang bergerak dalam bidang produksi dan pemasaran kerajinan emas dan perak. Didirikan pada tahun 2003 oleh Putu Sudiadnyani, yang lebih dikenal dengan sebutan “Mami Bara,” usaha ini awalnya beroperasi sebagai industri rumahan sebelum akhirnya berkembang dan membuka toko fisik untuk memperluas jangkauan pasarnya. Seperti banyak UMKM lainnya, Bara Gold and Silver Jewelry menghadapi tantangan besar selama masa pandemi Covid-19, di mana pembatasan mobilitas dan penurunan permintaan menyebabkan kesulitan finansial.

Meskipun demikian, dengan ketekunan dan strategi adaptasi yang tepat, Bara Gold and Silver Jewelry berhasil bertahan dan tetap beroperasi. Pada tahun 2022, usaha ini terpilih sebagai salah satu UMKM binaan Bank Indonesia Kantor Perwakilan Bali, memperoleh bantuan modal usaha berupa barang serta pendampingan melalui pelatihan, konsultasi, dan bimbingan teknis. Dukungan ini membantu meningkatkan kualitas produk, manajemen usaha, dan strategi pemasaran, membuka peluang bagi pertumbuhan bisnis yang lebih baik di masa depan.

Penelitian terkait bagaimana peran dan dampak dari program binaan dari BI terhadap UMKM telah dilakukan sebelumnya oleh Hermawan & Rahayu, (2024) pada pelaku UKM di Jawa Timur dan menemukan hasil bahwa program tersebut dapat meningkatkan kemampuan manajerial, memperluas pasar, serta menghemat biaya produksi dan meningkatkan keuntungan bagi pelaku usaha. Hasil yang sama juga ditemukan oleh Laurensia Murin Boro et al., (2024) pada pelaku UMKM di Kota Kupang, bahwa program binaan BI memberikan dampak positif, terutama dalam peningkatan omzet dan fasilitas yang diterima pelaku usaha. Namun, hingga saat ini belum terdapat kajian yang secara spesifik menganalisis efektivitas program binaan BI terhadap UMKM di Desa Celuk, Bali yang dikenal sebagai sentra kerajinan perak dengan karakteristik usaha yang unik dan berbasis budaya lokal.

Berdasarkan latar belakang di atas, kami termotivasi untuk menganalisis mengenai bagaimana peran serta dampak yang dihasilkan dari program pemberdayaan ekonomi UMKM oleh Bank Indonesia terhadap keberlanjutan usaha UMKM di Bali khususnya Bara Gold and Silver Jewelry. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana dampak dari pemberian bantuan modal usaha dan pendampingan terhadap keberlangsungan usaha Bara Gold and Silver Jewelry.

METODE

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif untuk memahami secara mendalam persepsi pelaku usaha terhadap implementasi program CSR Bank Indonesia. Studi dilaksanakan selama Juni 2025 di Desa Celuk, Gianyar, Bali, sebuah sentra kerajinan perak dan emas. Informan utama adalah pemilik Bara Gold and Silver Jewelry,

dipilih secara *purposive* sebagai satu-satunya penerima program CSR di area tersebut, sehingga dinilai relevansi dan memiliki pengalaman langsung. Meskipun hanya melibatkan satu informan, peneliti melakukan triangulasi sumber dengan membandingkan hasil wawancara terhadap dokumen pelaksanaan program CSR, laporan kegiatan UMKM, dan artikel tertulis lainnya guna mengurangi bias. Data primer dikumpulkan melalui dua sesi wawancara mendalam secara langsung yang berdurasi sekitar 60–90 menit, dengan pendekatan terbuka dan perekaman audio untuk memastikan akurasi. Hasil wawancara ditranskrip dan dimodifikasi secara manual melalui tahap *open coding*, *axial coding*, dan *selective coding* guna merumuskan tema utama yang relevan. Analisis data dilakukan menggunakan tiga tahap: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Miles & Huberman, 1994). Keabsahan data diuji melalui triangulasi metode dan sumber, serta konfirmasi ulang kepada informan (*member checking*) untuk memastikan keakuratan interpretasi (Masrunik et al., 2020). Pendekatan ini selaras dengan tujuan penelitian kualitatif yang berupaya menggali makna, nilai, dan pengalaman subjektif dalam konteks sosial tertentu (Creswell, 2014).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bara Gold and Silver Jewelry merupakan sebuah entitas usaha kerajinan perhiasan perak dan emas yang menunjukkan pertumbuhan signifikan semenjak menjadi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) binaan Bank Indonesia Kantor Wilayah Provinsi Bali. Pilar pemberdayaan ekonomi masyarakat menjadi landasan kolaborasi di antara kedua pihak ini dengan meninjau adanya peluang dan temuan bahwa pengusaha kerajinan perak di Desa Celuk mengalami peningkatan pendapatan seiring dengan bertambahnya wisatawan mancanegara yang membeli produk mereka akibat pertumbuhan pariwisata Bali (Singgalen & Prabawa, 2016).

Perjalanan menjadi UMKM Binaan Bank Indonesia

Dalam perjalanannya untuk menjadi UMKM binaan Bank Indonesia, Bara Gold and Silver Jewelry mulai aktif berpartisipasi dalam kurasi UMKM rutin dan terpilih sebagai salah satu dari 10 produk UMKM premium yang dikurasi oleh Bank Indonesia Provinsi Bali untuk Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI) pada tahun 2021 (Antara News, 2021). "2021 hanya awal dan selanjutnya di setiap tahunnya, usaha kami selalu terpilih menjadi bagian dari UMKM Binaan Bank Indonesia", ucap Putu Sudi Adnyani selaku pemilik UMKM tersebut. Selain itu, Bara Gold and Silver Jewelry juga aktif bersinergi dengan lembaga terkait, seperti mengikuti pameran di Pesta Kesenian Bali yang merupakan festival seni dan budaya tahunan yang diselenggarakan oleh Pemerintah Provinsi Bali. Kegiatan-kegiatan ini mendorong Bara Gold and Silver Jewelry terlibat dalam klaster UMKM Bank Indonesia Provinsi Bali dengan kategori produk premium dalam bidang kriya (Poros Bali, 2021).

Bantuan Fisik dan Nonfisik Program Sosial Bank Indonesia

Bara Gold and Silver Jewelry memperoleh bantuan berupa mesin produksi kerajinan perak atau mesin *casting* untuk mendorong efisiensi dan efektivitas proses pembuatan produk. Selain itu, Bank Indonesia juga turut membina UMKM ini melalui pelatihan komprehensif, meliputi optimalisasi fotografi produk, penyusunan laporan keuangan, dan pengembangan inovasi desain yang berakar pada karakteristik khas Bali agar kompetitif di pasar global. Dalam hal manajemen usaha, UMKM ini disebut sebagai Kelompok Bara Bhagya Laksmi yang secara unit terbagi menjadi unit kerja produksi dan unit kerja pemasaran. Unit kerja produksi bertugas dalam menangani hal-hal yang berkaitan dengan bahan baku, desain/motif, serta produksi dan unit pemasaran bertugas untuk melakukan pemasaran secara daring maupun luring. Bentuk pemasaran yang difasilitasi adalah *onboarding* ke platform digital dan klasifikasi produk-produk Bara Silver sebagai produk premium dan secara strategis ditampilkan dalam berbagai ajang pameran nasional dan internasional bergengsi seperti Singapore International Jewelry

Expo (SIJE) 2022 sebagai representasi UMKM kriya Bali. Dengan demikian, Bank Indonesia mendukung UMKM ini melalui modal manusia, modal intelektual, modal sosial dan hubungan, serta modal manufaktur.

Keberlanjutan UMKM Bara Gold and Silver Jewelry

Bara Gold and Silver Jewelry sebagai UMKM binaan Bank Indonesia berkomitmen kuat pada inovasi desain perhiasan dan pengembangan seni demi menjaga daya saing pasar. Pada sesi wawancara, Mami Bara mengungkapkan bahwa mereka juga menjunjung tinggi tanggung jawab sosial dengan membangun loyalitas pelanggan dan karyawan. Pilar pemberdayaan ekonomi masyarakat yang menjadi fokus PBSI sukses meningkatkan pengenalan merek Bara Gold and Silver Jewelry dengan membuahkan kolaborasi strategis dengan artis, desainer, serta pemerintah. Keberlanjutan usaha yang didukung pendekatan hobi sebagai pekerjaan menciptakan lingkungan kerja yang menyenangkan walaupun sebagai seorang wanita Bali yang terkenal dengan banyaknya kewajiban adatnya. UMKM ini percaya inovasi berkelanjutan adalah kunci memenangkan persaingan dan mencegah peniruan, dan membangun kepercayaan pelanggan pada keunikan produk, bukan hanya harga ungkap lebih lanjut oleh Mami Bara. UMKM ini juga turut berkontribusi pada ekonomi lokal dengan membuka lapangan kerja bagi pengrajin, memprioritaskan kesejahteraan karyawan melalui pelatihan public speaking dan manajemen waktu, fasilitas tempat tinggal, serta rutin menyalurkan donasi sosial. Dengan harapan, meningkatnya efisiensi operasional selaras dengan profitabilitas

Akuntabilitas sebagai UMKM Binaan Bank Indonesia melalui SIKEPANG

Bara Gold and Silver Jewelry sebagai UMKM Binaan Bank Indonesia memiliki kewajiban pelaporan tanggung jawab yang terstruktur. Operasional yang melibatkan dua unit kerja, yaitu unit kerja produksi yang akan melaporkan kegiatan administrasinya berupa stok bahan baku, daftar stok desain, stok barang, kas harian, dan buku rek. produksi sementara unit pemasaran akan melaporkan nota penjualan, rencana dan kerja target, buku rek. pemasaran, stok barang, dan kas harian. Laporan ini diolah oleh departemen inti UMKM yang nantinya akan dilaporkan setiap bulan melalui Sistem Informasi Monitoring Program Ketahanan Pangan (SI KEPANG) milik Bank Indonesia. Sistem ini merupakan salah satu modul aplikasi Informasi Pengembangan UMKM Bank Indonesia (SIUMBI) yang merupakan sarana monitoring perkembangan pelaksanaan program pengembangan UMKM, baik dari segi klaster penendalian inflasi (valatile foods), klaster wirausaha, dan program UMKM unggulan, yang dilakukan oleh seluruh Kantor Perwakilan Bank Indonesia di dalam negeri (KPwDN). SI KEPANG membantu otomatisasi input dan pelaporan data pengembangan UMKM binaan BI untuk pengelolaan data, penyusunan laporan, dan mempercepat pengambilan keputusan pimpinan. Selain itu, aplikasi ini menjadi instrumen pemantauan efektivitas program pengembangan UMKM yang dilaksanakan oleh Kantor Perwakilan Bank Indonesia di Daerah (KPwDN) serta memfasilitasi publikasi informasi program pengembangan UMKM oleh BI dan K/L kepada para pemangku kepentingan, dengan data individual untuk internal dan data agregat untuk eksternal. Pelaporan ini penting untuk memantau peningkatan usaha dan produksi Bara Gold and Silver Jewelry pascapembinaan oleh BI, serta menilai kapasitas pemenuhan pesanan berdasarkan jumlah pekerja dan bantuan yang diterima. BI juga rutin berkunjung untuk memastikan pencapaian target dan memberikan pengawasan serta dukungan berkelanjutan.

Bara Gold and Silver Jewelry belum mengimplementasikan program CSR mandiri, tetapi secara aktif menginternalisasi dan menyalurkan manfaat dari binaan CSR Bank Indonesia yang mencerminkan penerapan keempat lapisan tanggung jawab sosial menurut Carroll's Pyramid (Carroll, 2016). Secara ekonomi, perusahaan memanfaatkan dukungan tersebut untuk menjaga profitabilitas dan keberlanjutan bisnisnya. Dalam aspek hukum, mereka mematuhi regulasi terkait operasional dan program binaan,

memastikan transparansi dan akuntabilitas. Secara etis, perusahaan berkomitmen mendistribusikan manfaat CSR secara adil kepada masyarakat, memperhatikan dampak sosial dan kebutuhan stakeholder. Pada puncak piramida, melalui kolaborasi ini, Bara Gold and Silver Jewelry turut berperan dalam kegiatan filantropis yang memberdayakan komunitas dan mendukung kesejahteraan sosial. Dengan demikian, Bara Gold and Silver Jewelry membuktikan bahwa kolaborasi strategis dapat menjadi langkah awal yang efektif bagi perusahaan untuk berkontribusi.

SIMPULAN

Penelitian ini menegaskan peran strategis program CSR Bank Indonesia dalam mendukung keberlanjutan UMKM, khususnya melalui studi kasus Bara Gold and Silver Jewelry. CSR terbukti memberikan dampak signifikan seperti peningkatan produksi, inovasi desain, perluasan akses pasar, serta penguatan kontribusi sosial. Pendampingan digitalisasi dan pelaporan berkala melalui SIKEPANG memberi keunggulan kompetitif unik dalam hal akuntabilitas dan citra bisnis. Secara teoretis, CSR berfungsi sebagai katalisator ekonomi melalui intervensi non-finansial dan model keberlanjutan multi-modal yang terintegrasi secara digital. Dalam praktiknya, Bara Gold and Silver Jewelry berhasil mengoptimalkan manfaat CSR meskipun belum mengimplementasikannya secara mandiri. Dukungan CSR memungkinkan UMKM beradaptasi dalam ekosistem bisnis global yang menuntut inovasi dan kredibilitas tinggi. Rekomendasi riset lanjutan mencakup evaluasi dampak finansial jangka panjang, perbandingan model CSR antar bank, analisis peran ESG, serta eksplorasi akuntansi perilaku dan strategi rebranding sebagai penguat daya saing UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Antara News. (2021). *BI Bali dorong UMKM mantapkan digitalisasi lewat Gerakan Nasional BBI*. <https://www.antaranews.com/berita/1940572/bi-bali-dorong-umkm-mantapkan-digitalisasi-lewat-gerakan-nasional-bbi%0A%0A>
- Bank Indonesia. (2012). *PBI Nomor 14 Tahun 2012 Tentang Pemberian Kredit atau Pembiayaan oleh Bank Umum dan Bantuan Teknis dalam Rangka Pengembangan UMKM Credit Provision or Financing by Commercial Banks and Technical Assistance in the Context of the Development of Micro, Small*.
- Bank Indonesia. (2020). *Sosialisasi Pengkinian Data dan Informasi Pada Sistem Informasi Pengembangan Umkm Bannk Indonesia- Modul Sikep SIKEPANG*.
- Carroll, A. B. (2016). Carroll's Pyramid of CSR: Taking Another Look. *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 1(1), 3. <https://doi.org/10.1186/s40991-016-0004-6>
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Detik Finance. (2024). *BI Buka-bukaan soal Mekanisme Program Sosial*. *Detik Finance*. <https://finance.detik.com/moneter/d-7708986/bi-buka-bukaan-soal-mekanisme-program-sosial>
- Direktoral Jenderal Perbendaharaan. (2023). *Kontribusi UMKM dalam Perekonomian Indonesia*. *Kementrian Keuangan RI*. <https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/lubuksikaping/id/data-publikasi/artikel/3134-kontribusi-umkm-dalam-perekonomian-indonesia.html>
- Gianyar, K. (2019). Kabupaten Gianyar Ditetapkan sebagai Kabupaten Kreatif dengan Daya Tarik Global. *Situs Resmi Pemerintah Kabupaten Gianyar*. <https://gianyarkab.go.id/informasi-publik/berita/kabupaten-gianyar-ditetapkan-sebagai-kabupaten-kreatif-dengan-daya-tarik-global#:~:text=Sejalan dengan program Badan Ekonomi,seorang penonton yang hadir%2C Rere>
- Hermawan, A., & Rahayu, W. P. (2024). Bank Indonesia'S CSR: a Model for Social

- Entrepreneurship Transformation. *Journal of Lifestyle and SDG'S Review*, 4(4), 1–28. <https://doi.org/10.47172/2965-730X.SDGsReview.v4.n04.pe01925>
- Kadin id. (2025). Jumlah UMKM Indonesia Capai 66 Juta pada 2023. *Kadin.Id*. <https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/>
- Kamar Dagang dan Industri. (2025). UMKM Indonesia. *Kadin.Id*. <https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/>
- Laurensia Murin Boro, Pius Bumi Kellen, & Fransina W.Ballo. (2024). Peran Bank Indonesia Terhadap Binaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Kupang. *Journal of Business, Finance, and Economics (JBFE)*, 5(2), 323–332. <https://doi.org/10.32585/jbfe.v5i2.5741>
- Masrunik, E., Indarriyanti, H., Wahyudi, A., Septiawan, B., & Purnamasari, I. (2020). Corporate Social Responsibility (CSR) Pada UMKM Pia AM Bakery Kecamatan Kesamben Kabupaten Blitar. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 27, 178–183. <https://doi.org/10.31734/economics2020.27.178>
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). Qualitative data analysis: An expanded sourcebook (2nd ed.). *SAGE Publications*.
- Poros Bali. (2021). *Majukan UMKM, Bank Indonesia Dukung Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia*. <https://porosbali.com/read/202101120003/majukan-umkm-bank-indonesia-dukung-gerakan-nasional-bangga-buatan-indonesia.html>
- Singgale, Y. A., & Prabawa, T. S. (2016). Bisnis Seni Kerajinan Perak: Pemanfaatan Modal dalam Dinamika Berwirausaha. *Kritis*, 25((1)), 71–96.