

## *Implementation of PT Polytama Propindo Community Empowerment Program through the Dapur Usaha Indramayu (Dahayu)*

**Dwinanto Kurniawan<sup>1\*</sup>, M. Andri Nugroho<sup>1</sup>, Catharina Siena<sup>1</sup>, Somaya Saragih<sup>1</sup>,  
Jiwaning Angger Pamukti<sup>1</sup>, Niwang Gita Navulani<sup>1</sup>**

### **Article Info**

*\*Correspondence Author*

<sup>(1)</sup> PT Polytama Propindo

### **How to Cite:**

Kurniawan, D., Nugroho, M. A., Siena, C., Saragih, S., Pamukti, J. A., Navulani, N. G. (2025). *Implementation of PT Polytama Propindo Community Empowerment Program through the Dapur Usaha Indramayu (Dahayu)*. Prospect: Jurnal Pemberdayaan Masyarakat, 4 (1), 76-88.

### **Article History**

Submitted: 21 February 2025

Received: 11 March 2025

Accepted: 14 March 2025

Correspondence E-Mail:

[dwinanto@polytama.co.id](mailto:dwinanto@polytama.co.id)

### **Abstract**

This paper describes PT Polytama Propindo community empowerment program as part of its commitment to Corporate Social Responsibility (CSR). Dahayu (Dapur Usaha Indramayu) is one of the community empowerment programs for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). Since 2024, it has been implemented in the Juntinyuat District of Indramayu Regency, West Java Province. Dahayu members are a combination of several food-processing MSMEs with products such as soy sauce, salted egg crackers, ranginang, and fried onion. The Dahayu Program is implemented in several phases: planning, implementation, monitoring, and evaluation. The program aims to respond to existing problems and potentials. After studying the Juntinyuat area, we saw that there are a lot of MSMEs, the popularity of Junti soy sauce, and plenty of shallots. However, there are also some problems, such as marketing areas that are limited because the packaging isn't suitable for food and conventional marketing strategies. This program helps upgrade MSMEs by increasing their income and marketing reach for exports through the following: transitioning to food-grade packaging, providing production and marketing tools, regularly training their workers to increase production capacity, assisting them in obtaining business distribution permits, and helping them participate in events.

**Keywords:** *Dapur Usaha Indramayu (Dahayu); Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) Empowerment; Corporate Social Responsibility (CSR)*

## Implementasi Program Pemberdayaan Masyarakat PT Polytama Propindo melalui Dapur Usaha Indramayu (Dahayu)

Dwinanto Kurniawan<sup>1\*</sup>, M. Andri Nugroho<sup>1</sup>, Catharina Siena<sup>1</sup>, Somaya Saragih<sup>1</sup>,  
Jiwaning Angger Pamukti<sup>1</sup>, Niwang Gita Navulani<sup>1</sup>

### Info Artikel

\*Korespondensi Penulis

<sup>(1)</sup> PT Polytama Propindo

Surel Korespondensi:

[dwinanto@polytama.co.id](mailto:dwinanto@polytama.co.id)

### Abstrak

Tulisan ini bertujuan untuk mendeskripsikan program pemberdayaan masyarakat oleh PT PT Polytama Propindo Propindo (PT Polytama Propindo) sebagai komitmen dalam pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dapur Usaha Indramayu (Dahayu) merupakan salah satu program pemberdayaan masyarakat kepada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang dilakukan oleh PT Polytama Propindo. Program ini dilakukan di Kecamatan Juntinyuat, Kabupaten Indramayu, Provinsi Jawa Barat sejak tahun 2024. Anggota Dahayu merupakan gabungan dari beberapa UMKM olahan makanan dengan produk kecap, kerupuk telur asin, rengginang, dan bawang goreng. Pelaksanaan program Dahayu dimulai dari tahap perencanaan, implementasi, *monitoring*, dan evaluasi. Tujuan program Dahayu untuk merespon permasalahan dan potensi yang ada. Berdasarkan hasil observasi dan kajian pemetaan sosial yang dilakukan, terdapat potensi di Kecamatan Juntinyuat, di antaranya meningkatnya jumlah UMKM, tradisi dan popularitas kecap Junti, hingga hasil bawang merah yang melimpah. Sedangkan untuk permasalahan meliputi: terbatasnya area pemasaran karena penggunaan kemasan non *food grade*, strategi pemasaran konvensional, dan *branding* yang belum kuat. Program ini berhasil untuk membuat UMKM naik kelas yang tercermin dari peningkatan pendapatan dan jangkauan area pemasaran hingga ekspor melalui transisi kemasan *food grade*, pemberian alat produksi dan pemasaran, pelatihan rutin untuk meningkatkan kapasitas, pendampingan legalitas izin edar usaha, dan pengikutsertaan *event*.

**Kata Kunci:** *Corporate Social Responsibility* (CSR); Dapur Usaha Indramayu (Dahayu); Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

## Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting sebagai tulang punggung perekonomian di Indonesia. Peran penting tersebut dibuktikan dalam menciptakan lapangan kerja dan mendorong pertumbuhan perekonomian nasional. Berdasarkan data statistik yang dirilis oleh Kementerian Koperasi dan UKM, terdapat sekitar 65 juta unit UMKM di Indonesia yang tersebar di berbagai sektor, seperti kuliner, kerajinan tangan, teknologi digital, dan fesyen. Hal tersebut juga turut berkontribusi sebesar 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) yang setara dengan Rp8.574 triliun. Data menunjukkan bahwa UMKM berkontribusi dalam menyerap hingga 95% tenaga kerja yang tersedia dan menyerap hingga 60% total investasi yang dilakukan (Sasongko et al., 2021). Melihat kontribusi tersebut, UMKM dapat dijadikan sebagai sarana pemberdayaan masyarakat dan mengurangi kesenjangan ekonomi yang ada.

Kecamatan Juntinyuat merupakan salah satu Kecamatan yang ada di Kabupaten Indramayu, Provinsi Jawa Barat. Menurut Data Badan Pusat Statistik (2023), wilayah Kecamatan Juntinyuat memiliki sekitar 8.460 pelaku UMKM yang didominasi pada sektor makanan. Produk UMKM yang ada di Kecamatan Juntinyuat ini menyesuaikan dengan ciri khas desa masing-masing seperti Desa Juntinyuat yang terkenal akan produk kecap. Ketenaran produk kecap tercermin pada tingginya produsen kecap dibandingkan dengan Kecamatan lainnya di Kabupaten Indramayu (Rokhadiyawati et al., 2022). Terdapat pula produksi bawang merah sebanyak 116,6 ton/tahun yang kemudian potensi tersebut ditangkap oleh pelaku UMKM menjadi produk bawang goreng seperti di Desa Segeran.

Selama ini, UMKM yang berada di Kecamatan Juntinyuat masih menggunakan kemasan yang tidak menarik dan belum memenuhi standar *food grade*. Hal tersebut menyebabkan produk yang diperjualbelikan kurang mampu untuk menembus pasar, toko retail, dan membuat produk tidak tahan lama apabila pengiriman jarak jauh. Strategi pemasaran yang dilakukan juga masih dengan cara yang konvensional. Strategi pemasaran dengan metode konvensional tidak efektif dilakukan pada era saat ini. Tidak hanya sampai disitu, aspek legalitas seperti izin edar, sertifikat uji nutrisi, kedaluwarsa, dan halal juga belum dimiliki sehingga belum maksimal dalam meningkatkan penjualan.

Potensi dan permasalahan tersebut kemudian menjadi perhatian bagi PT Polytama Propindo. Sebagai perusahaan petrokimia terkemuka yang sudah berdiri sejak 1993, PT Polytama Propindo memiliki komitmen untuk meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar melalui kegiatan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) atau *Corporate Social Responsibility* (CSR). Menurut Totok Mardikanto (2018), integrasi kepedulian sosial dan lingkungan dalam operasional bisnis dapat menjadi komitmen untuk mengarah pada keberhasilan yang berkelanjutan. Kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dapat menjadi perluasan *Extended Product Responsibility* (EPR) mengenai bijak memakai plastik kepada seluruh lapisan masyarakat, sebagai contohnya adalah pelaku UMKM. Dari potensi dan permasalahan yang ada, muncul program pemberdayaan masyarakat, khususnya pelaku UMKM yaitu Dapur Usaha Indramayu (Dahayu).

Program Dahayu ini dimulai sejak tahun 2024, tetapi proses *engagement* dilakukan sejak November 2023. Dahayu merupakan gabungan dari beberapa UMKM yang tersebar di Kecamatan Juntinyuat. Program ini bertujuan untuk mengatasi permasalahan dan mengembangkan potensi yang ada sehingga berdampak pada peningkatan taraf hidup masyarakat.

## Metode

Tulisan ini menggambarkan implementasi pelaksanaan program CSR PT Polytama Propindo melalui program Dahayu. Pelaksanaan program CSR ini menjadi mandatori Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas di mana dalam salah satu pasalnya memuat kewajiban untuk melaksanakan CSR. Sebagai salah satu bagian dari CSR, program pemberdayaan masyarakat menjadi salah satu cara efektif untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pemberdayaan masyarakat dapat mengubah masyarakat yang lemah menjadi kuat dan ketergantungan menjadi kemandirian (Nurjamilah, 2017). Dengan tujuan tersebut, PT Polytama Propindo merancang program Dahayu sebagai komitmen CSR dan memberdayakan masyarakat.

Pelaksanaan program Dahayu sebagai salah satu program CSR PT Polytama Propindo berada di Kecamatan Juntinyuat, Kabupaten Indramayu, Provinsi Jawa Barat. Pemilihan Lokasi ini berdasarkan aset yang dimiliki oleh PT Polytama Propindo yang terletak di Kecamatan Juntinyuat. Metode pelaksanaan program Dahayu berdasarkan kerangka kerja implementasi Paul Hohnen. Menurut Hohnen (2007), kerangka kerja implementasi terdiri dari perencanaan (*plan*), implementasi (*do*), *monitoring (check)*, dan evaluasi (*evaluate*). Penerapan metode ini bertujuan agar program yang dijalankan merupakan kebutuhan aktual dan faktual masyarakat sehingga dapat terarah.

Tahap pertama yang dilakukan adalah perencanaan. Perencanaan menjadi pedoman dan acuan bagi seluruh pihak yang terlibat selama implementasi program sehingga dapat berjalan secara efektif dan efisien. Berangkat dari hasil observasi dan kajian pemetaan sosial, PT Polytama Propindo melakukan *Focus Group Discussion* (FGD) untuk menentukan rencana kerja ke depannya dan survei ke UMKM sekitar agar sesuai dengan kebutuhan aktual dan faktual.

Pada tahap kedua ini adalah implementasi. Kegiatan Dahayu ini dimulai sejak Januari 2024 dengan anggota mencapai 18 orang dari 4 UMKM, akan tetapi proses *engagement* UMKM sudah dimulai sejak November 2023. Implementasi yang dilakukan berdasarkan hasil FGD sehingga kegiatan yang dilakukan sesuai dengan kebutuhan.

Tahap ketiga adalah *monitoring*. Hal ini dilakukan untuk memantau adanya kendala dan/atau perkembangan yang terjadi saat program sedang berjalan. PT Polytama Propindo rutin melakukan pemantauan program yang dilaksanakan minimal 2 kali dalam sebulan. Pemantauan dilakukan dengan kunjungan langsung dan berdiskusi dengan anggota Dahayu. Hasil diskusi tersebut kemudian akan dikumpulkan sebagai bahan evaluasi ke depannya.

Tahap terakhir adalah evaluasi. Hal ini dilakukan untuk mengetahui ketercapaian tujuan yang telah ditetapkan diawal. PT Polytama Propindo melakukan evaluasi sebanyak 3 kali, saat program berlangsung melalui Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) dan FGD evaluasi pada bulan akhir tahun. Evaluasi dapat memberikan hasil maksimal dalam implementasi program untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

## Pembahasan

Pada mulanya, hasil observasi dan kajian pemetaan sosial yang dilakukan oleh PT Polytama Propindo menunjukkan terdapat potensi dan permasalahan, khususnya UMKM yang ada di Kecamatan Juntinyuat. Program ini bertujuan untuk meningkatkan potensi dan mengatasi permasalahan sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan UMKM di Kecamatan Juntinyuat. Pelaksanaan program Dahayu dilakukan melalui langkah-langkah sebagai berikut:

**A. Tahap Perencanaan**

Setelah melakukan analisa terhadap hasil observasi dan kajian pemetaan sosial yang dilakukan, PT Polytama Propindo kemudian melakukan dua tahap diskusi, yaitu secara internal dan *Focus Group Discussion* (FGD) bersama seluruh lapisan masyarakat.

**1. Tahap Diskusi Internal**

Pada tahap ini dilakukan diskusi internal PT Polytama Propindo yang berfokus pada pembuatan kerangka dan rancangan program. Analisa hasil observasi dan kajian pemetaan sosial menemukan potensi di Kecamatan Juntinyuat. Potensi UMKM yang tersebar merupakan produk olahan makanan seperti Desa Juntinyuat terkenal kecap dan pemanfaatan potensi komoditas tertinggi bawang merah di Desa Segeran.



Gambar 1. Diskusi Internal PT Polytama Propindo untuk Perencanaan Program Dahayu  
(Sumber: Dokumentasi PT Polytama Propindo, 2024)

Setelah melakukan sesi diskusi internal, tahap selanjutnya adalah melakukan survei kepada pelaku UMKM di Kecamatan Juntinyuat bersama dengan Pemerintah Desa masing-masing. Survei dilakukan untuk melihat aktivitas yang dilakukan dan melihat kendala yang sedang dialami. Sebagai salah satu dasar untuk penentuan UMKM yang akan masuk dalam program Dahayu adalah intensitas produksi sehingga UMKM tersebut nyata dalam menjalankan kegiatan usaha dan menghasilkan produk secara kontinyu. Berikut merupakan UMKM yang dilakukan survei di antaranya:

Tabel 1. Hasil Survei kepada Pelaku UMKM di Kecamatan Juntinyuat yang Berpotensi menjadi Anggota Dahayu

No	Nama UMKM	Produk	Lokasi	Kendala
1	Belum memiliki merek	Rengginang	Desa Limbangan	- Belum memiliki <i>branding</i> dan kemasan - Belum memiliki legalitas usaha - Belum memiliki uji kandungan nutrisi produk - Belum memiliki uji kedaluwarsa produk



				- Belum terdapat SOP produksi dan pengemasan
2	Kijang Mas	Kecap Junti	Desa Juntinyuat	- Belum memiliki uji kedaluwarsa produk - Belum terdapat SOP produksi dan pengemasan
3	Dua Putra	Kerupuk Telur Asin	Desa Juntinyuat	- Belum memiliki uji kandungan nutrisi produk - Belum memiliki uji kedaluwarsa produk - Belum terdapat SOP produksi dan pengemasan
4	Ibu Puah	Bawang Goreng	Desa Segeran	- Belum memiliki uji kedaluwarsa produk - Belum terdapat SOP produksi dan pengemasan

Sumber: PT Polytama Propindo, 2024



Gambar 2. Survei kepada Pelaku UMKM di Kecamatan Juntinyuat yang Berpotensi menjadi Anggota Dahayu

(Sumber: Dokumentasi PT Polytama Propindo, 2024)

## 2. *Focus Group Discussion (FGD)*

Pada tahap selanjutnya adalah melakukan *Focus Group Discussion (FGD)* kepada UMKM terpilih yang bertujuan untuk melakukan identifikasi kebutuhan dan kendala yang sedang dialami selama kegiatan usaha berjalan. Setelah dilakukan penyampaian kebutuhan dan kendala dari sisi pelaku UMKM, PT Polytama Propindo yang telah memiliki kerangka program kemudian melakukan *sinkronisasi* dan penggabungan sehingga ditemukan indikator-indikator pelaksanaan program. Setelah ditemukan kesamaan visi, misi, dan tujuan dibentuklah kelompok untuk menaungi program Dahayu dengan ketua Bapak Ade dari UMKM Kijang Mas dengan produk kecap dari Desa Juntinyuat.



Gambar 3. FGD Perencanaan Program Dahayu  
(Sumber: Dokumentasi PT Polytama Propindo, 2024)

Sebagai rangkaian dari proses perencanaan, PT Polytama Propindo turut melibatkan berbagai *stakeholders* dari pemerintah seperti Pemerintah Kecamatan Juntinyuat, Pemerintah Desa Limbangan, Pemerintah Desa Segeran, Pemerintah Desa Juntinyuat, dan Dinas Koperasi, UKM, Perdagangan, dan Perindustrian (Diskopdagin) Kabupaten Indramayu. Pertemuan kemudian diawali dengan pemerintah Kecamatan Juntinyuat sebagai bentuk komunikasi positif dan bentuk kolaborasi dengan *stakeholders*. Secara administratif, Kecamatan Juntinyuat akan menjadi pembina dalam program Dahayu karena anggota Dahayu tersebar di beberapa desa yang ada di Kecamatan Juntinyuat. Pertemuan ini juga menjadi sarana untuk melakukan kolaborasi agar Dahayu mendapatkan dukungan dari pemerintahan sehingga dapat berjalan dengan lancar. Kegiatan kemudian dilanjutkan dengan menyampaikan hal yang serupa kepada Diskopdagin Kabupaten Indramayu dan pemerintah desa sebagai wilayah yang mengampu anggota Dahayu.



Gambar 4. Pertemuan dengan Camat Juntinyuat untuk Program Dahayu  
(Sumber: Dokumentasi PT Polytama Propindo, 2024)

## B. Implementasi Program

Pelaksanaan program Dahayu diawali dengan peluncuran bersama *stakeholders*, kemudian dilanjut dengan pelatihan dalam rangka peningkatan kapasitas, pemasaran secara *online* maupun *offline*, pemberian legalitas izin edar, dan pemberian fasilitas produksi serta kemasan *food grade*.

### 1. Peluncuran Program Dahayu

Implementasi Dahayu diawali dengan kegiatan peluncuran yang dilakukan di gedung aula kantor Kecamatan Juntinyuat Kabupaten Indramayu pada awal 2024. Kegiatan ini bertujuan untuk memperkenalkan program pemberdayaan UMKM dari PT Polytama Propindo kepada pemerintah dan masyarakat sekaligus untuk meresmikan pelaksanaan program Dahayu di tahun 2024. Kegiatan ini dihadiri oleh berbagai *stakeholders* mulai dari pemerintahan, anggota Dahayu, dan masyarakat.



Gambar 5. Peluncuran Dahayu bersama *Stakeholders*  
(Sumber: Dokumentasi PT Polytama Propindo, 2024)

### 2. Pelatihan Peningkatan Kapasitas

Dalam rangka untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan anggota Dahayu, dilakukan beberapa kali pelatihan-pelatihan. Pelatihan ini bertujuan untuk mengatasi kendala dan hambatan anggota Dahayu untuk dapat bersaing dengan UMKM lainnya dan bersiap menghadapi era digitalisasi. Tujuan selanjutnya dari pelatihan ini sebagai langkah untuk pengembangan kualitas produk dan meningkatkan jangkauan pasar yang lebih luas.



Gambar 6. Pelatihan Peningkatan Kapasitas Dahayu  
(Sumber: Dokumentasi PT Polytama Propindo, 2024)

Pelatihan peningkatan kapasitas Dahayu dimulai dengan pembekalan pentingnya legalitas izin edar. Hal ini menjadi penting karena kewajiban untuk memiliki identitas legal usaha bagi pelaku usaha di Indonesia. Pelatihan kedua adalah penghitungan Harga Pokok Penjualan (HPP) dan pembukuan. Kendala yang ditemukan pada anggota Dahayu adalah tidak melakukan penghitungan HPP sehingga sulit untuk menentukan



margin keuntungan. HPP menjadi salah satu unsur penting bagi pelaku UMKM karena dapat memberikan gambaran keuntungan ataupun kerugian dari produk yang dijual.

Pelatihan selanjutnya adalah *sharing knowledge* transisi kemasan *food grade*. Sebelumnya, Dahayu masih menggunakan kemasan yang non *food grade*. Kegiatan ini dilakukan oleh pekerja PT Polytama Propindo kepada anggota Dahayu sebagai bagian dari *transfer of knowledge*. Kegiatan ini berisi tentang inovasi kemasan pada produk sebagai upaya untuk mendorong terjadinya modernisasi kemasan produk. Kelima mengenai ilmu *branding*. Sebelumnya, anggota Dahayu masih belum memiliki *branding* produk, mulai dari belum memiliki logo, nama produk, dan ciri khas atau keunikan sehingga menjadi pembeda dengan produk sejenis lainnya. Tujuan dari pelatihan ini adalah untuk menciptakan dan memberikan identitas yang kuat.

Pelatihan dilanjut dengan ilmu *copywriting*. Dahayu dibimbing untuk membuat iklan dengan penulisan singkat dan padat yang dilengkapi dengan nilai tambah sehingga memiliki keunikan dibanding dengan produk sejenis. Keenam, pelatihan *photoshoot session* sebagai visualisasi produk. Kendala yang ada pada anggota Dahayu adalah seringkali tidak memiliki stok foto yang mendukung saat mengiklankan produknya. Dalam dunia pemasaran secara digital, visualisasi menjadi yang utama karena konsumen akan dapat membayangkan produk yang sedang ditawarkan dan melihat kualitas produk. Terakhir, pelatihan pemasaran digital dengan mengoperasikan aplikasi Canva sebagai sarana penunjang pemasaran digital.

### 3. Pemberian Sarana dan Prasarana Penunjang

Dalam rangka untuk menunjang produktivitas anggota Dahayu, dilakukan pemberian bantuan sarana dan prasarana agar mampu meningkatkan kualitas produk dan mengembangkan jangkauan area pemasaran. Kegiatan ini telah direncanakan dalam rencana kerja program Dahayu sesuai dengan kebutuhan masing-masing anggota Dahayu. Identifikasi kebutuhan sarana dan prasarana dilakukan saat FGD Perencanaan dan selama proses pelatihan berlangsung sehingga kebutuhan berdasarkan kondisi aktual dan faktual anggota Dahayu.

Pemberian sarana dan prasarana diawali dengan terbitnya legalitas berupa sertifikat halal, uji nutrisi, dan kedaluwarsa. Legalitas tersebut bertujuan untuk memberikan validasi dan meningkatkan kepercayaan konsumen untuk membeli dan mengonsumsi produk dari Dahayu. Sarana dan prasarana lain dari Dahayu berupa pendukung identitas kelompok berupa baju, apron, plang, dan kemasan *food grade*.

Gambar di bawah dapat menjelaskan kemasan lama yang dimiliki oleh anggota Dahayu dimana kemasan yang digunakan non *food grade*, ditambah dengan *branding* yang belum tergambarkan, dan legalitas izin edar yang belum tertera.



Gambar 7. Kemasan Lama Dahayu  
(Sumber: Dokumentasi PT Polytama Propindo, 2024)

Berikut merupakan transisi kemasan *food grade* yang dilakukan di mana *branding* telah nampak dalam kemasan dan legalitas izin edar usaha tertera di setiap kemasan.



Gambar 8. Kemasan Baru Dahayu  
(Sumber: Dokumentasi PT Polytama Propindo, 2024)

#### 4. Pemasaran *Offline*

Selain memberikan pelatihan pemasaran digital untuk merespon dunia *online*, PT Polytama Propindo turut berperan aktif dalam meningkatkan jangkauan area pemasaran dan penjualan Dahayu sebagai respon di dunia *offline*. Terdapat dua kegiatan yang dilakukan oleh PT Polytama Propindo sebagai sarana pemasaran *offline*, yaitu melalui pengikutsertaan ke bazar di Pasar Ramadan Indramayu dan Rak Pojok PT Polytama Propindo di Koperasi PT Polytama Propindo.

##### a. Pameran Produk di Pasar Ramadan Indramayu

Dalam rangka untuk meningkatkan jangkauan area pemasaran, penjualan produk, dan memberikan *awareness* terhadap produk Dahayu, PT Polytama Propindo mengikutsertakan Dahayu ke dalam kegiatan yang diadakan oleh Diskopdagin Kabupaten Indramayu pada bulan Ramadan. Kegiatan ini merupakan bazar yang dilakukan rutin setiap tahunnya. Kegiatan ini dilakukan di *Sport Center* Kabupaten Indramayu sehingga menjadi tempat strategis untuk mengenalkan produk-produk yang dimiliki oleh Dahayu. Kegiatan ini juga bertujuan sebagai sarana Dahayu untuk saling mengenal dengan UMKM lainnya yang ada di Kabupaten Indramayu sehingga mampu untuk mendapatkan ilmu sehingga mampu mengembangkan produk dan keterampilan.

##### b. Rak Pojok UMKM PT Polytama Propindo di Koperasi PT Polytama Propindo

Selain mengikutsertakan Dahayu ke dalam sebuah bazar, PT Polytama Propindo membuat sebuah etalase *display* di Koperasi PT Polytama Propindo. Rak Pojok UMKM PT Polytama Propindo ini sebagai sarana untuk meningkatkan pendapatan dan jangkauan pemasaran Dahayu. Rak Pojok UMKM PT Polytama Propindo ini kedepannya akan memajang produk Dahayu. Pojok UMKM PT Polytama Propindo ini berada di Koperasi PT Polytama Propindo sehingga akan meningkatkan *awareness* keberadaan UMKM binaan PT Polytama Propindo.

#### C. *Monitoring Program*

*Monitoring* merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan saat implementasi program berlangsung. Proses *monitoring* dilakukan dengan mengunjungi masing-masing rumah anggota Dahayu. Kegiatan ini dilakukan minimal dua kali selama sebulan. Kegiatan ini dilakukan dengan berdiskusi dengan anggota Dahayu terkait kendala dan perkembangan selama program dilaksanakan. *Monitoring* ini dilakukan untuk melihat kendala yang sedang dihadapi oleh anggota Dahayu, baik dari sisi produksi ataupun distribusi produk dan konsistensi dalam

menjalankan produksi dan pemanfaatan fasilitas yang telah diberikan.

Terdapat capaian dari anggota Dahayu, yaitu Jaisu. Jaisu menjual produk ke luar negeri, yaitu Qatar dan Taiwan hingga beberapa kali. Penjualan tersebut dapat dilakukan atas hasil relasi yang dimiliki Jaisu. Tidak hanya sampai di situ, terdapat peningkatan rasa solidaritas dan *sense of belonging* program yang ditunjukkan dengan ikut mengirimkan produk anggota Dahayu lainnya seperti bawang goreng dan rengginang untuk mengenalkan kepada konsumen di Qatar dan Taiwan. Peningkatan jangkauan pemasaran juga terlihat dari penjualan produk Jaisu kepada tim mahasiswa dari Universitas Majalengka dan produk Dapur Mimi Rumini kepada tim mahasiswa Akamigas Balongan serta tim mahasiswa dari IPB. Pembelian produk dari kalangan mahasiswa ini berasal dari penerapan pelatihan yang diberikan, diantaranya pemasaran digital, ilmu *copywriting* dan *branding* yang dilakukan.

Berdasarkan hasil olah data di lapangan, program Dahayu telah memberikan dampak ekonomi yang signifikan bagi anggota Dahayu. Hal ini berasal dari penggunaan kemasan *food grade* yang dilengkapi dengan legalitas NIB, P-IRT, Sertifikat Halal, Uji Nutrisi, dan Kedaluwarsa sehingga meyakinkan konsumen untuk membeli produk. Penerapan pelatihan yang telah diberikan secara konsisten turut membuat peningkatan penjualan produk. Terhitung sejak Januari hingga Desember 2024, terdapat peningkatan omzet yang dirasakan oleh Dahayu sebesar Rp14.925.000/bulan. Tentunya akan terus meningkat setiap tahunnya melalui konsistensi pelaksanaan program, inovasi yang dilakukan, dan mengingat program Dahayu sedang berjalan selama 1 tahun.

Selama proses monitoring, ditemukan kendala yang dapat menghambat implementasi program. Kendala ditemukan yaitu sering terjadi *miss* komunikasi dan informasi sesama anggota Dahayu. Hal ini dapat terjadi karena Dahayu merupakan gabungan dari UMKM yang tersebar di 3 Desa sehingga rentan akan pemahaman komunikasi. Sebagai tindak lanjut, dilakukan pertemuan rutin setiap bulannya untuk mengantasi permasalahan tersebut. Data yang didapat saat monitoring dilakukan akan dirangkum dan dijadikan bahan evaluasi agar terdapat perbaikan program.

#### **D. Evaluasi Program**

Dalam rangka untuk mengakhiri pelaksanaan program, PT Polytama Propindo melakukan kegiatan evaluasi program untuk mengukur ketercapaian indikator keberhasilan. Evaluasi program yang dilakukan oleh PT Polytama Propindo dilakukan dengan 3 tahapan, yaitu FGD evaluasi bersama dengan *stakeholders*, FGD evaluasi bersama anggota Dahayu, dan pengukuran IKM. Evaluasi yang dilakukan berdasarkan beberapa kriteria diantaranya kesesuaian dengan rencana kerja, faktor internal dan eksternal. Pada tahap awal, evaluasi dilakukan bersama dengan *stakeholders* pemerintah, masyarakat, dan perusahaan lain.



Gambar 9. Evaluasi Program CSR PT Polytama Propindo  
(Sumber: Dokumentasi PT Polytama Propindo, 2024)

Evaluasi bersama *stakeholders* bertujuan untuk menggali evaluasi pelaksanaan Dahayu dari perspektif eksternal sehingga dapat menjadi masukan dan catatan perbaikan ke depannya bagi anggota Dahayu dan PT Polytama Propindo. Supaya penyampaian materi evaluasi program dapat dilakukan secara mendalam, PT Polytama Propindo melaksanakan evaluasi hanya bersama anggota Dahayu. Pada tahap ini, evaluasi bertujuan untuk mendapatkan tindak lanjut yang disepakati bersama dan menjadi rencana kegiatan pada tahun selanjutnya. Selain melakukan FGD evaluasi, PT Polytama Propindo melakukan pengukuran IKM kepada anggota Dahayu. Pengukuran IKM dilakukan untuk mendapatkan hasil kuantitatif keberhasilan dan manfaat program yang sedang dilaksanakan.

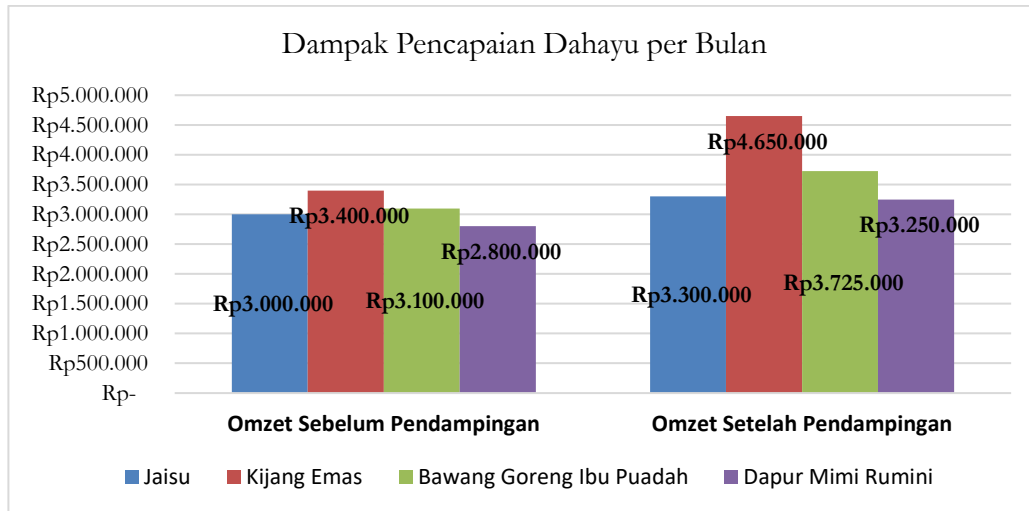
## Kesimpulan

Sebagai perusahaan petrokimia terkemuka, PT Polytama Propindo turut melaksanakan program CSR. Hal ini tercermin pada program Dahayu dengan konsep pemberdayaan masyarakat. Program ini dilakukan sejak tahun 2024 yang berlokasi sesuai dengan aset yang dimiliki oleh PT Polytama Propindo yaitu Kecamatan Juntinyuat, Kabupaten Indramayu. Dahayu beranggotakan 18 orang yang terdiri dari gabungan 4 UMKM yang tersebar di Kecamatan Juntinyuat, diantaranya: UMKM Kijang Mas dengan produk kecap dan UMKM Jaisu dengan produk kerupuk telur asin dari Desa Juntinyuat, UMKM Dapur Mimi Rumini dengan produk rengginang dari Desa Limbangan, dan UMKM Ibu Puadah dengan produk bawang goreng dari Desa Segeran.

Program Dahayu dilaksanakan melalui tahap perencanaan, implementasi, *monitoring*, dan evaluasi. Perencanaan program Dahayu didasarkan pada hasil observasi dan kajian pemetaan sosial yang dilakukan. Pada tahap perencanaan, dilakukan FGD bersama *stakeholders* dan melakukan survei terhadap pelaku UMKM di Kecamatan Juntinyuat. Tahap ini menghasilkan rencana kerja berdasarkan kebutuhan dan permasalahan aktual serta faktual. Permasalahan dan kebutuhan yang sedang dialami, di antaranya kemasan yang tidak menarik, *branding* belum kuat, dan pemasaran terbatas di sekitar Kecamatan.

Pada tahap implementasi program, indikator rencana kerja yang telah disusun kemudian diterapkan secara bertahap melalui peluncuran program, pelatihan peningkatan kapasitas, pemberian fasilitas penunjang seperti alat produksi dan legalitas izin edar, transisi ke kemasan *food grade*, identitas kelompok, serta pengikutsertaan ke bazar.

Tahap selanjutnya adalah *monitoring*. PT Polytama Propindo rutin melakukan *monitoring* program minimal 2 kali dalam sebulan melalui kunjungan ke masing-masing rumah anggota Dahayu dan berdiskusi. Hasil dari *monitoring* kemudian akan dibahas pada tahap evaluasi agar mendapatkan tindak lanjut dan perbaikan ke depannya. Terdapat capaian ekspor ke Qatar dan Taiwan. Produk Dahayu juga mulai dikenal oleh masyarakat setempat, seperti tim mahasiswa dari Universitas Majalengka, IPB, dan Akamigas Balongan yang berkunjung dan membeli produk secara langsung. Peningkatan omzet gabungan sebesar Rp14.925.000/bulan dan akan terus bertambah mengingat implementasi Dahayu baru dimulai sejak Januari 2024.



Grafik 1. Dampak Pencapaian Dahayu

(Sumber: Indeks Kepuasan Masyarakat Program CSR PT Polytama Propindo, 2024)

Pada tahap akhir, PT Polytama Propindo melakukan evaluasi program. Tahapan evaluasi melalui pengukuran IKM dan FGD evaluasi. Pengukuran IKM dilakukan untuk mengetahui keberhasilan program yang dirasakan oleh anggota Dahayu selama proses implementasi berlangsung. Selanjutnya, PT Polytama Propindo melakukan FGD evaluasi bersama *stakeholders* dan hanya bersama anggota Dahayu. Pelaksanaan FGD evaluasi sebanyak 2 kali bertujuan untuk mendapatkan saran, masukan, dan kolaborasi bersama dengan *stakeholders* serta penyampaian materi evaluasi program secara mendalam hanya kepada anggota Dahayu.

## Daftar Pustaka

- Badan Pusat Statistik Kabupaten Indramayu. (2023). *Kecamatan Juntinyuat Dalam Angka 2023*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Indramayu.
- Hohnen, Paul., & Potts, Jason. (2007). *Corporate social responsibility: an implementation guide for business*. International Institute for Sustainable Development = Institut international du développement durable.
- Mardikanto, T. (2018). *Corporate Social Responsibility (Tanggung Jawab Sosial Korporasi)*. Alfabeta.
- Nurjamilah, C. (2017). Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Masjid dalam Perspektif Dakwah Nabi saw. *Journal of Islamic Studies and Humanities*, 1(1), 93–119. <https://doi.org/10.21580/jish.11.1375>
- Rokhadiyawati, D., Juswadi, J., & Tohidin. (2022). Analisis Pemasaran Kecap Kedelai di Desa Juntinyuat, Kecamatan Juntinyuat, Kabupaten Indramayu. *Jurnal Agribisnis*, 14, 34–42.
- Sasongko, D., Yuliawati, M., Nurhidayah, R., Utomo, R. G., Setyawan, A., & Suciati, K. (2021). Pengembangan Pemasaran UMKM Asih Di Kabupaten Magelang dengan Memanfaatkan Digital Marketing. In *Jurnal Pengabdian Masyarakat Ipteks* (Vol. 7, Issue 1).