

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam era transformasi digital yang berlangsung dengan sangat cepat dan dinamis, pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia menghadapi tantangan yang semakin beragam, kompleks, serta penuh ketidakpastian. Arus globalisasi yang tidak dapat dihindari membawa dampak signifikan terhadap struktur ekonomi nasional, di mana digitalisasi menjadi penentu utama keberlangsungan suatu usaha. Di satu sisi, kemajuan teknologi informasi membuka peluang luar biasa bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah untuk memperluas jangkauan pasar tanpa batas geografis, mempercepat proses produksi, serta mengoptimalkan efisiensi dalam distribusi barang dan jasa.

Namun, di sisi lain, proses transformasi digital tersebut menimbulkan tantangan baru yang tidak kalah besar, seperti meningkatnya intensitas persaingan global, tuntutan terhadap kemampuan sumber daya manusia yang melek teknologi, serta keharusan untuk memiliki modal finansial dan infrastruktur digital yang memadai. Tanpa kesiapan yang memadai dalam menghadapi perubahan tersebut, banyak pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang berpotensi tertinggal, kehilangan daya saing, bahkan mengalami kerugian besar yang pada akhirnya dapat berujung pada kebangkrutan atau kepailitan usaha.¹

Dalam situasi ekonomi yang semakin kompetitif ini, keberadaan perusahaan-perusahaan besar maupun lembaga keuangan tidak dapat dipisahkan dari keberlangsungan hidup Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah sebagai bagian integral dari sistem perekonomian nasional. Perusahaan tidak dapat hanya berfokus pada tujuan memperoleh keuntungan (*profit oriented*) semata, tetapi juga dituntut untuk memikul tanggung jawab sosial dan moral terhadap masyarakat serta lingkungan di sekitarnya. Perusahaan memiliki posisi strategis dalam membangun

¹H. Siregar, & F. Pertiwi, “*Program Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai Wujud Kepedulian Sosial Perusahaan PT. Suryanusa Nadicipta pada Masyarakat Desa Pasir Datar Kab. Sukabumi*”, Volume 6, Jurnal Syntax Imperatif: Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan, Nomor 2, 2025, hal. 113-122.

ekosistem ekonomi yang berkeadilan, karena melalui aktivitas dan kebijakan sosialnya, perusahaan dapat membantu meningkatkan kapasitas ekonomi masyarakat kecil. Oleh karena itu, munculnya konsep *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan menjadi sangat relevan sebagai wujud konkret dari etika bisnis modern yang berpihak pada kesejahteraan sosial. *Corporate Social Responsibility* berperan bukan hanya sebagai bentuk kepedulian sosial yang bersifat karitatif, melainkan sebagai instrumen yang terencana dan terintegrasi untuk membangun hubungan simbiosis antara perusahaan, masyarakat, dan pemerintah dalam mencapai pembangunan ekonomi yang berkelanjutan.²

Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di era digital, pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* memiliki nilai strategis yang tidak dapat diabaikan. *Corporate Social Responsibility* dapat berfungsi sebagai mekanisme intervensi sosial dan ekonomi yang efektif untuk memperkuat kemampuan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam beradaptasi terhadap perubahan digital, mengembangkan inovasi produk, serta memperluas akses terhadap pasar digital. Melalui berbagai program seperti pelatihan literasi digital, pendampingan usaha, bantuan modal kerja, dan fasilitasi teknologi digital, *Corporate Social Responsibility* dapat menjadi sarana penting dalam mencegah potensi kepailitan di kalangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.³ Dengan kata lain, pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* bukan hanya sekadar kewajiban hukum atau etika bagi perusahaan, tetapi juga merupakan bentuk kontribusi nyata terhadap stabilitas ekonomi nasional melalui pemberdayaan pelaku usaha kecil dan menengah. Dengan dukungan *Corporate Social Responsibility* yang tepat, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia diharapkan dapat bertahan menghadapi tekanan ekonomi global, memanfaatkan peluang digitalisasi secara maksimal, serta

²S. Kaligis, M. S. S. Kantohe, & A. L. Wauran, *Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Wujud Etika Bisnis*, Volume 6, Jambura Accounting Review, Nomor 1, 2025, hal. 321-333.

³A. D. Rahman & E. Sisdianto, "Peran *Corporate Social Responsibility (CSR)* dalam Mewujudkan Nilai-Nilai Pancasila di Dunia Bisnis", Volume 1, Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, Nomor 4, 2024, hal. 239-252.

bertransformasi menjadi sektor usaha yang tangguh, berdaya saing, dan berkelanjutan dalam jangka panjang.⁴

Secara konstitusional, Negara Kesatuan Republik Indonesia memberikan mandat yang jelas bahwa sistem perekonomian nasional harus disusun sebagai usaha bersama yang berlandaskan pada asas kekeluargaan, keadilan sosial, serta prinsip demokrasi ekonomi sebagaimana tertuang dalam Pembukaan dan Pasal 33 Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Konstitusi tersebut menegaskan bahwa cabang-cabang produksi yang penting bagi negara dan yang menguasai hajat hidup orang banyak harus dikuasai oleh negara, sementara sektor-sektor ekonomi lainnya dapat diusahakan secara mandiri oleh masyarakat, termasuk melalui koperasi dan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang memiliki peran strategis dalam mendukung struktur ekonomi nasional.⁵ Secara filosofis, amanat konstitusional tersebut berangkat dari semangat keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia, yang menghendaki adanya pemerataan kesempatan bagi setiap warga negara untuk berpartisipasi dalam kegiatan ekonomi secara adil dan proporsional. Dengan demikian, keberadaan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah bukan sekadar elemen pelengkap dalam pembangunan ekonomi nasional, tetapi merupakan bagian fundamental dari realisasi cita-cita keadilan sosial dan kemandirian ekonomi rakyat sebagaimana diamanatkan oleh konstitusi.⁶

Dari perspektif praktik hukum dan tata kelola perusahaan, pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* yang terencana dan terdokumentasi meningkatkan kepatuhan terhadap prinsip good corporate governance; hal ini penting karena program *Corporate Social Responsibility* yang bersifat berkelanjutan dan terukur dapat menjadi instrumen mitigasi risiko sosial-ekonomi yang berdampak pada stabilitas usaha mitra Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Oleh karena itu,

⁴J. Soegiastuti, “Penerapan Strategi Corporate Social Responsibility (CSR) Untuk Memperkuat Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)”, Volume 25, Media Ekonomi dan Manajemen, Nomor 1, 2024, hal. 25073.

⁵S. Aisyah, “Peran Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Meningkatkan Reputasi Dan Keberlanjutan Bisnis Di Era Modern”, Volume 2, Multidisciplinary Journal of Religion and Social Sciences, Nomor 2, 2025, hal., 74-81.

⁶E. T. Oktaria, & D. D. Yusda, *Efektivitas Penerapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan terhadap Pengembangan Usaha Mikro*, Volume 5, Ekombis Sains: Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Bisnis, Nomor 1, 2020, hal. 37-44.

rekomendasi yuridis untuk memperkuat peran *Corporate Social Responsibility* dalam pencegahan kepailitan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah meliputi: penguatan regulasi pelaksana yang menjelaskan rincian pelaporan dan akuntabilitas *Corporate Social Responsibility* ; penetapan insentif dan/atau sanksi sektoral yang jelas untuk memastikan implementasi *Corporate Social Responsibility* ; dan mekanisme kolaboratif antara pemerintah, regulator, lembaga keuangan, dan sektor swasta untuk memfasilitasi digitalisasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah sebagai bagian dari tanggung jawab sosial perusahaan.⁷

Secara sosiologis, pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah memiliki peran yang sangat krusial dalam struktur ekonomi dan sosial masyarakat, terutama di wilayah-wilayah daerah yang menyandarkan pertumbuhan ekonomi pada aktivitas usaha mikro dan kecil. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah tidak hanya menjadi penyerap tenaga kerja yang signifikan, tetapi juga menjadi pendorong kreativitas lokal melalui inovasi produk, kearifan lokal dan jaringan komunitas usaha serta penopang struktur ekonomi masyarakat yang secara langsung berinteraksi dengan dinamika sosial lingkungan sekitarnya. Karena keberadaannya yang sangat dekat dengan masyarakat, apabila Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah mengalami kegagalan usaha maka dampak yang ditimbulkan tidak sekadar bersifat ekonomi, melainkan juga menyentuh ranah sosial: munculnya pengangguran, meningkatnya kemiskinan, melemahnya jaringan sosial lokal, serta potensi ketidakstabilan komunitas di mana Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah itu beroperasi.⁸

Program *Corporate Social Responsibility* dapat menjadi instrumen sosial untuk menjembatani kesenjangan antara perusahaan besar yang memiliki sumber daya kuat dengan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang sedang berjuang menyesuaikan diri di era digital. Melalui pendekatan sosial berbasis pemberdayaan, *Corporate Social Responsibility* berfungsi memperkuat solidaritas ekonomi,

⁷Atika Sunarto, Keren Trifena Ompusunggu, & Muhammad Ali Adnan. “Implementation of the Use of Trademark Rights in the Development of UMKM in Medan City” Volume 5, Journal of Law, Politic and Humanities, Nomor 3, 2025, 1504-1510.

⁸B. A. Cahya, “Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) (Studi Pada Bank Di Indonesia Periode Tahun 2007-2008). Volume 1, Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam, Nomor 1, 2024, hal. 3.

meningkatkan kapasitas sumber daya manusia, memperluas jejaring bisnis, serta menciptakan ekosistem digital yang inklusif dan berkeadilan. Dalam konteks masyarakat perkotaan seperti Kota Medan, peran *Corporate Social Responsibility* semakin vital karena Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di wilayah ini menjadi tulang punggung perekonomian lokal yang menopang lapangan kerja, menggerakkan sektor informal, dan menjaga keseimbangan sosial-ekonomi masyarakat bawah.⁹

Dengan adanya penyelarasan antara norma yuridis dan implementasi empiris tersebut, maka program *Corporate Social Responsibility* “Bank Sumut Berkah” dapat dikualifikasikan sebagai bentuk pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang bersifat preventif (*preventive measure*) terhadap potensi kerentanan ekonomi pelaku usaha, termasuk risiko ketidakmampuan memenuhi kewajiban utang yang berpotensi menuju kondisi kepailitan. Dalam perspektif hukum kepailitan, upaya pemberdayaan melalui peningkatan literasi digital, akses pasar, dan penguatan kapasitas usaha merupakan langkah mitigatif terhadap munculnya keadaan *insolvensi* sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang tentang Kepailitan dan Penundaan Kewajiban Pembayaran Utang.

⁹Aris Darsih, DS Putra, Bank Sumut Siap Berkolaborasi dalam Mendorong Perkembangan UMKM, <https://medan.viva.co.id/medan/5108-bank-sumut-siap-berkolaborasi-dalam-mendorong-perkembangan-umkm>, Diakses pada tanggal 09 November 2025, Pukul 20.33 Wib.