

Kode/Rumpun Ilmu: 576 / Manajemen Industri

**LAPORAN AKHIR
PENELITIAN PRODUK TERAPAN**



**MODEL PENINGKATAN USAHA MIKRO DAN KECIL
MELALUI PENERAPAN CSR TERINTEGRASI
DI JAWA TENGAH**

Tim Peneliti

| | | |
|--------------------------------|--------------------------|-----------------------|
| Dr. Nunung Ghoniyah, MM | NIDN : 0607056203 | Ketua Peneliti |
| Sri Hartono, SE, M.Si. | NIDN : 0626086701 | Anggota 1 |

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG SEMARANG
OKTOBER 2017**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Model Penerapan CSR Melalui Pendampingan Usaha Mikro dan Kecil Terintegrasi di Jawa Tengah

Peneliti/Pelaksana

Nama Lengkap : Dr. NUNUNG GHONIYAH, M.M.
Perguruan Tinggi : Universitas Islam Sultan Agung
NIDN : 0607056203
Jabatan Fungsional : Lektor Kepala
Program Studi : Manajemen
Nomor HP : 085640958876
Alamat surel (e-mail) : nunung@unissula.ac.id

Anggota (1)

Nama Lengkap : SE SRI HARTONO MSi
NIDN : 0626086701
Perguruan Tinggi : Universitas Islam Sultan Agung

Institusi Mitra (jika ada)

Nama Institusi Mitra : -
Alamat : -
Penanggung Jawab : -
Tahun Pelaksanaan : Tahun ke 1 dari rencana 2 tahun
Biaya Tahun Berjalan : Rp 61,775,000
Biaya Keseluruhan : Rp 133,550,000


Mengetahui
Dekan
(Olivia Fachrudinda, SE, M.Si, Ph.D.)
NIP/NIK 210499044

Kota Semarang, 31 - 10 - 2017
Ketua,


(Dr. NUNUNG GHONIYAH, M.M.)
NIP/NIK 210488016


Menyetujui,
Kepala LPPM
(Dr. Heru Sulistyono, SE, M.Si.)
NIP/NIK 210493032

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--|---------|
| HALAMAN SAMPUL | i |
| HALAMAN PENGESAHAN | ii |
| DAFTAR ISI | iii |
| ABSTRAKSI..... | iv |
| BAB 1. PENDAHULUAN | 1 |
| BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA | 10 |
| BAB 3. METODE PENELITIAN..... | 16 |
| BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN..... | 20 |
| BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN..... | 27 |
| BAB 6. BIAYA DAN JADWAL PELAKSANAAN..... | 28 |
| 6.1 Ringkasan Anggaran Biaya | |
| 6.2 Jadwal Penelitian | |
| DAFTAR PUSTAKA | 32 |
| LAMPIRAN – LAMPIRAN | 36 |
| Lampiran 1. Justifikasi Anggaran Penelitian | 36 |
| Lampiran 2. Dukungan sarana dan prasarana | 37 |
| Lampiran 3. Susunan Organisasi tim peneliti dan pembagian tugas..... | 38 |
| Lampiran 4. Biodata Ketua dan Anggota | 39 |
| Lampiran 6. Surat Pernyataan ketua peneliti dan anggota | 45 |

RINGKASAN

Sejauh ini sudah banyak riset empiris yang meneliti dampak pelaksanaan CSR terhadap kinerja dan reputasi perusahaan-perusahaan pemberi CSR yang biasanya dilakukan oleh perusahaan-perusahaan skala besar, baik swasta nasional maupun BUMN. Namun demikian penelitian ini, bertujuan untuk menganalisis dampak penerapan tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility/CSR*) justru pada perusahaan-perusahaan kecil dan menengah penerima manfaat CSR. Program CSR tersebut, selama ini telah diimplementasikan pada program bantuan pelatihan (*training program assistance*) dan bantuan akses permodalan (*capital access assistance*) bagi perusahaan-perusahaan kecil dan menengah (UKM).

Oleh karena itu penelitian ini mencoba untuk merumuskan model peningkatan usaha kecil dan mikro melalui penerapan CSR terintegrasi. Program CSR ini dilakukan melalui peningkatan soft skill terkait dengan produksi, pemasaran maupun peningkatan kualitas SDM. Program ini akan Efektif apabila ada integrasi bisnis antar UMKM dengan strategi perusahaan. Model CSR ini diharapkan memiliki dampak signifikan terhadap kinerja UMKM, karena adanya kepastian pasar atau supply produk dari perusahaan. Dengan harapan program-program CSR dapat menguntungkan seluruh *stakeholder* dalam rantai suplai (*supply chain*) tersebut, termasuk meningkatkan daya saing bagi perusahaan yang menerapkan CSR.

Penelitian ini memfokuskan kajian pada dampak dari program CSR terhadap kinerja pemasaran dan kinerja keuangan UKM sebagai penerima manfaat CSR. Model dalam penelitian ini akan menginteraksikan (memoderasikan) program CSR dengan komitmen kerjasama manajemen rantai pasok (*supply chain management/SCM*). Fokus kajian dari penelitian ini adalah untuk mengukur sejauhmana program CSR yang diintegrasikan dengan komitmen kerjasama manajemen rantai pasok (*supply chain management/SCM*) akan berdampak pada penguatan kinerja pemasaran dan kinerja keuangan perusahaan-perusahaan UKM penerima manfaat CSR tersebut. Dengan menggunakan sampel 111 perusahaan kecil dan menengah yang bergerak dibidang industri tekstil di Jawa Tengah, studi ini menghasilkan temuan bahwa terdapat dampak positif dan signifikan program CSR, khususnya pada CSR dalam bentuk bantuan pelatihan dan permodalan, terhadap kinerja pemasaran dan keuangan perusahaan-perusahaan kecil dan menengah penerima manfaat CSR. Dengan demikian, program CSR yang diintegrasikan atau dikola borasikan dengan pola kerjasama antara perusahaan besar (BUMN/BUMD dan Swasta Nasional) pemberi CSR dan perusahaan UKM penerima CSR perlu dilaksanakan secara terpadu dan menjadi agenda dalam upaya meningkatkan kinerja dan daya saing UKM di Indonesia.

Kata kunci: CSR, SCM, Bantuan Pelatihan, Bantuan permodalan, Kinerja pemasaran, Kinerja keuangan.

BAB 1.

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemiskinan di Indonesia merupakan masalah yang krusial. Berbagai upaya telah dilakukan pemerintah untuk pengentasan kemiskinan. Berdasarkan laporan kementerian koordinator perekonomian Republik Indonesia upaya-upaya untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat Indonesia telah dilakukan sejak awal kemerdekaan atau Orde Lama sampai era Orde Reformasi. Banyak program yang telah dilakukan seperti bantuan langsung tunai, pendidikan gratis, pelayanan kesehatan gratis, beras miskin, diluncurkan berbagai Inpres, seperti Inpres Kesehatan, Inpres Perhubungan, Inpres Pasar, Bangdes, dan Inpres Desa Tertinggal (IDT). Dapat dicatat juga program-program pemberdayaan lainnya seperti Program Pembinaan dan Peningkatan Pendapatan Petani dan Nelayan Kecil (P4K), Program Tabungan dan Kredit Usaha Kesejahteraan Rakyat (Takesra-Kukesra), Program Pengembangan Kecamatan (PPK), Program Penanggulangan Kemiskinan Perkotaan (P2KP), Program Pembangunan Prasarana Pendukung Desa Tertinggal (P3DT) sampai pemberdayaan masyarakat miskin menjadi berdaya sendiri (*empowerment to be self empowerment*) dan program bantuan langsung tunai (BLT) yang sekarang disebut BLSM. Hampir semua departemen mempunyai program penanggulangan kemiskinan, dan dana yang telah dikeluarkan pemerintah untuk pelaksanaan program-program tersebut telah mencapai ratusan triliun rupiah.

Berdasarkan hasil penelitian Pusat Penelitian Ekonomi LIPI menunjukkan tahun 2008 jumlah penduduk miskin di Indonesia sebesar 41,1 juta jiwa dan data tahun 2008 jumlah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) 22,73 juta unit atau 99,8% dari total usaha nasional dan menyerap tenaga kerja sebesar 37,96 juta orang atau 46,91%. Artinya pengentasan kemiskinan

identik dengan pemberdayaan UKM. Namun sampai saat ini, pengembangan UKM mempunyai beberapa kendala: kualitas SDM yang rendah, akses pendanaan terbatas, serta akses pemasaran yang masih sempit

Upaya pengentasan kemiskinan juga sudah dilakukan melalui program *corporate social responsibility* (CSR). Program ini merupakan salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh perusahaan yang termuat pada pasal 74 Undang-undang Perseroan Terbatas (UUPT). CSR sebagai tanggung jawab sosial dan komitmen perusahaan secara moral, ekonomi, dan etis terhadap para seluruh *stakeholdersnya*, terutama masyarakat di sekitar perusahaan. Konsep ini sesuai dengan "*maximizzation of stakeholders*". Namun, implementasi CSR selama ini juga masih mempunyai kelemahan, antara lain: a). Penerapannya bersifat spasial, b). Belum stardardized, c). Sebagian bersifat jangka pendek dan bersifat konsumtif, d). Belum terukur sejauh mana mampu mengurangi kemiskinan, e). Sebagian belum terintegrasi dengan strategi perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian pemberdayaan masyarakat miskin yang efektif dan tepat sasaran yang dilakukan Adiwijaya (2010) menunjukkan bahwa pemberdayaan yang efektif meliputi sebagai berikut :

- a. Program pemberdayaan sebaiknya memberi pekerjaan pada masyarakat miskin
- b. Program pemberdayaan sebaiknya memberi bimbingan dan modal usaha
- c. Program pemberdayaan sebaiknya mendampingi usaha sampai berhasil
- d. Program pemberdayaan sebaiknya dikaitkan dalam usaha yang lebih besar

Sedang dalam penelitian Ghoniyah (2010) menunjukkan bahwa kinerja keuangan dan kesejahteraan karyawan dapat ditingkatkan dengan menggunakan tata kelola perusahaan Islami. Ghoniyah dan Hartono (2013), juga membuktikan bahwa untuk meningkatkan kinerja UMKM dan kesejahteraan karyawan diperlukan *Islamic corporate governance* dengan dukungan *social intreprenurship*.

Oleh karena itu penelitian selanjutnya yang dibutuhkan adalah bagaimana model pendampingan usaha mikro dan kecil yang terintegrasi dengan usaha yang lebih besar berbasis CSR agar dapat meningkatkan

kinerja usaha-usaha mikro dan kecil sehingga mereka menjadi tumbuh berkembang dan menyerap banyak tenaga kerja di tanah air.

1.2. Tujuan khusus:

Penelitian ini mempunyai tujuan khusus sebagai berikut:

- a. Menemukan program CSR yang tepat sesuai dengan kebutuhan Usaha Mikro dan Kecil (UKM). Artinya teridentifikasi model pendampingan berbasis program CSR yang mampu mengatasi kendala-kendala UKM, serta dampak terhadap kinerja UKM.
- b. Membuat sebuah model untuk peningkatan kinerja UKM berbasis program CSR, sehingga program tersebut mampu memberikan keuntungan (manfaat) secara optimal dan mengatasi kendala dari pihak-pihak yang terlibat (*stakeholders*), seperti: UKM, karyawan dan perusahaan itu sendiri
- c. Menguji ketepatan model dalam meningkatkan kinerja UKM, baik kinerja keuangan, kinerja pemasaran, kinerja SDM maupun kinerja produksi yang dihasilkan.

1.3. Urgensi Penelitian:

Pemberdayaan UKM melalui program CSR sebenarnya sudah berjalan cukup lama, terutama yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan milik pemerintah (BUMN) dan belakangan ini juga dilakukan oleh sektor swasta sebagai kewajiban yang harus dilaksanakan oleh perusahaan sesuai dengan isi pasal 74 Undang-undang Perseroan Terbatas (UUPT). Upaya tersebut dilakukan dalam bentuk kepedulian sosial terhadap masyarakat dilingkungan, seperti perbaikan fasilitas umum, maupun dalam bentuk pemberdayaan UKM, seperti bantuan permodalan dan pelatihan-pelatihan terutama dalam administrasi keuangan dan pembukuan.

Selama ini ukuran keberhasilan penerapan CSR khususnya permodalan dilihat dari tingkat pengembalian dana kredit lunak tersebut oleh UKM. Bagi UKM yang lancar dalam pengembalian modal akan mendapatkan

kucuran dana pada periode berikutnya dan UKM yang tidak melakukan pengembalian atau tidak lancar tidak lagi mendapatkan bantuan modal lagi pada periode berikutnya. Permasalahan bukan pada kembali atau tidaknya bantuan permodalan tersebut, akan tetapi pada tepat atau tidaknya program tersebut dengan permasalahan yang ada pada UKM.

Hasil penelitian Sri Hartono (2010) menunjukkan bahwa CSR berdampak pada kinerja UKM melalui program pemberdayaan yang efektif meliputi sebagai berikut :

- a. Program pemberdayaan UKM sebaiknya sesuai dengan kebutuhan UKM.
- b. Program pemberdayaan UKM terkait dengan permodalan, pemasaran, operasinal dan peningkatan kualitas SDM

Sedangkan dalam penelitian Ghoniyah (2010) menunjukkan bahwa kinerja keuangan dan kesejahteraan karyawan dapat ditingkatkan dengan menggunakan tata kelola perusahaan Islami. Ghoniyah dan Hartono (2013), menunjukkan bahwa untuk meningkatkan kinerja UMKM diperlukan *Islamic Coporate Governace* dengan dukungan *intrepreneurship*. Kepedulian social dalam bentuk social entrepreneurship juga berdampak terhadap kinerja UKM (Hartono, 2012)

Program pemberdayaan UKM sebagai pengentasan kemiskinan sebagian masih berorientasi jangka pendek, sebagian masih bersifat konsumtif, bersifat spasial, belum terukur, serta sebagian belum terintegrasi sebagai bagian dari strategi perusahaan, sehingga belum mampu menurunkan kemiskinan secara signifikan.

Oleh karena itu penelitian ini mencoba untuk mengajukan Model penerapan CSR melalui pendampingan usaha mikro dan kecil terintegrasi di Jawa tengah. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperbaiki kinerja usaha mikro dan sehingga diharapkan dapat tumbuh berkembang serta dapat menyerap banyak tenaga kerja (pengentasan kemiskinan),juga dapat memberikan manfaat pada berbagai pihak termasuk perusahaan yang menerapkan program CSR, dengan cara mengintegrasikan program tersebut, sebagai upaya menyelesaikan permasalahan perusahaan itu sendiri.

1.4 Temuan / Inovasi yang ditargetkan :

Temuan yang ditargetkan dalam penelitian ini adalah sebuah model Penerapan dan Kebijakan CSR agar usaha mikro dan kecil dapat tumbuh berkembang atau berkinerja baik di Jawa tengah, Sehingga penyerapan tenaga kerja meningkat dan hal ini merupakan cara efektif mengurangi jumlah kemiskinan.

Inovasi model sangat mungkin ditemukan karena penelitian ini menggunakan metode *indeep interview*, kuesioner dan mengambil data langsung dari responden (Data primer). Referensi dan hasil-hasil penelitian terdahulu, akan menjadi modal awal untuk dikonfirmasi dengan responden serta mengembangkan pertanyaan terhadap responden sehingga dihasilkan model yang inovatif dan bermanfaat bagi pertumbuhan usaha mikro dan kecil di Jawa tengah.

Tabel 1

RENCANA TARGET CAPAIAN TAHUNAN

| No | Jenis Luaran | | Indikator Capaian | |
|----|----------------------------|---------------|-------------------|---------------------------|
| | | | TS | TS+1 |
| 1 | Publikasi Ilmiah | Internasional | Submitted | Accepted |
| 2 | Pemakalah Pertemuan Ilmiah | Nasional | Terdaftar | Sudah dilaksanakan |
| 3 | Buku Ajar | | Draft | Proses Editing (penerbit) |

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

Swasono, 2011 menyatakan bahwa Orang miskin akan tetap miskin walau diberi baju baru, beras miskin, obat gratis maupun sekolah gratis sampai 9 tahun. Masyarakat miskin menjadi tidak miskin apabila diberdayakan sampai berdaya sendiri (*empowerment to be self empowerment*). Berdasarkan referensi teoritis dan hasil penelitian empiris sebelumnya mengungkapkan bahwa bentuk pemberdayaan masyarakat miskin yang bisa berdaya sendiri dan entas dari kemiskinan adalah (1) dipekerjakan, (2) diberi modal usaha dan pelatihan usaha, (3) diberi pendampingan usaha dengan induk yang lebih besar. Penelitian Hartono (2010) menunjukkan bahwa pemberdayaan UKM akan efektif dilakukan melalui program pendampingan, pemasaran, teknologi, kualitas SDM maupun permodalan. Program CSR yang hanya bersifat pilantropi tidak efektif meingkatkan kinerja UKM.

Mempekerjakan masyarakat miskin dapat dilakukan dengan jalan membuka lapangan pekerjaan dan membuka lapangan kerja baru dengan jalan dikembangkannya usaha-usaha mikro dan kecil di masyarakat. Usaha mikro dan kecil banyak yang punah pada umur dua tahun pertama (Trenggono,2011). Rekomendasi hasil penelitian untuk memelihara usaha mikro dan kecil agar *survive* adalah proteksi dan pendampingan usaha mereka oleh induk yang berskala menengah dan besar. Hal ini sejalan dengan fenomena yang berkembang di dunia bisnis bahwa usaha yang lebih besar wajib melakukan *Corporate Social Responsibility* (CSR) (UU No 40 tahun 2007), selain itu berdasarkan referensi empiris, CSR dapat memperbaiki citra perusahaan sekaligus dapat memiliki mitra penyuplai kebutuhan usaha yang lebih besar. Dengan citra yang dibangun usaha yang lebih besar maka *stakeholders* termasuk *customer* menjadi pro terhadap pelaku CSR. Dalam kaitan dengan topik penelitian ini, CSR hanya diposisikan sebagai aktifitas yang relevan dan positif bila dikaitkan dengan pemberdayaan usaha mikro dan kecil oleh usaha yang lebih besar. Sedangkan bagi usaha mikro dan kecil,

CSR dalam bentuk pendampingan usaha merupakan kebutuhan hidup usaha mikro dan kecil bahkan referensi agar dapat tumbuh berkembang.

Teori pemberdayaan masyarakat miskin dapat dilakukan dengan jalan memotong lingkaran kemiskinan melalui pelatihan dan pemberdayaan. Sebab orang miskin akan tetap miskin walau diberi baju baru, tetapi orang miskin akan menjadi tidak miskin apabila diberdayakan atau dipekerjakan sampai menjadi berdaya sendiri (*empowerment to be self empowerment*).

2.2. Kemiskinan dan Pemberdayaan UMKM

Kemiskinan di Indonesia merupakan masalah yang sangat krusial yang belum terselesaikan hingga saat ini. Berdasarkan kajian Pusat Penelitian Ekonomi LIPI menunjukkan bahwa pada Desember 2008, jumlah penduduk miskin di Indonesia sebesar 41,1 juta jiwa, atau naik sekitar 4,7 juta jiwa dibanding tahun 2007, yang hanya 37,2 juta jiwa. Berbagai upaya telah dilakukan pemerintah untuk pengentasan kemiskinan, baik melalui program bersubsidi, BLT, maupun program lain. Program tersebut hanya bersifat jangka pendek dan belum menyentuh substansi yang menjadi akar penyebab kemiskinan.

Berbicara masalah ekonomi rakyat dalam rangka pengentasan kemiskinan, nampaknya tidak akan terlepas dari pembicaraan tentang UMKM, karena sampai akhir tahun 2008, Badan Pusat Statistik menunjukkan data bahwa 48,528 juta (99,99%) unit usaha yang ada di Indonesia adalah mereka yang tergolong dalam usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Dari data tersebut dapat dikatakan bahwa menggerakkan ekonomi rakyat dan upaya menurunkan tingkat kemiskinan di Indonesia identik dengan memberdayakan UMKM.

Penelitian tentang persepsi pengelola pengentasan kemiskinan di Kordia Semarang tentang pengelolaan berbasis produktif oleh Adiwijaya dkk (2008) menghasilkan kesimpulan bahwa pengelola dana sosial di kordia Semarang sangat setuju bila pengelolaan lebih produktif, terprogram dan terkoordinir secara masif. Dalam penelitian tersebut direkomendasikan bahwa dibutuhkan tata kelola yang terpercaya agar

dana dapat terdali dari masyarakat dan pemerintah serta bermanfaat bagi pengentasan kemiskinan.

Penelitian berikutnya yang dilakukan Adiwijaya (2010) mengenai tata kelola pengentasan kemiskinan yang efektif dan tepat sasaran pada Dinas Sosial Kota Semarang, menghasilkan kesimpulan dan temuan baru untuk diteliti lanjutan sebagai berikut : Pengelolaan yang transparan dan akuntabel sangat diharapkan oleh *stakeholders* khususnya penyandang dana karena menyangkut pertanggungjawaban dana. Temuan lain yang sangat menarik adalah diperlukan kemanfaatan yang lebih baik. Ghoniyah (2010) menunjukkan bahwa kinerja keuangan dan kesejahteraan karyawan dapat ditingkatkan dengan menggunakan tata kelola perusahaan Islami. Ghoniyah dan Hartono (2013) menunjukkan bahwa untuk meningkatkan kinerja UMKM perlu penerapan *Islamic corporate governance* dengan dukungan *socialintrepreneurship*. Dari pengelolaan selama ini diharapkan dialokasikan pada pemberdayaan masyarakat baik dengan jalan dipkerjakannya masyarakat miskin, dilakukan pendampingan atau inkubasi bagi usaha mikro dan kecil.

2.3. Kemiskinan dan *Corporate Social Responsibility*

Program CSR digalakkan dalam rangka untuk menurunkan tingkat kemiskinan. Istilah CSR pertama kali muncul dalam tulisan *Social Responsibility of the Businessman* tahun 1953. Konsep tersebut dikemukakan oleh Howard Rothmann Browen yang menjawab keresahan dunia bisnis. Belakangan CSR segera diadopsi, karena bisa jadi penawar kesan buruk perusahaan yang terlanjur dalam pikiran masyarakat dan lebih dari itu pengusaha di cap sebagai pemburu uang yang tidak peduli pada dampak kemiskinan dan kerusakan lingkungan, disebut juga *maximization of shareholder* (Chairil N. Siregar, 2007).

Dalam perkembangannya, pemerintah berupaya menurunkan tingkat kemiskinan dengan menggalakkan program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hal ini ditandainya dengan adanya Undang-

Undang Tentang Perseroaan Terbatas No 40 Tahun 2007 (UU PT), disahkan pada tanggal 20 Juli 2007 yang mengharuskan perusahaan-perusahaan untuk melaksanakan program tanggungjawab sosial atau CSR. Pada pasal 74 Undang-Undang Perseroaan Terbatas (UU-PT) menunjukkan bahwa perseroaan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggungjawab sosial dan lingkungan masyarakat. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban tersebut akan dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Dan diperkirakan pada akhir tahun 2008 mendatang akan diluncurkan *ISO 26000 on Social Responsibility*, sehingga tuntutan dunia usaha menjadi semakin jelas akan pentingnya program CSR. CSR dapat didefinisikan sebagai tanggung jawab moral suatu perusahaan terhadap para *strategic-stakeholders*nya, terutama komunitas atau masyarakat disekitar wilayah kerja dan operasinya (Tamam Achda, 2006).

Menurut Wibisono (2007) perusahaan yang menerapkan CSR memperoleh beberapa keuntungan, karena antara lain: mempertahankan dan mendongkrak reputasi dan *brand image* perusahaan; layak mendapatkan ijin untuk beroperasi (*social license to operate*), mereduksi risiko bisnis perusahaan; melebarkan akses ke sumber daya; membentangkan akses menuju market; mereduksi biaya; memperbaiki hubungan dengan *stakeholders*, memperbaiki hubungan dengan regulator; dan meningkatkan semangat dan produktifitas karyawan. Melakukan program CSR yang berkelanjutan akan memberikan dampak positif dan manfaat yang lebih besar baik kepada perusahaan itu sendiri maupun para *stakeholder* yang terkait. Hasil penelitian dari Indonesia Business Link (2005) tentang CSR di Indonesia menunjukkan bahwa manfaat CSR antara lain: menjamin kontinuitas bisnis, mendapatkan human dan intelektual capital, meningkatkan nilai saham, masyarakat merasa memiliki akan perusahaan, menurunkan biaya sosial, serta mencegah konflik sosial. Menurut Yanti (2007) bahwa

CSR di Indonesia lebih mendasarkan pada kegiatan “ad hoc” dan tidak mengintegrasikan dengan strategi bisnis. Yanti (2007) menemukan bahwa implementasi CSR di Indonesia mengalami beberapa hambatan, antara lain: keterbatasan SDM yang ahli dalam mengimplementasikan CSR, struktur perusahaan yang tidak mengakomodasi fungsi CSR, manajemen lokal merasa aneh dengan CSR, serta mengalami perubahan sikap yang cepat ketika ada masalah.

Saidi (2004) menjelaskan 3 tahap CSR, yaitu: 1). Tahap pertama adalah *corporate charity*, yakni dorongan amal berdasarkan motivasi keagamaan. 2). Tahap kedua adalah *corporate philanthropy*, yakni dorongan kemanusiaan yang biasanya bersumber dari norma dan etika universal untuk menolong sesama dan memperjuangkan pemerataan sosial. 3). Tahap ketiga adalah *corporate citizenship*, yaitu motivasi kewargaan demi mewujudkan keadilan sosial berdasarkan prinsip keterlibatan sosial.

Ada empat model atau pola CSR yang umumnya diterapkan oleh perusahaan di Indonesia, yaitu (Tunadjaya, 2006):

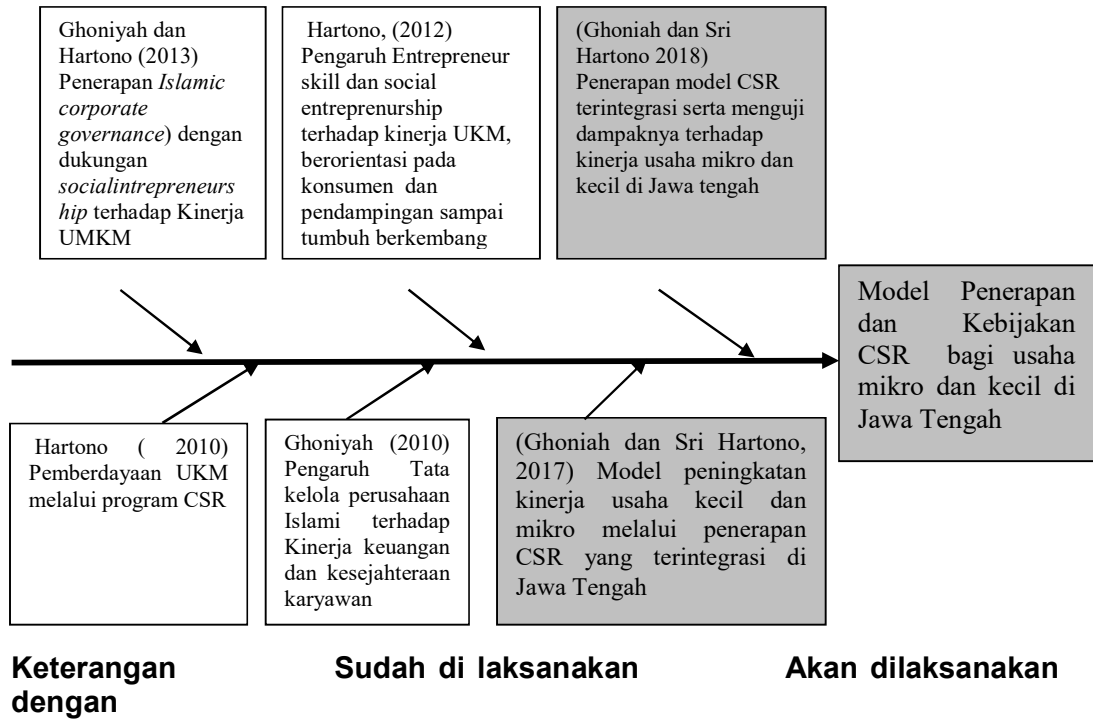
- 1) Keterlibatan langsung. Perusahaan menjalankan program CSR secara langsung dengan menyelenggarakan sendiri kegiatan sosial atau menyerahkan sumbangan ke masyarakat tanpa perantara.
- 2) Melalui yayasan atau organisasi sosial perusahaan. Perusahaan mendirikan yayasan sendiri di bawah perusahaan atau groupnya. Model ini merupakan adopsi dari model yang lazim diterapkan di perusahaan-perusahaan di negara maju.
- 3) Bermitra dengan pihak lain. Perusahaan menyelenggarakan CSR melalui kerjasama dengan lembaga sosial/organisasi non-pemerintah (NGO/ LSM), instansi pemerintah, universitas atau media massa, baik dalam mengelola dana maupun dalam melaksanakan kegiatan sosialnya.

- 4) Mendukung atau bergabung dalam suatu konsorsium. Perusahaan turut mendirikan, menjadi anggota atau mendukung suatu lembaga sosial yang didirikan untuk tujuan sosial tertentu.

Sri Hartono, 2012 mengungkapkan hasil penelitian tentang pemberdayaan usaha mikro dan kecil. Penelitian tersebut merekomendasikan bahwa pemberdayaan UKM akan efektif dilakukan melalui kegiatan pelatihan entrepreneur skill dan social entrepreneurship. Dalam penelitian terkait dengan program CSR, bahwa kepedulian perusahaan besar terhadap UKM akan efektif dengan melibatkan usaha UKM yang terkait dengan bisnis perusahaan yang melakukan program CSR (Hartono, 2010)

Dari roadmap penelitian tersebut maka perlu dilakukan penelitian mengenai bagaimana model peningkatan kinerja usaha kecil dan mikro melalui penerapan CSR terintegrasi di Jawa tengah.

ROADMAP PENELITIAN



BAB 3. METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan

Penelitian ini menggunakan penelitian mix. kualitatif dan kuantitatif dengan pendekatan deskriptif analitis, dengan memfokuskan pada identifikasi yang mendalam tentang pendampingan usaha mikro dan kecil oleh usaha menengah dan besar di Jawa tengah. Adapun metode dan teknik penelitian yang digunakan adalah penggabungan antara studi literatur, studi empiris sebelumnya, observasi kepada responden usaha mikro dan kecil serta responden usaha menengah dan besar dengan metode wawancara yang mendalam dengan para responden di Provinsi Kota Semarang. Keseluruhan metode tersebut akan dibantu dengan pendekatan *Statistical Program for Social Analysis* (SPSS), atau Partial Least Square (PLS) untuk mempermudah dalam menganalisis data.

3.2. Bagan Alir Penelitian

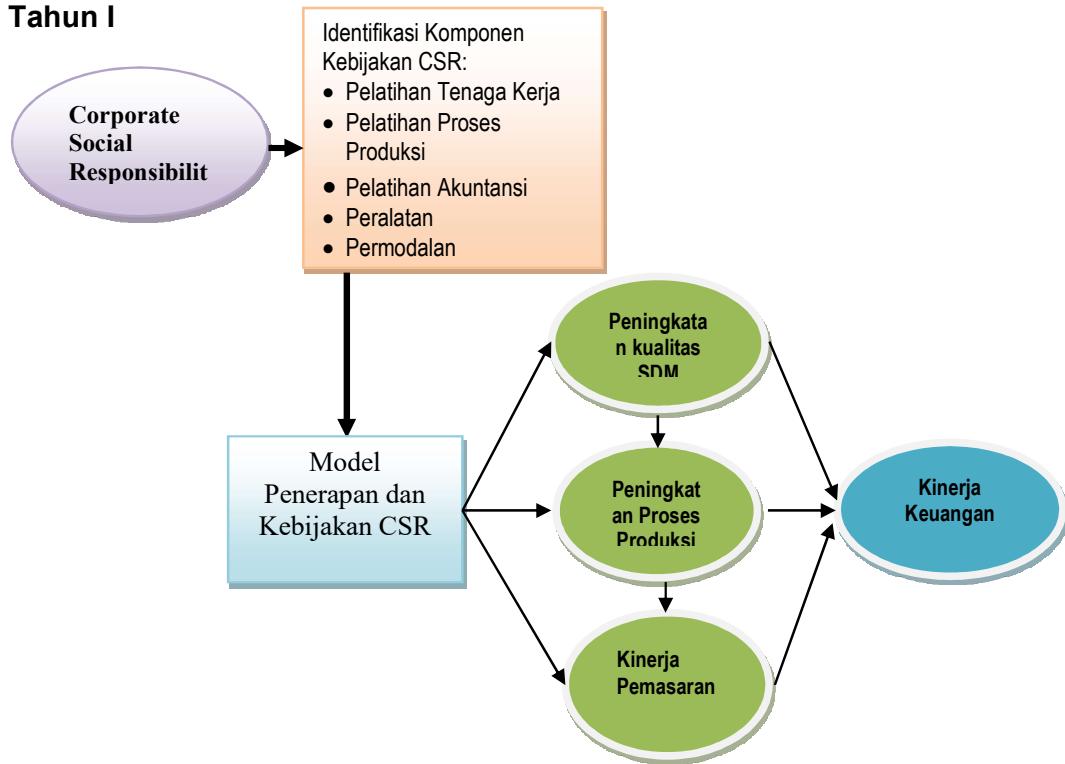
Bagan alir penelitian yang akan dilakukan dari tahun pertama sampai akhir tahun ke dua sebagai berikut. Pada tahun pertama mengidentifikasi faktor-faktor penting penerapan CSR dalam pendampingan usaha mikro dan kecil. Hal ini dapat dilakukan dengan jalan mengumpulkan berbagai referensi baik teoritis maupun empiris sebelumnya kemudian dilakukan survey yang mendalam lewat penelitian kualitatif dengan responden pengusaha mikro dan kecil dan pengusaha yang lebih besar. Langkah selanjutnya merumuskan model pendampingan usaha mikro dan kecil oleh usaha yang lebih besar pada Dinas Koperasi dan UMKM di Jawa Tengah.

Pada tahun kedua model yang dihasilkan tahun pertama akan ditindaklanjuti dengan penelitian kualitatif tentang evaluasi model serta dilanjutkan dengan penelitian kuantitatif mengenai dampak penerapan CSR melalui pendampingan usaha mikro dan kecil terintegrasi terhadap kinerja usaha mikro dan kecil di Jawa tengah. Temuan ini dapat menjadi modul pedoman dan rujukan dalam upaya peningkatan usaha mikro dan kecil di Jawa tengah.

3. 3. Kerangka Model Penelitian

Berdasar pada latar belakang dan landasan teori pada bab terdahulu, maka dapat disajikan bagan alir penelitian seperti terlihat pada gambar berikut ini.

Tahun I



3.4. Kebutuhan Data

| Data yang Diperlukan | Sumber Data |
|--|--|
| Referensi untuk pendampingan usaha mikro dan kecil oleh usaha yang lebih besar | Dinas Koperasi dan UMKM di Jawa Tengah, Journal, majalah ilmiah dan teks book dan literature. |
| Datapengusaha mikro dan kecil dan pengusaha yang lebih besar | Dinas Koperasi dan UMKM |
| Model yang efektif mengenai pendampingan usaha mikro dan kecil oleh usaha yang lebih besar | Survey dan interview mendalam dengan pengusaha mikro dan kecil dan pengusaha yang lebih besar. |

3.5. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pengusaha mikro dan kecil dan pengusaha yang lebih besar di Jawa tengah. Teknik pengambilan sampel dengan purposive *Sampling* dimana masing-masing pengusaha mikro dan kecil, kecil dan menengah akan dipilih responden yang memenuhi kriteria tertentu sesuai dengan relevansi peneliti. Kriteria utama sampel penelitian ini adalah UKM yang mendapatkan bantuan program CSR dari perusahaan terutama pada insutri tekstil.

Kemudian besarnya sampel (*sample size*) bisa mengacu pendapat Hair (2002), yang mengatakan bahwa jumlah sampel adalah indikator dikali 5 sampai 10. Oleh karena itu jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 5 kali 15 sampai 10 kali 15 sebesar 75 sampai 150 responden. Jumlah sampel bisa menggunakan rumus, jumlah sampel (n) dari jumlah populasi (N) dengan alpha 5% atau 10 %. Secara substansi, besarnya sampel dianggap cukup bila telah mewakili populasi.

3.6. Metode Analisis

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif dan kuantitatif. Analisis kualitatif memiliki keunggulan untuk menjawab pertanyaan mengapa pengentasan kemiskinan belum signifikan, bagaimana pendampingan usaha mikro dan kecil oleh usaha yang lebih besar pada Dinas Koperasi dan UMKM di Jawa Tengah. Jawaban itu dapat diperoleh melalui interview yang mendalam dengan responden yang relevan yang dilengkapi sumber referensi literatur dan hasil penelitian terdahulu.

Untuk mengetahui pengaruh peningkatan kinerja usaha mikro dan kecil oleh usaha yang lebih besar pada Dinas Koperasi dan UMKM di Jawa Tengah digunakan *Partial Least square* (PLS). Model ini merupakan sekumpulan teknik-teknik statistik yang memungkinkan pengujian sebuah rangkaian hubungan antar variabel. (Solimun, 2008).

BAB 4

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.2. DISKRIPSI VARIABEL PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan menganalisis hubungan program CSR dengan kinerja UMKM penerima CSR. Adapun program CCSR diwujudkan dalam bentuk bantuan permodalan, bantuan peralatan dan pelatihan. Sedangkan kinerja UMKM penerima Program CSR dilihat dari berbagai dimensi, yang meliputi: kinerja pemasaran, kinerja sumber daya manusia, kinerja produksi dan kinerja keuangan. Pengukuran terhadap berbagai dimensi dan indikator tersebut menggunakan skala (1-5), dimana skor 1 = menunjukkan sangat tidak setuju dan skor 5 = menunjukkan sangat setuju. Hasil pengukuran terhadap berbagai indikator tersebut, kemudian dirata-rata. Rata-rata masing-masing indikator, diklasifikasikan menjadi 3 kelompok sebagai berikut:

Kelompok 1 : Skor (1,00 - 2,33) = "Rendah"

Kelompok 2 : Skor (2,34 - 3,66) = "Sedang"

Kelompok 3 : Skor (3,67 - 5,00) = "Tinggi"

Hasil pengukuran keefektifan program CSR serta kinerja UMKM dari perspektif penerima program CSR (UMKM), dapat dijelaskan sebagai berikut:

4.2.1. CSR Dalam Bentuk Bantuan Permodalan

Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan disalurkan dalam berbagai bentuk salah satunya adalah bantuan permodalan. Bentuk kemanfaatan program CSR permodalan diukur menggunakan indikator murah, mencukupi, tidak mengikat, jangka waktu sesuai. Dari hasil pengukuran terhadap program CSR permodalan diperoleh hasil, yang dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 4.4
KEMANFAATAN CSR PERMODALAN YANG DITERIMA OLEH UMKM

| INDIKATOR | SKORE RATA-RATA |
|---------------------|-----------------|
| Murah | 3.39 |
| Mencukupi | 3.48 |
| Tidak Mengikat | 3.53 |
| Jangka waktu sesuai | 3.63 |
| RATA-RATA | 3.51 |

4.2.2. CSR Dalam Bentuk Bantuan Peralatan

Bantuan peralatan dalam program CSR diharapkan dapat meningkatkan kuantitas maupun kualitas produksi UMKM. Bantuan peralatan diukur dengan menggunakan indikator, yang meliputi: peralatan sesuai kebutuhan usaha, kualitas peralatan, mudah dioperasikan, hemat biaya. Dari hasil pengukuran terhadap program CSR dalam bentuk bantuan peralatan menurut persepsi penerima bantuan (UMKM) diperoleh hasil, yang dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 4.5
KEMANFAATAN CSR PERALATAN YANG DITERIMA OLEH UMKM

| INDIKATOR | SKORE RATA-RATA |
|------------------------|-----------------|
| Sesuai Kebutuhan Usaha | 3.80 |
| Berkualitas | 3.88 |
| Mudah dioperasikan | 3.96 |
| Hemat biaya | 4.06 |
| RATA-RATA | 3.93 |

Dari table tersebut menunjukkan bahwa rata-rata skore program bantuan peralatan sebesar 3,93. Hal ini menunjukkan bahwa bantuan

peralatan memberikan kemanfaatan yang relative tinggi bagi UMKM. Hasil menunjukkan bahwa program bantuan peralatan sesuai dengan kebutuhan UMKM, kualitas peralatan relative baik, peralatan relative mudah digunakan dan penggunaan peralatan tersebut dapat menghemat biaya.

4.2.3. CSR Dalam Bentuk Pelatihan

Program CSR sering diwujudkan dalam bentuk program pelatihan. Pelatihan dapat dilakukan dalam bentuk latihan wirausaha, pelatihan produksi, pelatihan pengelolaan keuangan maupun pelatihan bidang pemasaran. Program pelatihan ini diharapkan dapat meningkatkan kemampuan UMKM dalam pengelolaan usahanya. Keefektifan program pelatihan diukur dengan menggunakan indikator, yang meliputi: kesesuaian materi pelatihan, kemampuan pelatih dalam memberikan materi, metode pelatihan yang menarik, dan materi pelatihan dapat diaplikasikan. Dari hasil pengukuran terhadap program CSR dalam bentuk bantuan program pelatihan menurut persepsi penerima bantuan (UMKM) diperoleh hasil, yang dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 2.6

KEMANFAATAN CSR PERMODALAN YANG DITERIMA OLEH UMKM

| INDIKATOR | SKORE RATA-RATA |
|---------------------|------------------------|
| Kesesuai Materi | 3.33 |
| Kualitas Instruktur | 3.43 |
| Metode Pelatihan | 3.49 |
| Aplikatif | 3.56 |
| RATA-RATA | 3.45 |

Dari table tersebut menunjukkan bahwa rata-rata score program CSR dalam bentuk bantuan pelatihan bagi pengelola UMKM sebesar 3,45. Hal ini menunjukkan bahwa bantuan program pelatihan memberikan

kemanfaatan yang relative cukup bagi UMKM. Hasil menunjukkan bahwa program bantuan program pelatihan cukup sesuai dengan kebutuhan, instruktur yang berkualitas sedang, metode pelatihan cukup dan materi cukup dapat diaplikasikan.

4.2.4. Kinerja Pemasaran UMKM

Indikator keberhasilan pengelolaan UMKM salah satunya dapat ditunjukkan dengan kinerja pemasaran. Keberhasilan kinerja pemasaran diukur menggunakan indikator, yang meliputi: peningkatan kuantitas penjualan, peningkatan area penjualan, dan peningkatan market share. Dari hasil pengukuran terhadap kinerja pemasaran UMKM yang mendapatkan program CSR, dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 2.7

KINERJA PEMASARAN UMKM PENERIMA CSR

| INDIKATOR | SKORE RATA-RATA |
|--------------------------|------------------------|
| Peningkatan Penjualan | 3.31 |
| Peningkatan Market Share | 3.14 |
| Penambahan Area Pasar | 3.03 |
| RATA-RATA | 3.16 |

Dari table tersebut menunjukkan bahwa rata-rata score kinerja pemasaran UMKM penerima program CSR sebesar 3,16. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja pemasaran dari UMKM penerima program CSR dalam katagori sedang. Hasil menunjukkan bahwa peningkatan penjualan, peningkatan market share dan peningkatan area pemasaran reatif sedang. Peningkatan tertinggi terutama dalam peningkatan kuantitas penjualan.

4.2.5. Kinerja SDM UMKM

Keberhasilan UMKM juga dapat dilihat dengan peningkatan kinerja Sumber Daya Manusia. Kinerja sumber daya manusia diukur menggunakan indikator yang meliputi: ketrampilan, kualitas kerja, ketepatan waktu, output. Dari hasil pengukuran terhadap kinerja sumber daya manusia pengelola UMKM penerima CSR dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 2.8
KINERJA SUMBER DAYA MANUSIA UMKM PENERIMA CSR

| INDIKATOR | SKORE RATA-RATA |
|------------------|-----------------|
| Ketrampilan | 3.30 |
| Kualitas kerja | 3.27 |
| Ketepatan waktu | 3.43 |
| Output | 3.59 |
| RATA-RATA | 3.40 |

Dari tabel tersebut menunjukkan bahwa rata-rata skor kinerja sumber daya manusia UMKM penerima program CSR sebesar 3,40. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja sumber daya manusia dari UMKM penerima program CSR dalam kategori sedang. Hasil menunjukkan bahwa karyawan atau pengelola UMKM memiliki ketrampilan, kualitas kerja, ketepatan waktu dalam menghasilkan produk dan memiliki kemampuan menghasilkan output dalam kemampuan sedang. Kinerja sumber daya manusia yang paling tinggi, terutama ditunjukkan dalam kemampuan menghasilkan output.

4.2.6. Kinerja Produksi UMKM

Keberhasilan UMKM juga dapat ditunjukkan dengan peningkatan kinerja produksi. Kinerja produksi diukur menggunakan indikator yang meliputi peningkatan output, peningkatan kualitas, penurunan produk cacat, kecepatan penyelesaian produk. Dari hasil pengukuran terhadap

kinerja produksi UMKM penerima CSR dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 2.9
KINERJA PRODUKSI UMKM PENERIMA CSR

| INDIKATOR | SKORE RATA-RATA |
|-------------------------------|------------------------|
| Peningkatan Output | 3.72 |
| Peningkatan Kualitas | 3.54 |
| Penurunan Produk Cacat | 3.56 |
| Kecepatan Penyelesaian produk | 4.05 |
| RATA-RATA | 3.72 |

Dari tabel tersebut menunjukkan bahwa rata-rata skor kinerja produksi UMKM penerima program CSR sebesar 3,72. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja produksi dari UMKM penerima program CSR dalam kategori tinggi. Hasil menunjukkan bahwa UMKM penerima program CSR memiliki kemampuan menghasilkan peningkatan output, peningkatan kualitas produk, penurunan produk cacat dan kemampuan menghasilkan produk dengan cepat dalam kategori yang tinggi. Kinerja produksi yang paling tinggi, terutama ditunjukkan dari kemampuan menghasilkan produk dengan cepat. Sedangkan kemampuan menghasilkan produk yang berkualitas dan penurunan produk cacat relative sedang.

4.2.7. Kinerja Keuangan UMKM

Keberhasilan UMKM yang paling utama ditunjukkan dengan kinerja keuangan. Kinerja keuangan diukur menggunakan indikator, yang meliputi: laba, tingkat pengembalian investasi (ROI) dan profit margin. Dari hasil pengukuran terhadap kinerja keuangan UMKM penerima CSR dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.10
KINERJA KEUANGAN UMKM PENERIMA CSR

| INDIKATOR | SKORE RATA-RATA |
|------------------|-----------------|
| Laba | 3.63 |
| ROI | 3.84 |
| Profit Margin | 3.67 |
| RATA-RATA | 3.71 |

Dari table tersebut menunjukkan bahwa rata-rata score kinerja keuangan UMKM penerima program CSR sebesar 3,71. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja produksi dari UMKM penerima program CSR dalam katagori tinggi. Hasil menunjukkan bahwa UMKM penerima program CSR memiliki kemampuan menghasilkan peningkatan laba, kemampuan mengembalikan investasi dan kemampuan menghasilkan profit margin yang tinggi. Kinerja keuangan yang paling tinggi, terutama ditunjukkan dari kemampuan mengembalikan investasi. Demikian halnya kemampuan menghasilkan laba dan profit margin juga dalam katagori tinggi.

4.3. Kinerja Produksi Berdasarkan Kesesuaian Program CSR

Supply chain management (SCM) juga memiliki peran penting terhadap kinerja produksi. Hal ini ditunjukkan dengan perusahaan adanya UMKM yang memiliki kesesuaian hubungan bisnis dengan pemberi CSR cenderung memiliki kinerja produksi lebih baik. Hubungan kesesuaian program CSR dengan kinerja produksi dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 4.11

CROSSTAB KINERJA PRODUKSI BERDASARKAN SCM

| KINERJA PRODUKSI | SCM TIDAK SESUAI | | SCM SESUAI | | TOTAL | |
|------------------|------------------|---------------|------------|---------------|------------|---------------|
| | JML | % | JML | % | JML | % |
| SEDANG | 37 | 52.86 | 13 | 31.71 | 50 | 45.05 |
| TINGGI | 33 | 47.14 | 28 | 68.29 | 61 | 54.95 |
| JUMLAH | 70 | 100.00 | 41 | 100.00 | 111 | 100.00 |

Dari table tersebut dapat dilihat bahwa UMKM yang memiliki kesesuaian jenis usaha atau adanya hubungan supply chain management yang memiliki kinerja produksi tinggi sebanyak 68,29%. Sedangkan UMKM yang tidak memiliki kesesuaian jenis usaha dengan pemberi CSR yang memiliki kinerja produksi tinggi sebanyak 47.14%. Artinya penerima CSR yang tidak sesuai cenderung memiliki kinerja produksi lebih rendah

4.4. Kinerja SDM UMKM berdasarkan Kesesuaian Program CSR

Kesesuaian program CSR juga berdampak terhadap kinerja sumber daya manusia (SDM). Semakin sesuai program CSR yang ditunjukkan dengan SCM, maka kinerja SDM akan semakin baik. Hal ini ditunjukkan dengan semakin sesuai jenis usaha UMKM penerima program CSR dengan jenis usaha pemberi CSR yang diwujudkan dengan *supply chain management*, kecenderungan memiliki kinerja produksi UMKM yang tinggi. Hubungan kesesuaian program CSR dengan kinerja Sumber daya manusia (SDM) dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 4.11
CROSSTAB KINERJA SDM BERDASARKAN SCM

| KINERJA SDM | NON SCM | | SCM | | TOTAL | |
|----------------|-----------|---------------|-----------|---------------|------------|---------------|
| | JML | % | JML | % | JML | % |
| RENDAH | 30 | 42.86 | 10 | 24.39 | 40 | 36.04 |
| SEDANG | 19 | 27.14 | 4 | 9.76 | 23 | 20.72 |
| TINGGI | 21 | 30.00 | 27 | 65.85 | 48 | 43.24 |
| JUMLAH | 70 | 100.00 | 41 | 100.00 | 111 | 100.00 |

Dari table tersebut dapat dilihat bahwa UMKM yang memiliki kesesuaian jenis usaha atau adanya hubungan supply chain management yang memiliki kinerja sumber daya manusia tinggi sebanyak 65,85%. Sedangkan UMKM yang tidak memiliki kesesuaian jenis usaha dengan pemberi CSR yang memiliki kinerja sumber daya manusia tinggi sebanyak 30%. Artinya penerima CSR yang tidak sesuai cenderung memiliki kinerja sumber daya manusia yang lebih rendah.

4.5. Kinerja SDM Pemasaran berdasarkan Kesesuaian Program CSR

Kesesuaian program CSR juga berdampak terhadap kinerja pemasaran. Semakin sesuai program CSR yang ditunjukkan dengan SCM, maka kinerja pemasaran akan semakin baik. Hal ini ditunjukkan dengan semakin sesuai jenis usaha UMKM penerima program CSR dengan jenis usaha pemberi CSR yang diwujudkan dengan *supply chain management*, kecenderungan memiliki kinerja pemasaran UMKM yang tinggi. Hubungan kesesuaian program CSR dengan kinerja pemasaran dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 4.11

CROSSTAB KINERJA PEMASARAN BERDASARKAN SCM

| KINERJA SDM | NON SCM | | SCM | | TOTAL | |
|----------------|-----------|---------------|-----------|---------------|------------|---------------|
| | JML | % | JML | % | JML | % |
| RENDAH | 18 | 25.71 | 4 | 9.76 | 22 | 19.82 |
| SEDANG | 22 | 31.43 | 11 | 26.83 | 33 | 29.73 |
| TINGGI | 30 | 42.86 | 26 | 63.41 | 56 | 50.45 |
| JUMLAH | 70 | 100.00 | 41 | 100.00 | 111 | 100.00 |

Dari table tersebut dapat dilihat bahwa UMKM yang memiliki kesesuaian jenis usaha atau adanya hubungan supply chain management yang memiliki kinerja pemasaran tinggi, sebanyak 63,41%. Sedangkan UMKM yang tidak memiliki kesesuaian jenis usaha dengan pemberi CSR yang memiliki kinerja pemasaran tinggi, sebanyak 42,86%. Artinya penerima CSR yang tidak sesuai cenderung memiliki kinerja pemasaran yang lebih rendah

4.6. Kinerja Keuangan UMKM

Kesesuaian program CSR juga berdampak terhadap kinerja keuangan. Semakin sesuai program CSR yang ditunjukkan dengan SCM, maka kinerja keuangan akan semakin baik. Hal ini ditunjukkan dengan semakin sesuai jenis usaha UMKM penerima program CSR dengan jenis usaha pemberi CSR yang diwujudkan dengan *supply chain management*, kecenderungan memiliki kinerja keuangan UMKM yang tinggi. Hubungan kesesuaian program CSR dengan kinerja keuangan dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 4.11

CROSSTAB KINERJA KEUANGAN BERDASARKAN SCM

| KINERJA KEUANGAN | NON SCM | | SCM | | TOTAL | |
|------------------|-----------|---------------|-----------|---------------|------------|---------------|
| | JML | % | JML | % | JML | % |
| RENDAH | 3 | 4.29 | 1 | 2.44 | 4 | 3.60 |
| SEDANG | 29 | 41.43 | 11 | 26.83 | 40 | 36.04 |
| TINGGI | 38 | 54.29 | 29 | 70.73 | 67 | 60.36 |
| JUMLAH | 70 | 100.00 | 41 | 100.00 | 111 | 100.00 |

Dari table tersebut dapat dilihat bahwa UMKM yang memiliki kesesuaian jenis usaha atau adanya hubungan supply chain management yang memiliki kinerja keuangan tinggi, sebanyak 70,73%. Sedangkan UMKM yang tidak memiliki kesesuaian jenis usaha dengan pemberi CSR yang memiliki kinerja keuangan sebanyak 54,29%. Artinya penerima CSR yang tidak sesuai cenderung memiliki kinerja keuangan yang lebih rendah.

4.7. Analisis Pengaruh Program CSR terhadap Kinerja Perusahaan

Analisis pengujian hasil dari pemodelan persamaan struktural (*structural equation model/SEM*) dengan menggunakan teknik metode *partial least square (PLS)* biasanya dilakukan dengan tiga tahapan, yakni:

- i. Uji kualitas (*validity dan reliability*) pengukuran (*outer model*) sebuah konstruk yang berdimensi reflektif, melalui indikator-indikator: *convergent validity, discriminant validity, dan unidimensionality*.
- ii. Uji akurasi (robust) pemodelan (*inner model*), yang merupakan indikator dari kelayakan dan akurasi sebuah model struktural yang dibangun. Evaluasi inner model dapat dilihat dari beberapa indikator yang meliputi: koefisien determinasi (R^2), *predictive relevance (Q²)*, *goodness of fit index (GoF)*.

iii. Uji signifikansi model / uji hipotesis, dimana pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai probabilitasnya dan t-statistiknya. Untuk nilai probabilitas, dimana nilai *p-value* dengan *alpha* 5% adalah kurang dari 0.05. Nilai T-tabel untuk *alpha* 5% adalah 1,96. Sehingga kriteria tidak ditolaknya sebuah hipotesis adalah ketika T-statistik lebih besar dari T-tabel.

5.2.1. Uji Kualitas Pengukuran (*Outer Model*)

Discriminant Validity. Nilai ini merupakan nilai *cross loading* setiap faktor terhadap konstraknya. Pengukuran berguna untuk mengetahui apakah konstruk memiliki diskriminan yang memadai untuk dijadikan variabel. Cara ini dilakukan dengan membandingkan nilai *loading factor* pada satu konstruk yang dituju haruslah lebih besar dibandingkan dengan nilai *loading factor* pada konstruk yang lain. Analisis *outer model* menspesifikasi hubungan antar variabel laten dengan indikator-indikatornya yang bersifat reflektif. Tabel 5.7. menunjukkan bahwa nilai loading dari masing-masing item terhadap konstruk nya lebih besar dari pada nilai *cross-loading*. Dari hasil analisis *cross-loading* tampak bahwa tidak terdapat permasalahan *discriminant validity*.

Tabel 5.7. Discriminant validity with cross loading

| | Capital CSR | Training CSR | Marketing Performance | Financial Performance | Supply Chain Management (SCM) |
|------------|----------------|-----------------|--------------------------|--------------------------|----------------------------------|
| CSR-Cap1 | 0.742 | 0.596 | 0.564 | 0.597 | 0.296 |
| CSR-Cap2 | 0.847 | 0.703 | 0.665 | 0.753 | 0.487 |
| CSR-Cap3 | 0.883 | 0.880 | 0.824 | 0.877 | 0.543 |
| CSR-Cap4 | 0.865 | 0.668 | 0.664 | 0.705 | 0.422 |
| CSR-Trn1 | 0.711 | 0.883 | 0.824 | 0.787 | 0.458 |
| CSR-Trn2 | 0.831 | 0.913 | 0.839 | 0.876 | 0.506 |
| CSR-Trn3 | 0.835 | 0.920 | 0.833 | 0.870 | 0.552 |
| CSR-Trn4 | 0.763 | 0.924 | 0.851 | 0.864 | 0.531 |
| Marketing1 | 0.765 | 0.872 | 0.896 | 0.858 | 0.540 |
| Marketing2 | 0.727 | 0.765 | 0.853 | 0.731 | 0.537 |
| Marketing3 | 0.674 | 0.779 | 0.885 | 0.757 | 0.504 |
| FinPerf1 | 0.774 | 0.808 | 0.760 | 0.885 | 0.566 |

| | | | | | |
|----------|-------|-------|-------|--------------|--------------|
| FinPerf2 | 0.718 | 0.793 | 0.773 | 0.864 | 0.516 |
| FinPerf3 | 0.864 | 0.879 | 0.843 | 0.911 | 0.548 |
| SCM1 | 0.447 | 0.477 | 0.535 | 0.509 | 0.784 |
| SCM2 | 0.422 | 0.443 | 0.426 | 0.488 | 0.763 |
| SCM3 | 0.369 | 0.389 | 0.434 | 0.411 | 0.753 |
| SCM4 | 0.405 | 0.422 | 0.448 | 0.476 | 0.787 |

Penilaian atas model struktural, pada tahapan selanjutnya, adalah dengan melihat koefisien korelasi antara variabel eksogen (*exogenous variables*) terhadap variabel endogen (*endogeneous variables*). Hasil analisis menunjukan hubungan antara variabel dalam model berkorelasi positif dan cukup kuat hubungannya ditandai dengan nilai korelasi diatas 0.6 sebagaimana yang ditunjukkan dalam tabel berikut:

Tabel 5.8. The Result of Assessment of Final Stage Latent Variable Correlation

| | Capital CSR | Finan cial Perfor mance | Mark eting Perfor manc e | Moderat ing Effect _(CSR- Trn * SCM) | Moderati ng Effect _(Capital CSR * SCM) | Supply Chain Manag ement (SCM) | Train ing CSR |
|----------------------------|----------------|----------------------------------|--------------------------------------|---|---|--|---------------------|
| Capital CSR | 1 | | | | | | |
| Financial Performance | 0.888 | 1 | | | | | |
| Marketing Performance | 0.823 | 0.894 | 1 | | | | |
| Moderating Effect 1 | 0.652 | 0.077 | 0.679 | 1 | | | |
| Moderating Effect 2 | 0.563 | 0.585 | 0.742 | 0.892 | 1 | | |
| Supply Chain Management | 0.534 | 0.613 | 0.648 | 0.682 | 0.582 | 1 | |
| Training CSR | 0.864 | 0.933 | 0.921 | 0.541 | 0.622 | 0.563 | 1 |

Tabel 5.9. merujuk pada pengukuran *Convergent Validity*. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa kesemua indikator dari seluruh variabel nilainya diatas 0.7. Dengan demikian, alat ukur dari seluruh indikator variabel laten (konstruk) valid. *Composite Reliability*. Data yang memiliki composite reliability >0.7 mempunyai reliabilitas yang tinggi. Uji reliabilitas diperkuat dengan *Cronbach Alpha*. Nilai diharapkan > 0.6 untuk semua konstruk.

Untuk memastikan bahwa tidak ada masalah terkait pengukuran maka langkah terakhir dalam evaluasi outer model adalah menguji unidimensionalitas dari model. Uji *unidimensionality* dilakukan dengan menggunakan indikator *Composite reliability* dan *cronbach's alpha*. Untuk kedua indikator ini titik *cut-off value* adalah 0,7.

Tabel 5.9. The Result of Composit Reliability Assessment with cronbach's alpha, rho_A, and AVE

| | Cronbach's Alpha | rho_A | Composite Reliability | Average Variance Extracted (AVE) |
|-------------------------------|------------------|-------|-----------------------|----------------------------------|
| Capital CSR | 0.855 | 0.874 | 0.902 | 0.799 |
| Financial Performance | 0.864 | 0.868 | 0.917 | 0.786 |
| Marketing Performance | 0.852 | 0.857 | 0.910 | 0.771 |
| Supply Chain Management_(SCM) | 0.775 | 0.778 | 0.855 | 0.796 |
| Training CSR | 0.931 | 0.932 | 0.951 | 0.829 |

Sementara untuk uji *multicollinearity* dengan menggunakan nilai *variance inflation factor/VIF*. Jika nilai VIF kurang dari 10 dapat dikatakan bahwa antar variabel bebas tidak terjadi korelasi yang kuat. Hasil perhitungan dengan PLS menunjukkan bahwa seluruh indeks VIF nilainya kurang dari 10. Dengan demikian, tidak terjadi multikolinieritas antar variabel independen dalam model.

Tabel 5.10. The Result of Assessment of Multicollinnierity Test

| | Financial Performance | Marketing Performance |
|---------------------------------------|-----------------------|-----------------------|
| Capital CSR | 4.230 | 3.985 |
| Marketing Performance | 7.247 | |
| Moderating Effect_(CSR-Trn * SCM) | 6.247 | |
| Moderating Effect_(Capital CSR * SCM) | 6.073 | |
| Supply Chain Management_(SCM) | 1.841 | 1.484 |
| Training CSR | 9.117 | 4.169 |

5.2.2. Uji akurasi (*robust test*) pemodelan (*inner model*)

Nilai R-Square ditunjukkan dengan Tabel..... Koefisien determinasi (R^2) untuk variabel kinerja pemasaran dan kinerja keuangan masing-masing

sebesar 0.858 dan 0.909. Dengan demikian, variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen lebih dari 80 persen. Sementara itu, nilai predictive relevance sebesar 0.987 atau sebesar 98.7 persen. Q^2 (*predictive relevance*) adalah salah satu pengukuran dalam inner model. Dengan nilai Q^2 sebesar 98.7 persen maka dapat disimpulkan bahwa model sangat baik.

Tabel 5.11. R^2 , Adj- R^2 , dan *Predictive Relevance* (Q^2)

| | R^2 | Adj R^2 | Q^2 |
|-----------------------|-------|-----------|---|
| Marketing Performance | 0.858 | 0.854 | $Q^2 = 1 - (1-R^2_1) (1-R^2_2) \dots (1-R^2_n)$ |
| Financial Performance | 0.909 | 0.904 | $Q^2 = 1 - (1-0.909) (1-0.858)$ |
| | | | $Q^2 = 0.987$ |

Untuk mengukur inner model berikutnya adalah dengan menggunakan Indeks Goodness of Fit (GoF) dimana syarat sebuah model yang baik adalah bernilai antara $0 < \text{GoF} < 1$. Semakin mendekati nilai satu semakin baik. Model ini GoF sebesar 0.870. Angka ini termasuk sangat baik untuk ukuran kebaikan-suai (*Goodness of Fit*) untuk sebuah model uji empiris.

Tabel 5.12. The Result of Goodness of Fit (GoF) Test

| | <i>Communality</i> | <i>Average Communality</i> | <i>R-Square</i> | <i>Average R-Square</i> |
|-------------------------------|--------------------|----------------------------|-----------------|-------------------------|
| Capital CSR | 0.834 | | | |
| Training CSR | 0.910 | | | |
| Marketing Performance | 0.878 | 0.856 | 0.858 | 0.8835 |
| Financial Performance | 0.887 | | 0.909 | |
| Supply Chain Management (SCM) | 0.772 | | | |

$$\text{Goodness of Fit (GoF)} = \sqrt{\text{Average Communality} \times \text{Average R-Square}}$$

$$= \sqrt{0.856 \times 0.8835}$$

$$\text{Goodness of Fit (GoF)} = 0.870$$

5.2.3. Pengujian Hipotesis

Secara umum metode *explanatory research* adalah pendekatan metode yang menggunakan PLS. Hal ini disebabkan pada metode ini terdapat pengujian Hipotesis. Menguji hipotesis dapat dilihat dari nilai t-

statistik dan nilai probabilitas. Untuk pengujian hipotesis menggunakan nilai statistik maka untuk alpha 5% nilai t-statistik yang digunakan adalah 1,96. Sehingga kriteria penerimaan/penolakan Hipotesis adalah H_a diterima dan H_0 ditolak ketika t-statistik > 1,96. Untuk menolak/menerima Hipotesis menggunakan probabilitas maka H_a di terima jika nilai $p < 0,05$.

Tabel 5.13. Assessment of Hipotetical Testing

| | Original Sample | St Dev | T Statistics | P Values |
|---|-----------------|--------|--------------|----------|
| <i>Pengaruh langsung (direct effect)</i> | | | | |
| Capital CSR → Marketing Performance | 0.194 | 0.071 | 2.732 | 0.010 |
| Capital CSR → Financial Performance | 0.290 | 0.087 | 3.333 | 0.002 |
| Moderating Effect (Capital CSR * SCM) → Financial Performance | 0.178 | 0.104 | 1.712 | 0.093 |
| Training CSR → Marketing Performance | 0.774 | 0.168 | 4.607 | 0.000 |
| Training CSR → Financial Performance | 0.514 | 0.096 | 5.354 | 0.000 |
| Moderating Effect (CSR-Trn * SCM) → Financial Performance | 0.189 | 0.094 | 2.011 | 0.054 |
| Marketing Performance → Financial Performance | 0.231 | 0.068 | 3.397 | 0.002 |
| Supply Chain Management (SCM) → Marketing Performance | 0.114 | 0.044 | 2.591 | 0.015 |
| Supply Chain Management (SCM) → Financial Performance | 0.077 | 0.044 | 1.750 | 0.087 |
| <i>Pengaruh tidak langsung (indirect effect)</i> | | | | |
| Capital CSR → Financial Performance | 0.044 | 0.024 | 1.833 | 0.067 |
| Training CSR → Financial Performance | 0.179 | 0.099 | 1.808 | 0.071 |
| Supply Chain Management (SCM) → Financial Performance | 0.027 | 0.015 | 1.800 | 0.072 |

Seluruh hipotesis dalam penelitian ini tidak ditolak, dengan demikian, seluruh variabel eksogen dan variabel independen berpengaruh positif secara signifikan dengan alpha dibawah 5 persen, kecuali untuk variabel interaksi (moderasi) Capital_CSR*SCM yang berada dibawah 10 persen, tepatnya 9.3 persen. Begitu juga dengan seluruh pengaruh tidak langsung antara Capital CSR, Training CSR, dan Supply Chain Management, ke Financial Performance yang berada di bawah 10 persen. Dengan demikian, peran program CSR yang diintegrasikan dengan kerjasama manajemen rantai pasok (SCM) menjadi penting dalam meningkatkan kinerja pemasaran dan kinerja keuangan bagi perusahaan-perusahaan UKM sebagai penerima

manfaat CSR dari perusahaan-perusahaan besar skala nasional, baik swasta maupun milik negara (BUMN).

BAB 5.

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Program CSR yang mengintegrasikan dengan komitmen kerjasama manajemen rantai pasok, terbukti penting diimplementasikan dalam upaya meningkatkan kinerja usaha kecil dan menengah. Hasil ini membuktikan bahwa kemitraan *supply chain* yang diintegrasikan dengan program CSR akan membentuk kekuatan dalam membentuk koordinasi kerjasama yang optimal dalam memperbaiki kinerja perusahaan penerima manfaat CSR, dan sekaligus berdampak sosial dan lingkungan untuk semua mitra dalam sistem rantai pasokan.

Temuan riset ini sejalan dengan riset yang dilakukan Wong (2012) dimana hasil risetnya menunjukkan bahwa tingkat partisipasi dalam program investasi yang diintegrasikan dengan upaya CSR bagi para pemasok-pemasok adalah sebuah bentuk klausul kontrak bisnis yang sifatnya penting dan sekaligus dapat meningkatkan koordinasi lewat kemitraan manajemen rantai pasok yang bertanggung jawab secara sosial.

Hasil studi ini juga memperkuat argumen bahwa program CSR (*corporate social responsibility*) perlu dilakukan secara terintegratif, dengan mempertimbangkan seluruh manfaat bagi pemangku kepentingan (*stakeholder*) secara luas. Dengan demikian integrasi CSR dan kerjasama SCM antara perusahaan pemberi CSR dengan perusahaan penerima manfaat CSR dapat memberikan kontribusi nyata yang sifatnya lebih berjangka panjang dan sekaligus berdampak produktif bagi para pihak yang terlibat secara lebih optimal sebagaimana yang disarankan oleh Nikolova and Arsic (2017).

Dengan demikian program CSR yang terintegrasi dan dikolaborasi dengan program kemitraan usaha antara perusahaan besar (biasanya berasal dari jenis perusahaan BUMN, BUMD, dan Swasta Nasional, sebagai perusahaan yang melakukan program CSR) dengan perusahaan UKM

(sebagai penerima manfaat UKM). Kolaborasi ini menjadi sangat krusial karena akan dapat mempertajam manfaat program CSR tidak hanya sekedar program filantropi yang sifatnya sementara atau sekedar bagi-bagi hasil keuntungan perusahaan yang sifatnya adhoc dan jangka pendek. Program integrasi CSR yang diintegrasikan dan dikolaborasikan dalam bentuk kerjasama usaha antara perusahaan pemberi dan penerima CSR akan menghasilkan pola kerjasama kemitraan yang sifatnya strategis baik bagi pemberi CSR maupun penerima CSR. Kemitraan strategis hasil kolaborasi program CSR ini akan menghasilkan program berjangka panjang dan akan memperkuat upaya kita dalam meningkatkan kinerja dan daya saing UKM Indonesia dalam menghadapi persaingan global yang semakin kompetitif.

5.2. Saran dan Rekomendasi Kebijakan.

Penelitian empiris tentang dampak pelaksanaan program CSR, selama ini banyak difokuskan pada sisi perusahaan pemberi CSR. Telah banyak riset yang menjelaskan tentang dampak positif CSR terhadap kinerja dan peningkatan reputasi perusahaan-perusahaan pemberi CSR. Namun demikian, kajian tentang dampak CSR bagi penerima manfaat CSR belum begitu banyak diteliti. Dengan berbagai keterbatasan terhadap acuan pustaka dan hasil riset-riset terdahulu, penelitian ini yang sifatnya simulasi dengan menggunakan teknik statistik SEM-PLS dengan pendekatan variance based-SEM menghasilkan temuan empiris bahwa program CSR yang diintegrasikan dengan kerjasama manajemen rantai pasok (supply chain managemen/SCM) ternyata punya dampak positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan-perusahaan penerima manfaat CSR.

Namun demikian, karena studi ini masih bersifat pengembangan (simulasi) dimana dukungan riset sebelumnya yang masih terbatas, maka kedepannya riset ini perlu ditingkatkan bobot dan kedalamannya kajiannya. Hal itu bisa dilakukan dengan mengembangkan dampak CSR tidak saja terhadap kinerja pemasaran dan keuangan, akan tetapi terhadap kinerja sumber daya manusia (SDM) dan kinerja produksi. Spektrum dan cakupan

sampel juga perlu dipertimbangkan dengan menggunakan sampel perusahaan-perusahaan skala kecil dan menengah pada berbagai industri di berbagai negara. Begitu juga dampak CSR bisa dicermati secara lebih luas tidak saja sekedar pada sisi perusahaan penerima manfaat yang berdimensi ekonomis produktif tetapi bagi peningkatan peran serta perusahaan penerima manfaat CSR dalam ikut andil memberi dampak positif bagi masyarakat secara luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Asian Development Bank, (1999), *Governance : Sound Development Management*,
- B.Tamam Achda (2006), "Konteks Sosiologis Perkembangan *Corporate Social Responsibility* dan Implementasinya Di Indonesia", makalah, Jakarta. www.google.com
- BAPPENAS, *Pembangunan Daerah Dalam Angka 2010*, Jakarta : BAPPENAS,2010
- BPS, 2010, *Statistik Indonesia* , Jakarta, Badan Pusat Statistik, BPS- Statistics Indonesia
- Chairil N. Siregar (2007)," Analisis Sosiologis Terhadap Implementasi *Corporate Social Responsibility* Pada Masyarakat Indonesia , *Jurnal Sositoknologi* Edisi 12 Tahun 6, Desember.
- Cooper, D. R. dan W. C. Emory. (1995), *Business Research Methods*, Irwin Prentice Hall, US.
- Dessler, G., 2005, *Managing Organizations in An Era of Change*, The Dryden Press
- Eisenhart,2008, *Public Participation in Development, Planning and Management : Cases from Africa and Asia*, London : Westview Press
- Ferdinand, Augusty. 2000. *Strategic Patways Toward Sustainable Competitive Advantage*: Unplished DBA Thesis, Soutern Cross, Lismore, Australia.
- Ghonyah dan Hartono (2013) Model penerapan *Islamic Corporate Governance* yang di dukung *Social Intrepreneurship* pada UMKM. Hasil penelitian.
- Hair, Jr., F. Joseph, R. E. Anderson, R. L. Tatham dan W. C. Black. (1992), *Multivariate Data Analysis with Readings*, Macmillan.
- Indonesia Business Links (2007), "CSR Practices in Indonesia and its Performance Measurement CSR", makalah Seminar: A New Business Mainstream Toward Sustainable Development Jakarta.
- Jumaizi dan Sudarti (2013) Model Inkubasi Usaha Mikro, Hasil Penelitian
- Keraf, 2009, *EtikaBisnis, Citra Bisnis sebagai Profesi Luhur*, Yogjakarta, Kanisius
- Nirmana*, Vol.8, NO. 2, Juli
- Peters, Ganie-Rochman, Meuthia, 2010 "Good Governance : Prinsip,Komponen dan Penerapannya", dalam *HAM : Penyelenggaraan Negara Yang Baik dan Masyarakat Warga*, Jakarta : KOMNAS HAM.
- Saidi, Zaim dan Hamid Abidin. (2004), "*MenjadiBangsa Pemurah: Wacana dan Praktek Kedermawanan Sosial di Indonesia*" , Piramedia, Jakarta.

- Sekaran, U., 2008, *Research Methods For Business: A Skill Building Approach*, New York, John Wiley & Sons Inc.
- Sri Hartono, 2010. Pemberdayaan UKM melalui CSR Holistic, Penelitian Hibah bersaing DP2M, Dikti
- Sri Hartono, 2012, Pemberdayaan UKM Melalui Entrepreneur Skill dan Social Entrepreneurship, Eco-Entrepreneurship Seminar & Call for Paper. *Improving Performance by Improving Environment, Maret 2012*
- Tanudjaja Bing (2006), "Perkembangan Corporate Social Responsibility di Indonesia",
- Wibisono, Y., 2007, Membedah Konsep dan Aplikasi CSR, Gresik: Fascho Publishing
- Yanti Triwadiantini Koestoer (2007), "Corporate Social Responsibility in Indonesia", makalah pada seminar Good Corporate and Social Governance in Promoting ASEAN's Regional Integration, 17 January 2007, Jakarta.