

**IMPLEMENTASI CORPORATE SOSIAL RESPONSIBILITY (CSR)
DALAM MENUNJANG KINERJA UMKM
DITENGAH PANDEMI COVID-19**
(Studi Pada UKM Anzaz Konfeksi UD Banyuwangi)

SKRIPSI

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
Untuk memenuhi salah satu persyaratan
Memperoleh gelar Sarjana Akuntansi (S.Akun)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Akuntansi Syariah



Oleh:

ZULFI AZIZATUR ROSIDAH
NIM. E20173083

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
2021**

**IMPLEMENTASI CORPORATE SOSIAL RESPONSIBILITY (CSR)
DALAM MENUNJANG KINERJA UMKM
DITENGAH PANDEMI COVID-19**
(Studi Pada UKM Anzaz Konfeksi UD Banyuwangi)

SKRIPSI

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
Untuk memenuhi salah satu persyaratan
Memperoleh gelar Sarjana Akuntansi (S.Akun)
Jurusan Ekonomi Islam
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Akuntansi Syariah

Oleh:

ZULFI AZIZATUR ROSIDAH
NIM. E20173083

Disetujui Pembimbing



Hj. Nurul Setianingrum, SE, M.M
NIP. 196905231998032001

IAIN JEMBER

**IMPLEMENTASI CORPORATE SOSIAL RESPONSIBILITY (CSR) DALAM
MENUNJANG KINERJA UMKM DITENGAH PANDEMI COVID-19
(STUDI PADA UKM ANZAZ KONVEKSI UD BANYUWANGI).**

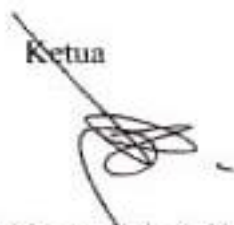
SKRIPSI

Telah diuji diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Akuntansi (S.Akun)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Akuntansi Syariah

**Hari : Rabu
Tanggal : 07 Juli 2021**

Tim Penguji

Ketua



M.F Hidayatullah, S.H.I, M.S.I
NIP. 197608122008011015

Sekretaris



H. Roni Subhan, M.Pd
NIP. 197103062005011001

Anggota:

1. Dr. Moch. Chotib, S.Ag., MM
2. Hj. Nurul Setianingrum, SE, M.M



Menyetujui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam




Dr. Khamdan Rifa'i, S.E, M.Si
NIP. 196808072000031001

MOTTO

كُتِبَ عَلَيْكُمُ الْقِتَالُ وَهُوَ كُرْهُ لَكُمْ وَعَسَىٰ أَن تَكْرَهُوا شَيْئًا وَهُوَ خَيْرٌ لَّكُمْ
وَعَسَىٰ أَن تُحِبُّوا شَيْئًا وَهُوَ شَرٌّ لَّكُمْ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ ﴿٢١٦﴾

Artinya: Boleh jadi kamu membenci sesuatu padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi pula kamu menyukai sesuatu padahal ia amat buruk bagimu, Allah mengetahui sedang kamu tidak mengetahui. (QS Al Baqarah Ayat 216)¹



¹ Al Qur'an Surat Al Baqarah Ayat 216

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah *wasyukurillah wa ala nikmatillah*, segala puji bagi Allah SWT, shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, saya persembahkan karya tulis ini kepada:

1. Kedua orangtuaku (Bapak Mubarakah dan Ibu Khusnul Robitoh) yang senantiasa memberikan dukungan penuh, dukungan berupa doa dan motivasi maupun dukungan materil untuk terus melanjutkan pendidikan dan menggapai impian.
2. Sahabat-sahabatku yang telah menemani dan juga memberi semangat.
3. Keluarga besar tercinta yang selalu memberikan semangat, motivasi dan dukungan agar tidak pantang menyerah dalam segala hal.
4. Segenap guru dan dosen, semoga ilmu yang diberikan bermanfaat dan barokah, aamiin.
5. Seluruh teman-teman jurusan Akuntansi Syariah angkatan 2017, terkhusus kelas AKS2 yang telah sama-sama saling menguatkan untuk tetap berjuang menyelesaikan pendidikan ini.
6. Almamaterku, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember, dan seluruh dosen IAIN Jember khususnya dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang bersedia meluangkan waktu dan tenaganya untuk memberikan ilmunya kepada penulis.
7. Teman-teman dan sahabat-AKS2 serta angkatan 2017 Akuntansi Syariah yang menjadi teman seperjuangan dan saling berbagi ilmu.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji hanya milik Allah SWT, yang telah memberikan peneliti banyak kenikmatan, baik nikmat Iman, Islam dan kesehatan sehingga peneliti mampu menyelesaikan penulisan skripsi dengan lancar tanpa hambatan suatu apapun. Sholawat beserta salam senantiasa tersanjungkan kepada beliau baginda Nabi Muhammad SAW, seorang Nabi yang patut diteladani baik perkataan maupun perbuatan beliau, dan mudah-mudahan kelak kita akan mendapatkan syafa'at beliau di yaumul akhir. Amin.

Penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember guna mendapatkan gelar Sarjana Akuntansi (S.Akun).

Didalam upaya penyelesaian skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu peneliti mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, S.E., M.M selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember.
2. Bapak Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
3. Bapak Daru Anondo SE., M.Si, selaku Kaprodi Jurusan Akuntansi Syariah.
4. Ibu Hj. Nurul Setianingrum, SE,M.M selaku Dosen Pembimbing Skripsi
5. Ibu Hj. Nurul Setianingrum, SE,M.M selaku DPA (Dosen Penasehat Akademik) Saya

6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, khususnya yang telah memberikan ilmu kepada penulis sehingga dapat mengetahui apa yang tidak diketahui sebelumnya.
7. Segenap informan yang telah berkenan memberikan informasi yang dibutuhkan, sehingga membantu proses penyelesaian penelitian.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa di dunia ini tidak ada yang sempurna begitu juga dalam penulisan skripsi ini, yang tidak lupa dari kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, penulis mengharapkan kritik dan saran untuk menyempurnakan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat dan menambah wawasan bagi penulis dan pembaca sekalian.

Jember, 15 Juni 2021

Penulis

Zulfi Azizatur Rosidah
NIM. E20173083

IAIN JEMBER

ABSTRAK

Zulfi Azizatur Rosidah, Hj. Nurul Setianingrum, SE,M.M. : Implementasi *Corporate Social Responsibility (CSR)* dalam Menunjang Kinerja UMKM Ditengah Pandemi Covid-19 (Studi pada UKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi)

Kata Kunci: Corporate Social Responsibility (CSR), kinerja keuangan, dan kinerja non keuangan, UMKM

Pada akhir Februari 2020 virus corona-19 dinyatakan positif di Indonesia.. Usaha Mikro, Kecil, Menengah maupun biasa kita sebut UMKM merupakan suatu usaha yang dilakukan oleh badan usaha ataupun perorangan yang terkena imbas pandemi. Sebab UMKM bagaikan ujung tombak perekonomian Indonesia diharapkan bisa membagikan atensi lebih terhadap permasalahan-permasalahan di lingkungan dan sosial yang terdapat di sekitarnya serta melangsungkan tanggung jawab sosial perusahaan ataupun *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Corporate Social Responsibility (CSR) ialah strategi industri dalam membangun reputasi yang diharapkan bisa menghasilkan ikatan timbal balik dengan stakeholder. Implementasi CSR sanggup tingkatkan citra perusahaan yang akan berakibat pada kinerja industri. Oleh sebab itu tujuan riset ini merupakan untuk mengenali implementasi program- program *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang dilakukan oleh UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi, tidak hanya itu juga menganalisis implementasi CSR dalam meunjang kinerja keuangan serta kinerja non keuangan UMKM.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis data kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Dengan lokasi penelitian di UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi. Jenis penelitian ini adalah menggunakan penelitian studi lapangan. Hal ini dipilih karena penelitian ini dilakukan dengan cara meneliti langsung dilapangan untuk mendapatkan data yang akurat. Teknik pengumpulan yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian memberikan hasil jika implementasi CSR oleh UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi belum menunjang kinerja keuangan dan menunjang kinerja non keuangan UMKM. Dikarenakan situasi pandemi memberikan dampak yang signifinkan terhadap keuangan UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi. UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi telah mengimplementasikan CSR sebesar 86%. Untuk kinerja keuangan mengalami peningkatan dan penurunan yang ditandai adanya penurunan profit, penurunan likuiditas, peningkatan laba bersih (ROI) dan peningkatan pendapatan (ATO). Sementara kinerja non keuangan juga mengalami peningkatan dan penurunan yang ditunjukkan adanya peningkatan kepuasan pelanggan, penurunan jumlah pelanggan, jumlah inovasi produk, penurunan produktifitas karyawan, peningkatan kepuasan karyawan dan kapabilitas karyawan.

ABSTRACT

Zulfi Azizatur Rosidah, Hj. Nurul Setianingrum, SE, M.M. : Implementation of *Corporate Social Responsibility (CSR)* in Supporting MSME Performance Amid the Covid-19 Pandemic (Study on SME Anzaz Convection UD Banyuwangi)

Keywords: Corporate Social Responsibility (CSR), financial performance, and non-financial performance, MSME

At the end of February 2020 the corona-19 virus was tested positive in Indonesia. Micro, Small, Medium Enterprises or what we usually call MSMEs are businesses carried out by business entities or individuals affected by the pandemic. Because MSMEs are the spearhead of the Indonesian economy, they are expected to be able to give more attention to environmental and social problems in their surroundings and to carry out corporate social responsibility or Corporate Social Responsibility (CSR).

Corporate Social Responsibility (CSR) is an industry strategy in building a reputation that is expected to generate reciprocal bonds with stakeholders. The implementation of CSR can improve the company's image which will have an impact on industry performance. Therefore, the purpose of this research is to identify the implementation of Corporate Social Responsibility (CSR) programs carried out by MSMEs Anzaz Konveksi UD Banyuwangi, not only that, but also analyze the implementation of CSR in supporting the financial performance and non-financial performance of MSMEs.

The approach used in this study is a qualitative data analysis method with a descriptive approach. With the research location at Anzaz Convection SMEs, UD Banyuwangi. This type of research is using field study research. This was chosen because this research was conducted by direct research in the field to obtain accurate data. The collection techniques are observation, interview and documentation.

The results of the study show that the implementation of CSR by SMEs Anzaz Konveksi UD Banyuwangi has not supported the financial performance and supported the non-financial performance of SMEs. This is because the pandemic situation has had a significant impact on the finances of the UD Banyuwangi Anzaz Convection SMEs. MSME Anzaz Convection UD Banyuwangi has implemented CSR by 86%. Financial performance has increased and decreased as indicated by a decrease in profit, a decrease in liquidity, an increase in net profit (ROI) and an increase in revenue (ATO). Meanwhile, non-financial performance also increased and decreased as indicated by an increase in customer satisfaction, a decrease in the number of customers, the number of product innovations, a decrease in employee productivity, an increase in employee satisfaction and employee capabilities.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Fokus Penelitian	12
C. Tujuan Penelitian.....	13
D. Manfaat Penelitian.....	13
E. Definisi Istilah	14
F. Sistematika Pembahasan	20
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	
A. Penelitian Terdahulu.....	23

B. Kajian Teori	39
1. <i>orporate Social Rensponsibility (CSR)</i>	40
2. Teori Stakeholder.....	53
3. UMKM (Usaha Menengah, Kecil, Mikro)	58
4. Kinerja	60
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian.....	70
B. Lokasi Penelitian.....	70
C. Subyek Penelitian.....	71
D. Teknik Pengumpulan Data.....	71
E. Teknik Analisis Data.....	72
F. Keabsahan Data.....	73
G. Tahap-tahap Penelitian.....	74
BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA	76
A. Gambaran Obyek Penelitian	76
B. Penyajian Data dan Analisis	95
C. Pembahasan Temuan	117
BAB V PENUTUP	169
A. Kesimpulan.....	169
B. Saran	171
DAFTAR PUSTAKA.....	173

DAFTAR TABEL

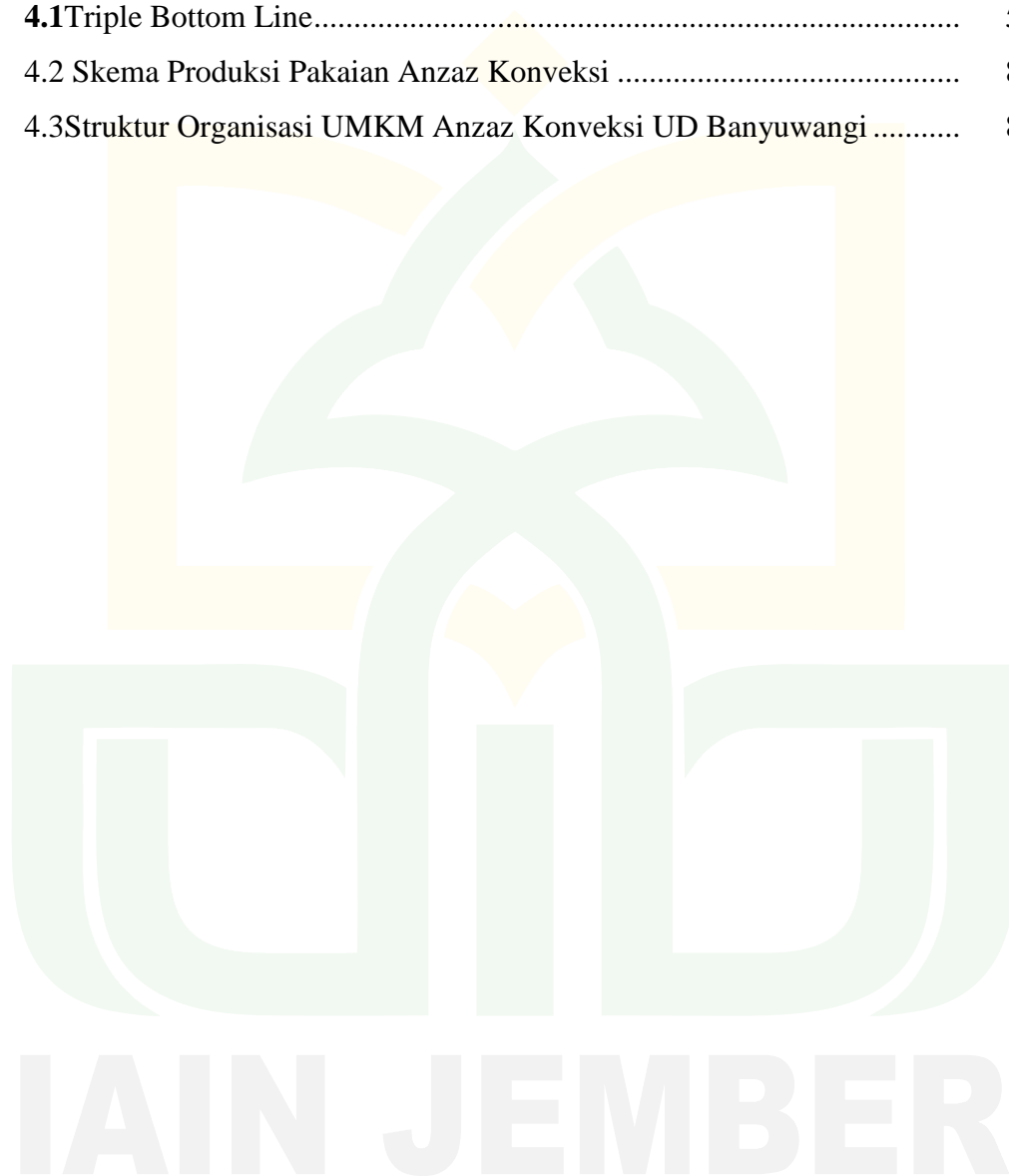
No	Uraian	Hal.
1.1	Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu.....	37
1.2	Definisi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Menurut para Ahli ...	41
1.3	Stakeholder pada Perusahaan dan Kriteria Kepuasan	56
1.4	Sasaran Strategis Kinerja <i>Balanced Scorecard</i> (BSC)	66
1.5	Pengeluaran biaya CSR untuk lingkungan.....	100
1.6	Catatan Buku Besar Kegiatan Lingkungan UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi	101
1.7	Pengeluaran Biaya Gaji Karyawan dalam Proram CSR	102
1.8	Catatan Buku Besar Kegiatan Ekonomi UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi.....	104
1.9	Pengeluaran Biaya CSR dalam Proram sosial	106
1.10	Catatan Buku Besar Kegiatan Sosial UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi.....	108
1.11	Distribusi Pertanyaan dan Jawaban Implementasi Corporate Social Responsibility.....	108
1.12	Laporan Posisi Keuangan Tahun 2019	113
1.13	Laporan Posisi Keuangan Tahun 2020	114
1.14	Laporan Laba Rugi Tahun 2019	115
1.15	Laporan Laba Rugi Tahun 20120	116
1.16	Distribusi Jawaban Responden/informan Pada Kategori Ekonomi	117
1.17	Distribusi Jawaban Informan Pada Kategori Lingkungan	121
1.18	Jawaban Responden/Informan Kategori Sosial, Dimensi: Praktik Ketenagakerjaan dan Kenyamanan Bekerja.....	127
1.19	Perkembangan Profit.....	132
1.20	Rasio Lancar.....	133
1.21	Rasio Cepat	134
1.22	Return On Investment (ROI)	136
1.23	Asset Turn Over (ATO)	137
1.24	Ukuran Perspektif Keuangan	138
1.25	Hasil Analisis Kinerja Keuangan	139
1.26	Data Jumlah Karyawan	143
1.27	Produktifitas Karyawan.....	145
1.28	Peningkatan Kapabilitas karyawan	146
1.29	Ukuran Indikator Produktifitas, Jumlah, Kepuasan dan Kapabilitas	147
1.30	Hasil Analisis Kinerja Non Keuangan Perspektif Pertumbuhan dan Pembelajaran	148
1.31	Penurunan Jumlah Komplain	152
1.32	Peningkatan Kegiatan UMKM.....	153
1.33	Penurunan Jumlah Pelanggan	154
1.34	Ukuran Indikator Jumlah Komplain Pelanggan.....	155

1.35	Ukuran Indikator Jumlah Pelanggan & Kegiatan yang dilakukan..	155
1.36	Hasil Analisis Kinerja Non Keuangan Perspektif Pelanggan	156
1.37	Data Pengembangan Inovasi Produk	157
1.38	Data Produk Cacat.....	159
1.39	Data Reward.....	161
1.40	Ukuran Indikator Jumlah Produk Cacat.....	161
1.41	Ukuran Indikator Inovasi Produk, Sistem Inforamasi, & Reward..	162
1.42	Hasil Analisis Kinerja Non Keuangan Perspektif Bisnis Internal ..	163
1.43	Hasil Analisis Kinerja Non Keuangan UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi.....	164



DAFTAR GAMBAR

No	Uraian	Hal
4.1	Triple Bottom Line.....	58
4.2	Skema Produksi Pakaian Anzaz Konveksi	85
4.3	Struktur Organisasi UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi	87



LAMPIRAN- LAMPIRAN

Lampiran 1	Matrik Penelitian
Lampiran 2	Daftar Pertanyaan Terkait Penerapan CSR
Lampiran 3	Daftar Pertanyaan Wawancara
Lampiran 4	Hasil Wawancara Penelitian
Lampiran 5	Hasil Wawancara Penelitian
Lampiran 6	Surat Ijin Penelitian
Lampiran 7	Surat Keterangan Selesai Penelitian
Lampiran 8	Jurnal Kegiatan Penelitian
Lampiran 9	Dokumentasi Foto-Foto
Lampiran 10	Biodata Penulis



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada akhir Februari 2020 virus corona-19 dinyatakan positif di Indonesia. Dalam hadapi pergantian lingkungan, selaku pelakon industri harus siap dalam kondisi dan tantangan apapun. Suasana virus corona maupun yang sering diucap dengan Covid- 19. Dunia hadapi suasana sulit dengan kehadiran virus corona karena virus ini menyerang manusia pada saat sistem imun manusia tidak kuat ataupun kokoh. Oleh karena itu pemerintah mendektekan banyak kebijakan, salah satunya Social Distancing, Physical distancing dan kebijakan Pembatasan Sosial Bersekala Besar (PSBB).¹

Usaha Mikro, Kecil, Menengah maupun biasa kita sebut UMKM merupakan suatu usaha yang dilakukan oleh badan usaha ataupun perorangan yang menggambarkan industri produktif. Di Indonesia pertumbuhan UMKM sangatlah pesat, menurut informasi yang dikumpulkan oleh Kementerian Koperasi dan UKM merupakan pada tahun 2014 berjumlah 57. 895. 721 unit setelah itu pada tahun 2015 berjumlah 59. 262. 772 unit dengan pangsa 98% berikutnya pada tahun 2016 berjumlah 61. 651. 117 unit dengan pangsa 99% berikutnya 2017 berjumlah 62. 922. 617 unit dengan pangsa 99, 99%. Dari informasi tersebut dapat dilihat kalau UMKM di Indonesia makin bertambah masing-masing tahunnya, serta yang terkini pada tahun 2018 jumlahnya

¹ www.liputan6.com. Diakses pada 29 Juni 2020

meningkat 1. 271. 440 unit ataupun sebanyak 2, 02 persen sehingga informasi terkini ialah pada tahun 2018 berjumlah 64. 194. 057 unit.²

Dari informasi Bank Indonesia, UMKM jadi penopang 64% Produk Domestik Bruto Indonesia pada 2019 kemudian. Tidak hanya itu saja, UMKM menyumbang 95% penyerapan tenaga kerja se-nusantara. Tetapi, Pandemi Covid- 19 yang berlangsung di seluruh dunia sudah melumpuhkan kegiatan ekonomi global, tercantum merobohkan perekonomian Indonesia yang semula tengah berlari kencang. Kegiatan belanja warga, penciptaan, ekspor, impor, sampai investasi yang ialah penanda perkembangan ekonomi jadi tersendat. Pada kesimpulannya, laju ekonomi kuartal kedua 2020 juga hadapi kontraksi alias berkembang negatif 5, 32% secara year on year.³

International Labour Organisation (ILO) mengatakan ini bukan lagi krisis kesehatan global, melainkan juga menjadi pasar tenaga kerja dan krisis ekonomi yang berdampak besar bagi kehidupan banyak orang, 24 juta orang berisiko menganggur akibat pandemi Covid-19.⁴

Pertumbuhan di masa saat ini yang semakin maju, Industri dalam melaksanakan bisnisnya bukan hanya berupaya meningkatkan profit saja, tetapi lebih dari itu industri pula diharapkan mencermati kondisi lingkungan serta sosial yang berada di dekat industri. Tidak hanya perindustrian dalam skala besar saja, namun UMKM pula mulai di tuntutan dapat bisa mencermati kondisi sosial serta kawasan sekitarnya. Di Indonesia UMKM ialah salah satu

² www.djkn.kemenkeu.go.id. Diakses pada 01 April 2021

³ www.kemenkopukm.go.id/. Diakses pada 01 April 2021

⁴ Errol Rakhmad Noordam, *Covid-19 dalam Ragam Tinjauan Perspektif* (Yogyakarta: Mbridge Press, 2020), 213.

bidang usaha yang mempunyai peranan penting untuk perkembangan ekonomi, UMKM pula berperan andil di dalam penyerapan tenaga kerja serta distribusi hasil- hasil pembangunan. Sebab UMKM bagaikan ujung tombak perekonomian Indonesia diharapkan bisa membagikan atensi lebih terhadap permasalahan-permasalahan di lingkungan dan sosial yang terdapat di sekitarnya serta melangsungkan tanggung jawab sosial perusahaan ataupun *Corporate Social Responsibility (CSR)*.⁵

CSR dapat dikatakan sebagai diskresioner yang pada arti luas yg berarti sesuatu butuh dilakukan atau implementasikan. Andai kata tidak dilakukan, maka berdampak merugikan diri sendiri. Akan tetapi, bagi *World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)* CSR bukan sekedar diskresioner, tetapi suatu komitmen yang mendeskripsikan kebutuhan pada industri yang baik menjadi perbaikan mutu hidup.⁶

Di Indonesia, pengungkapan tanggung jawab sosial serta lingkungan dalam laporan tahunan Perseroan Terbatas bukan lagi jadi perihal yang bertabiat sukarela namun telah menjadi aktivitas yang harus dinyatakan dalam laporan tahunan. Bersumber pada Undang- Undang No 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas pasal 66 ayat 2, laporan tahunan Perseroan Terbatas memuat sekurang- kurangnya laporan keuangan, laporan mengenai aktivitas perseroan, laporan tanggung jawab sosial serta lingkungan, rincian permasalahan yang muncul selama tahun buku, laporan mengenai tugas

⁵ Noer Soetjipto, *Ketahanan UMKM Jawa Timur Melintasi Pandemi COVID-19* (Surabaya: K-Media, 2020). 143.

⁶ Muhamad Imam Syaironi, *Pengungkapan CSR Dalam Perusahaan Manufaktur Dan Perbankan* (Magelang: Tidar Media, 2019), 8–10.

pengawasan, nama anggota Direksi serta Dewan Komisaris serta honor beserta tunjangan anggota Direksi serta Dewan Komisaris. Tidak hanya itu, aplikasi pengungkapan tanggung jawab sosial diatur oleh Ikatan Akuntan Indonesia(IAI) dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan(PSAK 2011) Nomor. 1 Paragraf 12 serta peraturan Bapepam- LK No. X. K. 6 mengenai Pelaporan Emiten serta Perusahaan Publik.

Warga saat ini ini mempunyai pemikiran berbeda terhadap sesuatu bisnis, dimana warga tidak cuma menuntut industri buat penuhi kebutuhannya terhadap sesuatu produk, namun pula menuntut industri buat mempunyai kepedulian terhadap lingkungan dalam wujud tanggungjawab sosial. Sebagaimana dipaparkan oleh Efendi tuntutan pemerintah yang terus menjadi ketat supaya industri besar ataupun kecil menengah mempunyai pemahaman untuk mempraktikkan kepedulian terhadap pekerja, warga, serta area dekat. Sehingga aktivitas industri besar ataupun UMKM dalam melaksanakan bisnisnya tidak cuma berorientasi dalam kenaikan profit, tetapi lebih dari itu, industri pula diharapkan sanggup membagikan atensi terhadap lingkungan serta sosial dekat industri. Sebagaimana konsep Tri Bottom Line oleh John Elkington yang terdiri dari 3P ialah Profit, People, serta Planet. Konsep tersebut memiliki penafsiran kalau dalam melaksanakan bisnis, industri tidak cuma berorientasi pada keuntungan (profit), melainkan pula wajib

mencermati kesejahteraan warga (people) serta ikut dalam melindungi keberlangsungan lingkungan hidup (planet).⁷

CSR tidak hanya diterapkan oleh industri besar saja, tetapi juga harus dilaksanakan oleh usaha Mikro kecil serta Menengah (UMKM). Disaat ini sebagian besar UMKM telah mempraktikkan CSR pada kegiatan usahanya. UMKM yang mempraktikkan program CSR menyatanya akan menaikkan harga produk guna menekan anggaran yg dikeluarkan untuk kegiatan CSR. Ketentuan CSR yang dikeluarkan menjadi beban teruntuk UMKM, tetapi dengan melaksanakan program CSR citra serta nama baik industri pasti meningkat.⁸ Tidak hanya itu, kegiatan anggaran untuk CSR yakni sarana sebagai menunjang kinerja dari UMKM itu sendiri baik kinerja keuangan maupun non keuangan. Adanya atensi industri dalam tanggung jawab sosial membagikan utilitas jangka panjang maksudnya adanya peningkatan penjualan yang diiringi dengan adanya peningkatan untung atau *profit*.⁹

Pandemi Covid-19 sudah mengungkap serta memperburuk beberapa persoalan social dan ekonomi, seperti kemiskinan serta ketidaksetaraan. Masih ada taraf ketimpangan yang lebih tinggi pada suatu negara. Hal ini menjadi peluang signifikan bagi CSR buat lebih memfokuskan upaya dalam mengatasi dilema sosial di bidang ini selama pandemi. Pandemi sudah membuka mata rakyat mengenai industri yang begitu cepat menetapkan

⁷ Emir Wicaksana Nurdizal M. Rachman, Asep Efendi, *Panduan Lengkap Perencanaan CSR* (Jakarta: Penebar Swadaya, 2011) 37-38.

⁸ Lela Nurlaela Wati, *Model Corporate Social Responsibility* (Ponorogo: Myria Publisher, 2019), 11–12.

⁹ Arif Hoetoro, *Ekonomika Industri Kecil* (Malang: UBMedia, 2017), 283.

korelasi kerja menggunakan pegawai atau menurunkan kredibilitas perindustrian. Tetapi disaat pandemi pemerintah dan warga menilai dan melihat industri yang permanen mempunyai itikad baik dan donasi dengan cara masing-masing serta menyebarkan nilai-nilai industri mereka supaya lebih bermakna. Karena keberlangsungan hidup dan pengembangan jangka panjang mereka tergantung pencapaian keseimbangan antara profitabilitas serta harmoni.¹⁰

CSR dapat diartikan juga menjadi suatu komitmen usaha untuk turut berkontribusi menciptakan ekonomi berkelanjutan. Pihak UMKM bekerja serta berinteraksi positif dengan karyawan, famili hingga komunitas yg ada pada lingkungan sekitar UMKM buat menaikkan kualitas hidup bersama. Sebagai akibatnya, bisa dipandang bahwa pada pelaksanaan CSR UMKM berkomitmen buat mensejahterakan komunitas local rakyat sekitar yg pengambilan keputusannya tidak hanya sesuai laba semata, melainkan pula berdasarkan wajib memperhatikan syarat sosial dan lingkuangnya. Hal inilah yang bisa sebagai peluang bagi para CSR buat pertanda kepada rakyat luas bahwa mereka beserta-sama dengan masyarakat khususnya yang pada wilayah daerah Cangan Genteng Banyuwangi untuk turut berperan dan melawan virus covid-19 melalui tanggung jawab social. Dengan harapan, gerakan yang mereka lakukan bisa membentuk hubungan yang lebih bertenaga antara para pelaku UMKM dengan rakyat luas serta kalangan

¹⁰ Annisya Triana, Sri Sulastri, dan Sahadi Humaedi, "Ragam Praktik CSR Selama Pandemi Covid-19", *Prosiding Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7 (2020), 346.

lainnya, sehingga nilai positif pun bisa meningkat dengan sendirinya pada mata masyarakat.

Dalam pengungkapan aktivitas CSR dinilai berdasarkan indikator-indikator yang berlaku. Versi terbaru pedoman GRI adalah G4 yang mulai diterapkan sejak bulan Mei tahun 2013. Ada 151 indikator pada G4 yang terbagi atas 11 bidang yang berbeda. Laporan CSR yang diterbitkan 31 Desember 2015 harus disusun sesuai dengan Pedoman G4. G4 adalah generasi keempat dari pedoman GRI yang memberikan keleluasan perusahaan dalam pengungkapan aktivitas sosialnya dengan mempertimbangkan materialitas masalah yang dihadapi perusahaan. *Global Reporting Initiative's* (GRI) merupakan *Sustainability Reporting Guidelines* yaitu salah satu standart pelaporan yang digunakan sebagai pedoman dalam akuntansi sosial, audit, dan pelaporan. Tujuannya dari GRI G4 yaitu agar organisasi dapat mengungkapkan dampak positif maupun negatif bisnisnya terhadap masyarakat, lingkungan, dan ekonomi. GRI G4 ini dirancang agar dapat diaplikasikan secara universal pada seluruh skala usaha, baik pada perusahaan besar maupun perusahaan kecil. Jadi GRI G4 dapat juga diaplikasikan pada usaha mikro kecil menengah (UMKM).¹¹

Disamping utilitas yang bisa diperoleh UMKM dalam pelaksanaan program-program CSR, serta sanggup mendukung kinerja UMKM. Kinerja sesuatu UMKM bisa diukur dengan mengenakan *Balanced Scorecard* yang dibesarkan oleh Robert S. Kaplan serta David P. Norton. Alat pengukuran

¹¹ Silvana Faiqoh and Mohammad Iqbal As'ad Mauludy, "Penerapan Gri-G4 Sebagai Pedoman Baku Sistem Pelaporan Berkelanjutan Bagi Perusahaan Di Indonesia", *Jurnal Akuntansi Universitas Jember*, 2 (2019), 111.

kinerja bisnis modern merupakan metode Balanced Scorecard (BSC). Tata cara ini membantu memperhitungkan tidak hanya suasana keuangan industri, namun juga mengevaluasi indikator nonkeuangan, yang bernilai untuk menggapai daya saing maksimum dari perusahaan. Dalam Balance Scorecard ada 4 perspektif yang digunakan selaku standar pengukuran ialah perspektif keuangan, perspektif pelanggan, perspektif bisnis internal, serta perspektif perkembangan serta pembelajaran. Pemilihan alat ukur Balance Scorecard sebab sepanjang ini BSC sudah diakui selaku terobosan baru dalam bidang manajemen serta sudah terbukti baik selaku sistem yang membawakan industri dalam menggapai visinya. Sebab BSC ialah multi measurement yang bisa membagikan pengukuran balance antara dimensi keberhasilan finansial ataupun non finansial. Dan pemakaian BSC tidak butuh memakai aplikasi yang kompleks serta mahal, tetapi bisa dianalisis dengan program spreadsheet yang simpel semacam Microsoft Excel dengan anggaran yang murah tetapi tidak mempertaruhkan mutu. Sehingga pengukuran memakai BSC ini pas bila diterapkan pada UMKM. Semakin tumbuh pesatnya UMKM di Indonesia, sehingga sangat butuh meningkatkan tingkatan pemahaman pelakon UMKM terhadap pentingnya implementasi CSR, supaya CSR bisa diterapkan secara maksimal sehingga kinerja keuangan serta non keuangan UMKM hadapi kenaikan. Perihal ini bisa dilihat dari keahlian UKM dalam mengatur akibat lingkungan, memakai tenaga kerja dari dekat lingkungan posisi usaha, aktif

dalam aktivitas sosial, berikan atensi lebih pada kepuasan konsumen serta perkembangan laba yang layak untuk investor.¹²

Objek penelitian ini yaitu UKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi. UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi yang beralamat di Jalan KH. Ahmad Kholil Dusun Cangaan Desa Genteng Wetan Kecamatan Genteng Kabupaten Banyuwangi. UMKM ini didirikan oleh H. Draai sejak tahun 1996. UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi dijadikan sebagai objek dalam penelitian ini karena Anzaz Konveksi UD Banyuwangi ialah UMKM sentra industri baju terbesar di daerah Cangaan Genteng Banyuwangi, dengan memiliki tiga cabang terbesar di daerah Gennteng.

UMKM ini termasuk ke dalam kategori usaha menengah yang mana memiliki omzet sebagaimana yang tercantum dalam laporan keuangan UKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi 2020 mencapai 6 miliar pertahun dan telah memiliki 3 gerai pusat toko baju di wilayah kota Genteng Wetan dengan produk unggulan yaitu penjahitan berbagai seragam seluruh wilayah Banyuwangi, segala macam pakaian mulai dari anak-anak sampai dewasa, peci, mukena, sarung, seprei, dan masih banyak lagi.

Menurut H. Sukri selaku Kepala Desa Genteng Wetan Banyuwangi menuturkan di Masa Milineal disaat Ini beliau mau menghidupkan kembali dan tingkatkan UMKM yang terdapat di Desa Genteng Wetan dengan mengadakan pelatihan ataupun pembinaan mengenai pemasaran baik offline ataupun online, display produk, packaging, labeling serta lain- lain. Dalam

¹² Lila Bismala, Susi Handayani, Dewi Andriany, Hafisah, *Strategi Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil Menengah* (Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah Aqli, 2018) 47.

upaya tingkatkan perkembangan perekonomian warga, diciptakan unit-unit usaha dalam memaksimalkan potensi- potensi yang ada. Salah satunya Cangaan Genteng Wetan tepatnya UMKM di Jalan KH. Ahmad Kholil. Kepala Desa Genteng Wetan menyatakan, memandang potensi yang terdapat di wilayahnya tersebut, pihaknya memanglah lagi berupaya menjadikan Desa Genteng Wetan jadi desa wisata belanja. Tidak hanya buat mempromosikan daerah, Perihal potensi tersebut perlulah dilakukan untuk tingkatkan perekonomian warga lokal. Bila berbicara pusat pembelanjaan di Genteng telah absolut Cangaan tidak asing lagi bagi masyarakat bagi yang hobi berbelanja khususnya pakaian. Pada wilayah Jalan KH. Kholil Cangaan segala macam sandang mulai anak-anak hingga dewasa, yang meliputi pakaian muslim, pakaian sekolah, seragam kerja serta sandang lainnya semuanya dijual di tempat ini.¹³

Berartinya dicoba riset mengenai implementasi Corporate Social Responsibility untuk mendukung kinerja keuangan serta non keuangan sebab pada riset sebelumnya hanya di jalani pada tipe usaha besar ataupun industri berskala besar. Sebaliknya penelitian mengenai CSR yang diterapkan pada UMKM belum banyak dicoba. Tidak hanya itu riset tadinya cuma berfokus pada akibat CSR pada kinerja keuangan saja namun tidak mangulas menimpa kinerja non keuangan secara lebih mendalam. Tidak hanya itu UMKM mempunyai kedudukan yang besar terhadap perekonomian nasional serta selaku unit bisnis butuh untuk mengenali serta menyadari kalau pelaksanaan

¹³ Timesindonesia.co.id Diakses Pada Hari Kamis 6 November 2020

program CSR pada UMKM sanggup mendukung kinerja UMKM, baik pada keuangan ataupun non keuangan UMKM tersebut. Sehingga penulis tertarik untuk melaksanakan penelitian mengenai implementasi CSR yang dilakukan oleh UMKM dalam mendukung kinerja keuangan serta kinerja non keuangan UMKM.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada UKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi yang banyak memiliki peran dalam kesejahteraan masyarakat khususnya lingkungan Jalan KH. Ahmad Kholil Cangaan Genteng Banyuwangi. Penulis juga meneliti terkait tinggi atau rendahnya implementasi CSR dan menunjang kinerja UKM. Oleh karena itu, penulis akan melakukan penelitian ini dengan judul “IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DALAM MENUNJANG KINERJA UMKM DITENGAH PANDEMI COVID-19. (STUDI KASUS PADA UKM ANZAZ KONVEKSI UD BANYUWANGI)”.

B. Fokus Penelitian

Perumusan masalah dalam penelitian kualitatif disebut dengan istilah fokus penelitian. Bagian ini mencantumkan semua fokus permasalahan yang akan dicari jawabannya melalui proses penelitian. Maka dalam penelitian apapun, fokus penelitian harus disusun secara singkat, jelas, tegas, spesifik, operasional yang dituangkan dalam bentuk kalimat tanya.¹⁴ Berdasarkan latar belakang diatas, maka fokus masalah dalam penelitian ini adalah:

¹⁴ Tim Penyusun, *Penulisan Pedoman Karya Tulis Ilmiah* (Jember, IAIN Jember Press, 2018), 44.

1. Bagaimana implementasi CSR menunjang kinerja UMKM pada UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi di tengah pandemi covid-19?
2. Apa saja bentuk implementasi CSR UMKM pada UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan gambaran tentang arah yang akan dituju dalam melakukan penelitian. Tujuan penelitian harus mengacu kepada masalah-masalah yang telah dirumuskan sebelumnya.¹⁵ Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimanakah implementasi CSR menunjang kinerja UMKM pada UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi di tengah pandemi Covid-19.
2. Untuk mengetahui Apa saja bentuk implementasi CSR UMKM pada UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian berisi tentang kontribusi apa yang akan diberikan setelah selesai melakukan penelitian. Kegunaan dapat berupa kegunaan yang bersifat teoritis dan kegunaan praktis, seperti kegunaan bagi penulis, instansi dan masyarakat secara keseluruhan. Kegunaan penelitian harus realistis.¹⁶ Berikut manfaat penelitian yaitu:

¹⁵ Ibid., 45.

¹⁶ Ibid., 45.

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat dijadikan menjadi bahan referensi yg dapat menambah wawasan bagi pembaca terutama perihal *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada kinerja UMKM. Bagi peneliti baru, penelitian ini dapat dijadikan sumber informasi serta referensi untuk kemungkinan penelitian topik-topik yg berkaitan baik yg bersifat melengkapi ataupun lanjutan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Untuk mengetahui bagaimana CSR dalam menunjang kinerja UMKM dan untuk menambah wawasan pengetahuan juga pemahaman penulis dalam menuangkan ide dalam penelitian.

b. Bagi UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi

Penelitian ini dapat memberikan saran untuk pemilik UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi mengenai implementasi CSR dalam menunjang kinerja UMKM di tengah pandemi covid-19. Hal ini dapat dijadikan sebagai acuan pemilik dalam menunjang kinerja.

c. Bagi Lembaga

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai informasi tentang implementasi CSR dalam menunjang kinerja UMKM dan dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya..

E. Definisi Istilah

Definisi istilah ialah pengertian istilah-istilah penting yang menjadi titik perhatian penelitian di dalam judul penelitian. Agar tidak terjadi kesalahan terhadap makna istilah sebagaimana dimaksud oleh peneliti.

Beberapa definisi istilah yang berkaitan dengan judul dalam penulisan proposal ini adalah sebagai berikut:

1. Implementasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), implementasi adalah pelaksanaan, penerapan. Implementasi merupakan suatu proses untuk melaksanakan kebijakan menjadi tindakan kebijakan dari politik ke dalam administrasi. Pengembangan kebijakan dalam rangka penyempurnaan suatu program. Implementasi yaitu sesuatu yang bermuara pada aktivitas, aksi, tindakan atau aktivitas yang dilakukan secara sistematis dan terikat oleh mekanisme.

Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa implementasi merupakan suatu pelaksanaan/penerapan yang berupa tindakan atau aksi untuk menyempurnakan suatu program.

2. *Corporate Social Responsibility (CSR)*

a. *Definisi Corporate Social Responsibility (CSR)*

Ada banyak definisi yang lebih baru tentang Tanggung Jawab Sosial Perusahaan tetapi dua definisi yang umum digunakan disediakan oleh Bisnis untuk Tanggung Jawab Sosial (BSR) dan Dewan Bisnis Dunia untuk Pembangunan Berkelanjutan (WBCSD). Bisnis untuk

Tanggung Jawab Sosial mendefinisikan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan sebagai “Mencapai kesuksesan komersial dengan cara yang menghormati nilai-nilai etika dan menghormati orang, komunitas, dan lingkungan alam”.¹⁷

b. *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada UMKM

Corporate Social Responsibility (CSR) pada UMKM atau UMKM yang melaksanakan CSR disebut dengan kewirausahaan sosial, dimana mereka menggunakan keahliannya untuk tidak hanya menciptakan bisnis yang menguntungkan, tetapi juga untuk mewujudkan masyarakat dan lingkungan untuk kepentingan bersama. Tujuan bisnis mereka biasanya memiliki 3 pertimbangan utama, yang meliputi tujuan ekonomi, sosial dan lingkungan. Para pengusaha ini melihat bisnis mereka sebagai mekanisme untuk mencapai tujuan sosial yang bermakna bagi mereka secara pribadi.¹⁸

Corporate Social Responsibility (CSR) pada UMKM ini ialah :¹⁹

1. CSR selaku fasilitas buat mempromosikan nama baik UMKM
2. CSR berakibat pada kelestarian lingkungan hidup
3. Pengusaha wajib bertanggung jawab atas karyawannya

¹⁷ Justine Simpson, John Taylor, *Corporate Governance Ethics and CSR* (London: Kogan Page Limited, 2013), 200-203.

¹⁸ Puji Hastuti, Agus Nurofik, Agung Purnomo, dkk, *Kewirausahaan UMKM* (Jakarta: Yayasan Kita Menulis, 2020), 202.

¹⁹ Dheasey Amboningtyas dan Adji Seputra, *Kontruksi Cost and Benefit Pada UMKM Batik Di Jawa Tengah* (Banyumas: CV. Pena Persada, 2020), 18-20.

4. Industri harus melindungi ikatan baik dengan masyarakat dekat tempat usaha
5. CSR ialah perlengkapan industri buat membuat produk yang cocok dengan pesanan konsumen serta kepuasan konsumen jadi tanggung jawab produsen
6. Yang utama industri jujur serta tidak curang kepada siapapun.

Sebagai pelaku bisnis, UMKM perlu memperhatikan kondisi lingkungan dan sosial di sekitarnya. Bentuk perhatian ini dapat dicapai dengan memberikan rencana CSR untuk kondisi lingkungan dan sosial (khususnya tenaga kerja). Penggunaan sumber daya yang berlebihan secara terus-menerus mendorong manajer untuk mencoba menghemat sumber daya yang digunakan. Selain itu dengan adanya UMKM dapat menyerap tenaga kerja di sekitar lokasi UMKM dan dapat mengurangi jumlah pengangguran. Dengan adanya tanggung jawab sosial perusahaan ini akan sangat membantu kesejahteraan masyarakat sekitar UMKM.

c. *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Menunjang Kinerja UMKM Ditengah Pandemi Covid-19

Pengusaha dan UMKM sangat perlu mengoptimalkan kinerja UMKM agar dapat terus mempertahankan kapasitasnya selama pandemi Covid-19, karena wabah tersebut berdampak signifikan terhadap kinerja UMKM. Dampak pandemi ini telah menghambat

perekonomian Indonesia, dan dampaknya terasa di semua aspek, terutama sosial dan ekonomi.

Program tanggung jawab sosial serta lingkungan industry (*Corporate Social Responsibility/ CSR*) di bidang pemberdayaan usaha mikro, kecil serta menengah (UMKM) mempunyai makna penting paling utama di masa pandemi virus korona selaku bagian dari upaya pemulihan ekonomi nasional. CSR di masa pandemi Covid- 19 ini butuh dilakukan dalam 3 kerangka waktu yaitu:²⁰

1) Pendek

Dalam jangka pendek industri butuh membagikan respons (*respond*)

2) Menengah

Dalam jangka menengah konsentrasi dibutuhkan buat memulihkan (*recover*)

3) Panjang

Dalam jangka panjang buat membangun kembali dengan lebih baik (*rebuild better*).

Pandemi covid- 19 ini pengaruhi perekonomian dari sisi penawaran serta Permintaan. Di sisi penawaran, industri kurangi pasokan bahan baku serta tenaga kerja yang tidak sehat dan rantai pasokan yang serta alami hambatan. Dari sisi permintaan, minimnya

²⁰ Wan Laura Hardilawati, "Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19 *The Survival Strategy Of Smes During The Covid-19 Pandemic*", *Journal Akuntansi dan Ekonomika*, 1 (2020), 91-92.

permintaan serta menyusutnya keyakinan konsumen terhadap sesuatu produk.²¹

Terkait dengan situasi pandemi Covid-19 saat ini, hal ini juga memaksa UMKM untuk beradaptasi dengan situasi pandemi yang tidak menentu tersebut, karena pandemi Covid-19 juga telah mempengaruhi pelaksanaan CSR banyak perusahaan dan UMKM. Bagi UMKM yang bisnisnya tidak mengalami penurunan laba terbesar, rencana CSR berdampak besar pada penyaluran CRS seperti biasa. Selama pandemi ini, semua pihak di UMKM harus menghitung ulang semua desain rencana CSR yang disiapkan untuk menghadapi pandemi, karena pandemi ini akan berdampak pada cakupan penerima CSR yang lebih luas.

3. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah pada Bab 1 Pasal 1 dari UU tersebut, dinyatakan bahwa:²²

- a. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha prorangan yang memnuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- b. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang

²¹ Dani Sugiri , “Menyelamatkan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dari Dampak Pandemi Covid-19”, *Media Pengkajian Manajemen dan Akuntansi*, 1, (2020), 78.

²² Undang-undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana yang dimaksud dalam Undang-Undang.

- c. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian hak langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang.

4. Kinerja

Definisi kinerja keuangan berdasarkan SAK ETAP adalah Hubungan antara penghasilan serta beban dari entitas sebagaimana tersaji pada laporan untung rugi. Kinerja keuangan dapat diketahui menggunakan alat pengukuran keuangan yaitu rasio. Profit margin ialah salah satu cara buat mengukur kinerja keuangan asal satu perusahaan.

Salah satu cara untuk mengukur keberhasilan suatu bisnis adalah dengan melihat kinerjanya. Kinerja mengacu pada penentuan ukuran-ukuran eksklusif yang dapat mengukur keberhasilan perusahaan dalam menciptakan laba. Dalam manajemen kinerja, usahakan untuk berkolaborasi dan bekerjasama antara karyawan, pimpinan, dan organisasi dalam kerangka tujuan, standar, dan kapabilitas yang disepakati kedua

belah pihak, melalui pemahaman dan informasi tentang kinerja. Kinerja mencakup dua jenis, yaitu kinerja keuangan (finansial) dan kinerja non keuangan (non finansial).

Pada penelitian *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Menunjang Kinerja UMKM baik kinerja keuangan maupun nonkeuangan dalam penelitian ini peneliti menggunakan konsep *Balanced Scorecard* (BSC). Desain BSC cukup untuk UKM karena strategi bisnis. Oleh karena itu, desain dan implementasi BSC mendorong UKM untuk mencapai keberhasilan bisnis dalam mengadopsi sistem pengukuran kinerja strategis yang telah berhasil di perusahaan besar, dan untuk meningkatkan kualitas manajemen strategis.²³

F. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

Sistematika pembahasan berisi tentang dekripsi alur pembahasan skripsi yang dimulai dari bab pendahuluan hingga bab penutup. Adapun sistematika pembahasan yang dimaksud adalah sebagai berikut:

Bab I pendahuluan, yang berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, dan sistematika pembahasan. Fungsi bab ini adalah untuk memperoleh gambaran secara umum mengenai pembahasan dalam skripsi.

Bab II kajian kepustakaan, yang memuat tentang ringkasan kajian terdahulu yang memiliki relevansi dengan penelitian yang akan dilakukan pada saat ini serta memuat kajian teori.

²³Lila Bismala, Susi Handayani, Dewi Andriany, Hafisah, *Strategi Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil Menengah* (Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah Aqli, 2018) 48.

Bab III metode penelitian, yang berisi tentang metode yang akan digunakan oleh peneliti meliputi: pendekatan dan jenis pendekatan, lokasi penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data.

Bab IV hasil penelitian, yang berisi tentang hasil penelitian yang meliputi gambaran objek penelitian, penyajian data serta analisis dan pembahasan temuan.

Bab V kesimpulan dan saran, yang berisikan kesimpulan serta saran-saran dari peneliti.



BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini peneliti mencantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang hendak dilakukan. Kemudian membuat ringkasannya, baik penelitian yang sudah terpublikasi atau yang belum terpublikasi. Dengan melakukan langkah ini, maka akan dapat dilihat sejauh mana orisinalitas dan posisi penelitian yang hendak dilakukan.

Berdasarkan tinjauan terhadap penelitian terdahulu, ditemukan beberapa penelitian yang dapat mendukung dan menjadi kajian penelitian yang akan dilakukan yaitu:

- a. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Agresivitas Pajak Perusahaan Manufaktur. Penelitian oleh Elok Muhibatul Farida Institute Agama Islam Negeri Jember tahun 2021.

Fokus penelitian ini adalah sebagai berikut: 1) Apakah CSR berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak?; 2) Apakah profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak?; 3) Apakah ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak?

Penelitian ini adalah penelitian menggunakan metode analisis data kuantitatif hipotesis. Teknik pengumpulan data literatur bersumber dari tulisan berupa buku, jurnal ilmiah, dan sebagainya. Dengan menggunakan

analisis data dengan uji t dan uji f. Penelitian ini mengukur CSR berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak perusahaan manufaktur.

Hasil dari penelitian ini menghasilkan jika CSR berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak dengan hasil tidak signifikan karena CSR dalam perusahaan manufaktur tak hanya dipengaruhi oleh CSR.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah fokus masalah yang sama-sama membahas mengenai CSR.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah objek penelitian, analisis data dan fokus penelitian.

b. Pelaporan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Perspektif Sharia Enterprise Theory (SET) pada Bank BNI Syariah kantor Cabang Jember.

Penelitian oleh Fatmawati Institut Agama Islam Negeri Jember tahun 2020.²⁴

Fokus penelitian ini adalah sebagai berikut: 1) Bagaimana bank syariah mengungkapkan tentang tanggung jawab sosial perusahaannya?; 2) Apakah informasi-informasi yang terkait dengan tanggung jawab sosial dan dana CSR yang diungkapkan oleh bank syariah sesuai dengan konsep dan karakteristik pengungkapan tanggung jawab sosial berdasarkan Shariah Enterprise Theory (SET)?

Penelitian ini menggunakan metode analisis data kualitatif dengan mengidentifikasi melalui analisis. Pengumpulan data dengan secara

²⁴ Fatmawati, "Pelaporan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Perspektif Sharia Enterprise Theory (SET) pada Bank BNI Syariah kantor Cabang Jember", (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Jember, Jember, 2020).

dokumenter. Penelitian ini memperoleh hasil Bank Syariah sudah melaksanakan ke-lima sub item Syariah Enterprise Theory yaitu, akuntabilitas vertikal kepada Allah, Akuntabilitas horizontal kepada nasabah, karyawan, indirect stakeholders, dan alam. hanya belum melengkapi setiap dimensi sub item tersebut.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah fokus masalah yang sama-sama membahas mengenai CSR.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah objek penelitian, analisis data dan fokus penelitian.

- c. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Inovasi dan Kinerja UMKM di Yogyakarta. Penelitian oleh Tia Surya Ningsing Universitas Islam Indonesia tahun 2020.²⁵

Fokus penelitian ini adalah sebagai berikut: 1) Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap kinerja inovasi?; 2) Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap kinerja perusahaan?; 3) Apakah kinerja inovasi berpengaruh terhadap kinerja perusahaan?

Penelitian ini menggunakan metode analisis data kualitatif dengan mengidentifikasi melalui hipotesis. Data diperoleh secara langsung dari responden dengan cara riset atau penelitian lapangan dengan kuesoner dan studi pustaka. Penelitian ini memperoleh hasil dari analisis yang telah

²⁵ Tia Surya Ningsih, "Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Inovasi Dan Kinerja UKM Di Yogyakarta", (Skripsi, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, 2020).

dilakukan yaitu CSR berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja inovasi, CSR berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja perusahaan, dan kinerja inovasi berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja perusahaan.

Hasil dari penelitian diatas menunjukkan bahwa peningkatan CSR akan meningkatkan kinerja inovasi, akan meningkatkan kinerja perusahaan, dan kinerja inovasi akan meningkatkan kinerja perusahaan.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah fokus masalah yang sama-sama membahas mengenai CSR dalam kinerja UMKM.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah objek penelitian, analisis data dan fokus penelitian.

d. Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Mempertahankan Reputasi Perusahaan Berdasarkan Perspektif Syari'ah (Studi kasus PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup). Penelitian oleh Reni Erliani Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup tahun 2019.²⁶

Fokus penelitian pada pada skripsi ini adalah sebagai berikut: 1) Bagaimana implementasi CSR dalam mempertahankan reputasi PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup berdasarkan perspektif syari'ah; 2) Apakah implementasi CSR berdasarkan perspektif syari'ah dapat mempengaruhi reputasi PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup?.

²⁶ Reni Erliani, "Implementasi Corporate Social Resoponsibility (CSR) Dalam Mempertahankan Reputasi Perusahaan Berdasarkan Perspektif Syari'ah (Studi Kasus PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup)", (Skripsi, IAIN Curup, 2019).

Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field reseach*) menggunakan metode analisis data deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data literatur bersumber dari tulisan berupa buku, jurnal ilmiah, dan sebagainya, dan juga berdasarkan pengamatan yang diperoleh di lapangan, berupa dokumentasi dan wawancara. Penelitian ini mengukur tingkat implementasi CSR yang dilakukan oleh PT Bank Muamalat Indonesia dalam perspektif syari'ah. Dengan implementasi yang dilakukan oleh Bank Muamalat Indonesia sudah sesuai dengan konsep syari'ah. PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup mempunyai lembaga khusus pelaksanaan CSR se-Indonesia yaitu BMM. Implementasi CSR meningkatkan jumlah nasabah PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan jika Bank Muamalat Indonesia KCP Curup telah mengimplementasikan CSR dalam perspektif syari'ah. Berbeda dengan implementasi CSR yang dilakukan Bank Muamalat Indonesia masih belum sesuai dengan konsep syari'ah.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti adalah sama-sama membahas permasalahan perihal implementasi CSR. Perbedaannya terletak pada obyek dan fokus penelitian.

e. Analisis Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Menunjang Kinerja Keuangan dan Kinerja Non Keuangan UMKM (Studi pada UKM Tahu Taqwa GTT Kota Kediri). Penelitian oleh Umul Fatdillah

Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang tahun 2019.²⁷

Fokus penelitian ini adalah bagaimana implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) dalam menunjang kinerja keuangan dan kinerja non keuangan UMKM pada UMKM Tahu Taqwa GTT Kediri?.

Penelitian ini menggunakan metode analisis data kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data diperoleh secara obyektif dari tempat penelitian berupa kuesioner, wawancara dan studi pustaka. Penelitian ini memperoleh hasil dari analisis yang telah dilakukan yaitu implementasi CSR dalam menunjang kinerja keuangan pada UMKM Tahu GTT adalah sebesar 89%, yang artinya bahwa tingkat implementasi CSR termasuk dalam kategori tinggi. Kategori tinggi tersebut dapat menunjang kinerja keuangan, dimana laba pendapatan meningkat. Implementasi CSR dalam menunjang kinerja non keuangan baik dalam perspektif pelanggan, perspektif bisnis, dan perspektif pertumbuhan dan pembelajaran menunjukkan nilai kinerja sangat baik ditandai dengan peningkatan kepuasan pelanggan, adanya perkembangan inovasi, penggunaan sistem informasi dan teknologi, dan semakin meningkatnya produktivitas kapabilitas karyawan, jumlah karyawan dan kepuasan karyawan.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti adalah pada fokus penelitian, pendekatan, dan analisis data yang digunakan. Perbedaannya terletak pada objek penelitian.

²⁷ Umul Fatdillah, "Analisis Implementasi *Corporate Social Responsibility (CSR)* dalam Menunjang Kinerja Keuangan dan Kinerja Nonkeuangan UMKM (Studi Pada UKM Tahu Taqwa GTT Kota Kediri)", (*Skripsi*, UIN Maulana Malik Ibrahim, Malang, 2019).

- f. Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) Dalam Menunjang Kinerja UMKM (Studi Kasus Pada Sentra Industri Keripik Pisang Gang PU Bandar Lampung). Penelitian oleh Sheni Novika Rahma Institute Darmajaya Bandar Lampung tahun 2019.²⁸

Fokus penelitian ini adalah sebagai berikut: 1) Apakah implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap kinerja keuangan UMKM keripik pisang di Gang PU Bandar Lampung?; 2) Apakah implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap kinerja non keuangan UMKM keripik pisang di Gang PU Bandar Lampung?

Penelitian ini menggunakan metode analisis data primer dan skunder. Data diperoleh secara langsung dari responden dengan cara wawancara, Observasi dan kuesioner. Penelitian ini memperoleh hasil dari analisis yang telah dilakukan yaitu hasil dari penelitian diatas menunjukkan hipotesis pertama (H1) dan hipotesis kedua (H2) yang menyatakan bahwa "Corporate Social Responsibility berpengaruh terhadap Kinerja Non Keuangan" diterima.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah sama-sama meneliti implementasi CSR, analisis data, fokus penelitian, dan pengumpulan data. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah pendekatan penelitian.

²⁸ Sheni Novika Rahma, " Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Menunjang Kinerja UMKM (Studi Kasus Pada Sentra Industri Keripik Pisang Gang PU Bandar Lampung)", (Skripsi, Institute Darmajaya, Bandar Lampung, 2019).

g. Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada BPRS Metro Madani kantor pusat Metro menurut etika bisnis islam. Penelitian oleh Suci Kartini IAIN Metro tahun 2019.²⁹

Fokus penelitian pada skripsi ini adalah sebagai berikut:
Bagaimana Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) di BPRS Metro Madani dan Bagaimana tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap pelaksanaan CSR di BPRS Metro Madani Kantor Pusat Metro?

Penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Penelitian ini termasuk jenis penelitian field research (penelitian lapangan) yakni kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja panca indera. Teknik pengumpulan data obyektif berdasarkan fakta yang diperoleh di lapangan, berupa metode wawancara dan metode dokumentasi. Penelitian ini menganalisis data kuantitatif berupa informasi mengenai Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada BPRS Metro Madani Kantor Pusat Metro Menurut Etika Bisnis Islam.

Hasil dari penelitian diatas menunjukkan jika program CSR tersebut dapat membantu meringankan perekonomian masyarakat dan lingkungan di sekitar kota metro. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya dana CRS yang disalurkan dalam bidang pendidikan, bidang sosial, bidang ekonomi dan bidang kesehatan. Namun pelaksanaan program CSR di BPRS Metro Madani belum efektif. Hal ini dikarenakan penyalurannya yang masih bersifat konsumtif, sehingga pemberdayaan masyarakatnya

²⁹ Suci Kartini, " Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada BPRS Metro Madani kantor pusat Metro menurut etika bisnis islam ", (Skripsi, IAIN Metro, 2019).

kurang optimal. Kemudian, implementasi CSR di BPRS Metro Madani sudah sesuai dengan Etika Bisnis Islam

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah meneliti implementasi CSR sebagai pembahasan. Pengumpulan data penelitian sama. Perbedaannya adalah pada fokus penelitian, analisis penelitian dan objek penelitian.

- h. Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) dalam mempertahankan citra (studi pada program pemberdayaan masyarakat kampung kaleng dan kampung batik ciwaringin oleh PT Indocement tunggal prakarsa tbk). Penelitian oleh Maghfiroh Imanisa Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta tahun 2019.³⁰

Fokus penelitian ini adalah sebagai berikut: implementasi corporate social responsibility program pemberdayaan masyarakat Kampung Kaleng dan Kampung Batik Ciwaringin oleh PT Imdocement Tunggal Prakarsa Tbk. dalam mempertahankan citra.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan sifat penelitian deskriptif. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam dan langsung dengan Senior CSR Office Indocement, CSR Office Indocement, Masyarakat Kampung Batik Ciwaringin, dan Masyarakat Kampung Kaleng. Dalam penelitian ini ditemukan hasil bahwa implementasi corporate social responsibility yang

³⁰ Maghfiroh Imanisa, " Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) dalam mempertahankan citra (studi pada program pemberdayaan masyarakat kampung kaleng dan kampung batik ciwaringin oleh PT Indocement tunggal prakarsa tbk) ", (Skripsi, Universitas Pembangunan Nasional Veteran, Jakarta, 2019).

dilakukan oleh Indocement terdiri atas 4 tahapan yaitu, tahap perencanaan, tahap pelaksanaan, dan tahap pelaporan. Dalam pelaksanaan corporate social responsibility, Indocement berkomitmen untuk terus menjalankan kegiatan yang dapat memberikan manfaat kepada masyarakat sehingga dapat menciptakan kemandirian bagi masyarakat.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah sama-sama meneliti implementasi CSR, dan pengumpulan data. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah objek penelitian, dan fokus penelitian.

- i. Penaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan profitailitas terhadap nilai perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di ISSI 2016-2018). Penelitian oleh Galuh Nurani Amalia Rizki UNI Raden Intan Lampung tahun 2019.³¹

Fokus penelitian pada skripsi ini adalah sebagai berikut: 1) Bagaimanakah pengaruh pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap nilai perusahaan?; 2) Bagaimanakah pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan?; 3) Apakah pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dan profitabilitas berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan?; 4) Bagaimana Pengungkapan CSR dan Profitabilitas dalam perspektif Ekonomi Islam?

Penelitian ini adalah kuantitatif. Teknik pengumpulan data obyektif berdasarkan kuesioner, berupa metode wawancara dan metode

³¹ Galuh Nurani Amalia Rizki, " Penaruh pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dan profitailitas terhadap nilai perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di ISSI 2016-2018)", (Skripsi, UNI Raden Intan, Lampung 2019).

dokumentasi. Penelitian ini menganalisis data kuantitatif berupa informasi mengenai Bagaimanakah pengaruh pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap nilai perusahaan. Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). Hasil dari penelitian ini H1 dan H2 berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah meneliti CSR sebagai pembahasan. Perbedaannya adalah pengumpulan data penelitian sama, fokus penelitian, analisis penelitian dan objek penelitian.

- j. Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Pada PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk Cabang Banda Aceh). Penelitian oleh Dinda Fatia Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh tahun 2018.³²

Fokus penelitian pada skripsi ini adalah sebagai berikut: 1) Bagaimanakah implementasi Program Corporate Social Responsibility PT.Telekomunikasi Indonesia, Tbk Cabang Banda Aceh?; 2) Bagaimana tinjauan Hukum Islam terhadap implementasi Program Corporate Social Responsibility PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Cabang Banda Aceh ?.

Penelitian ini adalah deskriptif analisis. Tipe penelitian ini yaitu analisis deskriptif yang mana dengan penelitian lapangan (*field research*).

Teknik pengumpulan data yaitu studi pustaka, obserfasi, wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini mendeskripsikan dan menganalisis data terkait

³² Dinda Fatia, " Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Pada PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk Cabang Banda Aceh)", (Skripsi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam,Banda Aceh, 2018).

implementasi program *corporate social responsibility* PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Cabang Banda Aceh, penelitian ini juga tinjauan Hukum Islam terhadap implementasi Program Corporate Social Responsibility. CSR yang dilakukan oleh PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Cabang Banda Aceh Program Bina Lingkungan mempunyai tujuan memberdayakan kondisi sosial masyarakat dan lingkungan di sekitar dan sangat membantu UMKM sekitar wilayah perusahaan.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa implementasi program CSR PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk cabang Banda Aceh telah memenuhi prinsip-prinsip yang sesuai dengan pelaksanaan CSR dalam perspektif Hukum Islam, yaitu al-‘Adl, al-Ihsan, manfaat dan amanah.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah sama-sama meneliti implementasi CSR UMKM sebagai pembahasan dan teknik pengumpulan data. Perbedaannya adalah pada objek, pendekatan dan analisis data penelitian.

k. Implementasi *Corporate Social Responsibility* dalam Memberdayakan UMKM: Studi Kemitraan PKBL PT.Madubaru Madukismo Yogyakarta.

Penelitian oleh Eboy Pranata UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta tahun 2018.³³

Fokus penelitian pada skripsi ini adalah sebagai berikut: 1)

Bagaimana implementasi Program CSR/PKBL PT.Madubaru dalam Pemberdayaan UMKM Khususnya Masyarakat di Dukuh Padokan Desa

³³ Eboy Pranata, " Implementasi *Corporate Social Responsibility* dalam Memberdayakan UMKM: Studi Kemitraan PKBL PT.Madubaru Madukismo Yogyakarta", (Tesis, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2018).

Tirtonirmolo, Kabupaten Bantul?; 2) Bagaimana hasil program pemberdayaan UMKM yang dilakukan PKBL PT.Madubaru Madukismo?.

Penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data obyektif berdasarkan fakta yang diperoleh di lapangan, berupa metode wawancara, metode observasi, dan dokumentasi. Penelitian skripsi ini mendiskripsikan implementasi program CSR/PKBL PT.Madubaru dalam pemberdayaan UMKM khususnya masyarakat di Dukuh Padokan Desa Tirtonirmolo, Kabupaten Bantul. Penelitian ini memberikan hasil pengaruh implementasi CSR terhadap pemberdayaan UMKM. . Yaitu perusahaan mengeluarkan anggaran untuk pemberdayaan kepada masyarakat sekitar dengan sesuai dengan peraturan menteri BUMN.

Hasil dari penelitian diatas menunjukkan jika tingkat pemberdayaan CSR/PKBL PT.Madubaru Madukismo sangat baik. Karena PT.Madubaru Madukismo sangat mematuhi peraturan dan menjalankan sesuai hukum.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah meneliti implementasi CSR UMKM sebagai pembahasan, fokus penelitian sama, analisis data, serta pengumpulan data. Perbedaanya adalah pada objek penelitian.

1. Fungsi CSR dalam Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) PT.Pertamina (Persero) Mor V di Kawasan Kelurahan Jangir 1 Surabaya.

Penelitian oleh Miftahul Ibnu Krisna Universitas Airlangga Surabaya tahun 2018.³⁴

Fokus penelitian pada skripsi ini adalah sebagai berikut: bagaimana fungsi dan peran implementasi program tanggungjawab sosial perusahaan/CSR dalam Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKNL) PT.Pertamina (Persero) Mor V di Kawasan Kelurahan Jangir 1 Surabaya.

Penelitian ini merupakan penelitian eksploratif dengan metode analisis data deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data berupa wawancara, dokumentasi dan obserfasi yang dilakukan oleh peneliti dan juga memperoleh data dari informan yang telah ditentukan. Penelitian ini meneliti sejauh mana fungsi dan peran implementasi CSR yang dilakukan oleh PT.Pertamina (Persero) Mor V di Kawasan Kelurahan Jangir 1 Surabaya. Tingkat implementasi yang dilakukan oleh PT.Pertamina (Persero) Mor V di Kawasan Kelurahan Jangir 1 Surabaya termasuk dalam kategori tinggi. Implementasi CSR yang telah dilakukan oleh PT.Pertamina (Persero) Mor V di Kawasan Kelurahan Jangir 1 Surabaya sebagian besar disalurkan ke wilayah dengan sesuai kriteria CSR/PKBL.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti adalah pada pendekatan dan pengumpulan data yang digunakan. Perbedaannya terletak pada obyek penelitian, analisis data dan fokus penelitian.

³⁴ Miftahul Ibnu Krisna, "Fungsi CSR dalam Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) PT.Pertamina (Persero) Mor V di Kawasan Kelurahan Jangir 1 Surabaya ", (Skripsi, Universitas Airlangga, Surabaya, 2018)

Tabel 1.1
Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu
dengan Penelitian yang Dilakukan

F1	Nama Peneliti	Persamaan	Perbedaan
1	Elok Muhibatul Faria, (2021).	Fokus masalah yang sama-sama membahas mengenai CSR	Pengumpulan data penelitian, fokus penelitian, analisis penelitian dan objek penelitian
2	Fatmawati, (2020).	Fokus masalah yang sama-sama membahas mengenai CSR	Objek penelitian, analisis data dan fokus penelitian
3	Tia Surya Ningsing, (2020).	Fokus masalah yang sama-sama membahas mengenai CSR dalam kinerja UMKM.	Objek penelitian, analisis data dan fokus penelitian
4	Reni Erliani, (2019).	Sama-sama membahas permasalahan perihal implementasi CSR	Obyek dan fokus penelitian
5	Umul Fatdillah, (2019).	Sama-sama meneliti implementasi CSR, fokus penelitian, Pendekatan dan analisis data yang digunakan	Objek penelitian
6	Sheni Novika Rahma, (2019).	Sama-sama meneliti implementasi CSR, analisis data, fokus penelitian, dan pengumpulan data	Pendekatan penelitian
7	Suci Kartini, (2019).	Sama-sama meneliti implementasi CSR, dan pengumpulan data	Objek penelitian, dan fokus penelitian
8	Maghfiroh Imanisa, (2019).	Sama-sama meneliti implementasi CSR, dan pengumpulan data	Objek penelitian, dan fokus penelitian
9	Galuh Nurani Amalia Rizki, (2019).	Meneliti CSR sebagai pembahasan.	Pengumpulan data penelitian, fokus penelitian, analisis penelitian dan objek penelitian
10	Dinda Fatia, (2018).	Sama meneliti implementasi CSR UMKM sebagai	Objek, pendekatan dan analisis data penelitian

		pembahasan dan teknik pengumpulan data	
11	Eboy Prnat, (2018).	Meneliti implementasi CSR UMKM sebagai pembahasan, fokus penelitian sama, analisis data, serta pengumpulan data	Obyek penelitian
12	Miftahul Ibnu Krisna, (2018).	Pendekatan dan pengumpulan data yang digunakan	Objek penelitian, dan analisis data dan fokus penelitian

Sumber : data diolah

Dalam studi ini, peneliti bermaksud untuk meneliti mengenai implementasi Corporate Social Responsibility(CSR) yang dilakukan oleh usaha mikro kecil serta menengah(UMKM) guna mengenali gimana penerapaaan program CSR dalam menunjang kinerja keuangan ataupun non keuangan UMKM tersebut. Perbedaan penelitian terletak pada obyek yang diteliti ialah pada UMKM. Alibi pengamat mengambil obyek ini, sebab pada penelitian tadinya hanya di jalani pada tipe usaha besar ataupun industri berskala besar. Sebaliknya studi menimpa CSR yang diterapkan pada Usaha Mikro Kecil serta Menengah(UMKM) belum banyak dicoba. Tidak hanya itu penelitian tadinya hanya berfokus pada akibat CSR pada kinerja keuangan saja tetapi belum mangulas mengenai kinerja non keuangan secara lebih mendalam.

B. Kajian Teori

Bagian ini berisi tentang pembahasan teori yang dijadikan sebagai perspektif dalam melakukan penelitian. Pembahasan teori secara lebih luas dan mendalam akan semakin memperdalam wawasan peneliti dalam

mengkaji permasalahan yang hendak dipecahkan sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian.

a. Corporate Social Responsibility (CSR)

1) Definisi Corporate Social Responsibility

Definisi CSR yang tepat harus mencakup istilah umum yang memfasilitasi pemodelan budaya dan nilai organisasi untuk perilaku yang bertanggung jawab. Oleh karena itu, penting untuk memahami peran kepemimpinan dalam menyusun strategi kegiatan CSR karena ada tuntutan pemangku kepentingan yang berbeda. CSR tidak bebas biaya karena membutuhkan sumber daya yang besar termasuk waktu, keuangan dan sumber daya manusia.³⁵

Definisi Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan atau CSR tertuang dalam UU No 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, sebagaimana ditetapkan dalam Bab 5 pasal 74 ayat 1 dan 2, bahwa:³⁶

Ayat 1: Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan, ayat 2: Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.

Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No 1 (Revisi 1998) paragraf kesembilan:³⁷

³⁵ Maria R, Nindita Radyati, *Sustainable Business Dan Corporate Social Responsibility (CSR)* (Jakarta: Trisakti University Indonesia, 2014), 141.

³⁶ Undang-undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

³⁷ PSAK, "Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan 1 (Revisi 1998) (Statement of Financial Accounting Standards)", *Ikatan Akuntansi Indonesia*, 01 (2013), 2.

Perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambahan (value added statement), khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting.

Tabel 1.2
Definisi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Menurut para Ahli³⁸

Frederick (1960)	Tanggung jawab sosial dalam analisis akhir menyiratkan sikap publik terhadap ekonomi masyarakat dan sumber daya manusia dan kesediaan untuk menilai bahwa sumber daya tersebut digunakan untuk tujuan sosial yang luas dan tidak hanya untuk kepentingan pribadi dan perusahaan yang dibatasi secara sempit.
Bowen (1953)	Tanggung jawab sosial perusahaan mengacu pada kewajiban pengusaha untuk menjalankan kebijakan tersebut, untuk membuat keputusan tersebut, atau untuk mengikuti jalur tindakan yang diinginkan dalam kaitannya dengan tujuan dan nilai masyarakat kita.
Friedman (1962)	Ada satu dan hanya satu tanggung jawab sosial bisnis - untuk menggunakan sumber dayanya dan terlibat dalam aktivitas yang dirancang untuk meningkatkan keuntungannya selama tetap dalam aturan permainan, yaitu, terlibat dalam persaingan terbuka dan bebas tanpa penipuan atau penipuan.
Davis dan Blomstrom (1966)	Tanggung jawab sosial ... mengacu pada kewajiban seseorang untuk mempertimbangkan efek dari keputusan dan tindakannya pada keseluruhan sistem sosial.
Sethi (1975)	Tanggung jawab sosial berarti membawa perilaku perusahaan ke tingkat yang sejalan dengan norma, nilai, dan harapan kinerja yang berlaku.
Carroll (1979)	Tanggung jawab sosial bisnis mencakup ekspektasi ekonomi, hukum, etika, dan kebijaksanaan yang dimiliki masyarakat terhadap organisasi pada titik waktu tertentu.
Jones (1980)	Tanggung jawab sosial perusahaan adalah gagasan bahwa perusahaan memiliki kewajiban kepada kelompok konstituen dalam masyarakat selain pemegang saham dan di luar yang ditentukan oleh

³⁸ Justine Simpson, John Taylor, *Corporate Governance Ethics and CSR*, 205.

	undang-undang dan kontrak serikat.
Kayu (1990)	Ide dasar dari tanggung jawab sosial perusahaan adalah bahwa bisnis dan masyarakat lebih terjalin daripada entitas yang berbeda.
Baker (2003)	Tanggung jawab sosial perusahaan adalah tentang bagaimana perusahaan mengelola proses bisnis untuk menghasilkan dampak positif secara keseluruhan bagi masyarakat.

Para ahli yang merumuskan pedoman tanggung jawab sosial ISO 26000 terus mengembangkan tanggung jawab sosial. Oleh karena itu, dalam merencanakan tanggung jawab sosial akan mencakup 7 isu pokok yaitu:³⁹

- 1) Tata kelola Organisasi (kepatuhan pada hukum, akuntabilitas, transparansi, kode etik, pengenalan profil, dan minat stakeholder)
- 2) Aktivitas Tenaga Kerja (pekerja dan hubungan antar-pekerja, kondisi kerja dan perlindungan sosial, dialog sosial, kesehatan dan keamanan kerja, serta sumber daya manusia)
- 3) Konsumen (*marketing* yang fair praktik perjanjian, perlindungan keamanan dan kesehatan konsumen, provisi dan pengembangan produk dan jasa yang memberi manfaat sosial dan lingkungan, layanan konsumen, akses pada produk dan servis utama, konsumsi berkelanjutan, serta pendidikan dan kepedulian)
- 4) Hak Asasi Manusia (hak sipil dan politik, hak sosial, ekonomi, budaya, dan kelompok rentan, serta hak dasar dalam kerja).

³⁹ Samuel O. Idowu, *ISO 26000—A Standardised View of Corporate Social Responsibility Practices, Cases and Controversies* (London: Springer Nature Swizerland AG, 2019), 4-5.

- 5) Lingkungan (preventif polusi, konsumsi berkelanjutan, adaptasi dan mitigasi perubahan iklim, serta proteksi dan kesehatan dan keamanan kerja, serta sumber daya manusia)
- 6) Aktivitas Operasi yang fair (anti korupsi dan anti suap, melibatkan tanggung jawab politik, kompetisi yang fair, promosi tanggung jawab sosial melalui rantai pasok)
- 7) Kontribusi pada Komunitas dan Masyarakat (melibatkan komunitas, kontribusi pada pengembangan ekonomi, dan kontribusi pada pengembangan sosial)

Berdasarkan konsep ISO 26000, penerapan tanggung jawab sosial harus diintegrasikan ke dalam semua kegiatan organisasi yang mencakup tujuh masalah utama di atas. Oleh karena itu, jika sebuah perusahaan hanya fokus pada isu-isu tertentu, maka menurut konsep ISO 26000, sebenarnya perusahaan tersebut belum memenuhi seluruh tanggung jawab sosialnya.

2) Implementasi Corporate Social Responsibility

Dalam implementasi tanggung jawab sosial perusahaan dapat dibagi menjadi empat kategori.⁴⁰

1. Investasi social

Kategori ini umumnya secara sempit didefinisikan menjadi "pekerjaan amal perusahaan". Padahal, istilah tadi mengacu di aksi korporasi yg menyampaikan dukungan finansial serta non finansial

⁴⁰ Dian Rhesa Rahmayanti, "Implementasi Corporate Sosial Responsibility Dalam Membangun Reputasi Perusahaan", *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11 (2011), 93–94.

buat kegiatan sosial dan lingkungan yg dilakukan oleh grup atau organisasi lain. pada akhirnya, aktivitas tersebut akan mendukung usaha perusahaan karena perusahaan bisa meraup gambaran perusahaan yg positif.

2. Pengelolaan lingkungan kerja secara baik

Kategori ini mencakup penyediaan lingkungan yang aman serta nyaman, sistem penggajian yg sesuai, serta memperhatikan kesejahteraan karyawan serta keluarganya.

3. Kemitraan antara perusahaan dengan masyarakat

Seringkali, kemitraan ini diterjemahkan ke pada rencana pengembangan masyarakat buat membantu menaikkan kesejahteraan jangka panjang warga lokal. Melalui planning ini, walaupun perusahaan telah berhenti beroperasi, diharapkan warga bisa memperoleh manfaat berasal kelangsungan hayati perusahaan buat mendukung kemandiriannya.

Dalam pelaksanaannya, penerapan program CSR melibatkan beberapa pihak yaitu perusahaan, LSM, masyarakat, dan pemerintah.

Terdapat 3 kondisi yang akan menjamin terlaksananya program CSR, yaitu:⁴¹

- a. Implementasi CSR memperoleh persetujuan dan dukungan dari menejemen puncak perusahaan. Apabila program CSR mendapat persetujuan dari menejemen puncak, maka pelaksanaan program

⁴¹ Ninik Yudianti dan Felisia Ayuningtyas Marhanani, "Implementasi Corporate Social Responsibility Dalam Menunjang Kinerja UMKM", *Simposium Nasional Akuntansi*, 20 (2017), 6–7.

CSR akan secara penuh memperoleh sumber daya dari perusahaan. Sumber daya yang diperoleh ini meliputi sumber daya finansial dan sumber daya manusia.

- b. Ditetapkannya pola hubungan (relationship) di antara pihak-pihak yang terlibat secara jelas. Hal ini akan meningkatkan kualitas koordinasi pelaksanaan program CSR.
- c. Adanya pengelolaan program yang baik. Terwujudnya pengelolaan program yang baik akan terwujud apabila terdapat kejelasan tujuan program dan terdapat kesepakatan mengenai strategi yang akan digunakan untuk mencapai tujuan program dari para pihak yang terlibat dalam pelaksanaan CSR.

Masa depan cerah tanggung jawab sosial perusahaan didasarkan pada beberapa tren utama yang telah meletakkan dasar yang kokoh untuk pertumbuhan. Yang pertama adalah penerimaan bisnis. Ini adalah faktor terpenting. Tanpa dukungan bisnis, kerangka CSR tidak akan bisa mendapatkan daya tarik yang dialaminya. Selain kontroversi yang disebabkan oleh tanggung jawab sosial perusahaan jangka pendek, perusahaan sebagai organisasi semakin menerima anggapan bahwa itu adalah organisasi sosial multiguna yang tujuannya melampaui keuntungan finansial. Perusahaan yang tercerahkan saat ini mulai menerima bahwa misi mereka adalah memenuhi kebutuhan masyarakat secara konstruktif untuk memuaskan masyarakat. Jika mereka melakukannya, itu akan membawa manfaat ekonomi secara

berkelanjutan. Perusahaan saat ini berusaha keras untuk menjadi entitas pembelajaran yang adaptif.⁴²

3) Pengukuran CSR menggunakan *Global Reporting Initiative (GRI)*

G4

Dalam pengukuran CSR dunia usaha menggunakan *Global Reporting Initiative (GRI)*. *Global Reporting Initiative (GRI)* adalah sebuah organisasi internasional yang membantu bisnis, pemerintah, dan organisasi lainya memahami dan mengkomunikasikan dampak bisnis pada isu-isu keberlanjutan penting seperti perubahan iklim, Hak Asasi Manusia, korupsi dan banyak lainnya.⁴³

Kategori dan aspek dalam pedoman *Global Reporting Initiative (GRI)* G-4 antara lain:⁴⁴

1. Kategori Ekonomi

Global Reporting Initiative (GRI) G-4 mendefinisikan Aspek dalam kategori ekonomi yaitu: (1) keberadaan di Pasar; (2) dampak ekonomi tidak langsung; (3) praktik pengadaan.

2. Kategori Lingkungan

Dalam kategori lingkungan terdapat beberapa aspek yaitu: (1) aspek bahan baku atau material; (2) aspek energi; (3) aspek air; (4) aspek keanekaragaman hayati; (5) aspek emisi; (6) efluen dan limbah; (7)

⁴² Achmad Lamo Said, *Corporate Social Responsibility Dala Perspektif Governance* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), 37.

⁴³ Muhamad Imam Syaironi, *Pengungkapan CSR Dalam Perusahaan Manufaktur Dan Perbankan* (Magelang: Tidar Media, 2019), 4.

⁴⁴ Global Reporting Initiative, "Pedoman Pelaporan Keberlanjutan G4", *Global Reporting Initiative*, (2013), 9.

aspek produk dan jasa; (8) aspek kepatuhan; (9) aspek transportasi; (10) asesmen pemasok atas lingkungan; (11) mekanisme pengaduan masalah lingkungan; dan lain-lain.

3. Kategori Sosial

GRI G-4 membagi kategori sosial kedalam 4 kategori, yakni Hak Asasi Manusia (*human rights*), praktik ketenagakerjaan atau tenaga kerja (*labor*), masyarakat (*Society*), serta tanggung jawab atas produk (*product responsibility*).

Pengukuran tanggung jawab sosial perusahaan dilakukan melalui checklist, sehingga CSRI (*Corporate Social Responsibility Index*) dapat digunakan untuk menghitung indeks yang diungkapkan dalam rencana CSR. Rumus perhitungan CSRI sebagai berikut:

$$CSRI = \frac{V}{M}$$

M

Keterangan:

CSRI : *Corporate Social Responsibility*

M : Jumlah pernyataan yang diharapkan

V : Jumlah pernyataan yang dilakukan oleh pemilik UMKM

4) Manfaat Corporate Social Responsibility (CSR)

Ada dua manfaat CSR baik internal maupun eksternal. Dalam artikel berjudul "*Corporate Social Responsibility and Resource-Based*

*Perspectives (Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Pandangan Berbasis Sumber Daya)", tentang keunggulan perusahaan:*⁴⁵

a. Internal

- 1) Adanya manajemen yang mencegah pencemaran dan menata kembali proses produksi dan sirkulasi bahan standar, dan memiliki korelasi yang baik menggunakan pemasok. Tujuannya buat menaikkan kinerja lingkungan perusahaan. Beberapa aktivitas yang dapat dilakukan, diantaranya penggunaan bahan standar yang didaur ulang atau dapat dipergunakan kembali dan penggantian bahan baku produksi yang tidak ramah lingkungan.
- 2) Melaksanakan aktivitas yang berkaitan dengan sumber daya manusia. Melalui pelatihan karyawan yg sangat terampil, serangkaian kegiatan pengembangan sumber daya insan telah terwujud. Karyawan yang berkualifikasi akan membantu membentuk sistem manajemen asal daya insan yg lebih efektif. Contohnya dengan menaikkan loyalitas dan moral karyawan.
- 3) Meningkatnya kinerja keuangan, dimana dengan dilakukan CSR, kinerja keuangan perusahaan, terutama harga saham bagi perusahaan yg sudah go public, menjadi lebih baik.
- 4) Menciptakan budaya perusahaan, kemampuan sumber daya serta organisasi yang baik. Penerapan tanggung jawab sosial perusahaan diperlukan dapat menginspirasi komitmen teguh

⁴⁵ Manuel Castelo Branco and Lúcia Lima Rodrigues, "Corporate Social Responsibility and Resource-Based Perspectives", *Journal of Business Ethics*, 69 (2006), 112.

karyawan terhadap perusahaan dan kemauan mereka untuk belajar. Selain itu, dibutuhkan keterlibatan karyawan dalam perusahaan dan ketrampilannya agar perusahaan semakin meningkat.

b. Eksternal

1) Melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan serta melaksanakan aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan merupakan sarana komunikasi yg baik dengan masyarakat. Melalui komunikasi yang baik, perusahaan bisa membangun reputasi serta citra yang baik.

2) Pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan akan menaikkan reputasi perusahaan atas kinerja tanggung jawab sosial yg baik.

Reputasi perusahaan yang baik akan menaikkan loyalitas konsumen terhadap produk atau jasa yang didapatkan. Selain itu, hal ini juga akan menaikkan minat investor terhadap perusahaan, memperluas jaringan bisnis serta mengurangi risiko bisnis.

3) Tanggung jawab sosial perusahaan ialah salah satu bentuk diferensiasi produk. Dengan istilah lain, produk yang memenuhi persyaratan perlindungan lingkungan artinya produk perusahaan yg bertanggung jawab secara sosial. Untuk itu perlu adanya kesesuaian antara aneka macam aktivitas sosial serta memiliki karakteristik khas perusahaan.

Berbagai keuntungan yang terdapat pada perusahaan dan UKM saat ini akan dengan mudah mendapatkan citra mereknya. ISO 26000 menyebutkan beberapa manfaat CSR bagi industri atau UKM, yaitu:⁴⁶

1. Meningkatkan reputasi organisasi serta meningkatkan keyakinan public yang lebih besar.
2. Mendesak lebih banyak data pada pengambilan keputusan bersumber pada kenaikan uraian terhadap ekspektasi masyarakat, serta apabila kita melaksanakan tanggung jawab sosial (tercantum manajemen dampak hukum yg lebih baik) serta resiko Jika tak bertanggung jawab secara sosial.
3. Tingkatkan energi daya saing organisasi.
4. Tingkatkan praktek pengelolaan efek serta organisasi,
5. Meningkatkan ikatan organisasi dengan para stakeholders serta kapasitasnya untuk inovasi, lewat pasaran perspektif baru serta kontak dengan para stakeholders.
6. Meningkatkan penghematan terkait dengan peningkatan produktivitas dan efisiensi energi, pengurangan konsumsi air dan energi, pengurangan limbah, dan peningkatan ketersediaan bahan baku.
7. Meningkatkan loyalitas dan moral karyawan. Meningkatkan keselamatan dan kesehatan karyawan pria dan wanita, serta berperan

⁴⁶ Muhamad Imam Syaironi, *Pengungkapan CSR Dalam Perusahaan Manufaktur Dan Perbankan* (Magelang: Tidar Media, 2019) , 15-16.

aktif dalam keterampilan berorganisasi untuk merekrut, memotivasi dan mempertahankan karyawan.

8. Menghindari atau mengurangi kemampuan untuk menimbulkan konflik dengan konsumen pada produk dan layanan.
9. Meningkatkan keadilan dan keandalan transaksi melalui keterlibatan politik yang bertanggung jawab, persaingan yang adil, dan tidak adanya korupsi.

5) Prinsip CSR

Prinsip CSR dibagi menjadi dua yaitu:⁴⁷

1. Prinsip pelayanan (*stewardship*).

Prinsip pelayanan mendorong perusahaan untuk menjalankan tugas serta kepercayaan publik, serta memperhatikan kepentingan seluruh pihak yang terpengaruh oleh keputusan serta kebijakan perusahaan. Prinsip pelayanan dapat diwujudkan menjadi respon terhadap ketergantungan perusahaan dan masyarakat, serta menyeimbangkan kepentingan dan kebutuhan aneka macam golongan rakyat.

2. Prinsip karitas (*charity*)

Prinsip charity atau karitas mendorong perusahaan untuk memberikan donasi sukarela untuk mengentaskan kemiskinan di warga. Prinsip amal dalam tanggung jawab sosial perusahaan bisa dicermati dari perilaku amal perusahaan dan perilaku lain yang bisa menaikkan kesejahteraan sosial perusahaan.

⁴⁷ Dian Rhesa Rahmayanti, "Implementasi Corporate Social Responsibility Dalam Membangun Reputasi Perusahaan", *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 36 (2011), 96.

Prinsip implementasntara CSR antara lain yaitu :⁴⁸

- 1) Pembangunan berkelanjutan
- 2) Penentuan dan pelipatan *stakeholders*
- 3) Komunikasi kebijakan kinerja CSR
- 4) Penghargaan terhadap nilai-nilai universal
- 5) Pengintegrasian CSR dalam kegiatan normal organisasi.

b. Teori Stakeholder

Teori yang mendasari *Corporate Social Responsibility* (CSR) salah satunya ialah teori stakeholder. Stakeholder merupakan setiap kelompok ataupun individu yang bisa mempengaruhi ataupun dipengaruhi oleh pencapaian tujuan organisasi. Stakeholder bisa dipecah menjadi dua berlandaskan karakteristiknya ialah stakeholder primer serta stakeholder sekunder. Stakeholder primer merupakan seorang ataupun kelompok yang tanpanya industri tidak bisa bertahan buat going concern, meliputi: shareholder serta investor, karyawan, konsumen serta pemasok, bersama dengan yang didefinisikan selaku kelompok stakeholder publik, ialah: pemerintah serta komunitas. Kelompok stakeholder sekunder didefinisikan sebagai mereka yang pengaruhi, ataupun dipengaruhi industri, namum mereka tidak berhubungan dengan transaksi dengan industri serta tidak esensial kelangsungannya.⁴⁹

⁴⁸ Dedi Kurnia Syahputra, *Komunikasi CSR Politik* (Jakarta: KENCANA, 2019), 23.

⁴⁹ Mark Anthony Camilleri, *Corporate Sustainability, Social Responsibility and Environmental Management, Corporate Sustainability, Social Responsibility and Environmental Management* (London: Springer Nature, 2017), 10.

Teori pemangku kepentingan menunjukkan jika kewajiban komersial harus melampaui kewajiban fidusia tradisional kepada pemegang saham. Kewajiban organisasi sudah diperluas ke kelompok lain, termasuk komunitas tetangga tidak hanya pelanggan, karyawan, pemasok, serta pemegang saham. Teori pemangku kepentingan mencampurkan konsep inti bisnis dengan etika. Terdapat banyak sudut pandang yang terikat erat dengan teori pemangku kepentingan. Misalnya, anggap industri selaku sistem pemangku kepentingan dengan infrastruktur pasar yang beroperasi secara sah di masyarakat. Dia yakin kalau tujuan industri merupakan menghasilkan kekayaan ataupun nilai untuk para pemangku kepentingan.⁵⁰

Istilah pemangku kepentingan tampaknya mencakup banyak kelompok yang menunjukkan tuntutan yang saling bertentangan pada perusahaan. Misalnya, kreditor mungkin meminta persyaratan yang lebih baik, karyawan mungkin menginginkan kondisi kerja yang lebih baik termasuk gaji dan upah yang lebih tinggi. Tentu saja, tuntutan ini dapat dipenuhi dengan mengorbankan pemegang saham. Istilah yang lebih baik untuk pemasok dan / atau distributor dapat diterjemahkan ke dalam harga yang lebih tinggi bagi pelanggan. Di sisi lain, pengabaian salah satu pemangku kepentingan dapat memicu spiral ke bawah dalam sistem

⁵⁰ Ibid., 11.

karena pemangku kepentingan perusahaan lainnya menanggapi suatu yang mereka lihat.⁵¹

Pertanyaan mendasar adalah untuk mengidentifikasi pemangku kepentingan yang sah dari perusahaan. Mereka berpendapat bahwa teori pemangku kepentingan adalah “manajerial” dan merekomendasikan sikap, struktur, dan praktik yang, jika dikuatkan bersama, merupakan filosofi manajemen pemangku kepentingan. Salah satu strategi industri dalamenuhi kepentingan para stakeholder ialah melalui program CSR. Dari implementasi CSR tersebut, industri bisa membagikan data keuangan dan non keuangan terikat dengan akibat sosial serta lingkungan yang muncul akibat terdapatnya kegiatan industri kepada para stakeholder. Terus menjadi baik industri dalam melaksanakan pengungkapan CSR, hingga semakin bertambah pula dorongan para stakeholder dalam menunjang seluruh kegiatan industri yang bertujuan buat tingkatkan kinerja serta menggapai laba yang diharapkan.⁵²

IAIN JEMBER

⁵¹ Ibid., 12-13.

⁵² Ang Swat Lin Lindawati, Marsella Eka Puspita, "Corporate Social Responsibility: Implikasi Stakeholder dan Legitimacy Gap dalam Peningkatan Kinerja Perusahaan", *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 6 (2015), 162.

Tabel 1.3
Stakeholder pada Perusahaan dan Kriteria Kepuasan⁵³

<i>Stakeholder</i>	Kriteria Kepuasan Stakeholder
Pemerintah	Perpajakan, PPN, Undang-Undang, Pekerjaan, Pelaporan jujur, Keragaman, Legalitas, Eksternalitas, Tingkat upah, Keamanan kerja, Imbalan, Penghargaan, Komunikasi jujur
Pelanggan	Nilai Pelanggan, Kualitas, Layanan pelanggan, Produk Etis
<i>Supplier</i>	Penyedia produk dan jasa yang digunakan dalam produk akhir untuk pelanggan, peluang bisnis yang adil
Kreditor	Skor kredit, Kontrak baru, Likuiditas
Masyarakat	Pekerjaan, Keterlibatan, Perlindungan lingkungan, Saham, Komunikasi jujur
Serikat Pekerja	Kualitas, Perlindungan pekerja, pekerjaan
Pemilik	Profitabilitas, Umur panjang, Pangsa pasar, Berdiri pasar, Perencanaan suksesi, Meningkatkan modal, Pertumbuhan, Tujuan social
Investor	Pengembalian investasi, pendapatan

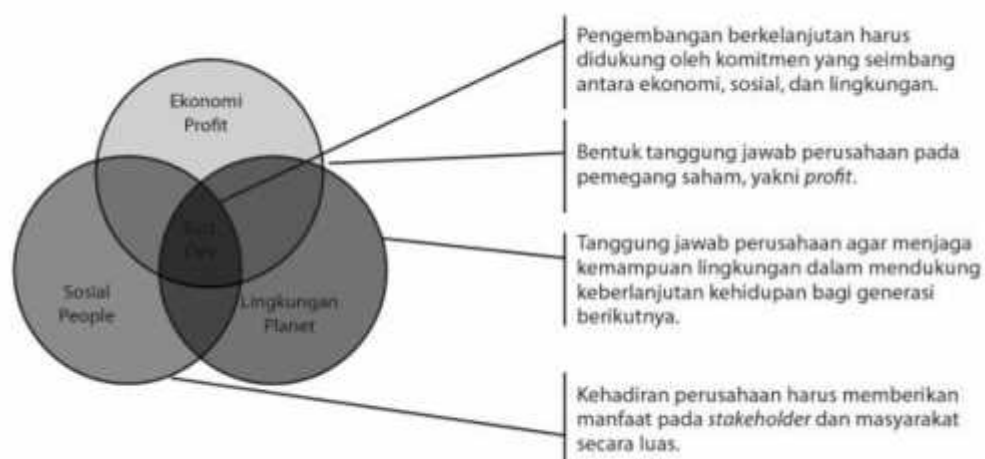
Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak terlepas dari kepentingan pemegang (*shareholder*) saham dan pemangku kepentingan (*stakeholder*) perusahaan. Mereka adalah pemilik, karyawan, masyarakat, negara dan lingkungan perusahaan. John Elkington menerjemahkan konsep ini menjadi triple bottom line, yaitu: keuntungan, manusia, dan bumi. Dengan kata lain, tujuan tanggung jawab sosial perusahaan adalah meningkatkan

⁵³ Certo, Samuel C. & S. Travis Certo, *Modern Management* (New York: Pearson Prentice Hall, 2006) 60.

keuntungan perusahaan, meningkatkan kesejahteraan karyawan dan masyarakat, serta meningkatkan kualitas lingkungan.⁵⁴

Konsep ini setelah itu memuat pengertian bahwa bisnis yang dilakukan oleh sesuatu industri tidak hanya berorientasi buat mencari keuntungan(profit) melainkan pula dapat menyejahterakan orang(people) dan sanggup menjamin keberlangsungan hidup planet yang dalam perihal ini ialah bumi. Keuntungan(profit) ialah tujuan utama dari tiap aktivitas usaha. Dalam kerangka keberlanjutan, keuntungan hanya dilihat selaku utilitas ekonomi yang bisa digunakan untuk menjamin kelangsungan hidup dari sesuatu industri. Tidak hanya itu, profit dalam konsep ini lebih dari hanya keuntungan tetapi lebih pada fair trade serta ethical trade dalam berbisnis.

Gambar 4.1 Triple Bottom Line



Sumber: Nurdizal M. Rachman, 2011, hal 12.

⁵⁴ Emir Wicaksana Nurdizal M. Rachman, Asep Efendi, *Panduan Lengkap Perencanaan CSR* (Jakarta: Penebar Swadaya, 2011) 37-38.

c. UMKM (Usaha Menengah, Kecil, Mikro)

Dalam perekonomian Indonesia, usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan kelompok usaha terbesar. Selain itu, organisasi tersebut terbukti mampu bertahan dari berbagai guncangan krisis ekonomi. Oleh karena itu, kelompok UMKM yang melibatkan banyak kelompok harus diperkuat. Standar perusahaan yang terdapat dalam UMKM telah diatur dalam perlindungan hukum berdasarkan undang-undang.⁵⁵

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 mengatur standar usaha mikro, kecil dan menengah sebagai berikut:

a. Kriteria Usaha Mikro

- 1) Memiliki aset bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (50 juta rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan yang digunakan untuk tempat usaha; atau
- 2) Penjualan tahunan tidak melebihi Rp 300.000.000,00 (300 juta rupiah)

b. Kriteria Usaha Kecil

- 1) Aset bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (50 juta rupiah) sampai dengan Rp500.000.000,00 (500 juta rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau

⁵⁵ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

- 2) Aset penjual tahunan melebihi Rp. 300.000.000,00 (300 juta rupiah), dengan jumlah paling banyak sebesar Rp2.500.000.000,00 (2,5 milyar rupiah).

c. Kriteria Usaha Menengah

- 1) Mempunyai Aset bersih melebihi 500.000.000,00 (500 juta rupiah), sampai dengan 10.000.000.000,00 (10 milyar rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- 2) Pendapatan penjualan tahunan melebihi Rp 2.500.000.000,00 (2,5 miliar rupiah), dan tertinggi adalah Rp50.000.000.000,00 (Rp50 miliar)

Selain standar tersebut usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) berdasarkan undang-undang ini juga mengelompokkan standar UMKM menurut perspektif perkembangannya. Ini klasifikasinya:⁵⁶

- 1) *Dast Moving Enterprise* adalah usaha mikro, kecil dan menengah dengan jiwa kewirausahaan dan akan bertransformasi menjadi usaha besar.
- 2) *Small Dynamic Enterprise* adalah usaha menengah dan mikro yang berjiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.
- 3) *Micro Enterprise*, ini adalah usaha kecil dan menengah, pengrajin, tetapi belum memulai usaha.

⁵⁶ Hafsah Lila Bismala, Susi Handayani, Dewe Andeiany, *Strategi Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil Menengah* (Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah Aqli, 2018) 2-4.

4) *Livelihood Activities* adalah usaha mikro, kecil dan menengah yang digunakan di sektor informal. Misalnya pedagang kaki lima.

d. **Kinerja**

Secara etimologis kata kinerja bisa disamakan adalah menggunakan kata *performance* yang dari asal bahasa Inggris. *Performance* atau kinerja di umumnya diberi batasan menjadi kesuksesan seseorang pada dalam melaksanakan tugas atau pekerjaan yg dibebankan kepadanya.⁵⁷

Performance merupakan hasil kerja yang bisa dicapai oleh seorang ataupun sekelompok orang dalam sesuatu Organisasi, sesuai dengan wewenang serta tanggung jawab masing-masing, dalam upaya menggapai tujuan organisasi bersangkutan secara sah, tidak melanggar hukum serta cocok dengan moral ataupun etika.⁵⁸

Kinerja ialah hasil kerja ataupun dalam wujud prestasi kerja, walaupun sebetulnya kinerja bermakna luas, karena, kinerja bukan saat berdiskusi hasil kerja, tercantum didalamnya *performance* selalu dimaksud sebagai turunan dari terjemahan Bahasa Inggris sebagai kinerja proses berlangsungnya. Kinerja yakni hasil kerja mempunyai ikatan yang signifikan dengan pencapaian tujuan strategis organisasi, tingkatan kepuasan pelanggan serta kontribusi yang dibicarakan pada Ekonomi. Tidak hanya penggunaan terminologi *performance management*, terkadang

⁵⁷ Rusdi Hidayat NA Akhmad Fauzi, *Manajemen Kinerja* (Malang: Airlangga University Press, 2020), 45.

⁵⁸ Prawirosentono, *Kebijakan Kinerja Karyawan* (Yogyakarta: BPFE, 1999), 65.

sebagian organisasi swasta memakai sebutan *managing employee performance* yang disingkat dengan MEP.

Kinerja ialah salah satu indikator bernilai dalam mengukur pencapaian dan keberhasilan industri dalam mengelola sumber daya serta modalnya. Perihal ini sebab industri yang sanggup mengelola sumber dayanya dengan maksimal, hingga kinerja industri tersebut baik. Salah satu metode untuk melakukan pengukuran kinerja industri ialah dengan metode memperhitungkan kinerja tersebut. Ada 2 tata cara yang bisa dicoba untuk mengukur kinerja industri. ada 2 metode dalam mengukur kinerja industri, ialah pengukuran kinerja non keuangan(non- financial performance measurement) serta pengukuran kinerja keuangan(financial performance measurement).⁵⁹

1. Kinerja Keuangan dan Nonkeuangan

Kinerja merupakan cerminan mengenai tingkatan pencapaian penerapan suatu aktivitas ataupun program ataupun kebijakan dalam mewujudkan target, tujuan, misi, serta visi organisasi yang tertuang dalam *strategic planning* suatu organisasi. Kinerja dapat diketahui hanya bila individu ataupun kelompok individu tersebut memiliki kriteria keberhasilan yang sudah ditetapkan. Kriteria keberhasilan ini berbentuk tujuan- tujuan ataupun targettarget tertentu yang hendak dicapai.

⁵⁹ Dipraja, Ibnu, "Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2010-2012)", *Dian Nuswantara University Journal Of Accounting*, 12 (2014), 66.

Kinerja terdiri dari 2 tipe, yaitu kinerja keuangan dan kinerja nonkeuangan, berikut penjelasannya:⁶⁰

a. Kinerja Keuangan

Evaluasi kinerja keuangan merupakan salah satu metode yang dicoba oleh pihak manajemen supaya bisa memenuhi kewajibannya kepada para owner industri. Kinerja keuangan merupakan analisis yang dicoba buat memandang sepanjang mana sesuatu industri sudah melakukan dengan memakai aturan- aturan penerapan keuangan secara baik serta benar. Kinerja keuangan industri ialah satu diantara dasar evaluasi menimpa keadaan keuangan industri yang dicoba bersumber pada analisa terhadap rasio.

Rasio yang digunakan semacam *Current Ratio*, *Return On Investment (ROI)*, *Residual Income*, *Profit Margin*, serta *Return On Assets (ROA)*. Rasio Profitabilitas bertujuan buat mengukur daya guna manajemen yang tercermin pada imbalan atas hasil mengukur kinerja industri secara totalitas serta efesieni dalam pengelolaan kewajiban serta moral. Profit margin ialah salah satu metode buat mengukur kinerja keuangan dari sesuatu industri. Profit margin bagaikan dimensi persentase dari masing- masing rupiah penjualan

⁶⁰ Krismiaji, "The Impact of International Financial Reporting Standards on Fund Performance", *Accounting Research Journal*, 31.1 (2018), 102–20.

yang dihasilkan dalam laba bersih. *Profit margin* dihitung dengan rumus:⁶¹

$$\text{Profit Margin} = \frac{\text{Net Income (Laba Bersih)}}{\text{Net Sales (Penjualan)}} \times 100\%$$

b. Kinerja Non Keuangan

Timbulnya konsep kinerja non keuangan ini disebabkan pada kinerja keuangan cuma mementingkan keuntungan keuangan jangka pendek serta kurang memerhatikan pencapaian nilai-nilai jangka panjang. Kinerja non keuangan membagikan sebagian manfaat, antara lain bagaikan berikut:

- 1) Para manajer bisa mendapatkan data yang kilat menimpa pertumbuhan bisnis mereka saat sebelum laporan keuangan diterbitkan.
- 2) Karyawan bisa mendapatkan data yang lebih terpercaya mengenai aksi yang dibutuhkan buat menggapai tujuan strategis perusahaan.
- 3) Investor menerima data yang lebih akurat mengenai kinerja industri secara totalitas sebab ukuran-ukuran kinerja non keuangan umumnya tergambar dalam nilai peninggalan tidak berwujud semacam produktivitas studi serta pengembangan.

Ukuran-ukuran kinerja non keuangan yang akan diukur sebagai berikut:

⁶¹ Edy Untung dan Arief Sugiono, *Panduan Praktis Dasar Analisa Laporan Keuangan Pengetahuan Dasar Bagi Mahasiswa Dan Praktisi Perbankan* (Jakarta: Grasindo, 2008), 70.

a. Dimensi efisiensi

Dimensi ini digunakan buat melacak penanda intra organisasi. Efisiensi digunakan buat memastikan apakah sesuatu unit bisnis sudah memakai sumber energi serta proses internal dengan efisien

b. Dimensi inovasi

Dimensi ini digunakan buat memperhitungkan kapasitas inovasi organisasi serta mengukur hal-hal semacam jumlah hak paten baru, jumlah produk baru, waktu proses yang dibutuhkan buat mengirim produk baru ke pasar, serta waktu yang dibutuhkan buat membangun sesuatu produk generasi yang hendak tiba.

c. Ukuran pembelajaran dan pertumbuhan

Ukuran ini digunakan untuk menilai kapasitas pembelajaran suatu organisasi guna meningkatkan pertumbuhan organisasi jangka panjang dan mengukur hal-hal seperti kapasitas intelektual karyawan, pengembangan dan pelatihan karyawan, sistem intensif karyawan, dan peputaran karyawan.

d. Ukuran pelanggan

Ukuran ini digunakan untuk menilai kinerja yang mengarah ke hubungan dengan pelanggan dan menggunakan ukuran tersebut untuk mengukur pangsa pasar, waktu pelayanan pelanggan, kinerja tepat waktu, dan keterpercayaan produk.

2. Konsep Balanced Scorecard

Balanced Scorecard terdiri dari 2 kata, ialah balaced serta scorecard. Secara harfiah, balaced dimaksud sebagai sepadan, sebaliknya Scorecard berarti kartu skor. Scorecard dimaksud sebagai kartu yang digunakan buat mencatat skor hasil kinerja seorang ataupun kelompok, serta juga digunakan buat mencatat rencana skor yang hendak diwujudkan pada waktu mendatang⁶². Sebaliknya Balanced maksudnya pencatatan kinerja tersebut hendak diukur secara berimbang, artinya berimbang dari sisi internal ataupun sisi internal industri, dan berimbang pula antara kinerja keuangan serta kinerja non keuangan. BSC merupakan suatu kerangka komprehensif yang menerjemahkan visi serta strategi industri kedalam pengukuran kinerja yang koheren.⁶³

Pengukuran kinerja menggunakan analisis balanced scorecard (BSC) yang meliputi 4 perspektif yang terdiri dari perspektif keuangan (financial perspektive), perspektif pertumbuhan dan pembelajaran (learning and growth perspetive), perspektif pelanggan (customer perspective) dan perspektif proses bisnis internal (internal business process perspective). Berikut tabel Strategis Kinerja Balanced Scorecard (BSC)⁶⁴ :

⁶² Paul R, Niven, *Balanced Scorecard: Step – By – Step for Government and Nonprofit Agencies* (New York: John Wiley & Sons, Inc., 2003) 60

⁶³ Kaplan, Robert S. and Norton David P, *Balanced Scorecard* (Boston : Harvard Bussiness School Press. 1996) 87.

⁶⁴ Kaplan, Robert S. and Norton David P, *Balanced Scorecard* (Boston : Harvard Bussiness School Press. 1996) 87.

Tabel 1.4
Sasaran Strategis Kinerja *Balanced Scorecard* (BSC)

Perspektif	Sasaran Strategis
Keuangan	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Peningkatan Profit ▪ Perkembangan Likuiditas ▪ Perkembangan Laba Bersih ▪ Perkembangan Penghasilan
Pertumbuhan dan Pembelajaran	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Produktifitas Karyawan ▪ Jumlah Kariawan ▪ Kepuasan Karyawan ▪ Peningkatan Kapabilitas Karyawan
Pelanggan	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kepuasan Pelanggan ▪ Komplain dari Pelanggan ▪ Jumlah Kegiatan yang Dilakukan ▪ Peningkatan Jumlah Pelanggan
Proses Bisnis Internal	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Perkembangan Inovasi Produk ▪ Produk Cacat ▪ System Informasi ▪ Reward

Usaha mikro kecil menengah merupakan bentuk usaha yang berorientasi pada keuntungan atau profit, sehingga sasaran strategis yang digunakan dalam perspektif keuangan yaitu peningkatan profit, perkembangan likuiditas, perkembangan laba bersih, dan perkembangan pendapatan selama UMKM menerapkan CSR. Kemampuan UMKM dalam meningkatkan laba dari aset yang dimilikinya ini merupakan upaya UMKM dalam meningkatkan profit, hal ini merupakan tingkat efisiensi UMKM dalam menggunakan aset yang dimilikinya. UMKM merupakan usaha yang memiliki kemampuan untuk menghasilkan keuntungan yang tinggi. Sehingga ini berartise makin tinggi profit yang dicapai oleh UMKM maka semakin baik keadaan UMKM tersebut.

Sasaran strategis pada perspektif pertumbuhan dan pembelajaran meningkatkan produktifitas karyawan, jumlah karyawan, kepuasan karyawan dan kapabilitas karyawan, dilakukan dengan cara memberikan pelatihan kepada karyawan untuk meningkatkan pengetahuan, kompetensi, serta kemampuan karyawan dalam menyelesaikan kerjanya. Kemampuan, keterampilan serta pengetahuan karyawan berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan.

Dalam perspektif pelanggan, memperhatikan tingkat kepuasan pelanggan akan peningkatan loyalitas pelanggan serta menjalin hubungan baik dengan pelanggan baru. Upaya meningkatkan hubungan baik dengan pelanggan baru dilakukan dengan cara mengadakan kegiatan, sehingga hal ini akan lebih menarik perhatian pelanggan baru dan meningkatkan hubungan baik. Peningkatan kepuasan pelanggan ini berkaitan dengan tingkat pemenuhan kebutuhan, keinginan, serta harapan pelanggan atas produk yang dibelinya. Sehingga apabila hal tersebut terpenuhi maka akan menurunkan jumlah komplain dari pelanggan.

Sasaran strategi dalam perspektif bisnis internal, yang pertama pengembangan inovasi produk yang berkualitas. UMKM merupakan usaha industri kreatif sehingga diharapkan mampu menciptakan produk-produk yang bermutu, berkualitas, dan inovatif. Sehingga konsumen akan lebih tertarik dengan produk yang diproduksi oleh UMKM tersebut. Kepuasan pelanggan tergantung pada mutu produk

atau jasa. Sehingga perlu upaya-upaya yang dilakukan untuk menciptakan kepuasan pelanggan, seperti meningkatkan mutu, peningkatan brand image, serta inovasi terhadap produk dan jasa dan membuat harga yang semakin baik.⁶⁵ Kedua yaitu jumlah produk cacat, jumlah produk cacat menunjukkan kurangnya baiknya prosedur dalam proses produksi, sehingga semakin baik proses produksi, maka semakin berkurang jumlah produk cacat. Ketiga, teknologi yang digunakan. Perkembangan teknologi yang digunakan oleh UMKM akan menunjukkan seakin baiknya kinerja UMKM. Keempat yaitu pemberian reward dan punishment kepada karyawan. Pemberian reward dan punishment menunjukkan kinerja perusahaan dalam menangani karyawan yang memiliki kinerja yang baik atau memiliki kinerja yang buruk.

⁶⁵ Kaplan, Robert S. and Norton David P, *Balanced Scorecard* (Boston : Harvard Bussiness School Press. 1996) 87.

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode adalah semua kegiatan pencarian, penelitian dan percobaan secara ilmiah pada suatu bidang tertentu, tujuannya untuk memperoleh fakta atau prinsip baru, guna memperoleh pemahaman baru dan meningkatkan taraf ilmu pengetahuan dan teknologi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah:⁶⁶

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis data kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif adalah penggunaan metode alam untuk mengumpulkan data di lingkungan alam dan dilakukan oleh orang atau peneliti yang tertarik dengan alam.⁶⁷ Penelitian yang dilakukan dengan menggunakan latar alam bertujuan untuk menjelaskan terjadinya fenomena dengan menggabungkan berbagai metode yang ada.⁶⁸ Rancangan penelitian deskriptif adalah rancangan penelitian yang disusun untuk memberikan gambaran sistematis tentang informasi ilmiah dari topik penelitian atau objek penelitian.⁶⁹

Dengan pendekatan kualitatif peneliti ingin mengetahui secara langsung dalam menerapkan Corporate Social Responsibility (CSR) dalam kinerja UMKM

⁶⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2013), 2.

⁶⁷ Ibid., 3.

⁶⁸ Lexy J Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosada Karya, 2010), 157.

⁶⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, 218.

kemudian peneliti akan menganalisis data yang diperoleh dengan menggambarkan dan mendeskripsikannya.

Jenis penelitian ini adalah menggunakan penelitian studi lapangan. Hal ini dipilih karena penelitian ini dilakukan dengan cara meneliti langsung dilapangan untuk mendapatkan data yang akurat.

B. okasi Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti bertempat di UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi. Lokasi penelitian dalam penelitian ini adalah UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi yang berlokasi di Jalan KH. Ahmad Kholil Dusun Cangaan Desa Genteng Wetan Kecamatan Genteng Kabupaten Banyuwangi. Alasan pemilihan lokasi tersebut adalah karena Dusun Cangaan khususnya Jalan KH. Ahmad Kholil yang sudah populer akan sentra industri baju dan industri usaha lainnya.

C. Subjek Penelitian

Pada bagian ini dilaporkan jenis data dan sumber data. Uraian tersebut meliputi data apa saja yang ingin diperoleh, siapa saja yang hendak dijadikan informan atau subyek penelitian, bagaimana data akan dicari dan jaringan sehingga validitasnya dapat dijamin.⁷⁰

Dalam penelitian ini, subyek penelitian memakai metode *purposive*. *Purposive*, ialah metode pengambilan sampel sebagai sumber data dengan pertimbangan tertentu. Dengan memanfaatkan individu yang sesuai dengan topik

⁷⁰ IAIN Jember, *Pedoman*, 46.

penelitian, peneliti memilah unit analisis bersumber pada kebutuhannya serta berpendapat jika unit analisis tersebut representatif.⁷¹ Untuk memutuskan subjek penelitian sebagai sumber data dalam penelitian ini, pengamat memanfaatkan metode purposive atau penentuan informan ditetapkan sendiri oleh peneliti dengan pertimbangan tertentu, pertimbangan tertentu misalnya orang tersebut dianggap amat mengetahui tentang kasus yang hendak diteliti.

Adapun informan yang dipilih adalah sebagai berikut:

- a. Ibu Hj. Asmah selaku emilik atau pengelola UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi yang berada di Jalan KH. Ahmad Kholil Cangaan Genteng Banyuwangi.
- b. Ibu Nikhayatul, SE. selaku manager UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi.
- c. Bapak Ahmad Jaini selaku Pengurus yayasan anak yatim Cangaan Genteng Banyuwangi
- d. Ibu Umi selaku masyarakat sekitar UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi
- e. Bapak Hasan selaku penyalur dana sembako kepada masyarakat sekitar
- f. Mbah Munibah selaku masyarakat penerima dana CSR

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data ialah langkah yang paling strategis dalam penelitian, sebab tujuan primer asal penelitian ialah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data yang memenuhi standar data yg ditetapkan.

⁷¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, 218.

Adapun pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini ialah studi lapangan dengan menggunakan teknik sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi ialah kegiatan yang dilakukan oleh makhluk cerdas, terhadap suatu proses atau objek menggunakan maksud memahami pengetahuan asal sebuah fenomena sesuai pengetahuan serta gagasan yg telah diketahui sebelumnya buat menerima isu-isu yang dibutuhkan buat melanjutkan suatu penelitian.⁷²

Dalam hal ini peneliti menggunakan observasi non partisipan, dimana peneliti tak terlibat pribadi serta hanya menjadi pengamat independen. Adapun observasi ini dilaksanakan dengan pengamatan langsung, dengan tujuan observasi oleh peneliti ialah:

- 1) Untuk mengetahui Implementasi Corporate Social Responsibility oleh UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi.
- 2) Untuk mengetahui Implementasi Corporate Social Responsibility dalam menunjang kinerja UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi di tengah pandemi Covid-19.

b. Wawancara atau interview

Wawancara adalah dialog untuk tujuan tertentu. Dialog dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan (interviewer) dan

⁷² Sugiyono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, 61.

pewawancara yang menjawab pertanyaan (interviewee).⁷³ Adapun data yang diperoleh dari pertanyaan yang dilontarkan kepada responden yaitu:

- 1) Mengenai GRI G4 dengan 37 pernyataan
- 2) Mengenai profil UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi
- 3) Mengenai program-program CSR yang di terapkan oleh UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi
- 4) Mengenai implementasi CSR dalam menunjang kinerja UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi

g. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan terhadap suatu peristiwa yang telah lampau, catatan ini dapat berbentuk tulisan, gambar, maupun monumental dari seseorang. Teknik dokumentasi hanya digunakan sebagai pelengkap dari kegiatan observasi dan wawancara yang telah dilakukan. Data teknik dokumentasi dalam penelitian ini diperoleh dari pemilik UKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi. Teknik dokumentasi dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh informasi singkat terkait profil serta sejarah UKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi, struktur organisasi, jumlah karyawan, deskripsi jabatan, dan laporan keuangan UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi tahun 2019 dan tahun 2020

⁷³ Lexy J Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, 186.

E. Analisis Data

Untuk menganalisis data, periset memakai metode analisis deskriptif. Analisis deskriptif merupakan statistik yang digunakan buat menganalisa data yang sudah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku buat universal ataupun generalisasi.⁷⁴

Ada pula kegiatan dalam analisis data bagi Miles and Huberman ialah reduksi data, penyajian data serta verifikasi informasi. Penjelasan bagaikan berikut:⁷⁵

a. Data Reduction (Reduksi data)

Reduksi data ialah proses analisis data sehabis periset memasuki lapangan. Semakin lama kelapangan, hingga jumlah data akan terus menjadi banyak, kompleks, serta rumit. Buat itu butuh segera dilakukan analisis data lewat reduksi. Reduksi data adalah proses berpikir yang membutuhkan penggunaan kecerdasan dan luas serta kedalaman pengetahuan yang tinggi. Sehabis mendapatkan data secara totalitas hingga peneliti lekas melaksanakan pemilihan data dari catatan tertulis yang diperoleh dari lapangan.

b. Data Display (penyajian data)

Sehabis data direduksi, hingga langkah berikutnya merupakan mendisplaykan data. Jika dalam riset kuantitatif penyajian informasi ini bisa dicoba dalam wujud tabel, grafik, pie chart, pictogram serta sejenisnya. Dari

⁷⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, 331.

⁷⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, 332.

penyajian data, sampai data terstruktur, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan terus semakin gampang dipahami.

c. Conclusion Drawing/ verification

Langkah ke 3 dalam analisis data kualitatif merupakan penarikan kesimpulan serta verifikasi. Kesimpulan dalam riset kualitatif bisa menanggapi rumusan permasalahan yang diformulasikan semenjak dini.

F. Keabsahan Data

Setelah data terkumpul dan sebelum peneliti menulis laporan hasil penelitian, maka peneliti mengecek kembali data-data yang diperoleh dengan mengkroscek data yang telah didapat dari hasil observasi dan wawancara, dengan data yang didapat dari peneliti dapat diuji keabsahannya dan dapat dipertanggung jawabkan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber.⁷⁶

G. Tahapan Penelitian

Tahap penelitian yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu berkaitan dengan proses pelaksanaan penelitian. Tahap-tahap penelitian yang peneliti lakukan terdiri dari tahap pendahuluan, tahap pelaksanaan penelitian dan tahap penyelesaian, dengan penjelasan:

a. Tahap pra lapangan

- 1) Menyusun rencana penelitian
- 2) Memilih objek penelitian

⁷⁶ Triangulasi sumber adalah suatu proses penelitian yang digunakan untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data yang diperoleh melalui beberapa sumber. (Lihat di: Lexy J Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004), 178).

- 3) Melakukan peninjauan observasi terdahulu terkait objek penelitian yang telah ditentukan
 - 4) *Screening* judul kemudian mengajukan judul kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
 - 5) Meninjau kajian pustaka peneliti mencari referensi penelitian terdahulu serta kajian teori yang terkait dengan judul penelitian
 - 6) Konsultasi proposal kepada dosen pembimbing
 - 7) Mengurus perizinan penelitian
 - 8) Mempersiapkan penelitian lapangan
- b. Tahap pelaksanaan penelitian

Pada tahap ini mengadakan observasi dengan melibatkan beberapa data.

Tahap ini terbagi menjadi tiga bagian yaitu:

- 1) Memahami latar penelitian dan persiapan diri
 - 2) Memasuki lapangan
 - 3) Berperan serta dalam mengumpulkan data
 - a) Mencatat data
 - b) Analisis data
 - c) Penyajian data
- c. Tahap penyelesaian

Tahap penyelesaian merupakan tahap yang paling akhir dari sebuah penelitian. Pada tahap ini, peneliti menyusun data yang telah dianalisis dan disimpulkan dan bentuk skripsi sesuai dengan pedoman yang berlaku di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember.

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Obyek Penelitian

a. Gambaran Umum dan Kondisi Geografis UMKM Anzaz Konfeksi UD

Banyuwangi

Usaha Mikro Kecil Menengah Anzaz Konfeksi UD Banyuwangi industri yang bergerak dibidang pakaian jadi yang dibuat secara besar-besaran. Jadi, Anzaz Konfeksi UD Banyuwangi merupakan industri pakaian jadi yang dibuat secara besar- besaran. Dimana barang yang diproduksi dibuat menurut dimensi standar S, M, L, serta XL dalam jumlah yang banyak. Busana jadi ataupun ready-to-wear (bahasa Inggris) serta Pret-a-porter (bahasa Perancis), diukur sesuai pemesan dan tidak sesuai pemesan, melainkan memakai dimensi standar ataupun dimensi yang sudah dibakukan. Usaha dalam jenis Industri Tekstil serta Produk Tekstil disingkat industri TPT. Yang sudah terdaftar di Dinas Koperasi serta UKM Kabupaten Banyuwangi.

Tidak hanya selaku industri baju, UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi ialah pusat industri baju terbesar di Cangaan Genteng Banyuwangi. Pendiri dari UMKM Anzaz Konfeksi UD Banyuwangi merupakan Bapak H. Draï serta istrinya Ibuk Hj. Asmah yang sudah merintis industri baju semenjak tahun 1996 serta mulai tumbuh di tahun 2009. UMKM ini berlokasi di Jalan KH. Ahmad Kholil di Dusun Cangaan

Desa Genteng Wetan Kecamatan Genteng Kabupaten Banyuwangi, Jawa Timur. Pada awal merintis usaha industri baju, UMKM ini mengambil produk dengan mengambil di konveksi di luar kota, dan juga merintis konveksi sendiri dengan masih mempunyai penjahit kurang lebih 10 kariawan, dengan mengawali dari borongan menjahit seragam sekolah dari sekolah-sekolah sekitar Genteng Banyuwangi. Selain konveksi H Drai juga mengambil baju di konveksi luar kota seperti Jakarta, Bandung dan kota-kota lainnya. Produk baju tersebut dijual dengan metode dijual di toko untuk busana, baju anak, kerudung, seprei, mukena. Seiring dengan pertumbuhan usaha badan meningkatnya permintaan terhadap produk baju, hingga pada tahun 2012 H. Drai menetapkan membuka cabang outlite yang bertujuan buat mempermudah konsumen dalam membeli bermacam berbagai busana ataupun baju serta produk yang lain, UMKM Anzaz Konfeksi UD Banyuwangi sudah mempunyai 3 outlite yang tersebar diwilayah Genteng Banyuwangi.

Pada tahun 2016 H. Drai wafat dan konveksi dilanjutkan oleh istri dan putranya yang bernama M. Irfan Alam, hingga saat ini perkembangan toko terus meningkat. Pada tahun 2018 pemerintah Banyuwangi menetapkan Jalan KH. Ahmad Kholil di Dusun Cangaan Desa Genteng Wetan Kecamatan Genteng Kabupaten Banyuwangi menjadi wisata belanja yang menyediakan bermacam tipe produk, serta yang sangat dominan yakni industri baju dari pakaian muslim, kanak-kanak serta sebagainya. Tidak hanya membuka outlite sendiri, UMKM Anzaz

Konfeksi pula memperluas usahanya berkolaborasi dengan owner owner konveksi serta outlet yang tersebar di daerah Banyuwangi. Perihal tersebut dilakukan dengan tujuan supaya mempermudah konsumen untuk membeli produk UMKM Anzaz Konfeksi. Jumlah konveksi serta outlet yang berkolaborasi dengan UMKM Anzaz Konfeksi sebanyak 55 outlet.

UMKM Anzaz Konfeksi saat ini ini tidak hanya memproduksi baju busana muslim saja, namun pula memproduksi pesanan seragam, kaos berolahraga, mukena, busana kanak-kanak, dan serta pakaian haji, dan usaha produksinya mulai memasuki ke pembuatan daster serta pakaian setiap hari. UMKM Anzaz Konveksi mempunyai 25 karyawan tetap. Sebagian besar karyawan yang bekerja pada Anzaz Konveksi ini berasal dari masyarakat dekat UMKM. Perihal ini bertujuan buat memberdayakan masyarakat sekitar tempat produksi. Perihal ini ditunjukkan dengan persentase karyawan dimana 50% persen berasal dari masyarakat sekitar UMKM. Perihal ini dimaksudkan selaku upaya UMKM Anzaz Konveksi berkontribusi dalam menyejahterakan ekonomi warga dekat UMIKM.

UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi berada di Jalan KH. Ahmad Kholil di Dusun Cangaan Desa Genteng Wetan Kecamatan Genteng Kabupaten Banyuwangi. Dusun Cangaan merupakan termasuk desa Genteng Wetan, daerah yang berada di dataran tinggi dengan luas 628 Ha. Dari total luas tersebut, sekitar 10,0% merupakan pertanian / persawahan; sekitar 29,9% berupa lahan kering; sekitar 2,07% merupakan lahan perkebunan; sisanya 68% merupakan bentuk tanah pemukiman,

meliputi rumah dan pekarangan, jalan, kuburan, gedung sekolah, Tempat ibadah, lapangan olah raga dan lahan tidak produktif lainnya. Medan Desa Genteng Wetan berupa dataran tinggi. Suhu rata-rata Desa Genteng Wetan adalah 32-35 ° C, permukaan laut rata-rata ± 527 m dpl, dan curah hujan tahunan rata-rata sekitar 3000 mm. Oleh karena itu, sifat Desa Genteng Wetan Kondisinya sangat sejuk. Secara umum batas-batas administrasi Desa Cangaan yaitu:

Utara : Desa Karang Sari Kecamatan Sempu

Selatan: Desa Yosomulyo Kecamatan Gambiran

Barat : Desa Genteng Kulon Kecamatan Genteng

Timur : Desa Kembiritan Kecamatan Genteng

b. Visi dan Misi UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi

a. Visi

Menjadi Konveksi di Banyuwangi yang Profesional, Berkarakter, Inovatif, Produktif yang dapat menghasilkan sesuatu nilai tambah baru yang dapat memberi manfaat, serta mampu membuka lapangan pekerjaan yang menguntungkan bagi sesama.

b. Misi

1. Membangun Konveksi yang mampu memberikan pelayanan dan kepuasan bagi pelanggan.
2. Menyantuni bagi mereka yang membutuhkan.
3. Menghadirkan lapangan pekerjaan yang profesional dengan situasi kerja yang produktif.
4. Mengedepankan Kualitas produksi dengan harga yang terjangkau.

c. Ruang Lingkup Kegiatan UMKM Anzaz Konveksi

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi, ruang lingkup kegiatan UMKM Anzaz Konveksi meliputi :

a. Bidang Operasi dan Produksi

Bidang produksi yang dilakukan oleh UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi adalah sebagai industri pakaian. UMKM Anzaz konveksi bukan hanya membuka industri konveksi, akan tetapi juga memiliki outlet atau unit perdagangan dengan beberapa cabang untuk memperdagangkan hasil produksi konveksinya, dan juga bekerjasama dengan usaha konveksi lainya baik dalam kota maupun di luar kota. Anzaz konveksi memproduksi beraneka ragam pakaian sehari-hari, seragam sekolah, busana muslim, pakaian anak-anak. Produksi pakaian yang paling banyak diproduksi UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi yaitu seragam dan pakaian harian. Produksi pakaian pada UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi dalam sehari membutuhkan bahan baku kain sebanyak 2 ton. Proses produksi pakaian berupa kaos, seragam, pakaian muslim dan sehari-hari menggunakan tenaga kerja sebanyak 25 karyawan yang bekerja dari pukul 7.30 pagi hingga 15.30 sore.

Proses Pembuatan Pakaian di Konveksi pakaian mempunyai perlengkapan serta mesin profesional. Pasti tenaga manusia masih diperlukan, salah satunya buat menggerakkan mesin- mesin tersebut. Dari proses penciptaan pembuatan pakaian di konveksi sebagian

tahapan juga mendapati mesti dikerjakan oleh tangan manusia. Berikut antara lain:

a) Pembuatan Desain

Langkah awal penciptaan pakaian yakni membuat desain ataupun sketsa. Desain dibikin oleh desainer ialah seorang yang memanglah diberi tugas eksklusif merancang pakaian. Desain yang dibikin tidak langsung digunakan untuk penciptaan melainkan dianalisa dahulu oleh panel desainer. Panel desainer berikutnya bakal memilah beberapa desain terbaik buat diproses lanjut membuat pola.

b) Pembuatan Pola Desain

Pola desain terbuat dengan meningkatkan pola awal buat didesain berdasar dimensi standar. Pembuatan pola dibikin dengan tata cara pola drafting. Ada pula tujuan dari pembuatan pola desain ialah buat menciptakan sampel pakaian yang nantinya hendak dites uji.

c) Pembuatan Sampel

Kemudian pola yang telah jadi dikirim ke bagian penjahit. Pola dijahit pada kain muslin ataupun belacu untuk membuat ilustrasi. Pembuatan ilustrasi diperuntukan buat menganalisa kesesuaian antara pola dengan desain yang terbuat. Sehabis ilustrasi jadi kemudian ditinjau oleh penjahit, pembuat pola, serta

pula panel desainer untuk mengetahui butuh tidaknya pergantian. Apabila tidak, hingga ilustrasi siap diproses lanjut.

d) Produksi Pola Desain

Sehabis ilustrasi disetujui, pola diambil untuk membuat pola pembuatan. Pola pembuatan dibikin buat proses pembuatan pakaian yang lebih banyak. Pola terbuat pattern maker pada kertas. Dimana pola kertas tisu yang dibikin pad kertas tipis jadi komponen sangat bernilai.

Umumnya para klien juga memila konveksi pakaian yang telah memakai tata cara modern ini sebab menjanjikan banyak kelebihan. Salah satunya dapat disimpan serta gampang dimodifikasi.

e) Grading

Grading dilakukan buat menciptakan pola dalam dimensi standar. Dimensi standar sendiri dibedakan jadi dimensi besar, sedang, serta kecil. Tidak hanya itu, terdapat pula dimensi standar yang lain semacam 10, 12, 14, serta sebagainya. Tetapi, di pasaran standar dimensi S, M, serta L memanglah lebih gampang ditemui. Seseorang marker making bertanggung jawab memastikan panjang serta lebar kain yang hendak digunakan dalam masing-masing rancangan. Tadinya proses ini begitu susah dilakukan, terlebih buat penciptaan massal. Tetapi, berusia ini dengan menggunakan fitur lunak pc proses dapat lebih gampang dengan efisiensi pemakaian

bahan. Pengukuran terbuat cocok pola yang menempel pada kain. Umumnya staples digunakan buat melekatkan pola pada kain, berikutnya regu melaksanakan pengukuran.

f) Proses Cutting

Cutting merupakan proses pemotongan yang umumnya memakai pertolongan cutting machine.

g) Sorting

Sorting dicoba buat memperoleh pola sesuai dimensi serta desain. Selanjutnya tumpukan kain bakal dibikin bundle. Pada sesi ini diperlukan ketelitian sebab apabila bundle kain mempunyai dimensi berbeda dapat memunculkan permasalahan.

h) Sewing

Sewing merupakan proses penjahitan. Konveksi besar umumnya memiliki unit penjahit tertentu. Dimana proses penjahitan dikontrol ketat buat meminimalisir produk gagal.

i) Inspeksi

Pasca penjahitan rampung, dilanjutkan pada inspeksi guna menyeleksi mutu produk. Benang yang tidak cocok, benang yang kusut, metode jahitan yang salah, ataupun jahitan yang terbuka dapat kurangi mutu produk. Buat itu, quality control dicoba saat sebelum produk dipasarkan.

j) Pressing serta Finishing

Pada sesi ini dicoba perapian produk memakai mesin setrika. Sehingga pakaian yang tadinya lusuh ataupun mengkerut hendak nampak lebih apik.

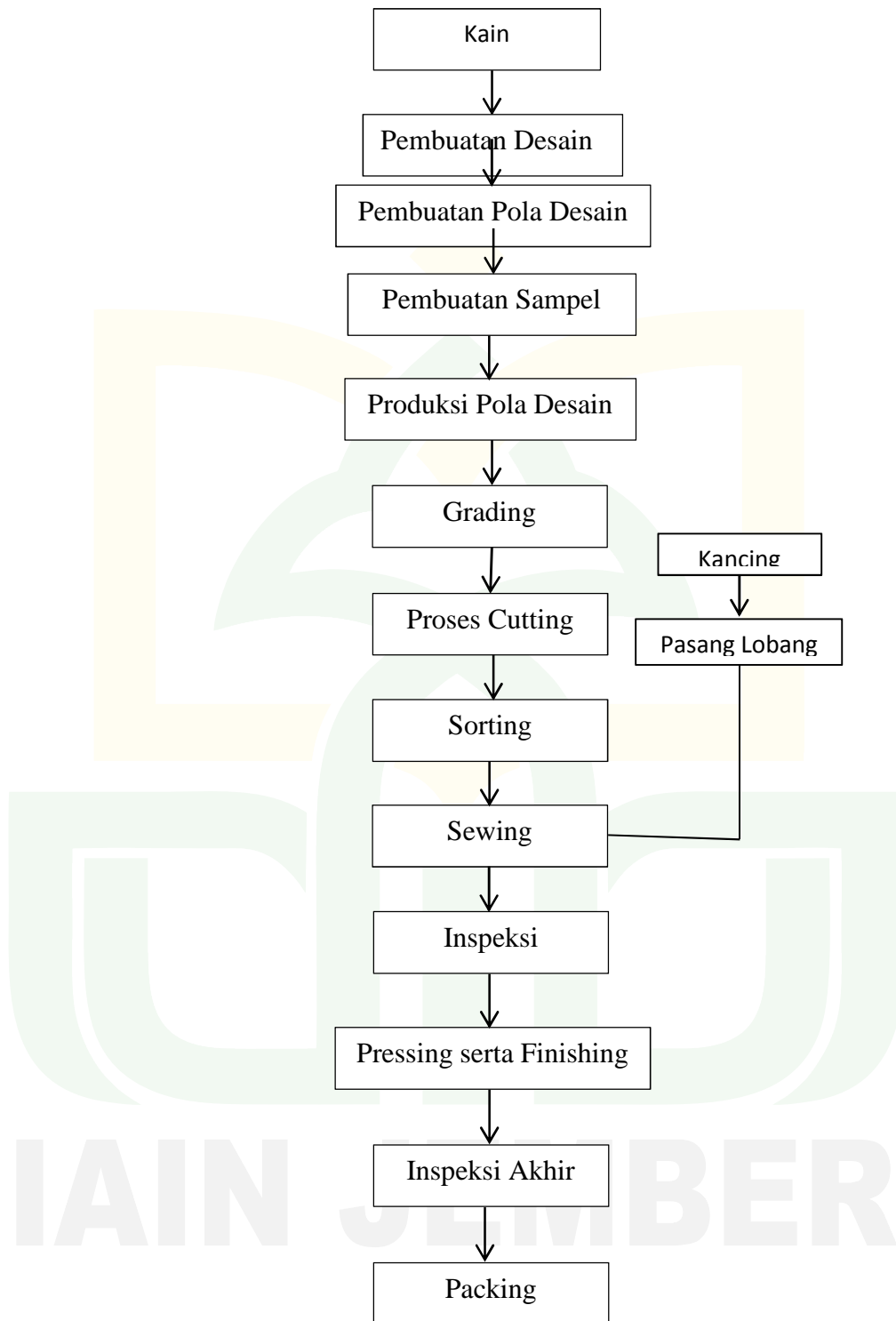
k) Inspeksi Akhir

Produk jadi hendak dipilih kembali untuk terakhir kali. Konveksi pakaian handal memanglah tidak mungkin membiarkan produk gagal atau tidak sempurna dipasarkan. Karenanya mutu produk betul- betul dicermati. Apabila masih mengalami jahitan terbuka, kancing lepas, ataupun warna luntur, hingga produk bakal ditarik supaya tidak pengaruhi citra.

l) Packing

Proses terakhir merupakan packing. Proses ini ialah proses mengemas seluruh produk sesuai desain, warna, serta dimensi kemudian didistribusikan. Baik ke toko pakaian ataupun kepada pemesan yang memakai jasa konveksi pakaian.

IAIN JEMBER



Gambar 4.2 Skema Produksi Pakaian Anzaz Konveksi

b. Pemasaran Produk Anzaz Konveksi UD Banyuwangi

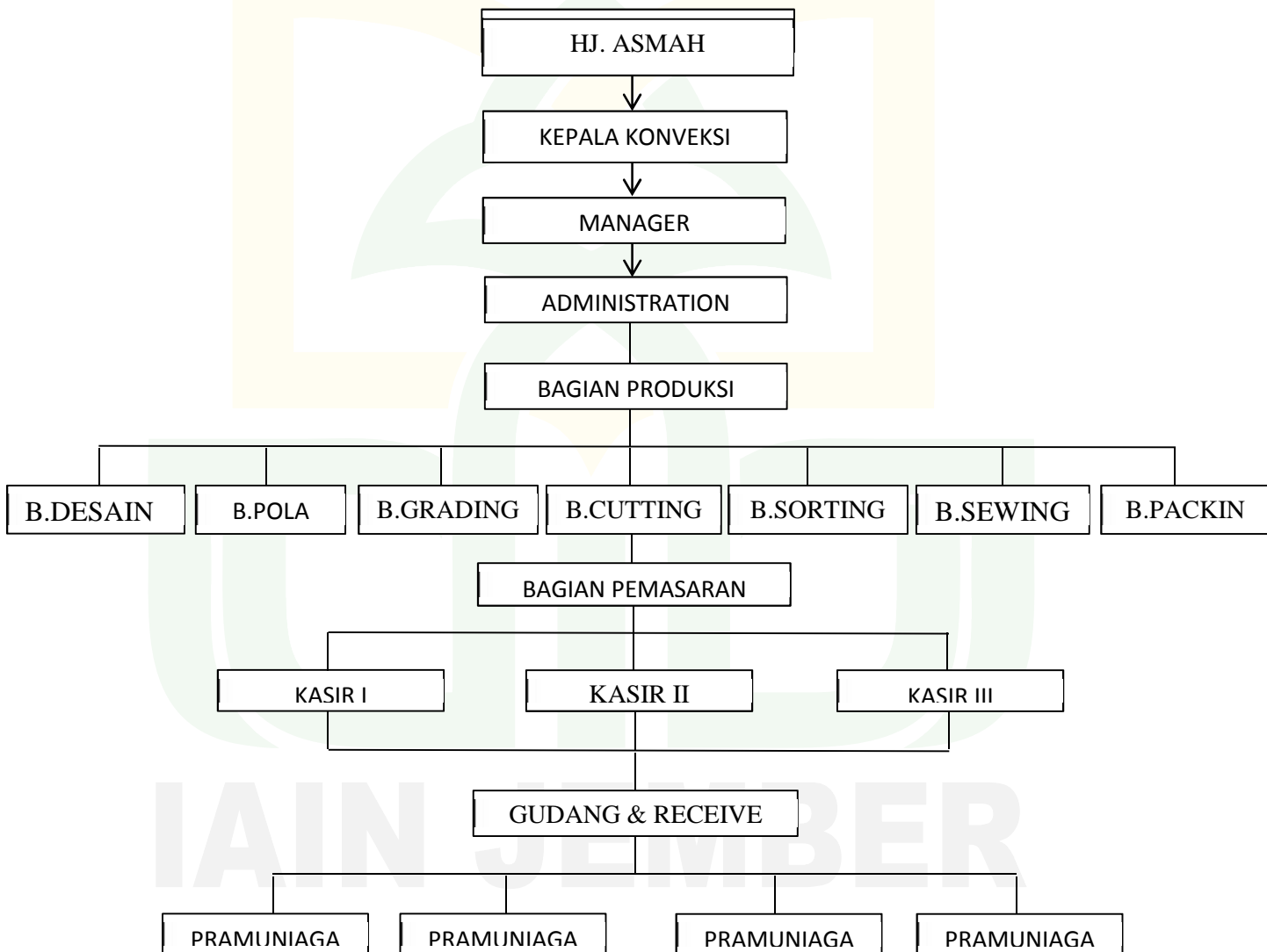
Produk-produk hasil produksi UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi dipasarkan pada outlet atau gerai serta toko yang didirikan oleh UMKM Anzaz Konveksi. Selain itu pemasaran produk dengan cara menitipkan produk pada gerai, pedagang kecil atau agen yang menjual pakaian, dan juga untuk seragam pesanan produk di salurkan langsung kepada pemesan seragam maupun pemesan kemeja kerja. Pemasaran produk juga dilakukan dengan memanfaatkan media sosial seperti Intagram, Facebook, serta Whatsapp. Sehingga jangkauan pemasaran UMKM Anzaz Konveksi tidak hanya terbatas pada wilayah Genteng namun hingga luar kota.

Pemasaran produk paling banyak ialah para pedagang kecil atau gerai kecil yang langsung datang ke toko maupun konveksi, ada juga konsumen yang menjual di online. Untuk harga sendiri Anzaz Konveksi menjual di outlet perdagangan di toko sendiri dengan harga satuan, dan harga kulakan untuk para penjual tangan kedua. Dengan ketentuan minimal mengambil lusinan untuk model celana harian, kaos, peci, dan daster. Dan dijual per tiga pcs produk untuk baju muslim dengan harga di atas seratus ribu, dan begitupun untuk produk mukena sarung dan seprei.

d. Struktur Organisasi UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi

Dalam struktur organisasi konveksi dapat diketahui garis-garis tanggungjawab setiap posisi serta tugasnya masing-masing. Berikut struktur organisasi pada UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi :

STRUKTUR ORGANISASI UMKM ANZAZ KONVEKSI UD BANYUWANGI



Gambar 4.3 Struktur Organisasi UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi, 2021

e. Deskripsi Jabatan

Berdasarkan struktur organisasi yang ada pada UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi diatas, berikut adalah tugas dan wewenang dari masing-masing bagian/devisi :

1. Manager

Tanggungjawab bagian Manager di sini juga memegang tanggung jawab sebagai Finance & Administration: Bagian yang mengontrol bagian keuangan, pembuatan laporan dan anggaran. Tugas bagian Manager sebagai berikut :

- a. Perencanaan anggaran Tahunan
- b. Mengadministrasikan seluruh barang inventaris toko
- c. Mengadministrasikan stok barang
- d. Menginput data barang-barang inventaris yang masuk dan keluar
- e. Membuat rekap setoran kasir seriap akhir bulan
- f. Membuat laporan stok barang dan keuangan secara periodeik
- g. Menerima setoran kasir setiap hari
- h. Membuat rekap pembayaran ke supllier setiap hari minggu
- i. Memproses administrasi pembayaran ke supplier
- j. Menyiapkan uang pembayaran kepada supplier baik secra tunai maupun non tunai
- k. Pembayaran Pajak
- l. Melakukan penyetoran uang ke bank

2. Administrasion

Tanggungjawab bagian pembelian : bertanggungjawab terhadap administrasi supplier, barang datang, retur barang, pengendalian stok barang digudang dan di toko Tugas bagian pembelian sebagai berikut :

- a. Mencatat absensi karyawan dan menghitung gaji karyawan
- b. Membuat dokumen Surat Jalan untuk Pengiriman barang
- c. Mengantisipasi pengadaan barang secara cermat dan benar
- d. Melakukan retur jika terdapat barang yang rusak maupun telah Kadaluarsa
- e. Membantu mengadakan negosiasi dengan supplier mengenai barang baru dan perubahan harga
- f. Mengerjakan faktur/nota pembelian barang dari supplier
- g. Menginput faktur/nota pembelian
- h. Mencetak faktur/nota pembelian setelah di input
- i. Mencetak faktur pengiriman barang apabila telah sesuai dengan PO
- j. Mencetak barcode apabila faktur/nota pembelian telah selesai dikerjakan dan menyerahkannya kepada pramuniaga yang bertugas
- k. Memberi paraf persetujuan di faktur pembelian sebelum di cek oleh receive

3. Bagian Produksi

Bagian produksi terdiri dari beberapa sub bagian yaitu:

a. Pembuatan Desain

1. Membuat desain ataupun sketsa. Desain dibikin oleh desainer ialah seorang yang memanglah diberi tugas eksklusif

2. Merancang pakaian

3. Menganalisa desain

b. Pembuatan Pola Desain

1. Membuat pola desain

2. Meningkatkan pola awal buat didesain berdasar dimensi standar

3. Pembuatan pola dibikin dengan tata cara pola drafting

4. Menciptakan sampel pakaian yang nantinya hendak dites uji

c. Pembuatan Sampel

1. Pola yang telah jadi dikirim ke bagian penjahit

2. Pola dijahit pada kain muslin ataupun belacu untuk membuat ilustrasi

3. Sehabis ilustrasi jadi kemudian ditinjau oleh penjahit, pembuat pola, serta pula panel desainer untuk mengetahui butuh tidaknya pergantian

4. Apabila tidak, hingga ilustrasi siap diproses lanjut.

d. Produksi Pola Desain

1. Mengambil pola disain untuk membuat pola pembuatan

2. Pola pembuatan dibikin buat proses pembuatan pakaian yang lebih banyak.
3. Pola terbuat pattern maker pada kertas. Dimana pola kertas tisu yang dibikin pad kertas tipis jadi komponen sangat bernilai.

e. Grading

1. Menciptakan pola dalam dimensi standar. Dimensi standar sendiri dibedakan jadi dimensi besar, sedang, serta kecil
2. Memastikan panjang serta lebar kain yang hendak digunakan dalam masing- masing rancangan
3. Pengukuran terbuat cocok pola yang menempel pada kain
4. Melekatkan pola pada kain, berikutnya regu melaksanakan pengukuran.

f. Proses Cutting

1. Pemotongan yang umumnya memakai pertolongan cutting machine
2. Memotong kain sesuai desain
3. Memastikan potongan pas dan rapi

g. Sorting

1. Membuat pola sesuai dimensi serta desain
2. Selanjutnya tumpukan kain dibikin bundle.

h. Sewin

1. Menjahit potongan pola pakaian belum jadi terhadap pesanan.
2. Bertanggung jawab proses penjahitan.

3. Menjaga terhadap semua mesin jahit yang digunakan dalam operasional setiap pesanan.

i. Inspeksi

1. Mengontrol benang yang tidak cocok, benang yang kusut, metode jahitan yang salah, ataupun jahitan yang terbuka dapat kurangi mutu produk

2. Memilah-milah dengan teliti dan baik

j. Pressing serta Finishing

1. Merapikan produk memakai mesin setrika

2. Merapikan dengan metode cepat tepat rapi.

k. Inspeksi Akhir

1. Memilah produk jadi untuk dipilih kembali untuk terakhir kali

2. Apabila masih mengalami jahitan terbuka, kancing lepas, ataupun warna luntur, hingga produk bakal ditarik dan disortir.

l. Packing

1. Proses mengemas seluruh produk sesuai desain, warna, serta dimensi

2. Mengemas dengan rapi

3. Mengemas dengan teliti agar tidak ada yang salah

4. Bagian Pemasaran

1. Mengawasi dan bertanggung jawab atas penjualan dan penyerahan produk jahitan maupun bahan baku.

2. Menentukan syarat-syarat pembayaran.

3. Menetapkan waktu penyerahan produk jahitan kepada konsumen.
4. Mengkoordinir hasil jahitan sebelum diserahkan kepada konsumen.
5. Kasir

Tanggungjawab bagian kasir : bertanggungjawab terhadap pelayanan dan transaksi barang di toko Tugas bagian kasir sebagai berikut:

- a. Melaksanakan kerja kasir dengan baik dan benar
- b. Melayani konsumen dengan ramah, jujur, teliti, dan bertanggung jawab
- c. Menerima uang modal kasir dan memeriksa kebenaran jumlahnya
- d. Membuat laporan hasil setoran kasir
- e. Menghidupkan komputer kasir apabila akan melakukan transaksi dan mematikan komputer apabila telah selesai digunakan
- f. Menyetorkan uang hasil penjualan kepada bagian administrasi keuangan
- g. Menyiapkan uang pecahan untuk uang kembalian
- h. Menyetorkan uang hasil penjualan kepada bagian administrasi

6. Gudang dan Receive

Tanggungjawab bagian gudang dan receive : bertanggungjawab terhadap gudang dan penerimaan barang dari supplier dan konveksi. Tugas bagian gudang dan penerimaan barang sebagai berikut :

- a. Melakukan pengecekan terhadap barang yang diterima berdasarkan faktur dari supplier/gudang tahu, yang meliputi : nama barang dan kuantitas
 - b. Memproses administrasi penerimaan barang dari supplier/gudang tahu
 - c. Mengontrol kualitas dan kuantitas
 - d. Memberi label pada barang yang di terima dari supplier atau konveksi
 - e. Mengirim barang dari gudang ke toko serta bekerjasama dengan bagian pramuniaga
 - f. Menata dan mengatur stok barang di gudang
 - g. Memberi informasi kepada supplier mengenai kekurangan barang dalam kemasan dan membuat retur penukaran barang
 - h. Menginformasikan stok barang digudang yang telah habis kepada bagian administrasion
 - i. Mengatur barang datang dari supplier dan konveksi.
7. Pramuniaga

Tanggungjawab bagian pramuniaga : bertanggungjawab untuk mendisplay barang, menjaga kerapian dan kebersihan manekin, rak serta lantai toko, melayani konsumen dengan baik, ramah, serta bertanggungjawab. Tugas bagian pramuniaga sebagai berikut :

- a. Mendisplay serta menata barang dengan rapi berdasarkan pada sistem FIFO

- b. Membersihkan produk, rak, kaca, manekin, lantai serta seluruh lingkungan toko
- c. Melakukan pengecekan barang di toko, memberi label serta harga pada barang
- d. Memberikan informasi kepada bagian pembelian jika terdapat barang yang rusak
- e. Mengontrol barang yang rusak serta memeriksa dan mempromosikan produk kepada pelanggan
- f. Memberikan pelayanan yang baik, ramah serta bertanggungjawab kepada pelanggan
- g. Membantu pengawasan barang di toko
- h. Menindaklanjuti program-program promosi yang telah ditentukan
- i. Mengontrol stok minimal dan maksimal toko
- j. Aktif memberi informasi terhadap produk yang tingkat penjualannya rendah atau selama 3 bulan produk tertentu tidak laku
- k. Menerima masukan, kritik, serta saran yang disampaikan oleh pelanggan, serta secepatnya menyampaikan kepada pimpinan untuk segera ditindaklanjuti
- l. Aktif mendisplay serta menjaga stok produk di toko
- m. Aktif memberikan informasi mengenai produk yang kosong di toko
- n. Melakukan pengemasan produk atau repacking barang, memberikan label, serta mendisplaykannya di toko.

B. Penyajian Data dan Analisis

a. Program Corporate Social Responsibility (CSR) UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi

UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi merupakan industri konveksi pakaian yang secara langsung maupun tidak langsung turut berkomitmen dalam tanggungjawab sosial dalam kegiatan operasionalnya. Program CSR yang dilaksanakan oleh UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi merupakan bentuk kepedulian terhadap lingkungan, masyarakat, serta pihak-pihak yang terkait.

UMKM Anzaz Konveksi ialah yang secara langsung ataupun tidak langsung ikut berkomitmen dalam tanggungjawab sosial dalam aktivitas operasionalnya. Program CSR yang dilaksanakan oleh UMKM Anzaz Konveksi ialah wujud kepedulian terhadap lingkungan, masyarakat, dan pihak- pihak yang terkait. Pada rata- rata CSR bergerak untuk keselarasan UMKM buat senantiasa berkontribusi dalam lingkungan warga sekitar, dengan senantiasa mencermati budaya masyarakat sekitar, sehingga UMKM Anzaz Konveksi dapat senantiasa dekat serta berkontribusi dengan lingkungan sekitar serta pula masyarakat.

CSR dalam penelitian ini bertepatan dalam kondisi pandemi oleh sebab itu peneliti mengambil data sebagai bahan analisis CSR terhadap UMKM Anzaz Konveksi sesuai situasi saat ini, yaitu dari munculnya Covid-19. Program CSR yang diterapkan UMKM meliputi 3 kategori, ialah kateori lingkungan, ekonomi, serta sosial.

Berikut program CSR yang sudah diterapkan oleh UMKM Anzaz Konveksi bersumber pada hasil wawancara dengan owner dan manager UMKM Anzaz Konveksi pada bertepatan pada 18 Desember - 8 Maret 2021, berikut merupakan program CSR UMKM:

1) Lingkungan

Anzaz Konveksi UD Banyuwangi adalah industri yang bergerak dalam bidang konveksi pakaian yang menggunakan kain sebagai bahan baku utama dan benang sebagai bahan penolong dalam proses produksi yang diproses sesuai dengan jenis pesanan yang diminta dari konsumen pemakai jasa industri ini. Pesanan jahitan yang dipesan konsumen adalah jas, kemeja, seragam olahraga dan sekolah dan lain-lain. UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi merupakan industri konveksi pakaian, yang mana dalam kegiatan operasionalnya akan menghasilkan limbah. Sebagai bentuk tanggungjawab sosial terhadap lingkungan, UMKM Anzaz Konveksi telah melakukan pengolahan limbah yang dihasilkan dari proses industri konveksi pakaian. Limbah yang dihasilkan berupa limbah padat dalam bentuk kain perca, benang, plastik, dan kardus.

a. Penanganan Limbah

Penanganan limbah dilakukan oleh UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi sebagai bentuk tanggungjawab sosial yaitu upaya untuk menjaga kelestarian lingkungan. Jenis limbah yang dihasilkan dari pengolahan tahu yaitu limbah padat. Penanganan

limbah padat berupa kain perca, benang, plastik dan kardus yang tidak berbahaya bagi lingkungan, sehingga penindakan limbah padat ini dengan teknik dijual kepada usaha keset, usaha barang bekas. Untuk pengeluaran biaya-biaya CSR terkait limbah padat berupa biaya pengadaan sarana kebersihan dan perawatan.

Hasil wawancara yang dilakukan dengan Bapak Parman yang merupakan warga sekitar UMKM Anzaz Konveksi mengatakan :

“awal berdirinya UMKM Anzaz Konveksi dulunya limbah yang yang dihasilkan dibuang dipenampungan, jika TS lama tidak datang limbah di tempat sampah belakang konveksi jadi baunya sangat tidak sedap, tapi setelah adanya usaha keset dan perbaikan sudah tidak ada keluhan tentang bau tidak sedap karena limbah tersebut”

Biaya yang dikeluarkan UMKM Anzaz Konveksi dalam pembersihan limbah yaitu berupa biaya pemisahan limbah dan pembersihan sebelum di ambil pengepul. Sehingga limbah tidak berceceran dan mengganggu masyarakat sekitar UMKM Anzaz Konveksi.

b. Memperbaiki Lingkungan Yang Rusak Akibat Adanya Limbah

Upaya perbaikan lingkungan yang rusak akibat limbah salah satunya dengan mengalokasikan biaya perbaikan untuk lingkungan yang tercemar. Hal ini terbukti berkurangnya keluhan warga mengenai bau tidak sedap yang ditimbulkan dari limbah. Hasil wawancara yang dilakukan dengan Ibu Manager pada 17 April 2021 Pukul 09.00 WIB, beliau mengatakan :

“setelah adanya supplier keset yang mengambil limbah kain perca kami, sudah tidak ada keluhan tentang bau busuk karena limbah tersebut, dulu sampai ke hujanan di luar dsampai bau dan kadang di bakar membuat polusi, perbaikan dilakukan pada tempat sampah belakang konveksi untuk direnovasi menjadi gudang penampungan limbah agar tidak ke hujanan”

c. Perawatan Lingkungan Tanggap Covid-19

Perawatan lingkungan tahap terhadap tanggap Covid-19, Dengan adanya pandemi seperti ini setiap UMKM oleh pemerintah menghimbau untuk mematuhi peraturan dengan mengadakan tempat cuci tangan di tempat usaha sebelum para pembeli maupun kariawan masuk maupun keluar ruangan harus wajib cuci tangan. Pemerintah juga mewajibkan ada handsanitizer di setiap tempat usaha, serta mewajibkan semua memakai masker. Tidak hanya itu di setiap seminggu sekali pelaku UMKM menyemprotkan disinfektan ke seluruh area sekitar maupun ruangan tempat usaha. Menurut Bapak Kamituo Dusun Cangaan Genteng Wetan mengatakan jika seluruh UMKM harus mematuhi protokol kesehatan dan jam buka tutup usaha juga sesuai peraturan yang sudah ditetapkan oleh pemerintah Kabupaten. Seperti menyediakan tempat cuci tangan, handsanitizer, dan masker untuk semua kariawan, dan mewajibkan memakai masker untuk para pembeli. Karena semua itu sudah kewajiban dimasa pandemi seperti ini.

Biaya-biaya yang dikeluarkan oleh UMKM Anzaz Konfeksi UD Banyuwangi sebagai upaya penerapan program CSR adalah sebagai berikut :

Tabel 1.5
Pengeluaran biaya CSR untuk lingkungan

Keterangan	Pengeluaran
Biaya Pembersihan	780,000
Biaya Renovasi Lingkungan	5,565,000
Biaya Penyemprotan Disinfektan	550,000
Biaya Pembuatan Saluran Air	350,000
Biaya Handsanitizer	2,187,000
Biaya Alat Kebersihan	678,000
Total	

Sumber : Hasil Wawancara

Tabel 1.6
Catatan Buku Besar Kegiatan Lingkungan UMKM Anzaz Konveksi UD
Banyuwangi

Tgl	Keterangan	Ref	Debet	Kredit	D/K	Saldo
	Biaya Pembersihan	JU.1	780,000		D	780,000
	Biaya Renovasi Lingkungan	JU.1	5,565,000		D	6,345,000
	Biaya Penyemprotan Disinfektan	JU.1	550,000		D	6,895,000
	Biaya Pembuatan Saluran Air	JU.1	350,000		D	7,245,000
	Biaya Handsanitizer	JU.1	2,187,000		D	9,432,000
	Biaya Alat Kebersihan	JU.1	678,000		D	10,110,000
	Total					10,110,000

Sumber : Hasil Wawancara

2) Ekonomi

UMKM Anzaz Konveksi berlokasi dekat dengan permukiman masyarakat sehingga secara tidak langsung segala aktivitas usahanya mengaitkan warga setempat. Sebagai pelakon usaha yang baik haruslah peduli dengan daerah dekat tempat usaha. Terlebih dengan adanya Kejadian Luar Biasa (KBL) Covid-19 ini menjadikan para pelakon usaha untuk lebih atensi terhadap lingkungan dekat, untuk menaikkan taraf ekonomi yang sangat terdampak di masa pandemi ini. Bagaikan salah satu wujud tanggung

jawab sosila dalam bidang ekonomi pada masa pandemi Covid- 19 yang dilakukan oleh UMKM Anzaz Konveksi ialah:

- a. Ikut Serta dalam Tingkatkan Perekonomian Warga Dekat UMKM.

Peningkatan perekonomian masyarakat dekat UMKM Anzaz Konveksi ini salah satunya dengan teknik melaksanakan perekrutan tenaga kerja dengan persentase lebih dari 75% berasal dari masyarakat dekat UMKM Anzaz Konveksi. Bukan memPHK para kariawan tetapi berikan pekerjaan. Dengan menyaring dari kawasan dekat sendiri sudah tentu akan menunjang ekonomi wilayah sekitar. Perekrutan kariawan yang tidak terikat dengan bermacam peraturan menjadikan seluruh pihak dipersilahkan melamar diri sebagai kariawan. Selaku wujud CSR pihak UMKM Anzaz Konveksi membagikan kesempatan para tetangga ataupun warga yang tinggal disekitar untuk bersama mencari rejeki, untuk membatu perekonomian rumahtangga warga sekkitar UMKM Anzaz Konveksi.

- b. Pemberian Upah untuk Karyawan Sesuai dengan Standar yang Berlaku

Pemberian gaji/honor kepada karyawan yang sesuai dengan program-program CSR diberikan sesuai standar honor UMR/UMK yang berlaku di kota Genteng. Yaitu sejumlah

Rp.1.768.777-. Dengan pembagian gaji sesuai kebijakan tiap UMKM Anzaz Konveksi.

Karyawan yang berkaitan dengan penanganan CSR berjumlah 5 orang yang terdiri dari 3 karyawan bagian perawatan dan 2 karyawan bagian kebersihan. Berikut tabel gaji yang dikelarkan untuk karyawan yang berkaitan dengan program CSR :

Tabel 1.7
Pengeluaran Biaya Gaji Kariawan dalam Proram CSR

Keterangan	Pengeluaran
Biaya Gaji Cleaning Servis	780,000
Biaya Gaji Tukang Bangunan Renovasi Lingkungan	1,285,000
Total	1,085,000

Sumber : Hasil Wawancara

Tabel 1.8
Catatan Buku Besar Kegiatan Ekonomi UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi

Tgl	Keterangan	Ref	Debet	Kredit	D/K	Saldo
	Biaya Gaji Cleaning Servis	JU.1	780,000		D	780,000
	Biaya Gaji Tukang Bangunan Renovasi Lingkungan	JU.1	1,285,000		D	1,085,000
	Total					1,085,000

Sumber : Hasil Wawancara

c. Pemberian Bonus Serta Tunjangan Untuk Karyawan

Pemberian bonus ataupun tunjangan sebagai wujud pemberian reward kepada karyawan yang mempunyai kinerja baik. Bonus diberikan kepada karyawan terpilih tiap satu tahun sekali. Besarnya reward yang diberikan bersumber pada

wawancara terhadap UMKM Anzaz Konveksi pengeluaran CSR ialah Rp3.000.000 untuk karyawan dengan kinerja terbaik.

3) Sosial

Wujud CSR dalam bidang sosial didalam situasi pandemi Covid-19 ini UMKM Anzaz Konveksi implementasikan CSR untuk warga yang terletak sekitar UMKM di jalan KH. Ahmad Kholil Cangaan Genteng Banyuwangi yang mana mereka pula ikut merasakan akibat dari industri pengolahan UMKM Anzaz Konveksi ini, ialah:

a. Pemberian Sumbangan Untuk Lanjut usia Serta Yatim Piatu

Pemberian sumbangan yang dilakukan oleh owner UMKM Anzaz Konveksi bagaikan bentuk kepedulian terhadap masyarakat sekira industri. Hasil wawancara dengan Manager UMKM Anzaz Konveksi mengatakan kalau pemberian sumbangan teratur dilakukan kepada warga, paling utama kepada anak yatim serta lanjut usia. Statment tersebut didukung dengan hasil wawancara yang dilakukan dengan warga dekat UMKM ialah Bapak Zaini selaku pengelola rumah yatim piatu berkata sumbangan yang diberikan kepada anak yatim Desa Cangaan yang mana memberikan Rp.700.000 setiap seminggu sekali. Dan juga infaq kepada janda dserta fakir miskin dengan jumlah yang sama yaitu Rp.700.000 setiap seminggunya.

b. Ikut Dalam Kegiatan- Kegiatan Kemasyarakatan

Keikutsertaan UMKM Anzaz Konveksi dalam aktivitas kemasyarakatan ialah turut dan dalam kerja bakti, sumbangan buat sarana berbentuk alat- alat kerja bakti. Hasil wawancara yang dilakukan dengan Bapak Kamituo pada 22 Desember 2020, berkata jika UMKM Anzaz Konveksi aktif dalam aktivitas kemasyarakatan semacam kerja bakti serta membagikan sumbangan berbentuk perlengkapan kerja bakti. Seperti kerja bakti lingkungan tangguh Covid-19 kemarin, UMKM Anzaz Konveksi antusias menyumbang berbagai peralatan untuk menyemprot, menyumbang disinfektan untuk bahan menyemprot, dan menyumbang masker. Serta bila kegiatan Agustusan senantiasa ikut menunjang aktivitas Dusun Cangaan dengan membagikan sumbangan. Sumbangan sekitar Rp.150.000 - Rp.800.000.

c. Membagikan Sumbangan untuk Karyawan ataupun Masyarakat

Salah satu wujud pemberian sumbangan pada warga disituasi pandemi ini UMKM Anzaz Konveksi membagikan satu paket sembako ataupun uang bonus buat kariawan serta warga sekitar UMKM Anzaz Konveksi. Dengan membagikan 15 paket sembako dalam waktu 6 bulan sekali. Dan uang bonus RP 200.000 per kariawan. Dengan bantuan tersebut berharap bisa sedikit menolong masyarakat sekitar serta para kariawan.

- d. Berikan Waktu Cuti untuk Karyawan yang Melahirkan ataupun Sakit.

Wujud atensi UMKM Anzaz Konveksi terhadap hak karyawan yaitu salah satunya dengan membagikan waktu cuti ataupun libur.

- e. Ikut Dan dalam Program- Program Pelatihan UMKM Pemerintah Kabupaten

Tidak hanya itu pula berkolaborasi dengan pemerintah Kabupaten Banyuwangi untuk mengadakan pelatihan serta pembinaan untuk UMKM- UMKM yang baru merintis usahanya, salah satunya dengan suasana pandemi ini dimana tepatnya awal pandemi 2020 Pemerintah Kabupaten Bapak Bupati Banyuwangi menghadiri UMKM di Jalan KH. Ahmad Kholil Cangaan Genteng Banyuwangi Pemerintah Kabupaten (Pemkab) Banyuwangi menggandeng UMKM Anzaz Konveksi memproduksi ribuan alat pelindung diri (APD) guna menanggulangi keterbatasan untuk tenaga kedokteran untuk mengestimasi penyebaran Virus Corona (Covid- 19).

- f. Berkolaborasi dengan UMKM-UMKM

Kerjasama yang dilakukan oleh UMKM Anzaz Konveksi bagaikan wujud partisipasi dalam pengembangan UMKM-UMKM yang berkembang di daerah Genteng. Wujud kerjasama yang dicoba ialah menjadikan industri koveksi yang lain selaku

supplier pada UMKM Anzaz Konveksi serta menyamaratakan harga jual, sehingga secara tidak langsung konveksi daerah Genteng Banyuwangi telah sama-sama berkerjasama dalam pemasaran produk. Usaha kecil mengambil barang dari UMKM Anzaz Konveksi industri pakaian untuk dijual kembali.

Biaya yang dialokasikan oleh UMKM Anzaz Konveksi sebagai bentuk penerapan program CSR sebagai berikut :

Tabel 1.9
Pengeluaran Biaya CSR dalam Program sosial

Keterangan	Pengeluaran
Biaya Sumbangan Anak Yatim	8,400,000
Biaya Sumbangan Janda dan Fakir Miskin	8,400,000
Biaya Sumbangan Kegiatan Kemasyarakatan	800,000
Biaya Sumbangan Paket Sembako	1,500,000
Biaya Sumbangan Uang Bonus	5,000,000
Total	24,100,000

Sumber : Hasil Wawancara

Tabel 1.10
Catatan Buku Besar Kegiatan Sosial UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi

Tgl	Keterangan	Ref	Debet	Kredit	D/K	Saldo
	Biaya Sumbangan Anak Yatim	JU.1	8,400,000		D	8,400,000
	Biaya Sumbangan Janda dan Fakir Miskin	JU.1	8,400,000		D	16,800,000
	Biaya Sumbangan Kegiatan Kemasyarakatan	JU.1	800,000		D	17,600,000
	Biaya Sumbangan Paket Sembako	JU.1	1,500,000		D	19,100,000
	Biaya Sumbangan Uang Bonus	JU.1	5,000,000		D	24,100,000
	Total					24,100,000

Sumber : Hasil Wawancara

b. Indikator CSR Pada UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi

Analisis informasi untuk menanggapi perkara dalam penelitian ini dengan mengenakan deskriptif kualitatif. Penulis melakukan wawancara kepada informan berkaitan dengan implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) untuk mengenali sepanjang mana owner UMKM Anzaz Konveksi sudah melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaannya.

UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi dalam melangsungkan program CSR dilakukan secara sukarela serta belum mempunyai laporan CSR. Program- program CSR yang sudah dilakukan tidak dicatat sendiri pada laporan CSR melainkan dicatat pada pengeluaran. Sehingga pemakaian pedoman GRI G4 dalam peneliiian ini digunakan sebagai dasar pengungkapan CSR, melainkan sebagai acuan program- program CSR apa saja yang dilakukan pada UMKM Anzaz Konveksi. Indikator- indikator dalam pedoman GRI G4 yang digunakan selaku acuan dalam implementasi serta penerapan tanggungjawab social yang dilakukan UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi sebagai berikut:

- 1) Indikator ekonomi (economic indicator)
- 2) Indokator lingkungan (enviroment indicator)
- 3) Indikator sosial (social indicator), terdiri dari:
 - a. Penerapan tenaga kerja serta kenyamanan kerja (labor practice and decent work)
 - b. Hak asasi manusia (humam rights performance)
 - c. Masyarakat/ social (society)

d. Tanggungjawab atas produk (product responsibility performance)

Global Reporting Initiative (GRI) menetapkan standar pengimplementasian CSR yang diformulasikan kedalam strategi berlandaskan norma dan etika bisnis yang berlaku yang meliputi: penerapan pembangunan ekonomi dan ikut dalam pemberdayaan warga secara berkepanjangan guna tingkatkan kesejahteraan kelompok masyarakat lokal serta warga luas, kepedulian terhadap pelestarian lingkungan, penghargaan terhadap hak asasi manusia serta jaminana penerapan non diskriminasi terhadap karyawan, atensi terhadap kepuasan pelanggan serta jaminan mutu serta keamanan pemakaian produk, serta menjalakan ikatan baik dan harmonis kepada warga yang didasari prinsip tata kelola yang baik.

Persoalan tentang implementasi CSR dengan berpedoman pada GRI G4 yang terdiri dari 37 pertanyaan. Pertanyaan tersebut meliputi 3 katategori ialah, kategori ekonomi, kategori lingkungan, serta kategori sosial (yang hanya tercakup pada ukuran praktik ketenagakerjaan serta kenyamanan bekerja). Tabel 4.8 berikut berisi pertanyaan- pertanyaan yang menampilkan indeks CSR (CSRi) dari penelitian ini. Berikut tabel CSR:

Tabel 1.11
Distribusi Pertanyaan dan Jawaban Implementasi *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Kode	Pertanyaan	Pilihan Jawaban	
Kategori Ekonomi			
G4-EC1	Nilai ekonomi yang dihasilkan dan didistribusikan secara langsung (pendapatan, biaya, kompensasi ke karyawan, donasi ke masyarakat dan keuntungan yang digunakan membayar pinjaman).	1	0
G4-EC2	Pembayaran kewajiban/hutang dibayar tepat waktu dan ditulis dalam pembukuan.	1	0
G4-EC3	Membuat pembukuan berkaitan dengan penerimaan bantuan keuangan/modal dari pemerintah setempat.	0	1
G4-EC4	Pemberian upah sudah sesuai dengan standar.	1	0
G4-EC5	Memperkerjakan masyarakat sekitar UMKM.	1	0
G4-EC6	UMKM turut membantu dalam membangun sarana dan prasarana lokasi sekitarnya.	1	0
G4-EC7	Pengetahuan mengenai dampak ekonomi yang terjadi.	1	0
Kategori Lingkungan			
G4-EN1	UMKM menggunakan bahan daur ulang.	0	1
G4-EN2	Penghematan dalam menggunakan energi(listrik, Bahan bakar minyak atau gas).	1	0
G4-EN3	Penggunaan air sesuai dengan kegunaannya.	0	0
G4-EN4	Air yang sudah digunakan didaur ulang kembali.	0	1
G4-EN5	Lokasi produksi tidak memberikan dampak pada lingkungan.	0	0
G4-EN6	Memiliki kesadaran apabila menghasilkan dampak buruk pada lingkungan.	0	0
G4-EN7	Membantu perbaikan lingkungan yang rusak.	0	0
G4-EN8	Membantu merawat dan	1	0

	melindungi lingkungan		
G4-EN9	Sadar bahwa penggunaan energi menghasilkan polusi.	1	0
G4-EN10	Membantu mengurangi polusi yang ada.	1	0
G4-EN11	Membatasi bahan-bahan yang membuat polusi.	1	0
G4-EN12	Limbah air yang dibuang tidak membahayakan.	1	0
G4-EN13	Mengetahui banyaknya limbah dan cara membuangnya.	1	0
G4-EN14	Limbah zat kimia yang dibuang tidak mencemari lingkungan.	1	0
G4-EN15	Mengelola limbah yang sangat membahayakan.	1	0
G4-EN16	Mengetahui limbah dapat merusak lingkungan.	1	0
G4-EN17	Memberikan denda apabila melanggar peraturan mengenai lingkungan hidup.	1	0
G4-EN18	Mengetahui dampak luas dari kerusakan lingkungan.	1	0
G4-EN19	Membantu memberikan dana jika ada kerusakan lingkungan akibat proses produksi.	1	0
G4-EN20	Ikut serta dalam mengambil tindakan pemulihan lingkungan yang rusak.	1	0
Kategori Sosial: Praktik Ketenaga Kerjaan dan Kenyamanan Bekerja			
G4-LA1	Memberikan tambahan upah bagi karyawan yang bekerja dengan baik.	1	0
G4-LA2	Memperbolehkan karyawan untuk berhenti kerja sementara karena sedang hamil.	1	0
G4-LA3	Memberitahukan kepada karyawan mengenai setiap perubahan kebijakan sebelum kebijakan tersebut ditetapkan.	1	0
G4-LA4	Menerima saran dari pekerja mengenai keselamatan kerja.	1	0
G4-LA5	Memperhatikan karyawan yang memiliki penyakit, kecelakaan kerja atau kematian.	1	0
G4-LA6	Memberikan informasi bahaya	1	0

	dampak produksi kepada karyawan.		
G4-LA7	Memberikan jaminan kesehatan kepada karyawan.	1	0
G4-LA8	Memiliki jam pelatihan pekerja.	0	1
G4-LA9	Adanya pelatihan bagi setiap karyawan.	0	1
G4-LA10	Menerima pengaduan karyawan mengenai masalah ketenagakerjaan.	1	0

Sumber : Data primer diolah

Table 4.8 menunjukkan pertanyaan – pertanyaan yang diajukan kepada pemilik UMKM Anzaz Konveksi terkait implementasi program CSR yang dilakukan dan yang tidak dilakukan oleh UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi. Tabel tersebut memuat jawaban “Ya” dan jawaban “Tidak”. Pada kolom jawaban “Ya” mengandung arti item pertanyaan CSR yang telah dilakukan oleh pemilik UMKM Anzaz Konveksi, sedangkan kolom jawaban “Tidak” mengandung arti item pertanyaan CSR yang tidak dilakukan oleh pemilik UMKM Anzaz Konveksi. Dari 37 pertanyaan CSR yang disampaikan kepada pemilik UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi. Menunjukkan bahwa UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi telah menerapkan pertanggungjawaban social atau CSR dengan baik. Hal ini didukung dengan perhitungan CSRI seperti pada penyajian tabel di atas dengan perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{CSRI} &= \frac{V}{M} \\ \text{CSRI} &= \frac{32}{37} \\ \text{CSRI} &= 0,86 \end{aligned}$$

Keterangan :

CSRI = Corporate Social Responsibility

V = Jumlah pertanyaan yang dilakukan oleh pemilik UMKM

M = Jumlah pertanyaan yang disampaikan

Dari hasil perhitungan Indeks CSR, maka diperoleh indeks CSR dengan hasil sebesar 0,86 atau 86% artinya hampir semua pertanyaan terjawab oleh UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi dan menunjukkan bahwa UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi telah menerapkan pertanggungjawaban social atau CSR dengan baik.

Setelah melakukan analisis Indeks Corporate Social Responsibility (CSRi) dari setiap responden UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi, selanjutnya penulis melakukan analisis implementasi CSR berdasarkan kategori CSR, yaitu kategori ekonomi, kategori lingkungan, dan kategori sosial dimensi praktik ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja.

c. Laporan Keuangan UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi

Laporan keuangan tahunan UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi tahun 2019 dan tahun 2020 digunakan sebagai dasar analisis kinerja keuangan UMKM berdasarkan analisis Balanced Scorecard (BSC) pada perspektif keuangan yang meliputi analisis perkembangan profit, perkembangan likuiditas, perkembangan laba bersih dengan analisis rasio cepat dan rasio lancar, dan perkembangan pendapatan UMKM. Laporan keuangan yang digunakan sebagai dasar analisis perspektif keuangan yaitu laporan posisi keuangan dan laporan laba rugi sebagai berikut :

1. Laporan Posisi Keuangan

Tabel 1.12
Laporan Posisi Keuangan Tahun 2019

ASET			
ASET LANCAR			
Kas		4.170.870.900	
Persediaan		2.500.760.000	
Piutang Usaha		275.000.000	
Total Aset Lancar			6.946.630.900
ASET TIDAK LANCAR			
Tanah dan Bangunan		3.530.000.000	
Kendaraan Produksi		35.000.000	
Peralatan Kantor		15.000.000	
Mesin Produksi		80.249.400	
Penyusutan		-113.654.987	
Total Aset Tidak Lancar			3.546.594.413
TOTAL ASET			10.493.225.313
LIABILITAS			
KEWAJIBAN JANGKA PENDEK			
Utang Dagang		1.270.080.000	
Kewajiban Lain-lain		345.060.000	
Total Kewajiban Jangka Pendek			1.615.140.000
KEWAJIBAN JANGKA PANJANG			
Utang Bank		0	
Total Kewajiban Jangka Panjang			0
EKUITAS			
Modal		4.570.070.000	
Saldo Laba		1.876.900.000	
Total Ekuitas			6.446.970.000

Sumber : Data Primer diolah

Tabel 1.13
Laporan Posisi Keuangan Tahun 2020

ASET		
ASET LANCAR		
Kas	2.110.870.000	
Persediaan	1.598.716.200	
Piutang Usaha	103.666.000	
Total Aset Lancar		3.813.252.200
ASET TIDAK LANCAR		
Tanah dan Bangunan	3.767.000.000	
Kendaraan Produksi	50.800.000	
Peralatan Kantor	15.500.000	
Mesin Produksi	81.749.400	
Penyusutan	-125.869.976	
Total Aset Tidak Lancar		3.789.179.424
TOTAL ASET		7.602.431.624
LIABILITAS		
KEWAJIBAN JANGKA PENDEK		
Utang Dagang	1.080.350.000	
Kewajiban Lain-lain	240.370.000	
Total Kewajiban Jangka Pendek		1.320.720.000
KEWAJIBAN JANGKA PANJANG		
Utang Bank	0	
Total Kewajiban Jangka Panjang		0
EKUITAS		
Modal	3.009.000.000	
Saldo Laba	935.678.000	
Total Ekuitas		3.944.678.000

Sumber : Data Primer diolah

2. Laporan Laba Rugi

Tabel 1.14
Laporan Laba Rugi Tahun 2019

HPP 2019		
Persediaan Awal		4.300.980.000
Pembelian	2.490.654.880	
Biaya Transportasi	8.340.900	
Retur Barang	400.600.000	

	Pembelian Bersih		2.098.395.780
	Barang Tersedia untuk Dijual		6.399.375.780
	Persediaan Akhir		2.307.770.000
	HPP		4.091.605.780
	LABA RUGI 2019		
	Penjualan		6.765.900.344
	Retur Penjualan	409.800.459	
	Potongan Penjualan	198.765.666	
			608.566.125
	Penjualan Bersih		6.157.334.219
	HPP		4.091.605.780
	Laba Kotor		2.065.728.439
	BEBAN OPRASIONAL		
	Beban Promosi	6.768.700	
	Beban Adm. Toko dan Konveksi	108.980.543	
	Beban Tenaga Kerja	168.000.000	
	Beban Air dan Listrik	8.543.900	
	Beban Telepon	3.655.900	
	Beban Perawatan Mesin	1.897.000	
	BOP	47.977.800	
	Beban Asuransi Bangunan	200.900.888	
	Beban Adm Bank dan Bunga Bank	-	
	Total Beban		546.724.731
	Laba Sebelum Pajak		1.519.003.708
	Pajak		60.000.000
	Laba Bersih Setelah Pajak		1.459.003.708

Sumber : Data Primer diolah

Tabel 1.15
Laporan Laba Rugi Tahun 2020

	HPP 2020		
	Persediaan Awal		2.567.980.000
	Pembelian	1.590.654.880	
	Biaya Transportasi	8.790.000	
	Retur Barang	300.890.000	
	Pembelian Bersih		1.298.554.880
	Barang Tersedia untuk Dijual		3.866.534.880
	Persediaan Akhir		1.005.000.000
	HPP		2.861.534.880
	LABA RUGI 2020		

	Penjualan		4.860.000.000
	Retur Penjualan	354.800.000	
	Potongan Penjualan	145.980.000	
			500.780.000
	Penjualan Bersih		4.359.220.000
	HPP		2.804.534.880
	Laba Kotor		1.554.685.120
	BEBAN OPRASIONAL		
	Beban Promosi	5.000.000	
	Beban Adm. Toko dan Konveksi	96.980.900	
	Beban Tebaga Kerja	210.000.000	
	Beban Air dab Listrik	8.441.908	
	Beban Telepon	4.679.900	
	Beban Perawatan Mesin	1.876.900	
	BOP	50.089.000	
	Beban Asuransi Bangunan	200.900.888	
	Beban Adm Bank dan Bunga Bank	-	
	Total Beban		577.969.496
	Laba Sebelum Pajak		976.715.624
	Pajak		60.000.000
	Laba Bersih Setelah Pajak		970.715.624

Sumber : Data Primer diolah

C. Pembahasan Temuan

a. Perlakuan Akuntansi Terhadap Biaya CSR

Bagi SAK EMKM laporan keuangan yang harus disusun oleh pelakon UMKM merupakan Laporan posisi keuangan pada akhir periode.

Laporan keuangan yang menyajikan data tentang aset, liabilitas, serta ekuitas entitas pada tiap akhir periode pelaporan. Pos-pos yang mencakup laporan posisi keuangan merupakan sebagai berikut: kas serta setara kas, piutang, persediaan, aset tetap, utang usaha, utang bank, serta ekuitas.

SAK EMKM tidak memastikan format ataupun urutan terhadap akun-akun dalam penyajiannya. Walaupun demikian, penyajian pos- pos aset

entitas bisa menyusun berlandaskan likuiditas serta pos- pos liabilitas berlandaskan urutan jatuh tempo. Setelah itu laporan keuangan yang harus disusun oleh pelakon UMKM ialah laporan laba rugi sepanjang periode, laba rugi sediakan data kinerja keuangan entitas yang terdiri dari data mengenai pendapatan serta beban sepanjang periode pelaporannya. Laporan laba rugi ialah kinerja keuangan entitas buat suatu periode. Pos- pos yang mencakup laporan laba rugi entitas ialah pendapatan, beban keuangan, serta beban pajak.¹

Biaya aktivitas CSR yang sebenarnya diungkapkan pada catatan atas laporan CSR. Tetapi owner UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi belum mempunyai catatan atas laporan keuangan khususnya CSR, untuk aktivitas CSR di dalam Laporan Keuangan UMKM masih di golonhkan pada Pos Beban Lain- Lain. Biaya- biaya Buat aktivitas CSR yang masuk dalam laporan keuangan yang dibebankan UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi ialah biaya ekonomi, bayaran lingkungan serta biaya sisial. Biaya tersebut disajikan dalam pos- pos pada laporan laba rugi dan laporan keuangan. Pos tersebut antara lain biaya gaji karyawan serta biaya lain- lain. Hasil ini didukung dengan wawancara kepada Ibu manager yang mengatakan :

“UMKM Kami belum ada mbak catatan laporan khusus untuk CSR, kami masih melakukan secara sukarela jadi biaya-biaya nya masih jadi satu dengan laporan keuangan . Dan dana yang dikeluarkan tidak kami catat sendiri, masih campur dengan

¹Ikatan Akuntan Indonesia, *Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah* (Jakarta: Ikatan Akuntan Indonesia, 2016).

pengeluaran lain dilaporkan tahunan. Jadi kami mencatatnya masih dalam satu dalam biaya lain-lain.”

b. Implementasi CSR pada UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi

Hasil jawaban pertanyaan tentang implementasi CSR yang terdiri dari 37 pertanyaan yang terdiri dari pertanyaan kategori ekonomi, kategori lingkungan, dan kategori sosial dengan sub kategori praktik ketenagakerjaan dan kenyamanan kerja. Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil pengajuan pertanyaan tentang implementasi CSR, maka hasil analisis diperoleh sebagai berikut:

1. Kategori Ekonomi

Bagian pertama dalam pengungkapan CSR merupakan kategori ekonomi. Dalam kategori ekonomi diukur dengan memakai 7 pernyataan. Tabel 4.9 berikut ini menampilkan hasil jawaban serta persentase jawaban responden:

Tabel 1.16
Distribusi Jawaban Responden/informan Pada Kategori Ekonomi

Pernyataan (Kode)	Jawaban Responden	
	Ya	Tidak
Pernyataan 1 (GA-EC1)	1	0
Pernyataan 2 (GA-EC2)	1	0
Pernyataan 3 (GA-EC3)	0	1
Pernyataan 4 (GA-EC4)	1	0
Pernyataan 5 (GA-EC5)	1	0
Pernyataan 6 (GA-EC6)	1	0
Pernyataan 7 (GA-EC7)	1	0
Jumlah	6	1
Persentase	85,7%	14,3%

Sumber: Data primer diolah

Kategori pertama pengimplementasian CSR oleh UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi yaitu kategori ekonomi yang terdiri

dari 6 pertanyaan yang dijawab pemilik UKM Hasil analisis menunjukkan bahwa persentase implementasi CSR kategori ekonomi mencapai 85,7%. Artinya hampir seluruh pertanyaan CSR pada kategori ekonomi telah dilaksanakan oleh UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi. Hasil ini memiliki makna bahwa UMKM ini melakukan program-program CSR sesuai dengan item-item pertanyaan pada kategori ekonomi. Hal ini didukung dengan hasil wawancara yang dilakukan dengan pemilik UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi.

Berikutnya, pada statment ke- 5, menanggapi “iya”. Statment ke- 5 dalam kategori ekonomi ialah mempekerjakan masyarakat sekitar UMKM . Hasil wawancara yang dilakukan penulis kepada responden yang menunjukkan jika owner UMKM merekrut tenaga kerja dari warga dekat UMKM.

Untuk persoalan ke-7, menanggapi “iya” serta. Statment ke- 7 merupakan pengetahuan mengenai dampak ekonomi yang terjadi Sementara UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi mempunyai pengetahuan mengenai dampak ekonomi yang terjadi.

Pertanyaan nomor 1 dan nomor 2 tentang nilai ekonomi yang dihasilkan didistribusikan langsung ke pendapatan, biaya, kompensasi karyawan, donasi kepada masyarakat, serta keuntungan yang digunakan untuk membayar pinjaman dan pembayaran utang/kwajiban dibayar tepat waktu dan ditulis pada pembukuan. Pada pertanyaan pertama dan kedua UMKM menjawab “Ya”, artinya UMKM Anzaz Konveksi UD

Banyuwangi telah mendistribusikan nilai ekonomi langsung untuk membayar kompensasi karyawan, memberikan donasi kemasyarakatan yang membutuhkan seperti lansia atau yatim piatu, serta melakukan pembayaran pinjaman secara tepat waktu dan di tulis pada pembukuan UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi.

Berikutnya, pada statment ke- 6, menanggapi“ iya”. Statment ke- 6 merupakan UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi turut membantu dalam membangun sarana serta prasarana lokasi sekitarnya. Hasil ini mempunyai makna bahwa Anzaz Konveksi UD Banyuwangi sudah melaksanakan program CSR membantu membangun sarana serta prasarana di lokasi dekat UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi. Wawancara kepada Bapak Kamituo meyakinkan kalau Anzaz Konveksi UD Banyuwangi giat menolong menyumbang tiap bulan agustusan buat menolong dalam pembangunan sarana serta prasarana posisi sekitar UMKM semacam membayar iuran serta mengikuti kerja bakti di lingkungan dekat UMKM.

Berikutnya, pada statment ke-3, menanggapi “tidak”. Statment ke- 3 ialah membuat pembukuan berkaitan dengan penerimaan bantuan keuangan atau modal dari pemerintah setempat. Ini berarti tidak melaksanakan pembukuan berkaitan dengan penerimaan bantuan keuangan ataupun modal dari pemerintah setempat. Tetapi, tidak melaksanakan pembukuan penerimaan bantuan keuangan ataupun

modal dari pemerintah setempat, sebab Anzaz Konveksi UD Banyuwangi tidak memperoleh bantuan keuangan dari pemerintah.

Sedangkan pada pertanyaan nomor 4, hasil menunjukkan bahwa UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi telah memberikan upah atau gaji kepada karyawannya sesuai dengan standar penggajian yang berlaku. Hal ini dibuktikan dengan hasil wawancara dengan pemilik UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi mengatakan bahwa telah memberikan upah sesuai dengan upah minimum regional (UMR) Kota Banyuwangi, sehingga untuk karyawan telah di gaji sesuai dengan UMR tersebut, kecuali untuk pekerja borongan atau pekerja tidak tetap, kami gaji sesuai dengan hasil kerjanya. Hal tersebut juga karena UMKM telah memiliki kemampuan finansial untuk menggaji karyawannya sesuai standar.

Dari tabel 4.9 bisa dilihat kalau sebanyak 85,7% total statment CSR pada kategori ekonomi dijawab dengan jawaban “ya”. Ini berarti pemilik UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi yang selaku informan sudah melaksanakan sebagian besar item statment CSR pada kategori ekonomi.

2. Kategori Lingkungan

Kategori kedua merupakan kategori lingkungan. Dalam kategori lingkungan diukur dengan memakai 20 pernyataan. Tabel 4.10 yang menampilkan hasil jawaban serta persentase jawaban UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi:

Tabel 1.17
Distribusi Jawaban Informan Pada Kategori Lingkungan

Pernyataan (Kode)	Jawaban Responden	
	Ya	Tidak
Pernyataan 1 (G4-EN1)	0	1
Pernyataan 2 (G4-EN2)	1	0
Pernyataan 3 (G4-EN4)	1	0
Pernyataan 4 (G4-EN5)	1	1
Pernyataan 5 (G4-EN5)	1	0
Pernyataan 6 (G4-EN6)	1	0
Pernyataan 7 (G4-EN7)	1	0
Pernyataan 8 (G4-EN8)	1	0
Pernyataan 9 (G4-EN9)	1	0
Pernyataan 10 (G4EN10)	1	0
Pernyataan 11 (G4-EN11)	1	0
Pernyataan 12 (G4-EN12)	1	0
Pernyataan 13 (G4-EN13)	1	0
Pernyataan 14 (G4-EN14)	1	0
Pernyataan 15 (G4-EN15)	1	0
Pernyataan 16 (G4-EN16)	1	0
Pernyataan 17 (G4-EN17)	1	0
Pernyataan 18 (G4-EN18)	1	0
Pernyataan 19 (G4-EN19)	1	0
Pernyataan 20 (G4-EN20)	1	0
Jumlah	18	2
Persentase	90%	10%

Sumber: Data primer diolah

Tabel 4.10 menunjukkan bahwa pertanyaan CSR kategori lingkungan yang dijawab oleh pemilik UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi sebanyak 18 pertanyaan atau sebesar 90% dan jumlah pertanyaan yang tidak terjawab sebanyak 2 pertanyaan atau sebesar 10%. Artinya, UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi sebagian besar telah menerapkan CSR kategori lingkungan. 18 pertanyaan yang telah dijawab “Ya” oleh UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi merupakan bentuk dari tanggungjawab sosial yang telah dilakukan oleh UMKM tersebut.

Pertanyaan nomor 2 penghematan dalam penggunaan energy listrik, hal tersebut telah dilakukan oleh Anzaz Konveksi UD Banyuwangi dan hasil wawancara yang menunjukkan bahwa UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi telah melakukan penghematan dalam penggunaan sumber energi, seperti penggunaan listrik dan bahan bakar dalam produksi konveksi pakaian.

Pertanyaan nomor 3 penggunaan air sesuai kegunaannya, penghematan air telah dilakukan oleh UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi sebagai bentuk pertanggungjawaban sosial pada kategori lingkungan. Pemilik UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi mengatakan bahwa penghematan terhadap penggunaan air dalam proses produksi perlu dilakukan, mengingat bahwa proses produksi konveksi pakaian mulai dari masuk kerja hingga pulang kerja jadi memerlukan jumlah yang banyak sehingga penghematan harus dilakukan agar air dapat dimanfaatkan semaksimal mungkin.

Pertanyaan nomor 5 lokasi produksi tidak memberikan dampak bagi lingkungan, UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi telah menerapkan pengolahan limbah hasil produksi konveksi baju sebelum dilakukan pembuangan ke lingkungan sehingga hal tersebut tidak berdampak buruk pada lingkungan. Pertanyaan nomor 6 memiliki kesadaran apabila limbah menghasilkan dampak buruk pada lingkungan, kesadaran yang dilakukan UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi yaitu dalam bentuk pengolahan limbah secara tepat.

Sedangkan 2 pertanyaan yang dijawab tidak oleh pemilik UMKM yaitu pertanyaan nomor 1 dan nomor 4 yaitu tentang penggunaan bahan daur ulang. Upaya penggunaan bahan daur ulang belum dilakukan oleh UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi hal ini karena keinginan pemilik UMKM menjaga kualitas produk konveksi baju, sehingga penggunaan bahan daur ulang belum dilakukan.

Tabel 4.10 menampilkan jika pada statment 11 serta statment 14, menanggapi statment dengan jawaban “ya”. Statment 11 ialah membatasi bahan- bahan yang membuat polusi, Statment 14 berisi mengenai limbah zat kimia yang dibuang tidak mencemari lingkungan. Hasil ini mempunyai makna kalau Anzaz Konveksi UD Banyuwangi sudah mempunyai pemahaman jika berarti untuk melaksanakan 2 item statment CSR ini.

Pada Anzaz Konveksi UD Banyuwangi menanggapi “ya” pada statment 6 dan 20.. Statment 6 ialah mempunyai kesadaran apabila menghasilkan dampak buruk pada lingkungan. Statment 20 berisi tentang turut dan dalam mengambil aksi pemulihan area yang rusak. Hasil ini mempunyai makna kalau Anzaz Konveksi UD Banyuwangi sudah memiliki pemahaman jika penting untuk melaksanakan kedua item statment CSR ini.

Setelah itu, Anzaz Konveksi UD Banyuwangi membagikan jawaban “ya” pada statment 8, statment 10, serta statment 13. Statment 8 merupakan membantu merawat dan melindungi lingkungan, statment

10 merupakan membantu mengurangi polusi yang ada, serta statment 13 merupakan mengetahui banyaknya limbah serta cara membuangnya. Maksudnya, Anzaz Konveksi UD Banyuwangi menolong menjaga serta melindungi lingkungan, menolong kurangi polusi yang ada, serta mengenali banyaknya limbah serta metode membuangnya.

Selanjutnya, statment 7, statment 16, serta statment 19, melaporkan Anzaz Konveksi UD Banyuwangi menanggapi “ya”. Statment 7 merupakan membantu perbaikan lingkungan yang rusak, statment 16 berisi mengetahui limbah dapat merusak lingkungan, serta statment 19 membantu memberikan dana jika ada kerusakan lingkungan akibat proses produksi. Maksudnya, Anzaz Konveksi UD Banyuwangi sadar akan perbaikan lingkungan yang rusak, mengenali limbah dapat mengganggu lingkungan, serta menolong membagikan dana bila terdapat kerusakan lingkungan akibat proses produksi.

Statment 12, Anzaz Konveksi UD Banyuwangi menanggapi “ya”. Statment 12 adalah limbah air yang dibuang tidak membahayakan. Maksudnya, Anzaz Konveksi UD Banyuwangi dalam statment ini tidak menciptakan limbah berbentuk air,

Selanjutnya, statment 9, serta statment 18, melaporkan Anzaz Konveksi UD Banyuwangi menanggapi “ya”. Statment 9 ialah sadar bahwa penggunaan energi menghasilkan polusi. Statment 18 yakni mengetahui dampak luas dari kerusakan lingkungan. Hasil dari

pernyataan ini melaporkan bila Anzaz Konveksi UD Banyuwangi mengenali akibat luas dari kerusakan lingkungan.

Setelah itu statment 17, melaporkan Anzaz Konveksi UD Banyuwangi menanggapi “ya”. Statment 17 merupakan memberikan denda apabila melanggar peraturan mengenai lingkungan hidup. Persentase menampilkan kalau Anzaz Konveksi UD Banyuwangi sudah memberikan denda apabila melanggar peraturan mengenai lingkungan hidup kepada pengurus masyarakat serta membagikan denda atas perihal tersebut.

Setelah itu statment 15 melaporkan Anzaz Konveksi UD Banyuwangi “ya”. Statment 15 mengelola limbah yang sangat membahayakan. Persentase menampilkan kalau Anzaz Konveksi UD Banyuwangi sudah melaksanakan pengelolaan limbah yang sangat membahayakan serupa banyaknya isi zat kimia yang terdapat pada limbah produksi sehingga Anzaz Konveksi UD Banyuwangi merasa tidak perlu buat melaksanakan pengelolaan limbah

Tabel 4.10 bisa dilihat kalau sebanyak 90% total statment CSR pada kategori lingkungan dijawab dengan jawaban “ya”. Ini berarti, sebagian besar Anzaz Konveksi UD Banyuwangi sudah melaksanakan implementasi CSR dalam kategori lingkungan secara teratur.

3. kategori sosial dimensi praktik ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja

Kategori ketiga dalam implementasi CSR merupakan kategori sosial (hanya terbatas pada ukuran penerapan ketenagakerjaan serta kenyamanan bekerja). Dalam kategori ini diukur dengan 10 statment. Berikut tabel 4.11 yang menampilkan hasil jawaban serta persentase jawaban responden:

Tabel 1.18
Jawaban Responden/Informan Kategori Sosial, Dimensi: Praktik Ketenagakerjaan dan Kenyamanan Bekerja

Pernyataan (Kode)	Jawaban Responden	
	Ya	Tidak
Pernyataan 1 (G4-LA1)	1	0
Pernyataan 2 (G4-LA2)	1	0
Pernyataan 3 (G4-LA3)	1	0
Pernyataan 4 (G4-LA4)	1	0
Pernyataan 5 (G4-LA5)	1	0
Pernyataan 6 (G4-LA6)	1	0
Pernyataan 7 (G4-LA7)	1	0
Pernyataan 8 (G4-LA8)	0	1
Pernyataan 9 (G4-LA9)	0	1
Pernyataan10(G4-LA10)	1	0
Jumlah	8	2
Persentase	80%	20%

Sumber: Data primer diolah

Tabel 4.11 dapat menunjukkan jika dari implementasi pada kategori sosial, ukuran aplikasi ketenagakerjaan serta kenyamanan bekerja pada statment 1 serta statment 2 membagikan jawaban“ ya”. Statment 1 yakni ialah memberikan tambahan upah untuk karyawan yang bekerja dengan baik. Statment ke 2 memperbolehkan karyawan untuk berhenti kerja sementara karena sedang hamil. Ini berarti Anzaz Konveksi UD Banyuwangi sudah melaksanakan CSR ialah membagikan bonus upah untuk karyawan yang bekerja dengan baik.

Hasil wawancara meyakinkan kalau Anzaz Konveksi UD Banyuwangi ataupun owner UMKM bakal membagikan bonus upah ataupun bonus apabila tenaga kerja bekerja dengan baik serta bisa dengan kilat menuntaskan pekerjaan. Serta buat statment 2 responden owner UMKM memperbolehkan karyawan untuk berhenti kerja sedangkan sebab sedang mengandung, bila kariawanya meminta cuti sementara.

Pada statment 4 serta statment 10 Anzaz Konveksi UD Banyuwangi membagikan jawaban“ ya”. Statment 4 merupakan menerima saran dari pekerja mengenai keselamatan kerja. statment 10 ialah menerima pengaduan karyawan mengenai masalah ketenagakerjaan. Maksudnya, Anzaz Konveksi UD Banyuwangi menerima anjuran dari pekerja mengenai keselamatan kerja serta secara terbuka sudah menerima pengaduan karyawan mengenai permasalahan ketenagakerjaan. Anzaz Konveksi UD Banyuwangi menerima anjuran dari pekerja mengenai keselamatan kerja serta secara terbuka menerima pengaduan dari tenaga kerja mengenai permasalahan ketenagakerjaan. Perihal ini dibuktikan oleh hasil wawancara kalau rata- rata tenaga kerja membagikan pengaduan kepada pemilik UMKM dalam perihal fasilitas produksi serta besarnya upah yang tenaga kerja dapatkan.

Kemudian, statment ke 6 membagikan jawaban “ya”. Namun, sebanyak. Statment ke 6 ialah memberikan informasi bahaya akibat produksi kepada karyawan. Maksudnya, pemilik UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi sudah memberitahukan kepada karyawan

mengenai informasi bahaya akibat produksi kepada karyawan. Hasil ini didukung oleh wawancara dengan responden yang melaporkan kalau komunikasi antara owner UMKM dengan tenaga kerja ialah hal berarti serta ialah kunci buat menjalin ikatan yang baik antara owner UMKM dengan tenaga kerja.

Untuk statment ke 5 membagikan jawaban “ya”. Statment 5 ialah memperhatikan karyawan yang memiliki penyakit, kecelakaan kerja, ataupun kematian. Wawancara dengan UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi membuktikan jika responden apabila tenaga kerja mempunyai penyakit ataupun lagi sakit, alami musibah kerja ataupun kematian, sehingga pemilik UMKM Anzaz Konveksi membagikan atensi kepada tenaga kerja tersebut baik berbentuk dana ataupun wujud atensi lain.

Kemudian, statment ke 9 dan 8 UMKM Anzaz Konveksi membagikan jawaban “ya”. Statment 8 ialah mempunyai jam pelatihan pekerja statment 9 terdapatnya pelatihan untuk tiap karyawan. Ini mempunyai makna kalau UMKM Anzaz Konveksi tidak sempat mengadakan pelatihan untuk tiap tenaga kerja. Statment ini dibuktikan dengan hasil wawancara kalau UMKM Anzaz Konveksi merasa kalau tidak terdapat pelatihan secara spesial hanya sesekali untuk turut hadir dari panggilan pemeritah contohnya, buat tenaga kerja pada UMKM Anzaz Konveksi perihal ini tidak butuh buat dicoba. Cuma dalam wujud arahan secara langsung saja apabila tenaga kerja ingin bekerja.

Berikutnya, statment ke 3 serta ke 7, serta statment ke 8 UMKM Anzaz Konveksi menanggapi “ya”. Statment ke 3 memberitahukan kepada karyawan menimpa tiap pergantian kebijakan saat sebelum kebijakan tersebut diresmikan. Statment 7 merupakan membagikan jaminan kesehatan kepada karyawan. Maksudnya, dari hasil wawancara terhadap UMKM Anzaz Konveksi membagikan pernyataan kalau telah memberitahukan kepada karyawan mengenai tiap pergantian kebijakan saat sebelum kebijakan tersebut ditetapkan, telah membagikan jaminan keselamatan kepada tenaga kerja menunjukkan kalau owner UMKM mempunyai kewajiban buat membagikan jaminan keselamatan kepada tenaga kerja kalau tenaga kerja ialah faktor berarti dalam usaha, tidak hanya itu, apabila tenaga kerja hadapi kendala kesehatan serta tidak masuk bekerja, sehingga usaha pun juga jadi kesusahan dalam berproduksi.

Pada tabel 4.11 bisa dilihat jika sebanyak 80% total statment CSR pada jenis ini dijawab dengan jawaban “ya”. Ini berarti kalau sebagian besar responden telah melaksanakan CSR terikat kategori sosial, ukuran praktek ketenagakerjaan serta kenyamanan bekerja. Maksudnya, sebagian besar responden mempunyai kepedulian serta perhatian terhadap tenaga kerjanya.

**b. Analisis Implementasi CSR dalam Menunjang Kinerja Keuangan
UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi di Tengah Pandemi Covid-
19**

**1. Analisis kinerja keuangan menggunakan balanced scorecard pada
perspektif keuangan**

Analisis implementasi CSR dalam menunjang kinerja keuangan dilakukan dengan menganalisis kinerja keuangan menggunakan balanced scorecard pada perspektif keuangan. Ukuran hasil yang digunakan dalam perspektif keuangan pada UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi yaitu perkembangan profit, perkembangan Likuiditas, Laba Bersih, dan pendapatan UMKM.

a) Perkembangan Profit

Perkembangan profit diperoleh dengan membandingkan laba selama dua periode yaitu laba tahun 2019 dengan laba tahun 2020 :

$$\begin{aligned} \text{Perkembangan Profit} &= \frac{970.715.624 - 1.459.003.708}{1.459.003.708} \times 100\% \\ &= -33,46\% \end{aligned}$$

Tabel 1.19
Perkembangan Profit

Tahun	Laba Bersih	Perkembangan
2019	Rp <u>1.459.003.708</u>	-33,46%
2020	Rp <u>970.715.624</u>	

Sumber: Data primer diolah

Hasil analisis pada tabel 4.16 menunjukkan adanya penurunan profit yang dialami oleh UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi. Tahun 2019 perolehan laba bersih sebesar Rp

1.459.003.708 dan mengalami penurunan sebesar 33,46% ditahun 2020.

b) Perkembangan Likuiditas

Pengukuran kinerja keuangan pada perkembangan likuiditas meliputi rasio lancar dan rasio cepat.

1. Rasio Lancar

Rasio lancar diperoleh dengan cara membandingkan asset lancar dengan hutang lancar.

$$\text{Rasio} = \frac{\text{Aset Lancar}}{\text{Hutang Lancar}}$$

$$\text{Perkembangan} = \frac{\text{Rasio lancar 2020} - \text{Rasio 2019}}{\text{Rasio Lancar 2019}} \times 100\%$$

$$\text{Rasio lancar 2019} = \frac{6.946.630.900}{1.615.140.000} = 4,3009466052478$$

$$\text{Rasio Lancar 2020} = \frac{3.813.252.200}{1.320.720.000} = 2,8872525592101$$

$$\begin{aligned} \text{Perkembangan} &= \frac{2,8872525592101 - 4,3009466052478}{4,3009466052478} \times 100\% \\ &= -32,86\% \end{aligned}$$

Tabel 1.20
Rasio Lancar

Uraian	Tahun 2019	Tahun 2020
Aset Lancar	Rp 6.946.630.900	Rp 3.813.252.200
Hutang Lancar	Rp 1.615.140.000	Rp 1.320.720.000
Rasio Lancar	4,3009466052478	2,8872525592101
Perkembangan	-32,86%	

Sumber: Data primer diolah

Analisis Rasio Lancar yang dilakukan pada tabel 4.17 menunjukkan adanya penurunan rasio lancar. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi dalam melunasi kewajibannya semakin menurun dibanding tahun sebelumnya. Penurunan sebesar -32,86% sehingga ditahun 2020 UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi memiliki kemampuan yang rendah untuk melunasi keajibannya.

2. Rasio Cepat

Rasio cepat merupakan rasio yang diperoleh dari perbandingan antara aset lancar inventori dengan hutang lancar. Rasio Cepat digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menutupi kewajiban jangka pendek tanpa memperhitungkan persediaan/inventori.

$$\text{Rasio Cepat} = \frac{\text{Aset Lancar} - \text{Inventori}}{\text{Hutang Lancar}}$$

$$\text{Perkembangan} = \frac{\text{Ras. Cepat 2020} - \text{Ras Cepat 2019}}{\text{Rasio Cepat 2019}} \times 100\%$$

$$\text{Rasio lancar 2019} = \frac{6.946.630.900 - 4.300.980.000}{1.615.140.000}$$

$$= 1,6380319353121$$

$$\text{Rasio Lancar 2020} = \frac{3.813.252.200 - 2.567.980.000}{1.320.720.000}$$

$$= 0,9428737355381$$

$$\text{Perkembangan} = \frac{0,9428737355381 - 1,6380319353121}{1,6380319353121} \times 100\%$$

$$= \frac{0,9428737355381 - 1,6380319353121}{1,6380319353121}$$

$$= -42,43\%$$

Tabel 1.21
Rasio Cepat

Uraian	Tahun 2019	Tahun 2020
Aset Lancar	Rp 6.946.630.900	Rp <u>3.813.252.200</u>
Inventori	Rp 4.300.980.000	Rp 1.320.720.000
Hutang Lancar	Rp 1.615.140.000	Rp <u>1.320.720.000</u>
Rasio Cepat	1, 6380319353121	0,9428737355381
Perkembangan	-42,43%	

Sumber: Data primer diolah

Hasil analisis pada tabel 4.18 menunjukkan adanya penurunan rasio cepat sebesar 42,43% ditahun 2020. Penurunan rasio cepat ini menunjukkan adanya penurunan kemampuan UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi dalam melunasi kewajiban jangka pendeknya. Penurunan ini disebabkan karena adanya peningkatan aset lancar dan inventori, hal ini yang menyebabkan penurunan likuiditas UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi di tahun 2020.

c. Laba Bersih

Indikator laba bersih diperoleh dari perbandingan antara laba bersih dengan total aset yaitu dengan menggunakan rasio Return On Investment (ROI).

$$\text{Return On Investment (ROI)} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

$$\text{Perkembangan (ROI)} = \frac{\text{ROI 2020} - \text{ROI 2019}}{\text{ROI 2019}} \times 100\%$$

$$\begin{aligned} \text{Return On Investment 2019} &= \frac{1.459.003.708}{6.446.970.000} = 0,2263084376071 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Return On Investment 2020} &= \frac{970.715.624}{3.944.678.000} = \\
 0,2460823479128 & \\
 \\
 \text{Perkembangan} &= \frac{0,2460823479128-0,2263084376071}{0,2263084376071} \times 100\% \\
 &= 8,7\%
 \end{aligned}$$

Tabel 1.22
Return On Investment (ROI)

Uraian	Tahun 2019	Tahun 2020
Laba Bersih	Rp <u>1.459.003.708</u>	Rp <u>970.715.624</u>
Total Aset	Rp 4.300.980.000	Rp 3.944.678.000
ROI	0,2263084376071	0,2460823479128
Perkembangan	8,7%	

Sumber: Data primer diolah

Tabel 4.19 merupakan hasil analisis laba brsih UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi yang diukur dengan rasio ROI. Hasil analisis menunjukkan adanya peningkatan ROI sebesar 8% dibanding tahun sebelum. Tahun 2019 perhitungan ROI menunjukkan 0,22 sedangkan pada tahun 2020 ROI sebesar 0,24 sehingga menunjukkan tingkat profitabilitas UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi mengalami peningkatan.

d. Pendapatan UMKM

Perhitungan UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi dilakukan dengan menggunakan analisis Asset Turn Over (ATO) yang diperoleh dari perbandingan penjualan dan total aset. Rasio ATO digunakan untuk menilai kemampuan UMKM Anzaz Konveksi

UD Banyuwangi untuk menghasilkan penjualan dari total assetnya.

Perhitungan dilakukan sebagai berikut :

$$\text{Asset Turn Over (ATO)} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Total Aset}}$$

$$\text{Perkembangan ATO ROI 2019} = \frac{\text{ATO 2020} - \text{ATO 2019}}{\text{ATO 2019}} \times 100\%$$

$$\text{Rasio lancar 2019} = \frac{6.765.900.344}{6.446.970.000} = 1,0494698042646$$

$$\text{Rasio Lancar 2020} = \frac{4.860.000.000}{3.944.678.000} = 1,2320397254224$$

$$\begin{aligned} \text{Perkembangan} &= \frac{1,2320397254224 - 1,0494698042646}{1,0494698042646} \times \\ 100\% &= 17,39\% \end{aligned}$$

Tabel 1.23
Asset Turn Over (ATO)

Uraian	Tahun 2019	Tahun 2020
Penjualan	Rp 6.765.900.344	Rp 4.860.000.000
Total Aset	Rp 6.446.970.000	Rp 3.944.678.000
ATO	1,0494698042646	1,2320397254224
Perkembangan	17,39%	

Sumber: Data primer diolah

Hasil analisis perkembangan pendapatan UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi dengan menggunakan Asset Turn Over (ATO) menunjukkan adanya perkembangan sebesar 17%. Artinya bahwa perkembangan UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi meningkat di tahun 2020.

2. Analisis implementasi CSR dalam menunjang kinerja keuangan UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi di tengah pandemi Covid-19

Ukuran penilaian kinerja pada perspektif keuangan disajikan dalam tabel penilaian kinerja perspektif keuangan sebagai berikut:²

Tabel 1.24
Ukuran Perspektif Keuangan

Nilai Tolak Ukur	Pencapaian	Kriteria Kinerja
5	>110%	Baik Sekali
4	100%-110%	Baik
3	90%-100%	Cukup
2	80%-90%	Kurang
1	<80%	Kurang Sekali

Pengukuran masing-masing indikator pada perspektif keuangan menggunakan tabel ukuran perspektif keuangan.³ Tabel ukuran perspektif keuangan tersebut menunjukkan tingkat pencapaian kinerja yang dilakukan oleh UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi. Pada tabel 4.22 berisi rangkuman hasil analisis kinerja keuangan dengan beberapa indikator sebagai berikut:

² Edi Wibowo, "Kajian Analisis Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dengan Menggunakan Metode Balanced Scorecard", *Jurnal Lentera Bisnis*, 6 (2017), 25-43.

³ Paul R. Niven, *Balanced Scorecard: Step – By – Step for Government and Nonprofit Agencies* (New York: John Wiley & Sons, Inc., 2003) 60.

Tabel 1.25
Hasil Analisis Kinerja Keuangan

No	Indikator Perspektif Keuangan	Tahun 2019	Tahun 2020	Perkembangan/ Penurunan	Nilai Tolak Ukur	Nilai Kinerja
1	Perkembangan /penurunan Profit	Rp 1.459.003.708	Rp 970.715.624	-33,46%	1	Kurang Sekali
		100%	66,54%			
2	Perkembangan Likuiditas -Rasio Lancar	4,30	2,88	-33,02%	1	Kurang Sekali
		100%	66,97%			
	-Rasio Cepat	1,63	0,94	-42,33%	1	Kurang Sekali
		100%	57,67%			
3	Perkembangan Laba Bersih (ROI)	0,22	0,24	8%	4	Baik
		100%	108%			
4	Perkembangan Pendapatan (ATO)	1,04	1,23	19,76%	5	Baik Sekali
		100%	19,76%			
Jumlah					12	
Rata-rata					2,4	
Kinerja keuangan keseluruhan					Kurang	

Sumber: Data primer diolah

Hasil perhitungan pada indikator perkembangan profit memberikan hasil perkembangan profit dari tahun 2019 dan tahun 2020 sebesar -33,46% yang menunjukkan bahwa perkembangan profit UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi mengalami penurunan yang sangat signifikan dari tahun 2019 ke tahun 2020 sebesar -33,46% yang menunjukkan kinerja kurang sekali. Hasil ini didukung dengan wawancara kepada pemilik UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi yang mengatakan bahwa penurunan profit ini terjadi karena selama

pengimplementasian CSR dalam situasi pandemi Covid-19 ini sangat berpengaruh pada profit UMKM dalam indikator perekonomian dari sisi penawaran dan Permintaan. Di sisi penawaran, UMKM kurangi pasokan bahan baku serta produk, dan rantai pasokan yang pula alami hambatan, semacam kebijakan Pembatasan Sosial berskala besar(PSBB) yang dilakukan di bermacam wilayah membatasi pengiriman produk konveksi ke luar wilayah, Tidak hanya itu pula pelakon usaha konveksi hadapi kelangkaan bahan baku, Semacam Kain, Benang, serta lain sebagainya. Dari sisi permintaan, minimnya permintaan serta menyusutnya keyakinan konsumen terhadap sesuatu produk memunculkan loyalitas pelanggan menurun sehingga terjalin penyusutan penjualan serta pesanan yang menyebabkan profit pula mengalami penyusutan hampir 1 tahun lebih ini yang sangat mempunyai akibat yang lumayan signifikan terhadap UMKM Anzaz Konveksi.

Pada indikator perkembangan likuiditas terdapat dua alat ukur yang digunakan yaitu rasio lancar dan rasio cepat. Pada rasio lancar diperoleh nilai 1 untuk tahun 2019 dan nilai 1 untuk tahun 2020, ini berarti bahwa UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi mempunyai kemampuan yang kurang sekali dalam melunasi kewajibannya. Perhitungan perkembangan likuiditas menggunakan analisis yaitu perkembangan rasio lancar sebesar -33,02% yang menunjukkan kinerja kurang sekali dan Rasio Cepat mengalami penurunan sebesar -42,43%

yang menunjukkan kinerja kurang sekali. Hal ini dikarenakan dengan adanya dampak dari pandemi Covid-19 UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi mengurangi pemasokan produk sehingga persediaan berkurang, dan alhasil sangat memengaruhi aset lancar, dengan itu maka rasio lancar dan rasio cepat UMKM sangat terpengaruh.

Hasil analisis didukung dengan hasil pertanyaan CSR kategori ekonomi yang diajukan kepada pemilik UMKM bahwa nilai ekonomi yang dihasilkan dihasilkan UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi langsung didistribusikan untuk melunasi kewajiban secara tepat waktu.

Indikator pengukuran laba bersih dalam perspektif keuangan telah mengalami perkembangan atau peningkatan sebesar 8%. Tahun 2019 hasil perhitungan ROI sebesar 0,22 dan Tahun 2020 ROI sebesar 0,24. Artinya bahwa kemampuan UMKM dalam menghasilkan laba dari aktiva yang digunakan mengalami peningkatan di tahun 2020. Perkembangan laba sebesar 8% pada tahun 2020 menunjukkan kinerja baik pada pertumbuhan laba bersih. Dalam perhitungan indikator ekonomi menurut laba bersih atau ROA UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi mengimbangkan aktiva yang ada dengan sebaik mungkin meski dalam kondisi pandemi Covid-19.

Indikator dalam perspektif keuangan yang terakhir yaitu pendapatan perusahaan atau ATO. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa ATO mengalami perkembangan sebesar 19,76%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi

mengalami peningkatan pendapatan ditahun 2020 dibandingkan tahun 2019 yang mana pertumbuhan ini menunjukkan kinerja baik pada peningkatan pendapatan dalam perhitungan indikator ekonomi menurut perhitungan ATO atau Asset Turn Over UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi. Dengan perhitungan ini membuktikan meski dalam kondisi pandemi Covid-19 UMKM masih tetap dapat bertahan dan tetap mempertahankan sebaik mungkin ATO UMKM.

Hasil analisis pespektif keuangan tersebut dilakukan pada laporan keuangan 2020 dan tahun 2019, menunjukkan nilai kinerja keuangan keseluruhan 2,4, artinya kinerja keuangan Anzaz Konveksi UD Banyuwangi adalah kurang, dikarenakan dampak dari pandemi Covid-19. Begitu juga hasil analisis CSR menunjukkan tingkat implementasi CSR 86%, artinya implementasi CSR yang dilakukan oleh UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi adalah tinggi.

Implementasi program-program CSR yang diterapkan oleh UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi dapat menunjang kinerja keuangan dalam perhitungan ROI dan ATO contohnya. Sehingga kesadaran penerepan CSR yang dilakukan oleh pemilik UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi perlu ditingkatkan dan dapat digunakan sebagai acuan untuk UMKM lain dalam penerapan CSR.

**c. Analisis Implementasi CSR dalam Menunjang Kinerja Non Keuangan
UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi**

1. Perspektif Pertumbuhan dan Pembelajaran

Sasaran strategis pada perspektif pembelajaran dan pertumbuhan yaitu jumlah karyawan, peningkatan produktifitas karyawan, kepausan karyawan, dan peningkatan kapabilitas karyawan.

1) Jumlah karyawan

Banyaknya jumlah karyawan digunakan untuk mengukur tingkat kemampuan UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi dalam mempertahankan karyawan.

$$\text{Perkembangan karyawan} = \frac{\text{Karyawan th2020} - \text{Karyawan th 2019}}{\text{Kariawan th 2019}} \times 100\%$$

$$\begin{aligned} \text{Perkembangan karyawan} &= \frac{25-20}{20} \times 100\% \\ &= 24\% \end{aligned}$$

Tabel 1.26
Data Jumlah Karyawan

Uraian	Tahun 2019	Tahun 2020
Jumlah karyawan	20	25
Perkembangan karyawan	25%	

Sumber: Data primer diolah

Hasil analisis pada tabel 4.34 menunjukkan perkembangan jumlah karyawan sebesar 25%, artinya terjadi peningkatan jumlah karyawan di tahun 2020 yaitu sebesar 5 pekerja. Dari hasil analisis ini dapat disimpulkan bahwa peningkatan karyawan menunjukkan

UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi mampu mempertahankan karyawannya dan menambah karyawan baru.

2) Peningkatan Produktifitas Karyawan

Indikator yang digunakan untuk mengukur perkembangan produktifitas karywan yaitu dengan membandingkan antara laba sebelum pajak yang dihasilkan oleh para pekerja dengan jumlah karyawan keseluruhan yang dikerahkan untuk mengasilkan laba tersebut.

Produktifitas karyawan = $\frac{\text{Laba oprasional sebelum pajak}}{\text{Jumlah kariawan}}$

Perkm. Prodk. karyawan = $\frac{\text{Prod.fitas 2020} - \text{Prod.fitas 2019}}{\text{Prod.fitas 2019}} \times 100\%$

Prodk.fitas karyawan 2019 = $\frac{1.519.003.708}{20} = 75.950.185,4$

Prodk.fitas karyawan 2020 = $\frac{976.715.624}{25} = 39.068.624,96$

Perkm. Prodk.fitas karyawan = $\frac{39.068.624 - 75.950.185}{75.950.185} \times 100\%$
= -48,56%

Tabel 1.27
Produktifitas Karyawan

Uraian	Tahun 2019	Tahun 2020
Laba sebelum pajak	Rp 1.519.003.708	Rp_976.715.624
Jumlah karyawan	20	25
Produktifitas karyawan	Rp 75.950.185,4	Rp 39.068.624,96
Perkembangan	-48,56%	

Sumber: Data primer diolah

Hasil analisis data pada tabel 4.33 menunjukkan tingkat produktifitas karyawan yang digunakan sebagai tolak ukur untuk mengetahui besarnya persentase produktifitas karyawan dalam bekerja. Tingkat produktifitas karyawan tahun 2019 menunjukkan Rp 75.950.185,4 dengan 20 orang tenaga kerja, tingkat produktifitas menurun pada tahun 2020 sebesar Rp 39.068.624,96 dengan jumlah karyawan sebesar 25 orang. Penurunan produktifitas karyawan ini menunjukkan kinerja UMKM kurang sekali.

3) Peningkatan Kapabilitas Karyawan

Tingkat pelatihan karyawan yang dilakukan oleh UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi setiap tahun hanya mengadakan dua kali pelatihan bagi karyawannya.

Peningkatan kapabilitas karyawan diukur dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Kapabilitas karyawan} = \frac{\text{Jumlah Pelatihan}}{\text{Jumlah kariawan}} \times 100\%$$

$$\text{Pening. Kapabilitas karyawan} = \frac{\text{Kap. kary 2020} - \text{Kap kar 2019}}{\text{Prod.fitas 2019}} \times 100\%$$

$$\text{Kapabilitas karyawan 2019} = \frac{1}{20} \times 100\% = 5\%$$

$$\text{Kapabilitas karyawan 2020} = \frac{1}{25} \times 100\% = 4\%$$

$$\text{Pening. Kapabilitas karyawan} = \frac{4-5}{5} \times 100\%$$

$$= -3\%$$

Tabel 1.28
Peningkatan Kapabilitas karyawan

Keterangan	Tahun 2019	Tahun 2020
Jumlah pelatihan	1	1
Jumlah karyawan	20	25
Peningkatan Kapabilitas	-3%	

Sumber: Data primer diolah

Hasil analisis pada tabel 4.35 menunjukkan bahwa terjadi peningkatan tingkat kapabilitas karyawan yaitu sebesar 3% dari tahun 2019 ke tahun 2020. Penurunan ini sebabkan karena adanya peningkatan jumlah karyawan namun tidak diikuti dengan jumlah pelatihan yang diberikan.

4) Kepuasan Karyawan

Indikator kepuasan karyawan diukur dengan gaji atau upah yang diberikan kepada karyawan sesuai dengan standar, bonus yang diberikan kepada karyawan, dan pelatihan yang diberikan kepada karyawan.

Pemberian gaji sesuai dengan standar gaji kota Kediri telah UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi lakukan, selain itu demi menjaga kepuasan karyawan, UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi juga memberikan reward bagi karyawan yang berprestasi atau memiliki kinerja yang baik. Sehingga complain mengenai gaji dan bonus yang diberikan tidak dijumpai oleh UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi, Sebagian besar karyawan puas dengan gaji serta bonus yang diterima sesuai dengan kinerjanya.

Hasil analisis kinerja non keuangan perspektif proses bisnis internal, dikur dngan menggunakan ukuran inovasi produk, system informasi teknologi baru sebagai berikut

Tabel 1.29
Ukuran Indikator Produktifitas, Jumlah, Kepuasan dan Kapabilitas⁴

Nilai Tolak Ukur	Pencapaian	Kriteria Kinerja
5	>110%	Baik Sekali
4	100%-110%	Baik
3	90%-100%	Cukup
2	80%-90%	Kurang
1	<80%	Kurang Sekali

Tabel 1.30
Hasil Analisis Kinerja Non Keuangan Perspektif Pertumbuhan dan Pembelajaran

No	Indikator Perspektif Pertumbuhan dan Pembelajaran	Tahun 2019	Tahun 2020	Perkembangan/pe nurunan	Nilai Tolak Ukur	Nilai Kinerja
1	Peningkatan Jumlah karyawan	20	25	25%	5	Baik Sekali
		100%	125%			
2	Peningkatan Produktifitas Karyawan	Rp 75.950.185,4	Rp 39.068.624,96	-51,44%	1	Kurang Sekali
		100%	48,56%			
3	Peningkatan Kapabilitas Karyawan	1	1	-3%	3	Cukup
		100%	97%			
4	Kepuasan Karyawan	Gaji sesuai Standar & Bonus	Gaji sesuai Standar & Bonus	100%	4	Baik
		100%	100%			
Jumlah					13	
Rata-rata					3,25	
Kinerja Non Keuangan Perspektif Pertumbuhan dan Pembelajaran					Cukup	

Sumber: Data primer diolah

⁴ Paul R, Niven, *Balanced Scorecard: Step – By – Step for Government and Nonprofit Agencies* (New York: John Wiley & Sons, Inc., 2003) 61.

Hasil analisis kinerja non keuangan perspektif pertumbuhan dan pembeajaran pada tabel 4.37 yang diukur melalui 4 indikator yaitu jumlah karyawan, peningkatan produktifitas karyawan, peningkatan kapabilitas karyawan, dan kepuasan pelanggan menunjukkan kinerja yang cukup. Pada ukuran produktifitas karyawan, mengalami penurunan sebesar -51,44% dengan tolak ukur 1, artinya perkembangan produktifitas karyawan kurang sekali dibanding tahun sebelumnya, pengurangan perkembangan produktifitas karyawan dipngaruhi oleh laba bersih UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi yang mengalami penurunan disebabkan pandemi Covid-19, hal ini sangat berpengaruh meskipun jumlah tenaga kerja sudah ditambahkan tetap tidak bisa menyempurnakan perkembangan produktifitas karyawan.

Peningkatan jumlah karyawan sebesar 25% pada tahun 2019 dan memiliki nilai kinerja sebesar 5 yang artinya kinerja non keuangan UMKM diukur dengan peningkatan jumlah karyawan memiliki kinerja yang sangat baik. Untuk meningkatkan laba dalam situasi pandemi Covid-19 UMKM Anzaz Konveksi menambah jumlah kariawan agar kinerja dapat terpenuhi sesuai dengan targer UMKM Anzaz Konveksi. Peningkatan jumlah karyawan ini menanadai bahwa UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi memiliki karyawan yang loyal dan memiliki kinerja yang bagus, sehingga tidak ada pemecatan karyawan selama tahun 2020.

Sedangkan pada kapabilitas karyawan mengalami penurunan, hal ini disebabkan karena peningkatan jumlah karyawan tidak diimbangi dengan jumlah pelatihan sehingga tingkat kapabilitas karyawan cenderung menurun. Karena keterbatasan kegiatan disebabkan Pandemi Covid-19.

Sehingga hasil keseluruhan analisis kinerja non keuangan pada perspektif pertumbuhan dan pembelajaran menunjukkan nilai 3,25 yang artinya UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi memiliki kinerja cukup, diukur dari perspektif pertumbuhan dan pembelajaran.

2. Perspektif Pelanggan

Indikator pengukuran yang digunakan dalam perspektif pelanggan yaitu meningkatkan loyalitas pelanggan dan hubungan baik dengan pelanggan yang diukur dengan analisis tingkat kepuasan pelanggan, jumlah event, dan peningkatan jumlah pelanggan.

1) Kepuasan Pelanggan

Untuk mengetahui kepuasan pelanggan dalam kaitannya dengan pengimplementasian CSR dilakukan dengan wawancara mendalam dengan pemilik UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi mengenai kepuasan pelanggan. Pengukuran kepuasan pelanggan salah satunya dilihat dari ada tidaknya keluhan atau keluhan dari pelanggan mengenai kualitas, harga produk yang dijual, dan pelayanan yang diberikan oleh karyawan. Data yang diperoleh

menunjukkan bahwa selama tahun 2019 terdapat empat komplain dari planggan yang meliputi:

- Karyawan tidak memberikan informasi produk yang dijual secara jelas-jelasnya
- Kemasan yang kurang rapi
- Kurang ramahnya karyawan dalam melayani pelanggan
- pengiriman pesanan yang tidak tepat
- Ketepatan waktu pengiriman pesanan

Data ini didukung dengan hasil wawancara dengan manager UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi sebagai berikut :

“jumlah komplain yang kami terima selama tahun 2019 lumayan banyak, yaitu komplain tentang keramahan karyawan, karyawan kurang bisa menjelaskan produk, pengiriman pesanan yang tidak tepat, dan kemasan yang kurang rapi”

Sedangkan pada tahun 2020, komplain dari pelanggan mengalami penurunan dan pemilik UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi hanya menerima dua komplain yaitu tentang karyawan kurang ramah dalam melayani pelanggan dan karyawan kurang cepat dalam melayani pelanggan. Dari hasil wawancara yang dilakukan dengan pemilik UMKM.

Peningkatan Komplain = $\frac{\text{Komplain 2020} - \text{Komplain 2019}}{\text{Komplain 2019}} \times 100\%$

Peningkatan Komplain = $\frac{2-5}{5} \times 100\% = -60\%$

Tabel 1.31
Penurunan Jumlah Komplain

Uraian	Tahun 2019	Tahun 2020
Jumlah komplain pelanggan	5	2
Penurunan Komplain Pelanggan	-60%	

Sumber: Data primer diolah

Dari Tabel 4.23 dapat disimpulkan bahwa terjadi penurunan komplain dari pelanggan sebesar -60%, yang mana tahun 2019 terdapat 5 jenis komplain dari pelanggan dan mengalami penurunan ditahun 2020 menjadi 2 jenis komplain. Artinya, bahwa UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi telah mampu mengatasi komplain dari pelanggan.

2) Jumlah Kegiatan yang Dilakukan UMKM

UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi juga menerima kunjungan dari sekolah, menerima siswa magang, dan mahasiswa yang ingin melakukan penelitian pada UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi, serta melakukan pembinaan pada UMKM lainnya, salah satu UMKM binaan UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi yaitu UMKM bina usaha. Kegiatan-kegiatan ini juga merupakan bentuk penerapan CSR dalam kegiatan sosial oleh pemilik UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi.

Kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi ini merupakan sebuah upaya untuk mengenalkan produk-produk UMKM Anzaz Konveksi UD

Banyuwangi kepada masyarakat luas, selain itu senagai upaya untuk menjalin hubungan baik dengan pelanggan baru.

Dalam satu tahun UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi mampu mengikuti berbagai kegiatan yang berkaitan dengan pengembangan UMKM. Selama tahun 2020 terdapat 7 atau kegiatan yang diikuti. Kegiatan ini meningkat dibandingkan tahun 2019 yang mengikuti 6 kegiatan.

$$\text{Peningkatan Kegiatan} = \frac{\text{kegiatan 2020} - \text{Kegiatan 2019}}{\text{Kegiatan 2019}} \times 100\%$$

$$\text{Peningkatan Kegiatan} = \frac{7-6}{6} \times 100\% = 16,67\%$$

Tabel 1.32
Peningkatan Kegiatan UMKM

Uraian	Tahun 2019	Tahun 2020
Jumlah Kegiatan	6	7
Peningkatan Jumlah Kegiatan	16,67%	

Sumber: Data primer diolah

3) Peningkatan jumlah pelanggan

Peningkatan jumlah pelanggan menunjukkan bahwa kinerja UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi semakin baik, hal ini dapat dilihat dari persentase peningkatan yang diperoleh dari perbandingan jumlah pelanggan tahun 2019 dengan jumlah pelanggan tahun 2020. Data yang diperoleh sebagai berikut :

$$\text{Pening. Jumlah Pelanggan} = \frac{\text{kegiatan 2020} - \text{Kegiatan 2019}}{\text{Kegiatan 2019}} \times 100\%$$

$$\text{Peningkatan Kegiatan} = \frac{803-1020}{1020} \times 100\% = -27,02\%$$

Tabel 4.33
Peningkatan Jumlah Pelanggan

Uraian	Tahun 2019	Tahun 2020
Jumlah Pelanggan	803	1.020
Peningkatan Jumlah Pelanggan	-27,02%	

Sumber: Data primer diolah

Dari tabel 4.24 diperoleh persentase peningkatan jumlah pelanggan sebesar 27,02%. Data jumlah pelanggan tahun 2019 sebesar 803 pelanggan dan mengalami perkembangan sebesar 27,02% ditahun 2020 menjadi 1.020 pelanggan. Meskipun pandemi Covid-19 untuk pelanggan berkurang dikarenakan banyak pelanggan yang tidak memesan produk baik di toko dan konveksi kami karena kondisi Covid-19 pelanggan dalam pembelian jumlah kecil yang masih belanja dan memesan untuk pembelian besar UMKM Anzaz konveksi untuk saat ini pasti mengalami pengurangan.

Ukuran pencapaian perkembangan kinerja non keuangan pada perspektif pelanggan menggunakan ukuran indikator jumlah komplain, jumlah pameran, serta jumlah karyawan. Ukuran pencapaian kinerja non keuangan dengan perspektif pelanggan adalah sebagai berikut :

Tabel 34
Ukuran Indikator Jumlah Komplain Pelanggan⁵

Nilai Tolak Ukur	Pencapaian	Kriteria Kinerja
1	80-100%	Kurang Sekali
2	60%-80%	Kurang
3	40%-60%	Cukup
4	20%-40%	Baik
5	<20%	Baik Sekali

Tabel 35
Ukuran Indikator Jumlah Pelanggan & Kegiatan yang dilakukan⁶

Nilai Tolak Ukur	Pencapaian	Kriteria Kinerja
5	>110%	Baik Sekali
4	100%-110%	Baik
3	90%-100%	Cukup
2	80%-90%	Kurang
1	<80%	Kurang Sekali

Berikut merupakan hasil pengukuran kinerja non keuangan pada perspektif pelanggan secara keseluruhan :

Tabel 1.36
Hasil Analisis Kinerja Non Keuangan Perspektif Pelanggan

No	Indikator Perspektif Pelanggan	Tahun 2019	Tahun 2020	Perkembangan/ Penurunan	Nilai Tolak Ukur	Nilai Kinerja
1	Kepuasan pelanggan mengurangi komplain	5	2	-60%	3	Cukup
		100%	40%			
2	Jumlah Kegiatan yang Dilakukan UMKM	6	7	16,67%	5	Baik Sekali
		100%	116,67%			

⁵ Paul R, Niven, *Balanced Scorecard: Step – By – Step for Government and Nonprofit Agencies* (New York: John Wiley & Sons, Inc., 2003) 60

⁶ Paul R, Niven, *Balanced Scorecard: Step – By – Step for Government and Nonprofit Agencies* (New York: John Wiley & Sons, Inc., 2003) 60

3	Peningkatan jumlah pelanggan	1.020	803	-27,02%	1	Kurang Sekali
		100%	72,98%			
Jumlah					9	
Rata-rata					3	
Kinerja perspektif pelanggan keseluruhan					Cukup	

Sumber: Data primer diolah

Tabel 4.27 menunjukkan hasil analisis kinerja non keuangan dengan perspektif pelanggan, yang terdiri dari tiga indikator, yaitu kepuasan pelanggan yang diukur dengan pengurangan jumlah komplain, kegiatan yang diikuti, dan peningkatan jumlah pelanggan. Dari pengukuran tiga indikator tersebut menunjukkan bahwa kinerja non keuangan perspektif pelanggan adalah Cukup.

3. Perspektif Proses Bisnis Internal

Sasaran strategis pada perspektif bisnis internal meliputi pengembangan inovasi produk, jumlah produk cacat, penggunaan system informasi dan reward yang diberikan. Berikut hasil analisis masing-masing indikator perspektif proses bisnis internal untuk mengukur kinerja non keuangan UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi:

1) Pengembangan Inovasi Produk

Perkembangan inovasi produk diukur dengan membandingkan produk yang sudah ada ditahun 2019 dengan produk baru yang diproduksi di tahun 2020.

$$\text{Pengem. Inovasi Produk} = \frac{\text{Prod. yg sudah ada} - \text{Prod. baru}}{\text{Produk baru}} \times 100\%$$

$$\text{Peningkatan Kegiatan} = \frac{93-22}{22} \times 100\% = 23,65\%$$

Tabel 1.37
Data Pengembangan Inovasi Produk

Uraian	Jumlah Produk
Produk tahun 2019	93
Inovasi produk tahun 2019	22
Total produk tahun 2020	115
Perkembangan	23,65%

Sumber: Data primer diolah

Perkembangan inovasi produk pada tabel 4.28 menunjukkan jumlah produk inovasi produk yang dilakukan oleh UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi selama tahun 2020 mengalami peningkatan sebesar 3,27%. Artinya, selama tahun 2020 UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi Perkembangan inovasi produk pada tabel 4.28 menunjukkan jumlah produk inovasi produk yang dilakukan oleh UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi selama tahun 2020 mengalami peningkatan sebesar 3,27%. Artinya, selama tahun 2020 UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi mampu menciptakan produk baru dengan jumlah 22 produk. Peningkatan jenis produk ini merupakan upaya UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi agar mampu bersaing dengan industri baju lainnya, mengingat bahwa Kota Genteng khususnya desa Cangaan merupakan destinasi wisata belanja sehingga persaingan sangat tinggi.

2) Produk Cacat

Produk cacat yang dimaksud yaitu produk-produk yang masih dapat diperbaiki dan dijual dengan harga khusus atau dibawah

harga normal. Resiko kegagalan produksi yang menyebabkan produk cacat, penurunan jumlah produk cacat ini dapat dikur dengan membandingkan produk cacat yang dihasilkan ditahun 2019 dengan produk cacat tahun 2020 sebagai berikut :

$$\text{Penurun. produk cacat} = \frac{\text{prd. cacat 2020} - \text{prod. cacat 2019}}{\text{produk cacat 2019}} \times 100\%$$

$$\text{Penurun. Jum. prod. Cacat} = \frac{21-32}{32} \times 100\% = -34,38\%$$

Tabel 1.38
Data Produk Cacat

Uraian	Tahun 2019	Tahun 2020
Jumlah produk cacat	32	21
Penurunan Jumlah produk cacat	-34,38%	

Sumber: Data primer diolah

Hasil tersebut menunjukkan UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi di tahun 2020 dalam proses produksinya mampu menurunkan jumlah produk cacat sebesar -31,42% dibandingkan dengan tahun 2019. Hasil ini didukung dengan wawancara kepada pemilik UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi yang mengatakan bahwa penurunan produk cacat ini merupakan upaya UMKM dalam memperbaiki proses produksi, dengan angka kerugian akibat adanya produk cacat dapat di tekan. Kemampuan UMKM dalam menurunkan jumlah produk cacat hingga -31,42% menunjukkan kinerja UMKM yang semakin baik, khususnya kinerja non keuangan pada indikator jumlah produk cacat.

3) Sistem Informasi

Penggunaan teknologi informasi sebagai sarana pemasaran sangat menguntungkan bagi UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi. Kebutuhan digitalisasi mutlak diperlukan dalam dunia industri selain jangkauan pemasaran menjadi lebih luas, hal ini juga lebih efisien dalam segi waktu dan biaya. Teknologi informasi yang digunakan sebagai upaya mengembangkan usahanya, UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi menggunakan teknologi pemasaran online maupun offline.

Media sosial merupakan media pemasaran produk yang paling mudah, praktis, dan tidak memerlukan biaya yang tinggi. Sehingga media sosial juga dipilih oleh UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi untuk memasarkan produknya. Hasil wawancara dengan pemilik UMKM mengatakan bahwa pemasaran melalui media sosial seperti instagram dan facebook merupakan cara yang paling mudah dan dapat menjangkau berbagai kalangan usia muda hingga tua.

Perkembangan teknologi informasi yang dilakukan UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi sebagai upaya untuk lebih meningkatkan kinerja UMKM, hal ini terlihat dari perkembangan sarana pemasaran yang awalnya hanya menggunakan banner, kini UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi telah menggunakan media online sebagai sarana pemasarannya.

4) Reward

Pemberian reward diberikan pada karyawan yang memiliki kinerja bagus atau karyawan. Dari hasil wawancara selama satu tahun rata-rata memberikan reward bagi karyawan berprestasi atau memiliki kinerja yang bagus sebanyak 3 orang. Hasil analisis disajikan pada tabel 4.29 berikut :

Tabel 1.39
Data Reward

Uraian	Jumlah Produk
Reward	3 orang per tahun

Sumber: Data primer diolah

Pemberian reward sebagai upaya UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi untuk meningkatkan kinerja karyawan. Pemberian reward yang dilakukan UMKM dalam bentuk bonus. Dari hasil analisis data tersebut dapat disimpulkan bahwa UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi sangat memperhatikan kinerja karyawannya, selama satu tahun UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi memberikan 3 reward, sehingga ini menunjukkan kinerja karyawan tinggi yang menunjukkan kinerja UMKM juga baik.

Hasil analisis kinerja non keuangan perspektif proses bisnis internal diukur dengan ukuran indikator jumlah penurunan produk cacat, inovasi produk, system informasi dan teknologi baru. Alat ukur yang digunakan adalah sebagai berikut :

Tabel 1.40
Ukuran Indikator Jumlah Produk Cacat⁷

Nilai Tolak Ukur	Pencapaian	Kriteria Kinerja
1	80-100%	Kurang Sekali
2	60%-80%	Kurang
3	40%-60%	Cukup
4	20%-40%	Baik
5	<20%	Baik Sekali

Tabel 1.41
Ukuran Indikator Inovasi Produk, Sistem Inforamasi, & Reward⁸

Nilai Tolak Ukur	Pencapaian	Kriteria Kinerja
5	>110%	Baik Sekali
4	100%-110%	Baik
3	90%-100%	Cukup
2	80%-90%	Kurang
1	<80%	Kurang Sekali

Hasil analisis kinerja non keuangan berdasarkan perspektif proses bisnis internal secara keseluruhan dipaparkan pada tabel berikut:

Tabel 1.42
Hasil Analisis Kinerja Non Keuangan Perspektif Bisnis Internal

No	Indikator Perspektif Bisnis Internal	Tahun 2019	Tahun 2020	Perkembangan/Peurunan	Nilai Tolak Ukur	Nilai Kinerja
1	Pengembangan Inovasi Produk	93	115	23,65%	5	Baik Sekali
		100%	123,65%			
2	Produk Cacat	32	21			

⁷ Paul R, Niven, *Balanced Scorecard: Step – By – Step for Government and Nonprofit Agencies* (New York: John Wiley & Sons, Inc., 2003) 60

⁸ Paul R, Niven, *Balanced Scorecard: Step – By – Step for Government and Nonprofit Agencies* (New York: John Wiley & Sons, Inc., 2003) 60

		100%	65,62%	-34,38%	4	Baik
3	Sistem Informasi	Banner	Online (Fb, Ig)	100%	4	Baik
4	Reward	3	3	100%	4	Baik
Jumlah					17	
Rata-rata					4,25	
Kinerja perspektif pelanggan keseluruhan					Baik	

Sumber: Data primer diolah

Nilai keseluruhan kinerja non keuangan pada perpektif bisnis internal dengan indikator pengukuran perkembangan inovasi produk, jumlah produk cacat, sistem informasi, reward adalah 19, sehingga rata-rata nilai tolak ukur diperoleh 4,75. Penilaian ini menunjukkan bahwa nilai kinerja non keuangan pada perspektif proses bisnis internal adalah baik.

Hasil analisis implementasi CSR dalam menunjang kinerja non keuangan ditunjukkan pada tabel berikut ini:

Tabel 1.43
Hasil Analisis Kinerja Non Keuangan UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi

No	Indikator Kinerja Non Keuangan	Tahun 2019	Tahun 2020	Perkem- bangan/ penurun- an	Nilai Tolak Ukur	Nilai Kinerj a
Indikator Perspektif Pertumbuhan dan Pembelajaran						
1	Peningkatan Jumlah karyawan	20 100%	25 125%	25%	5	Baik Sekali
2	Peningkatan Produktifitas Karyawan	Rp 75.950.185,4 100%	Rp 39.068.624,96 48,56%	-51,44%	1	Kurang Sekali
3	Peningkatan Kapabilitas Karyawan	1 100%	1 97%	-3%	3	Cukup
4	Kepuasan Karyawan	Gaji sesuai Standar &	Gaji sesuai Standar &			

		Bonus	Bonus	100%	4	Baik
		100%	100%			
Indikator Perspektif Pelanggan						
5	Kepuasan pelanggan mengurangi komplain	5	2	-60%	3	Cukup
		100%	40%			
6	Jumlah Kegiatan yang Dilakukan UMKM	6	7	16,67%	5	Baik Sekali
		100%	116,67%			
7	Penurunan jumlah pelanggan	1.020	803	-27,02%	1	Kurang Sekali
		100%	72,98%			
Indikator Perspektif Bisnis Internal						
8	Pengembangan Inovasi Produk	93	115	23,65%	5	Baik Sekali
		100%	123,65%			
9	Produk Cacat	32	21	-34,38%	4	Baik
		100%	65,62%			
10	Sistem Informasi	Banner	Online (Fb, Ig)	100%	4	Baik
11	Reward	3	3	100%	4	Baik
Jumlah					39	
Rata-rata					3,55	
Kinerja non keuangan keseluruhan					Baik	

Sumber: Data primer diolah

Hasil analisis selain menunjukkan implementasi CSR menunjang kinerja keuangan UMKM, juga menunjukkan bahwa implementasi CSR menunjang kinerja non keuangan. Hasil penelitian didukung dengan analisis CSR yang menunjukkan tingkat CSR 86%, artinya CSR yang diterapkan pada UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi adalah tinggi, serta analisis pada kinerja non keuangan dengan menggunakan analisis Balanced Scorecard

(BSC) pada perspektif pelanggan, perspektif proses bisnis internal, dan perspektif pertumbuhan dan pembelajaran.

Hasil analisis balanced scorecard dalam perspektif pertumbuhan dan pembelajaran menunjukkan nilai perspektif sebesar 3,25, artinya nilai kinerja non keuangan pada perspektif ini adalah cukup. Analisis kinerja non keuangan dalam perspektif pelanggan menunjukkan nilai kinerja sebesar 3 yang artinya dalam kinerja non keuangan dalam perspektif pelanggan sangat cukup. Sedangkan dalam perspektif proses bisnis internal menunjukkan nilai kinerja 4,25, artinya kinerja non keuangan dalam perspektif ini adalah baik.

Peningkatan dan penurunan kinerja masing-masing perspektif kinerja non keuangan ini dipengaruhi karena adanya penerapan program CSR oleh Anzaz Konveksi UD Banyuwangi dan pandemi Covid-19. Pada perspektif pelanggan indikator kepuasan pelanggan menunjukkan nilai kinerja cukup, kepuasan pelanggan ini dilihat dari adanya penurunan komplain dari pelanggan. Selama tahun 2020 terjadi penurunan komplain sejumlah 2 dari pelanggan disbanding ditahun 2019 terdapat 5 komplain dari pelanggan. Indikator jumlah kegiatan menunjukkan bahwa UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi sangat giat dalam mengikuti kegiatan untuk menjalin hubungan dengan pelanggan baru. Peningkatan jumlah karyawan menunjukkan bahwa UMKM Anzaz Konveksi UD

Banyuwangi sangat memperhatikan kesejahteraan karyawan sehingga jarang terjadi karyawan yang mengundurkan diri, hal ini sejalan dengan program CSR yang dilakukan oleh Anzaz Konveksi UD Banyuwangi yaitu memperhatikan kesejahteraan karyawan hingga terbentuk loyalitas dari karyawan.

Pada indikator bisnis internal, perkembangan inovasi produk mengalami peningkatan, hal ini sejalan dengan komitmen UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi untuk memberikan kualitas produk yang bagus. Upaya menurunkan jumlah produk cacat dilakukan oleh UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi sebagai komitmen dalam memberikan produk-produk yang baik, hal ini terbukti pada tahun 2020 UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi mampu menurunkan produk cacat sebesar 34,38%. Sistem informasi yang digunakan UMKM juga mengikuti perkembangan jaman, UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi telah melakukan pemasaran melalui media sosial. Reward yang diberikan kepada karyawan merupakan sebagai bentuk menjaga kinerja karyawan agar tetap baik. Perspektif bisnis internal meliputi perkembangan produktivitas karyawan, jumlah karyawan, kepuasan karyawan, dan peningkatan kapabilitas karyawan. Produktivitas karyawan diukur dengan membandingkan laba sebelum pajak dengan jumlah karyawan. Jumlah karyawan UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi mengalami penurunan selama menerapkan program

CSR dalam kondisi pandemi Covid-19, khususnya pengimplementasian program CSR tentang kenyamanan kerja, UMKM UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi telah memberikan kesempatan bagi para pekerjanya untuk turut mengikuti pelatihan guna meningkatkan kopetensinya, UMKM UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi juga telah memberikan tunjangan bagi karyawan yang terkena musibah, pemberian bonus bagi karyawan yang memiliki kinerja yang bagus, pemberian gaji sesuai standar, pemberian ijin cuti bagi karywan yang sedang hamil. Dari program-program CSR tersebutlah mampu meningkatkan jumlah karyawan, kepuasan karyawan seta menumbuhkan loyalitas karyawan. Penerapan-penerapan CSR ini memberikan umpan balik UMKM UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi.

Selain loyalitas pelanggan, pengimplementasian CSR juga dapat meningkatkan loyalitas karyawan dalam bentuk peningkatan produktifitas karyawan hanya saja pada tahun ini terkendala adanya Covid-19 menjadi berkurang padahal sudah ditambah jumlah kariawanya, peningkatan kepuasan karyawan, jumlah karyawan, serta kapabilitas karyawan. Hasil ini didukung dengan wawancara kepada Ibu manager yang mengatakan :

“pemberian hak bagi karyawan seperti gaji yang sesuai standar serta bonus, mampu meningkatkan produktifitas karyawan, hanya saja jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya dan sekarang akibat pandemi Covid-19 mengakibatkan penurunan padahal karyawan bekerja lebih rajin, dan selama tahun 2020 tidak ada pergantian karyawan, malah jumlahnya meningkat namun tetap tidak dapat mengejar target produktifitas karyawan”

Jadi dari hasil analisis indeks CSR dan analisis balanced scorecard menunjukkan bahwa implementasi CSR yang dilakukan oleh UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi menunjang kinerja non keuangan UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi.



BAB V

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang peneliti lakukan dengan judul “Implementasi Corporate Sosial Responsibility (CSR) dalam Menunjang Kinerja UMKM Ditengah Pandemi Covid-19 (Studi pada UKM Anzaz Konfeksi UD Banyuwangi)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) dalam menunjang kinerja UMKM Anzaz Konfeksi UD Banyuwangi. Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, analisis, dan pembahasan yang telah dilakukan sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan bahwa:

1. Tingkat implementasi yang telah dilakukan oleh pemilik atau pengelola UMKM Anzaz Konfeksi UD Banyuwangi yang menjadi Informan dalam penelitian ini memiliki hasil CSR sebesar 86% yang artinya termasuk dalam kategori tinggi. Dari tiga kategori CSR, yaitu kategori ekonomi, lingkungan, dan sosial dengan dimensi praktek ketenagakerjaan dan kenyamanan tenaga kerja, kategori ekonomi dan lingkungan merupakan kategori dengan tingkat implementasi paling tinggi.
2. Implementasi CSR yang telah dilakukan oleh UMKM Anzaz Konfeksi UD Banyuwangi sebagian besar tidak menunjang kinerja keuangan dari UMKM Anzaz Konfeksi UD Banyuwangi tetapi menunjang kinerja non keuangannya. Semakin tinggi CSR yang dilakukan oleh UMKM, belum

mampu menunjang kinerja keuangan dari UMKM Anzaz Konfeksi UD Banyuwangi tersebut. Dikarenakan adanya kejadian luar biasa yang saat ini sedang dihadapi semua sektor industri yaitu pandemi Covid-19 yang menyebabkan tingkat CSR UMKM masih dalam kategori rendah dalam hal keuangan dengan metode perhitungan BSC. Implementasi CSR yang tinggi tersebut belum dapat menunjang kinerja keuangan yang ditunjukkan dengan nilai 2,4 yang terdiri dari penurunan profit sebesar -33,46% pertumbuhan likuiditas pada rasio lancar mengalami penurunan sebesar -33,02% dan rasio cepat mengalami penurunan -42,33% dibanding tahun sebelumnya, peningkatan laba bersih sebesar 8% dan pendapatan UMKM meningkat 19,76%.

3. Implementasi CSR dalam menunjang kinerja non keuangan yang ditunjukkan dengan nilai 3,55 yang terdiri dari :
 - a. Perspektif pertumbuhan dan pembelajaran ditunjukkan dengan nilai 3.25, artinya kinerja non keuangan pada perspektif pertumbuhan dan pembelajaran memiliki cukup, yang ditandai dengan semakin menurunnya produktivitas karyawan, meningkatnya kapabilitas karyawan, meningkatnya jumlah karyawan dan kepuasan karyawan.
 - b. Perspektif Pelanggan menunjukkan nilai kinerja 3 yang artinya kinerja non keuangan menunjukkan nilai kinerja cukup, ditandai dengan peningkatan kepuasan pelanggan yaitu dengan semakin berkurangnya komplain sebesar 60%, penurunan pelanggan baru sebesar -27,02%, peningkatan kegiatan yang diikuti.

- c. Perspektif bisnis internal menunjukkan nilai kinerja sebesar 4.25, artinya bahwa kinerja non keuangan pada perspektif proses bisnis internal adalah baik, yang ditandai dengan adanya perkembangan inovasi produk 23,65%, penurunan produk cacat sebesar -34,38%, penggunaan sistem informasi, serta pemberian reward untuk mempertahankan kinerja karyawan.

B. Saran

a. Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan keterbatasan penelitian, maka saran yang bisa diberikan untuk penelitian selanjutnya adalah:

- 1) Meningkatkan dalam analisis data ataupun dalam pengumpulan data, agar penelitian yang sama lebih luas cangkupan CSR yang dianalisis
- 2) Mengoptimalkan dalam penelitian sehingga penulis memiliki data yang kaya.

b. Saran untuk UMKM Anzaz Konfeksi UD Banyuwangi

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa implementasi CSR menunjang kinerja UMKM. Hanya saja kendalanya karena adanya pandemi Covid-19 yang menghambat dalam profit UMKM. Oleh karena itu, disarankan kepada UMKM Anzaz Konfeksi UD Banyuwangi untuk:

- 1) Lebih meningkatkan inovasi, kualitas dan pengetahuan akan usaha.
- 2) Meningkatkan pencatatan keuangan terkait penjualan dan CSR

- 3) Memiliki kesadaran bahwa implementasi CSR yang dilakukan oleh pemilik/pengelola UMKM merupakan hal yang penting supaya dapat memberikan dampak pada kinerja.
- 4) Menambahkan kegiatan CSR yang dilakukan, khususnya pada kategori sosial.



DAFTAR PUSTAKA

- Al Quran. Surat Al Baqarah. Ayat 216.
- Amboningtyas, Dheasey. dan Seputra, Adji. 2020. *Kontruksi Cost and Benefit Pada UMKM Batik Di Jawa Tengah*. Banyumas: CV. Pena Persada.
- Annisya, Triana. Sulastri, Sri. Humaedi, Sahadi. 2020. "Ragam Praktik Csr Selama Pandemi Covid-19". *Prosiding Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*. 7. 36-435.
- Arfah, Muhammad. 2017. " Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) Yayasan Kalla Groub melalui kursus menjahit di perumahan Bukit Baruga Kelurahan Antang Kecamatan Manggala Kota Makassar ". Makasar: UIN Alauddin.
- Bismala, Lila. Handayani, Susi, Dewe. Andeiany, Hafisah. 2018. *Strategi Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil Menengah*. Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah Aqli.
- Camilleri, Anthony Mark. 2017. *Corporate Sustainability, Social Responsibility and Environmental Management, Corporate Sustainability, Social Responsibility and Environmental Management*. London: Springer Nature.
- Daratri, Rahajeng. Arum, Kartika. dan Purnomo, Hari. 2014. "Analisis Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Usaha Kecil Menengah Menggunakan Structural Equation Modelling (SEM)". *Journal of Industrial Engineering*. 1. 26-29.
- David P, Norton, Kaplan, Robert S. and. 1996. *Balanced Scorecard*. Boston : Harvard Bussiness School Press.
- Deleni, Alma.2017. "Implementasi Corporate Social Responsibility (Csr) Umkm Batik Guna Meningkatkan Implementasi Corporate Social Responsibility (Csr) Umkm Batik Guna Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat (Studi Kasus Pada UMKM Batik Di Kecamatan Pandak Bantul, Yogyakarta)". Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- Dewi, Budi Kumala. 2017. "Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Dan Pengaruhnya Terhadap Laba Perusahaan Pada UKM Batik Bakaran Di Kota Pati". Semarang: Universitas Negeri Semarang.Said, Achmad Lamo. 2018. *Corporate Social Responsibility Dala Perspektif Governance*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Erliani, Reni. 2019. "Implementasi Corporate Social Resoponsibility (CSR) Dalam Mempertahankan Reputasi Perusahaan Berdasarkan Perspektif Syari'ah (Studi Kasus PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup)". Curup: IAIN Curup.
- Fatdillah, Umul. 2019. "ANALISIS IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL

RESPONSIBILITY (CSR) DALAM MENUNJANG KINERJA KEUANGAN DAN KINERJA NON KEUANGAN UMKM (Studi Pada UKM Tahu Taqwa GTT Kota Kediri)". UIN Malang.

- Fauzi, Akhmad. Hidayat, Rusdi NA. 2020. *Manajemen Kinerja*. Malang: Airlangga University Press.
- Global Reporting Initiative. 2013. "Pedoman Pelaporan Keberlanjutan G4". *Global Reporting Initiative*.
- Hardilawati, Wan Laura. 2020. "Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19 *The Survival Strategy Of Smes During The Covid-19 Pandemic*", *Journal Akuntansi dan Ekonomika*". 1. 90-98.
- Hastuti, Puji. Nurofik, Agus. Purnomo, Agung. Dkk. 2020. *Kewirausahaan UMKM*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis.
- Hoetoro, Arif. 2017. *Ekonomika Industri Kecil*. Malang: UBMedia.
- IAIN Jember. 2017. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: IAIN Jember Press.
- Ibnu, Dipraja. 2014. "Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2010-2012)", *Dian Nuswantara University Journal Of Accounting*.60
- Idowu, Samuel O. 2019. *ISO 26000—A Standardised View of Corporate Social Responsibility Practices, Cases and Controversies*. London: Springer Nature Swizerland AG.
- Julian, David. 2017. " Analisis penerapan *Corporate Social Responsibility* dan hambatan penerapan *Corporate Social Responsibility* pada UMKM Batik (Studi kasus pada UMKM batik di Kampung Batik Giriloyo Imogiri Bantul Yogyakarta)". Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- Krismiaji. 2018. "The Impact of International Financial Reporting Standards on Fund Performance". *Accounting Research Journal*. 31. 20-102.
- Lindawati, Ang Swat Lin, Puspita ,Marsella Eka. 2015. "Corporate Social Responsibility: Implikasi Stakeholder dan Legitimacy Gap dalam Peningkatan Kinerja Perusahaan", *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 162.
- Marhanani, Felisia Ayuningtyas. 2017. "Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Menunjang Kinerja UMKM (Studi Kasus Pada Sentra Industri Kampoeng Bating Laweyan Solo)".Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- Marlinah, Lili. 2020). "Peluang dan Tantangan UMKM Dalam Upaya Memperkuat Perekonomian Nasional Tahun 2020 Ditengah Pandemi Covid 19". *Jurnal Ekonomi*. 2. 118-124.

- M, Mutmainnah. Widodo, A S. Dimyati, A. Dkk. 2020. "Aplikasi Social Responsibility: Kegiatan Bakti Sosial Dalam Masa Pandemi Covid-19 Di Kelurahan Kukusan Rt 06 Rw 05 Kecamatan Beji Kota Depok Jawa Barat 16425". *Dedikasi PKM*. 1. 33–40.
- Moleong, J. Lexy. 2016. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ningsih, Tia Surya. 2020. "Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Inovasi Dan Kinerja UKM Di Yogyakarta". Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Niven, Paul R. 2003. *Balanced Scorecard: Step – By – Step for Government and Nonprofit Agencies*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Noordam, Errol Rakhmad. 2020. "*Dampak Corona Terhadap UMKM*". Dalam *Covid-19 Dalam Ragam Tinjauan Perspektif*. Ed. Santoso Didik. Yogyakarta: MBRIDGE Press, *Jurnal Kesehatan*.
- PSAK. 2009. "Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan 1 (Revisi 1998) (Statement of Financial Accounting Standards)". *Ikatan Akuntansi Indonesia*. 01. 1–79 .
- Rachman, M Nurdizal. Efendi, Asep. Wicaksana, Emir. 2011. *Panduan Lengkap Perencanaan CSR*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Rahmayanti, Dian Rhesa. 2011. "Implementasi Corporate Sosial Responsibility Dalam Membangun Reputasi Perusahaan". *Jurnal Ilmu Komunikasi*. 11. 93–104
- R, Maria. Radyati, Nindita. 2014. *Sustainable Business Dan Corporate Social Responsibility (CSR)*. Jakarta: Trisakti University Indonesia.
- Rusdi, Hidayat NA ,Akhmad Fauzi. 2020. *Manajemen Kinerja*. Malang: Airlangga University Press
- Samuel, C,Certo, Certo, S.2006. *Modern Management* . New York: Pearson Prentice Hall.60.
- Soetjipto. Noer. 2020. *Ketahanan UMKM Jawa Timur Melintasi Pandemi COVID-19*. Surabaya: K-Media.
- Sugiono, Arief. Untung, Edy. 2008. *Panduan Praktis Dasar Analisa Laporan Keuangan Pengetahuan Dasar Bagi Mahasiswa Dan Praktisi Perbankan*. Jakarta: Grasindo.
- Sugiono. 2016. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: ALFABETA CV.
- Sugiri, Dani. 2020. "Menyelamatkan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dari Dampak Pandemi Covid-19". *Media Pengkajian Manajemen dan Akuntansi*. 1. 76-86.

- Syahputra, Dedi Kurnia. 2019. *Komunikasi CSR Politik*. Jakarta: KENCANA.
- Syaironi, Muhamad Imam. 2019. *Pengungkapan CSR Dalam Perusahaan Manufaktur Dan Perbankan*. Magelang: Tidar Media.
- Taylor, John. Simpson, Justine. 2013. *Corporate Governance Ethics and CSR*. London: Kogan Page Limited.
- Timesindonesia.co.id Diakses Pada Hari Kamis 6 November 2020.
- Undang-undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah
- Undang-undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.
- Viadolorosa, Fepitha. 2017. "Implementasi *Corporate Social Responsibility* dan etika bisnis sebagai faktor pendukung keberlangsungan UMKM batik tulis di Wukisari ". Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- Wati, Lela Nurlaela. 2019. *Model Corporate Social Responsibility*. Ponorogo: Myria Publisher.
- Wibowo, Edi. 2017. " Kajian Analisis Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dengan Menggunakan Metode Balanced Scorecard ". *Jurnal Lentera Bisnis*. 25-43.
- Wida, Syaniatul. 2017. "Analisis implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat dalam perspektif ekonomi islam (Studi Pada PT. Telkom Majapahit Bandar Lampung)". Lampung: UIN Raden Intan.
- Yudianti, Ninik. Marhanani, Felisia Ayuningtyas. 2017. "Implementasi Corporate Social Responsibility Dalam Menunjang Kinerja UMKM". *Simposium Nasional Akuntansi*.

IAIN JEMBER

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Zulfi Azizatur Rosidah
NIM : E20173083
Prodi/Jurusan : Akuntansi Syariah/Ekonomi Islam
Alamat : Dusun Krajan, Desa Seneporejo RT/RW 004/001
Kecamatan Siliragung Kabupaten Banyuwangi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Menunjang Kinerja UMKM Ditengah Pandemi Covid-19 (Studi pada UKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi).”** adalah benar-benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan di dalamnya, maka sepenuhnya menjadi tanggungjawab saya.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 21 Juni 2021



Zulfi Azizatur Rosidah

NIM. E20173083

IAIN JEMBER

Lampiran 1 Matrik Penelitian

MATRIK PENELITIAN

JUDUL	VARIABEL	SUB VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODE PENELITIAN	FOKUS KAJIAN
Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Menunjang Kinerja UMKM Ditengah Pandemi Covid-19 (Studi pada UKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi)	<ol style="list-style-type: none"> Corporate Social Responsibility (CSR) Kinerja UMKM CSR UKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi 	<ol style="list-style-type: none"> Implementasi CSR Pengukuran Kinerja keuangan Pengukuran Kinerja Non Keuangan UMKM CSR pada UMKM CSR Menunjang Kinerja UMKM 	<ol style="list-style-type: none"> Pengertian Implementasi CSR Pengertian Kinerja keuangan Pengukuran Kinerja Non Keuangan Pengertian UMKM Jenis-jenis UMKM CSR pada UMKM CSR Mnunjang Kinerja UMKM 	<p>Informan:</p> <ol style="list-style-type: none"> Pemilik Konveksi UD Banyuwangi Manajer Konveksi UD Banyuwangi Karyawan Konveksi UD Banyuwangi Masyarakat Sekitar Konveksi UD Banyuwangi <p>Kepustakaan:</p> <ol style="list-style-type: none"> Buku-buku Jurnal Artikel DLL 	<ol style="list-style-type: none"> Pendekatan penelitian: <ol style="list-style-type: none"> Kualitatif deskriptif Jenis penelitian: <ol style="list-style-type: none"> Field Research Metode pengumpulan data: <ol style="list-style-type: none"> Observasi Wawancara Dokumentasi Teknik analisis data: <ol style="list-style-type: none"> Reduksi data Penyajian data Conclusion Drawing/verification Keabsahan data: Triangulasi sumber 	<ol style="list-style-type: none"> Bagaimana implementasi CSR menunjang kinerja UMKM pada UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi di tengah pandemi covid-19? Apa saja bentuk implementasi CSR UMKM pada UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi?

Lampiran 2 Daftar Pertanyaan Terkait Penerapan CSR

DAFTAR PERTANYAAN CSR

Kode	Pertanyaan	Pilihan Jawaban	
Kategori Ekonomi			
G4-EC1	Nilai ekonomi yang dihasilkan dan didistribusikan secara langsung (pendapatan, biaya, kompensasi ke karyawan, donasi ke masyarakat dan keuntungan yang digunakan membayar pinjaman).	Ya	Tidak
G4-EC2	Pembayaran kewajiban/hutang dibayar tepat waktu dan ditulis dalam pembukuan.	Ya	Tidak
G4-EC3	Membuat pembukuan berkaitan dengan penerimaan bantuan keuangan/modal dari pemerintah setempat.	Ya	Tidak
G4-EC4	Pemberian upah sudah sesuai dengan standar.	Ya	Tidak
G4-EC5	Memperkerjakan masyarakat sekitar UMKM.	Ya	Tidak
G4-EC6	UMKM turut membantu dalam membangun sarana dan prasarana lokasi sekitarnya.	Ya	Tidak
G4-EC7	Pengetahuan mengenai dampak ekonomi yang terjadi.	Ya	Tidak
Kategori Lingkungan			
G4-EN1	UMKM menggunakan bahan daur ulang.	Ya	Tidak
G4-EN2	Penghematan dalam menggunakan energi(listrik, Bahan bakar minyak atau gas).	Ya	Tidak
G4-EN3	Penggunaan air sesuai dengan kegunaannya.	Ya	Tidak
G4-EN4	Air yang sudah digunakan didaur ulang kembali.	Ya	Tidak

G4-EN5	Lokasi produksi tidak memberikan dampak pada lingkungan.	Ya	Tidak
G4-EN6	Memiliki kesadaran apabila menghasilkan dampak buruk pada lingkungan.	Ya	Tidak
G4-EN7	Membantu perbaikan lingkungan yang rusak.	Ya	Tidak
G4-EN8	Membantu merawat dan melindungi lingkungan	Ya	Tidak
G4-EN9	Sadar bahwa penggunaan energi menghasilkan polusi.	Ya	Tidak
G4-EN10	Membantu mengurangi polusi yang ada.	Ya	Tidak
G4-EN11	Membatasi bahan-bahan yang membuat polusi.	Ya	Tidak
G4-EN12	Limbah air yang dibuang tidak membahayakan.	Ya	Tidak
G4-EN13	Mengetahui banyaknya limbah dan cara membuangnya.	Ya	Tidak
G4-EN14	Limbah zat kimia yang dibuang tidak mencemari lingkungan.	Ya	Tidak
G4-EN15	Mengelola limbah yang sangat membahayakan.	Ya	Tidak
G4-EN16	Mengetahui limbah dapat merusak lingkungan.	Ya	Tidak
G4-EN17	Memberikan denda apabila melanggar peraturan mengenai lingkungan hidup.	Ya	Tidak
G4-EN18	Mengetahui dampak luas dari kerusakan lingkungan.	Ya	Tidak
G4-EN19	Membantu memberikan dana jika ada kerusakan lingkungan akibat proses produksi.	Ya	Tidak
G4-EN20	Ikut serta dalam mengambil tindakan pemulihan lingkungan yang rusak.	Ya	Tidak
Kategori Sosial: Praktik Ketenaga Kerjaan dan Kenyamanan Bekerja			
G4-LA1	Memberikan tambahan upah bagi karyawan yang bekerja dengan baik.	Ya	Tidak
G4-LA2	Memperbolehkan karyawan untuk	Ya	Tidak

	berhenti kerja sementara karena sedang hamil.		
G4-LA3	Memberitahukan kepada karyawan mengenai setiap perubahan kebijakan sebelum kebijakan tersebut ditetapkan.	Ya	Tidak
G4-LA4	Menerima saran dari pekerja mengenai keselamatan kerja.	Ya	Tidak
G4-LA5	Memperhatikan karyawan yang memiliki penyakit, kecelakaan kerja atau kematian.	Ya	Tidak
G4-LA6	Memberikan informasi bahaya dampak produksi kepada karyawan.	Ya	Tidak
G4-LA7	Memberikan jaminan kesehatan kepada karyawan.	Ya	Tidak
G4-LA8	Memiliki jam pelatihan pekerja.	Ya	Tidak
G4-LA9	Adanya pelatihan bagi setiap karyawan.	Ya	Tidak
G4-LA10	Menerima pengaduan karyawan mengenai masalah ketenagakerjaan.	Ya	Tidak



Lampiran 3 Daftar Pertanyaan Wawancara

TRANSKRIP WAWANCARA

1. Daftar pertanyaan berkaitan dengan profil UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi

- 1) Sejak Tahun Berapa UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi didirikan?
- 2) Apa yang melatarbelakangi Bapak untuk mendirikan UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi?
- 3) Produk apa saja yang dijual maupun di produksi sendiri oleh UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi?
- 4) Bagaimana cara memasarkan produk olahan UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi?

2. Daftar pertanyaan yang berkaitan dengan implementasi CSR oleh UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi

- 1) Bagaimana menurut Ibu tentang penerapan CSR yang dilakukan oleh UMKM?
- 2) Apakah dalam proses produksi konveksi pakaian pada UMKM ini menghasilkan limbah?
- 3) Jenis limbah apa saja yang dihasilkan?
- 4) Bagaimana cara UMKM dalam mengolah limbah dari proses produksi konveksi pakaian?

- 5) Program CSR apa saja yang telah dilakukan oleh UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi dalam situasi pandemi Covid-19?
- 6) Apakah terdapat dana khusus yang dikeluarkan oleh UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi untuk lingkungan dan masyarakat?
- 7) Dari keseluruhan karyawan, berapa jumlah karyawan yang berasal dari masyarakat sekitar UMKM ini?
- 8) Apakah Ibu telah membuat atau mempunyai laporan CSR?
- 9) Apakah UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi ini telah memiliki laporan tahunan
- 10) Dalam penerapan program CSR, dana yang dikeluarkan untuk CSR dicatat dalam laporan keuangan atau telah disendirikan?
- 11) Dengan adanya Covid-19 apakah ada dampak terkait profit UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi

IAIN JEMBER

Lampiran 4 Hasil Wawancara Studi Pendahuluan

HASIL WAWANCARA STUDI PENDAHULUAN DENGAN PEMILIK UMKM ANZAZ KONVEKSI UD BANYUWANGI

Hari/tanggal : Rabu, 13 Januari 2021

Waktu : 11.00-12.00 WIB

Narasumber : Ibuk Hj. Asmah selaku pemilik dan manager UMKM Anzaz
Konveksi UD Banyuwangi

P : Apakah UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi telah memiliki program-program CSR?

N : Ya kami selalu berusaha mengeluarkan program tanggung jawab sosial atau CSR, tetapi tidak tertulis, kami berusaha melakukan selain untuk kepentingan UMKM, juga turut serta dalam menjaga lingkungan khususnya masyarakat sekitar UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi ini.

P : Apakah UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi telah memiliki laporan khusus untuk CSR?

N : Belum ada mbak, kami masih melakukan secara sukarela jadi biaya-biaya nya masih jadi satu dengan laporan keuangan

P : Apakah terdapat pemisahan biaya yang dikeluarkan untuk CSR?

N : Belum ada mbak, hanya saja dana yang dikeluarkan tidak kami catat dengan disendirikan, masih campur dengan pengeluaran lain dilaporan tahunan.

P : Apakah dalam proses produksi pakaian UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi menghasilkan limbah?

N : Ya pasti mbak dalam produksi pakaian dari kain gulungan benangnya semua akan ada sisa pola dalam pejahitan dan pasti akan menghasilkan limbah

P : Jenis limbah apa saja yang dihasilkan dalam proses produksi pakaian tersebut?

N : Ada, berupa limbah kain perca sisa-sisa potongan pola, limbah benang sisa-sisa menjahit, ada kardus roll kain, pelastik pembungkus produk atau kain

P : Lalu, bagaimana cara Ibu dalam mengolah limbah tersebut?

N : Pengolahan limbah berupa kain perca kami ada pengepul usaha keset yang mengambil, nanti kani juga bekerjasama untuk menjualkan, untuk benang kami kumpulkan dan di bakar di tempat sampah jika benang potongan kecil-kecil, untuk yang masih agak panjang atau gulungan kadang di ambil orang juga, untuk kardus gulungan roll kain ada pengepul yang membeli, untuk pelastik kami bakar di tempat sampah sedikit-sedikit agar tidak mengganggu masyarakat sekitar

P : Apakah UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi ini telah memiliki tempat pengolahan

limbah?

N : Ya sudah mbak, kani membuat gudang khusus limbah kain perca, dan tempat sampah untuk membakar limbah namun jumlah dalam pembakaran sedikit-sedikit agar tidak mengganggu masyarakat sekitar



Lampiran 5 Hasil Wawancara Penelitian

HASIL WAWANCARA PENELITIAN DENGAN PEMILIK UMKM TAHU

ANZAZ KONVEKSI UD BANYUWANGI

Hari/Tanggal : Minggu, 24 Januari 2020

Kamis, 18 Februari 2019

Rabu, 28 April 2021

Waktu : 09.00 - 11.30 WIB

Narasumber : Pemilik dan Manager UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi

P : Sejak tahun berapa UMKM UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi ini didirikan?

N1 : Sejak tahun 1996, namun mulai berkembang di tahun 2009

P : Tolong Bapak ceritakan sejarah singkat berdirinya UMKM UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi

N1 : Bapak H. Draai serta istrinya Ibuk Hj. Asmah yang sudah merintis industri baju semenjak tahun 1996 serta mulai tumbuh di tahun 2009. UMKM ini berlokasi di Jalan KH. Ahmad Kholil di Dusun Cangaan Desa Genteng Wetan Kecamatan Genteng Kabupaten Banyuwangi, Jawa Timur. Pada awal merintis usaha industri baju, UMKM ini mengambil produk dengan mengambil di konveksi di luar kota, dan

juga merintis konveksi sendiri dengan masih mempunyai penjahit kurang lebih 10 kariawan, dengan mengawali dari borongan menjahit seragam sekolah dari sekolah-sekolah sekitar Genteng Banyuwangi. Selain konveksi H Draai juga mengambil baju di konveksi luar kota seperti Jakarta, Bandung dan kota-kota lainnya. Produk baju tersebut dijual dengan metode dijual di toko untuk busana, baju anak, kerudung, seprei, mukena. Seiring dengan pertumbuhan usaha badan meningkatnya permintaan terhadap produk baju, hingga pada tahun 2012 H. Draai menetapkan membuka cabang outlite yang bertujuan buat mempermudah konsumen dalam membeli bermacam berbagai busana ataupun baju serta produk yang lain, UMKM Anzaz Konfeksi UD Banyuwangi sudah mempunyai 3 outlite yang tersebar diwilayah Genteng Banyuwangi. dan bekerjasama dengan 55 terdiri dari UMKM toko kecil hingga konveksi di Banyuwangi ini sebagai supplier dan mensupplier.

P : Bagaimana cara bapak untuk memasarkan atau mempromosikan Anzaz Konfeksi ini?

N1 : Kami pasarkan di toko kami dan jika pesanan langsung di ambil yang memesan, pemasaran cukup menggunakan media online seperti media sosial facebook dan instagram. Dan banner kami cetak besar di pinggir jalan.

P : UMKM-UMKM apa saja yang bekerjasama dengan UMKM Anzaz Konfeksi ini?

N1 : Banyak mbak, kami punya sekitar 55 suplier dan pensupplier. Seperti UKM pasar, outlite-outlite kecil yang langganan bekerjasama dengan UMKM Anzaz

Konfeksi, dan para konveksi lainnya yang mensuplier produk ke kami untuk stok siap di pasarkan

P : Kalau pada UMKM Anzaz Konfeksi ini, produk apa saja yang diproduksi?

N1 : Selain memproduksi konveksi seragam sekolah, kami juga melayani pakaian harian seperti kemeja dan seragam kantor

P : Berapa jumlah karyawan pada UMKM Anzaz Konfeksi UD Banyuwangi ini?

N1 : Ada sekitar 25 karyawan mbak

P : Dalam perekrutan karyawan apakah ada syarat tertentu, seperti pendidikan?

N1 : Kami tidak mensyaratkan pendidikan formal tertentu mbak, pokok asal mau bekerja keras, disiplin, dan ulet. Kalau soal pendidikan kami tidak terlalu memperhatikan.

P : Berapa persentase jumlah karyawan yang bapak rekrut dari warga sekitar?

N1 : Banyak mbak sekitar 75% nya, kalau dulu memang 100% dari warga Cangaan sini, tapi semakin banyak pelamar yang berasal dari daerah lain, jadi kita juga membuka lowongan untuk warga diluar dusun Cangaan.

P : Mengapa Bapak mengambil pekerja atau karyawan dari warga sekitar ?

N1 : Ya karena usaha kami berada didekat masyarakat, hal tersebut juga sebagai usaha kami untuk turut serta dalam menyejahterakan perekonomian masyarakat

sekitar UMKM dengan cara memberi lapangan pekerjaan bagi mereka. Apalagi di tambah situasi seperti ini banyak yang membutuhkan pekerjaan

P : Selanjutnya, program-program CSR apa saja yang dilakukan oleh UKM Anzaz Konfeksi di dalam situasi pandemi seperti ini

N1 : Banyak mbak, tapi tidak memiliki catatan khusus untuk program tersebut, Kalau untuk bidang lingkungan, ya itu tadi mbak, melakukan pengolahan limbah, uang hasil penjualannya pun juga kami sisihkan untuk disumpangan seperti santunan anak yatim dan lansia. Kami juga mengeluarkan kalau dalam islam namanya zakat itu juga kami salurkan kepada masyarakat sekitar berupa sembako kadang uang

P : Kalau dalam bidang ekonomi, program CSR yang dilakukan dalam bentuk apa?

N2 : Ya, turut serta dalam peningkatan perekonomian, seperti merekrut karyawan paling banyak dari warga sekitar, pemberian upah yang sesuai standar, memberikan bonus untuk karyawan yang berprestasi.

P : Program-program CSR dalam bidang sosial yang telah dilakukan oleh UMKM GTT ini apa saja pak?

N2 : Seperti menyantuni anak yatim dan lansia, turut gotong royong dalam kegiatan masyarakat, semisal ada bersih-kampung atau semisal ada karyawan yang terkena musibah kita bantu.

P : Kalau program CSR khusus untuk karyawan sendiri seperti apa pak?

N2 : Untuk CSR kepada karyawan salah satunya yang kalo missal karyawan sakit atau mau melahirkan kita berikan cuti ke mereka, pemberian upah dan bonus kepada karyawan.

P : Untuk pelatihan karyawan, biasanya dilakukan berapa kali?

N2 : Kami jarang melakukan pelatihan kepada karyawan, jadi jumlah pelatihan yang diadakan oleh Anzaz Konfeksi ini sangat sedikit, hanya kenarin jika ada undangan dari pemerintah desa

P : Apakah Anzaz Konfeksi selalu mengadakan kegiatan ?

N2 : Ya Mbak, sering mbak kita mengadakan kegiatan dan kadang ada seorang mahasiswa seperti mbak yang datang untuk penelitian, kadang anak SMK PPL dan banyak mbak

P : Melihat dari banyaknya kegiatan yang diikuti, apakah hal tersebut berpengaruh terhadap peningkatan jumlah pelanggan?

N2 : Ya mbak, terutama pelanggan-pelanggan baru, hanya saja situasi pansemi untuk pembeli baru bertambah tapi pembeli lama banyak yang tidak memesan produk lagi karena pandemi seperti ini

P : Apakah dari peningkatan jumlah pelanggan juga diimbangi adanya inovasi produk oleh UMKM Anzaz Konfeksi ini?

N2 : Kalau inovasi produk memang ada setiap tahunnya, di tahun 2020 ini terdapat 22 produk baru. Pembuatan inovasi dengan mengambil produk baru ini sebagai langkah UMKM Anzaz Konfeksi untuk lebih mengembangkan usahanya tidak hanya di wilayah Kota Genteng Banyuwangi, tapi harapannya bisa lebih luas lagi hingga kota-kota lain.

P : Lalu dalam proses produksi, apakah terdapat produk cacat atau rusak?

N2 : Ya pasti itu mbak. Namun seiring dengan pengalaman produk rusak mampu kita minimalisir dengan kadang jahitan yang kurang rapi atau kadang gagal dalam menjahit ketika ada kariawan yang tidak fokus. Sehingga jika dibandingkan tahun 2019 tahu yang rusak skitar 32 biji, untuk sekarang hanya 21 biji.

P : Apakah ada Reward dan punishment yang diberikan kepada karyawan?

N2 : Tentu ada mbak, reward itu kan diberikan untuk karyawan yang punya kinerja baik, sehingga untuk menghargai kinerja mereka kita berikan penghargaan baik berupa pemberian bonus

P : Bagaimana menurut Ibuk tentang pelaksanaan program-program CSR yang dilakukan UMKM Anzaz Konfeksi?

N1 : Pelaksaan program tanggung jawab social atau CSR yang dilakukan oleh UMKM Anzaz Konfeksi dilakukan secara sukarela dan atas dasar kepedulian terhadap masyarakat serta lingkungan sekitar, baik itu dalam segi kelesatrian dan

keamanan lingkungan serta kesejahteraan masyarakat. Sehingga dengan melakukan program-program CSR ini diharapkan mampu terjalin hubungan baik antara masyarakat sekitar industri Anzaz Konfeksi dan UMKM Anzaz Konfeksi

P : Dengan adanya Covid-19 apakah ada dampak terkait profit UMKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi

N : Sangat Mbak hampir 50% sendiri ddampaknya mnak, sekitar 42%. Padahal kami sudah menabah kariawa, menambah inovasi produk tetap saja mbak terdampak.



IAIN JEMBER

Lampiran 6 Surat Ijin Penelitian



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataran No. 1 Mangli, Telp. : (0331) 487550, 427005, Fax. (0331) 427005, Kode Pos : 68136
Website : WWW.iain-jember.ac.id – e-mail : ia@iain-jember.ac.id

Nomor : B-~~507~~/In.20/7.a/PP.00.9/10/2020 02 Oktober 2020
Lampiran : -
Perihal : **Permohonan Izin Penelitian**

Yth. Kepala UKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi
Jl. KH. Ahmad Kholil, Cangaan Genteng Banyuwangi

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diijinkan mahasiswa berikut :

Nama : Zulfi Azizatur Rosidah
NIM : E20173083
Semester : VIII (Delapan)
Jurusan : Ekonomi Islam
Prodi : Akuntansi Syariah

untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Menunjang Kinerja UMKM Ditengah Pandemi Covid-19. (Studi pada UKM Konveksi UD Banyuwangi) di lingkungan lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

a.n. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik



Lampiran 7 Surat Keterangan Selesai Penelitian

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Hj. Asmah
Jabatan : Kepala UKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa yang beridentitas:

Nama : Zulfi Azizatur Rosidah
NIM : E20173083
Semester : VIII
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan/Prodi : Ekonomi Islam/Akuntansi Syariah
Instansi : Institut Agama Islam Negeri Jember

Telah selesai melakukan penelitian di UKM Anzaz Konveksi UD Banyuwangi terhitung mulai 15 Desember 2020 sampai dengan 30 April November 2021 untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul **“IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DALAM MENUNJANG KINERJA UMKM DITENGAH PANDEMI COVID-19 (STUDI PADA UKM ANZAZ KONFEKSI UD BANYUWANGI)”**.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Mengetahui, 30 April 2021

KEPALA



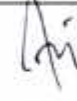



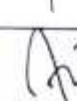


Hj Asmah

Lampiran 8 Jurnal Kegiatan Penelitian

JURNAL PENELITIAN

Judul : Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Menunjang Kinerja UMKM Ditengah Pandemi Covid-19. (Studi pada UKM Konveksi UD Banyuwangi)

No	Hari/Tanggal	Jenis Kegiatan	Tanda Tangan
1.	Kamis, 12 Desember 2020	Menyerahkan surat izin penelitian ke UKM Konveksi UD Banyuwangi	
2.	Sabtu, 15 Desember 2020	Diterima penelitian	
3.	Rabu, 13 Januari 2021	Wawancara dengan Pemilik UKM Konveksi UD Banyuwangi	
4.	Minggu, 24 Januari 2021	Meminta profil data UKM Konveksi UD Banyuwangi	
5.	Kamis, 18 Februari 2021	Wawancara dengan Manager UKM Konveksi UD Banyuwangi	
6.	Rabu, 28 April 2021	Meminta data keuangan dan dokumentasi	
7.	Senin, 3 Mei 2021	Wawancara dengan Ibu Umi (Masyarakat sekitar UKM Konveksi UD Banyuwangi)	
8.	Minggu, 30 Mei 2021	Mengambil surat keterangan selesai penelitian	

Banyuwangi, 30 April 2021

KEPALA



Hj. Asmah

Lampiran 9 Dokumentasi Foto-Foto



Sumber: Wawancara dengan Ibu Asmah Selaku Pemilik Anzaz Konveksi UD Banyuwangi



Sumber: Meminta TTD dengan Ibu Asmah Selaku Pemilik Anzaz Konveksi UD Banyuwangi



Sumber: Melihat Peroses dan Wawancara terkait Produksi di Anzaz Konveksi UD Banyuwangi



Sumber: Outlite atau Toko Anzaz Konveksi UD Banyuwangi



Sumber: Cabang Outlite Anzaz Konveksi UD Banyuwangi



Sumber: Cabang Outlite Anzaz Konveksi UD Banyuwangi



Sumber: Barang Jadi Anzaz Konveksi UD Banyuwangi



Sumber: Kerjasama dengan para UMKM



Sumber : Pengolahan Limbah Kain Perca Anzaz Konveksi UD Banyuwangi



Sumber : Pengolahan Limbah Kain Perca Anzaz Konveksi UD Banyuwangi

Lampiran 10 Biodata Penulis

BIODATA PENULIS



Nama : Zulfi Azizatur Rosidah
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 29 September 1997
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Dusun Krajan Desa Seneporejo RT/RW 004/001,
Kecamatan Siliragung Kabupaten Banyuwangi
Agama : Islam
No Hp : 085942894257
Alamat E-mail : zulviaziz123@gmail.com

Riwayat Pendidikan

MI/SD : MI Miftahul Huda (2005-2011)
SMP/MTs : MTs Kebunrejo Genteng (2011-2014)
SMA/SMK : SMA AL Hikmah Muncar (2014-2017)
Perguruan Tinggi : IAIN Jember (2017-2021)