

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pada era globalisasi saat ini memperhatikan lingkungan adalah salah satu hal yang sangat penting bagi pelaku bisnis. Hal ini disebabkan banyak dari pemangku kepentingan menilai suatu kesehatan bisnis tidak hanya dari pendapatan atau *profit* yang didapatkan, tetapi juga dinilai dari tanggung jawab yang diberikan pelaku bisnis kepada lingkungan sekitar. Hal tersebut juga telah diatur dalam pasal 1 Nomor 3 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (selanjutnya disebut UU PT) yang menggunakan istilah Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) sebagai terjemahan dari istilah Corporate Social Responsibility (CSR).

*World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) mendefinisikan CSR sebagai suatu komitmen pelaku bisnis untuk berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, bekerja dengan karyawan, keluarga mereka, dan masyarakat lokal (WBCSD, 2001 dalam Mardikanto, 2014:93).

Tanggung jawab sosial dalam GRI (*Global Reporting Initiative*) dapat diukur dengan tiga indikator yaitu indikator ekonomi, lingkungan dan sosial. Tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh pelaku bisnis biasanya sangat identik dengan perusahaan-perusahaan besar yang telah berbadan hukum, kepada masyarakat sekitar perusahaan. Dengan harapan dapat merangsang pertumbuhan ekonomi masyarakat. Program tanggung jawab sosial atau CSR yang dilakukan adalah dengan dibentuknya kelompok usaha kecil atau yang biasa disebut dengan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) yang dimodali oleh perusahaan perseroan tersebut. Program tersebut disebut dengan CSR pemberdayaan masyarakat.

UMKM merupakan pondasi perekonomian bangsa, hal ini dibuktikan dengan banyaknya pelaku UMKM yang mampu membantu roda ekonomi masyarakat. Perkembangan UMKM menjadi faktor pendukung peningkatan berbagai macam usaha baik usaha kategori mikro, kecil dan menengah.

Penelitian ini dilakukan di kota Semarang pada UMKM penerima CSR di kota Semarang. Masalah dasar yang seringkali muncul adalah terkait penyerapan anggaran, kemampuan berinovasi, bersaing, serta mengolah informasi para pelaku UMKM penerima CSR dalam menjalankan bisnis dan tanggung jawabnya atas dana yang telah diberikan. Melihat fenomena tersebut maka perusahaan-perusahaan pemberi CSR tidak hanya memberikan modal saja namun juga melakukan pelatihan-pelatihan ketrampilan.

Adapun beberapa contoh dari tanggung jawab social atau CSR perseroan yang dilakukan oleh perusahaan misalnya yaitu PT Indonesia Power Semarang, dengan membentuk UMKM di desa Malon yang terletak di Gunung Pati, menjadi desa binaan Kampung Alam Malon. Pembentukan desa Kampung Alam Malon diharapkan dapat membantu perekonomian warga sekitar dengan dibentuknya kelompok pengrajin batik dengan menggunakan pewarna alami. Selain itu dibentuk juga kelompok UMKM yang mengolah hasil alam seperti rumput laut dan olahan ikan. Hal ini sejalan dengan tujuan tanggung jawab sosial perusahaan dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi pelaku usaha maupun masyarakat sekitar.

Kemudian PT Pertamina Semarang yang menerapkan CSR untuk UMKM dengan memberikan bantuan untuk pendirian kelompok usaha ternak bebek, pemberian APD bagi peternak dan pembuat terasi, peningkatan produksi telur bebek/budidaya bebek petelur, peningkatan produktivitas kualitas industri kecil terasi di Kelurahan Tanjung Mas Kecamatan Semarang Utara. Dan Bank Mandiri menerapkan CSR untuk

UMKM dengan memberikan bantuan untuk pengembangan industri terasi, pengembangan industri batu bara di Kelurahan Mangkang Kulon Kecamatan Tugu, Semarang.

Dalam research gap, berdasarkan beberapa penelitian, kapabilitas absorptif, kapabilitas adaptif, kapabilitas inovatif dapat berpengaruh secara langsung terhadap kinerja UMKM (Protogerou et al., 2008; Teece & Pisano, 1994; Stam et al., 2007; Ambrosini, Bowman, & Collier, 2009; Teece, 2007). Menurut Protogerou et al. (2008), kapabilitas absorptif, kapabilitas adaptif, kapabilitas inovatif adalah anteseden untuk kompetensi fungsional yang lebih lanjut berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja UMKM, sehingga kapabilitas absorptif, kapabilitas adaptif, kapabilitas inovatif tidak signifikan berpengaruh langsung terhadap kinerja perusahaan. Serta penelitian dari Ayu Candrawati (2017) penelitiannya menunjukkan bahwa Kapabilitas inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan produk.

Sesuai latar belakang yang telah di uraikan, peneliti ingin meneliti dengan judul **“STUDI KAPABILITAS DINAMIK DAN KEUNGGULAN PRODUK PADA UMKM PENERIMA CSR DI KOTA SEMARANG”**

## 1.2 Rumusan Masalah

Masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah mengenai peran CSR (Corporate Social Responsibility) dalam meningkatkan inovasi produk dan keberlangsungan usaha Mitra binaan :

1. Apakah *Capability Absorptive CSR (Corporate Social Responsibility)* berpengaruh terhadap keunggulan produk yang dihasilkan oleh UMKM penerima CSR?
2. Apakah *Capability Innovation CSR (Corporate Social Responsibility)* berpengaruh terhadap keunggulan produk yang dihasilkan oleh UMKM penerima CSR?

3. Apakah *Capability Adaptive CSR (Corporate Social Responsibility)* berpengaruh terhadap keunggulan produk yang dihasilkan oleh UMKM penerima CSR?
4. Apakah *Capability Absorptive CSR (Corporate Social Responsibility)* berpengaruh terhadap kinerja UMKM penerima CSR?
5. Apakah *Capability Innovation CSR (Corporate Social Responsibility)* berpengaruh terhadap kinerja UMKM penerima CSR?
6. Apakah *Capability Adaptive CSR (Corporate Social Responsibility)* berpengaruh terhadap kinerja UMKM penerima CSR?
7. Apakah keunggulan produk yang dihasilkan oleh Mitra Binaan berpengaruh terhadap kinerja UMKM penerima CSR?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui :

1. Untuk menganalisa pengaruh pengujian *Capability Absorptive CSR (Corporate Social Responsibility)* terhadap keunggulan produk yang dihasilkan oleh Mitra Binaan.
2. Untuk menganalisa pengaruh pengujian *Capability Adaptive CSR (Corporate Social Responsibility)* terhadap keunggulan produk yang dihasilkan oleh Mitra Binaan.
3. Untuk menganalisa pengaruh pengujian *Capability InovationCSR (Corporate Social Responsibility)* terhadap keunggulan produk yang dihasilkan oleh Mitra Binaan
4. Untuk menganalisa pengaruh pengujian *Capability Absorptive CSR (Corporate Social Responsibility)* terhadap Kinerja UMKM
5. Untuk menganalisa pengaruh pengujian *Capability Adaptive CSR (Corporate Social Responsibility)* terhadap Kinerja UMKM
6. Untuk menganalisa pengaruh pengujian *Capability InovationCSR (Corporate Social Responsibility)* terhadap Kinerja UMKM

7. Untuk menganalisa pengaruh keunggulan produk terhadap kinerja UMKM

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Teoritis

Sebagai bahan akademisi untuk menambah wawasan keilmuan dan pembelajaran mata kuliah manajemen dalam bidang manajemen pemasaran.

2. Praktis

Bagi akademis, dapat dijadikan sebagai bahan masukan atau menambah referensi untuk pengembangan ilmu manajemen pemasaran. Bagi perusahaan, dapat memberikan pertimbangan dalam pembuatan kebijakan perusahaan dalam penerapan *Corporate Social Responsibility* yang sustainability