

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Berdasarkan judul penelitian yang penulis ambil terdapat beberapa penelitian sebelumnya yang terkait dengan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) oleh Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dan dapat mendukung penelitian sekarang, antara lain:

Tabel 2.1

Ringkasan Hasil-hasil Penelitian Terdahulu

| No | Nama, Judul, Tahun Penerbitan | Variabel Penelitian | Metodologi Penelitian | Hasil |
|----|--|--|-----------------------|---|
| 1. | Castejon, PJ, Lopez , BA, 2016 “ <i>Corporate social responsibility in family SMEs: A comparative study</i> ” | Dependen : <i>Corporate Social Responsibility</i> Independen : UKM Usaha Keluarga dan UKM Non Usaha Keluarga | Kuantitatif | Menunjukkan UKM Usaha Keluarga lebih memberikan tanggung jawab sosial dari pada UKM yang bukan usaha keluarga |
| 2. | Chelliah, TD, Jaganathan, M, 2017 “ <i>Adoption of Corporate Social</i> | Dependen : Motivasi UKM terhadap CSR Independen : | Kuantitatif | Maksimalisasi keuntungan, tanggung jawab filantropi, tekanan eksternal dan tanggung jawab moral secara signifikan |

Dilanjutkan

Lanjutan Tabel 2.1

| | | | | |
|----|---|--|------------|--|
| | <i>Responsibility: Empirical Evidence from Malaysian SMEs</i> | Maksimalisasi Keuntungan, Tanggung Jawab Filantropi, Tekanan Eksternal, Tanggung Jawab Moral | | menunjukkan bahwa UKM mulai berkonsentrasi pada CSR untuk memperkuat pasar mereka. |
| 3. | Putranti, DR, Tyoso, SP, 2013 “Model Pemetaan CSR untuk Menunjang UKM Mendapatkan <i>Entrepreneur</i> Unggul dan <i>Sustainable</i> (Studi UKM Batik Pekalongan).” | Pemetaan CSR | Kualitatif | Memberikan pemahaman tentang tanggung jawab UKM batik di Pekalongan mendapat <i>entrepreneur</i> yang unggul. Faktor yang mempengaruhi UKM batik Pekalongan dalam melaksanakan kegiatan CSR agar <i>Sustainable</i> bagi usahanya adalah hubungan antara tindakan industri (Pemberiaan amal, Kedermawanan, Relasi kemasyarakatan) dengan kesuksesan bisnis (tata kelola, penggerak keuangan dan kinerja keuangan). |
| 4. | Novarinda, L, 2016 “Penerapan Strategi (CSR) Untuk | Strategi CSR dan pengelolaan, pengembangan | Kualitatif | Penerapan strategi CSR terbukti mampu memperkuat pengelolaan dan |

Dilanjutkan

Lanjutan Tabel 2.1.

| | | | | |
|----|--|------------------|------------|---|
| | Memperkuat Pengelolaan Dan Pengembangan Umkm (Study Kasus Pada Umkm “Almira Hand Made”) Di Malang.” | UMKM | | pengembangan Almira Hand Made Hal tersebut dapat dibuktikan dengan pengelolaan majeman yang semakin baik, peningkatan omzet usaha yang meningkat. |
| 5. | Susanto, J dan Indarto 2016 “ Kajian Implementasi CSR oleh Usaha Kecil dan Menengah di Kota Semarang.” | Implementasi CSR | Kualitatif | <ol style="list-style-type: none"> 1. Semua UMKM yang menjadi narasumber dalam penelitian telah mengimplementasikan aktifitas-aktifitas yang berkaitan dengan CSR meskipun mereka tidak mengenalnya sebagai CSR 2. Pemberian kompensasi yang sesuai dengan ketentuan pemerintah kepada karyawan 3. Karakteristik implementasi CSR oleh UMKM masih berorientasi pada stakeholder intern 4. Implementasi CSR didasari |

Dilanjutkan

Lanjutan Tabel 2.1

| | | | | |
|----|---|-------------------|------------|--|
| | | | | <p>motivasi rasa tanggung jawab moral yang tinggi</p> <p>5. Pelaku UMKM yang terpilih menjadi narasumber merasakan dampak yang positif baik jangka pendek maupun jangka panjang</p> <p>6. Pelaku UMKM mengakui bahwa tidak mudah dalam mengimplementasikan CSR</p> |
| 6. | Suparno, Wicaksono dan Ariyani, 2013 “ Model Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Melalui Program CSR Pada Industri Rokok di Kudus.” | Pemberdayaan UMKM | Kualitatif | <p>1. Implementasi program CSR dengan model pemberdayaan belum banyak dilakukan</p> <p>2. Implementasi program CSR masih sebatas pada pemberdayaan masyarakat sekitar di bidang sosial dan lingkungan</p> <p>3. Model pemberdayaan UMKM yang tepat yaitu melalui program kemitraan</p> |

Dilanjutkan

Lanjutan Tabel 2.1

| | | | | |
|----|---|---|------------|---|
| 7. | Maharnani, FA, Yudianti, N, 2017 “ Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Dalam Menunjang Kinerja UMKM (Studi Kasus pada Sentra Industri Batik di Kampoeng Batik Lawelay Solo).” | Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> | Kualitatif | <ol style="list-style-type: none"> 1. Tingkat implementasi yang dilakukan oleh pengelola batik termasuk dalam kategori tinggi. 2. Implementasi CSR yang dilakukan UMKM batik sebagian besar tidak menunjang kinerja keuangan tetapi menunjang kinerja non keuangannya |
|----|---|---|------------|---|

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Susanto dan Indarto (2016) dan Maharnani dan Yudianti (2017) adalah pelaksanaan atau implementasi CSR oleh pelaku UMKM. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah lebih berfokus pada kesejahteraan karyawan dan masyarakat sekitar UMKM.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Defenisi *Social Responsibility*

Sulit dipungkiri, bahwa pergerakan industrialisasi berdampak negatif terhadap lingkungan dan pranata sosial sekitarnya (selanjutnya disebut negatif externalities). Hal ini karena kegiatan mengolah suatu produk dengan mesin membutuhkan pergerakan yang serentak bagi

sumberdaya sehingga kecil ataupun besar, cepat ataupun lambat dapat mengganggu keseimbangan sumberdaya tersebut. Disitulah letak pentingnya pembagian tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat, agar terjadi keseimbangan eksploitasi (selanjutnya disebut social responsibility) (Hadi, 2011).

Sebagai satu konsep, meskipun telah terjadi trend yang semakin rame diperbincangkan, social responsibility belum memiliki batasan yang sepadan. Banyak ahli, praktisi dan peneliti belum memiliki kesamaan dalam memberikan pengertian, meskipun dalam banyak hal memiliki persamaan esensi.

Johnson and johnson (2006) dalam Hadi (2011) mendefinisikan “Corporate Social Responsibility (CSR) is about how companies manage the business processes to produce an overall positive impact on society”.

Definisi tersebut pada dasarnya berangkat dari filosofi bagaimana cara mengelola perusahaan baik sebagian maupun secara keseluruhan memiliki dampak positif bagi dirinya dan lingkungan. Untuk itu, pelaku bisnis harus mampu mengelola kegiatan operasinya sehingga menghasilkan produk yang berorientasi secara positif terhadap masyarakat dan lingkungan.

Ghana (2006) dalam Hadi (2011) mendefinisikan “*CSR is about capacity building for sustainable livelihoods. It respects cultural differences and finds the sustainable opportunities in building the skills of employess, the community and the government*”. Lebih lanjut

dinyatakan,....”*corporate social responsibility (CSR) is about business giving back to society*”.

Batasan yang diberikan Ghana tersebut “memberikan penjelasan secara lebih dalam, bahwa tanggungjawab sosial perusahaan (CSR) memberikan ruang dalam membangun *corporate building* untuk itu upaya (*respect*) terhadap berbagai budaya yang ada haruslah menjadi strategi bisnis perusahaan, hai ini dapat menjamin kelangsungan usaha suatu perusahaan”.

The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) yang merupakan lembaga internasional yang terbentuk beberapa perusahaan di dunia, lewat publikasinya “*Making Good Business Sense*” mendefinisikan *corporate social responsibility*:

“continuing commitment by business to behave ethically and contributed to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the local community and society at large.”

Definisi tersebut menunjukkan “tanggungjawab sosial perusahaan (CSR) merupakan satu bentuk tindakan yang dilakukan oleh perusahaan yang diarahkan untuk meningkatkan pembangunan ekonomi, yang dibarengi dengan peningkatan kualitas hidup bagi karyawan berikut keluarganya, serta sekaligus peningkatan kualitas hidup bagi masyarakat sekitar dan masyarakat secara lebih kuat.”

European Commission mendefinisikan CSR sebagai “ suatu konsep dimana perusahaan dengan sadar turut bertanggung jawab

untuk menjadikan masyarakat yang lebih baik dan lingkungan yang lebih bersih.” Secara khusus, CSR menyarankan “bahwa perusahaan mengidentifikasi kelompok pemegang kepentingan perusahaan dan memasukkan kebutuhan dan nilai-nilai mereka ke dalam proses pengambilan keputusan strategis dan operasional perusahaan.”

2.2.2 Model Penerapan *Corporate Social Responsibility*

Model penerapan CSR menurut Mukti (2013) “terbagi menjadi tiga, yang pertama langsung (*directly*) yaitu korporasi membentuk divisi khusus untuk melaksanakan CSR. Kedua, tidak langsung (*indirectly*) yaitu korporasi menyerahkan ke badan lain (LSM atau yayasan). Ketiga, membangun kerjasama (*partnership*) yaitu korporasi membuat kerjasama dengan institusi lokal untuk pemberdayaan.”

Sedangkan menurut (Mulyani, 2007 dalam Deleni, 2017) “model penerapan CSR terbagi menjadi empat, yang pertama perusahaan terlibat langsung. Perusahaan menyelenggarakan sendiri kegiatan sosialnya tanpa perantara atau bantuan pihak lain. Kedua, melalui yayasan atau organisasi sosial. Yayasan biasanya didirikan di bawah naungan perusahaan sehingga perusahaan akan mengalokasikan dana kepada yayasan tersebut. Ketiga, bermitra dengan pihak lain yang dinilai kompeten seperti LSM, universitas dan media masa. Keempat, membentuk atau bergabung dalam satu konsorsium. Perusahaan turut mendirikan, menjadi bagian anggota,

atau mendukung suatu lembaga sosial yang didirikan untuk tujuan tertentu.”

2.2.3 Konsep *Triple Bottom Line*

Satu terobosan besar perkembangan tanggungjawab perusahaan dikemukakan oleh John Elkington (1997). Konsep *The Triple Bottom Line* mengakui bahwa bahwa tanggung jawab kepada lingkungan dan masyarakat juga merupakan faktor penting dalam mengembangkan perusahaan, selain perolehan laba.

Konsep *Triple Bottom Line* tersebut merupakan kelanjutan dari konsep *sustainable development* yang secara eksplisit telah mengaitkan antara dimensi tujuan dan tanggungjawab, baik kepada *shareholder* maupun *stakeholder*.

Profit, merupakan salah satu bentuk tanggungjawab yang harus dicapai oleh perusahaan, bahkan mainstream ekonomi yang dijadikan pijakan filosofis operasional perusahaan, profit merupakan orientasi utama perusahaan. *People*, merupakan lingkungan dalam masyarakat di mana perusahaan tersebut berada. Mereka adalah para pihak yang berperan penting dalam mempengaruhi maupun dipengaruhi oleh perusahaan. *Planet*, merupakan lingkungan fisik perusahaan. Lingkungan fisik memiliki signifikansi terhadap eksistensi perusahaan.

2.2.4 Manfaat *Corporate Social Responsibility*

Kelancaran operasional perusahaan adalah yang utama dan dalam hal ini membangun komunikasi dengan *stakeholder* adalah kuncinya. Manfaat csr selain dirasakan oleh lingkungan sekitar perusahaan, dapat pula menjadi alat perusahaan untuk menjaga keharmonisan perusahaan dengan *stakeholder* (Pemkad Gresik, 2016).

Berikut beberapa manfaat dari CSR:

a. Bagi Perusahaan

1. Terciptanya hubungan yang harmonis
2. Keberlanjutan kelancaran operasional
3. Terciptanya kondisi yang aman dan kondusif
4. Menambah citra perusahaan

b. Bagi Masyarakat

1. Adanya solusi pemecahan masalah
2. Keberlanjutan dan peningkatan sosial ekonomi
3. Terciptanya kemandirian masyarakat
4. Peningkatan taraf hidup masyarakat

c. Bagi Pemerintah Daerah

1. Adanya dukungan program pemerintah
2. Harmonis antara masyarakat dan perusahaan
3. Sinergi program pembangunan dan pemberdayaan masyarakat.

2.2.5 Prinsip-prinsip *Social Responsibility*

Tanggungjawab sosial (*social responsibility*) mengandung interpretasi yang sangat berbeda, terutama jika dikaitkan dengan kepentingan pemangku kepentingan (stakeholder). Hal ini sesuai dengan ranah tanggungjawab sosial (*social responsibility*) yang mengandung dimensi yang sangat luas dan kompleks. Untuk itu, dalam memudahkan pemahaman dan penyederhanaannya, banyak para ahli mencoba menggarisbawahi serta memilah prinsip dasar yang terkandung dalam tanggungjawab sosial (*social responsibility*).

Crowther David (2008) dalam Hadi (2011) mengurai prinsip-prinsip tanggungjawab sosial (*social responsibility*) menjadi tiga, yaitu: (1) *sustainability*; (2) *accountability*; dan (3) *transparency*.

Sustainability, merupakan suatu aktivitas (*action*) perusahaan dalam memperhitungkan keberlanjutan sumber daya yang digunakan. Sehingga dalam pelaksanaannya tidak hanya memperhatikan sumber daya sekarang akan tetapi juga memperhitungkan sumber daya untuk generasi masa depan. Dengan demikian keseimbangan dari sumber daya akan tetap berjalan dengan baik.

Accountability, merupakan tanggungjawab perusahaan atas aktivitas yang telah dilakukan. Ketika aktivitas perusahaan dipengaruhi dan mempengaruhi lingkungan eksternal, maka saat itu akuntabilitas dibutuhkan. Kosep ini menjelaskan pengaruh kuantitatif aktivitas perusahaan terhadap pihak internal dan eksternal (Crowther

David, 2008). Pemangku kepentingan dapat menjadikan akuntabilitas sebagai media bagi perusahaan dalam membangun *image* dan *network*. Hadi (2009) menunjukkan jika perusahaan menginginkan konsekuensi sosial maupun ekonomi maka laporan perusahaan harus memiliki tingkat keluasan dan keinformasian yang tinggi.

Transparency, merupakan prinsip penting bagi pihak internal. Transparansi berkaitan dengan pelaporan aktivitas perusahaan serta memiliki dampak terhadap pihak eksternal. Crowther David (2008) menyatakan:

Transparency, as a principle, means that the external impact of the organisation can be ascertained from the organisation's reporting and pertinent facts are not disguised within that reporting.the effect of the action of the organisation, including external impacts, should be apparent to all from using the information provided by the organisation's reporting mechanism.

Transparansi berperan untuk mengurangi asimetri informasi, kesalahpahaman, khususnya informasi dan pertanggungjawaban berbagai dampak dari lingkungan. Hal ini salah satu bentuk kepentingan pihak eksternal perusahaan.

2.2.6 Global Reporting Initiatives

Global Reporting Initiative (GRI) adalah sebuah organisasi nirlaba yang bekerja ke arah ekonomi global yang berkelanjutan dengan memberikan panduan pelaporan berkelanjutan. *GRI* telah merintis dan mengembangkan pelaporan keberlanjutan dengan kerangka komprehensif yang banyak digunakan di seluruh dunia.

Kerangka ini memungkinkan semua organisasi untuk mengukur dan melaporkan kinerja ekonomi, lingkungan, kinerja sosial dan pemerintah.

Kerangka pelaporan tersebut meliputi pedoman pelaporan, pedoman sektor industri dan sumber daya lain yang memungkinkan transparansi organisasi yang lebih besar tentang ekonomi, kinerja lingkungan, sosial dan pemerintah. Transparansi dan akuntabilitas membangun kepercayaan para pemangku kepentingan dalam organisasi, dan dapat menciptakan banyak manfaat lainnya. Ribuan organisasi, dari semua ukuran perusahaan dan sektor industri menggunakan kerangka *GRI* untuk memahami bagaimana kinerja keberlanjutan perusahaan mereka.

Pedoman pelaporan *GRI* dikembangkan oleh para ahli dunia dalam bidang-bidang ekonomi, sosial, dan lingkungan. Kategori ekonomi menggambarkan arus modal di antara pemangku kepentingan yang berbeda, dan dampak ekonomi utama dari organisasi di seluruh lapisan masyarakat. Sedangkan kategori sosial berisi sub-kategori, praktik Ketenagakerjaan dan Kenyamanan Bekerja, Hak Asasi Manusia, Masyarakat, Tanggung Jawab atas Produk, sebagian besar konten sub kategori pada standar universal yang diakui secara internasional atau referensi internasional lainnya yang relevan. Dan untuk kategori lingkungan meliputi dampak yang terkait dengan input (seperti energi dan air) dan output (seperti emisi,

efluen dan limbah). Selain itu pedoman pelaporan *GRI* juga dibantu oleh para kelompok kerja internasional, keterlibatan pemangku kepentingan, termasuk masukan dari masyarakat yang membantu dalam membuat pedoman pelaporan yang cocok dan kredibel untuk semua organisasi.

2.2.7 *Corporate Social Responsibility di Indonesia*

Di Indonesia, lahir Undang-undang No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal dan Undang-undang No. 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas yang memberikan kewajiban hukum bagi korporasi untuk melaksanakan CSR. Hal ini dilatarbelakangi oleh amanat Undang-undang Dasar 1945 mengenai perekonomian nasional dan kesejahteraan sosial harus diatur oleh Negara untuk sebesar-besar kemakmuran rakyat. Berdasarkan prinsip pembangunan berkelanjutan, untuk menjaga lingkungan hidup dan masyarakat maka pemerintah berkeinginan untuk mencegah dan mengurangi rusaknya lingkungan yang diakibatkan oleh operasional perusahaan (Mukti, 2013).

CSR di Indonesia secara konseptual masih harus dipilih antara pelaksanaan CSR yang dilakukan oleh perusahaan besar dan pelaksanaan CSR oleh perusahaan kecil dan menengah. Selama ini, terdapat anggapan yang keliru bahwa CSR hanya diperuntukan bagi perusahaan besar, padahal tidak hanya perusahaan besar yang dapat memberikan dampak negatif melainkan industri kecil sekaligus dapat

memberikan dampak negatif terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar. CSR yang dilakukan oleh perusahaan kecil dan menengah di Indonesia masih berkisar pada pembukaan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar dan pemberian *charity* kepada masyarakat sekitar (Deleni, 2017).

2.2.8 Kesejahteraan Sosial Menurut UU RI

Kesejahteraan Sosial menurut Undang-undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2009 adalah kondisi terpenuhinya kebutuhan material, spiritual, dan sosial warga negara agar dapat hidup layak dan mampu mengembangkan diri, sehingga dapat melaksanakan fungsi sosialnya.

Penyelenggaraan kesejahteraan sosial bertujuan:

- a. Meningkatkan taraf kesejahteraan, kualitas, kelangsungan hidup;
- b. Memulihkan fungsi sosial dalam rangka mencapai kemandirian;
- c. Meningkatkan ketahanan sosial masyarakat dalam mencegah dan menangani masalah kesejahteraan sosial;
- d. Meningkatkan kemampuan, kepedulian dan tanggungjawab sosial dunia usaha dalam penyelenggaraan kesejahteraan sosial secara melembaga dan berkelanjutan;

- e. Meningkatkan kemampuan dan kepedulian masyarakat dalam penyelenggaraan kesejahteraan sosial secara melembaga dan berkelanjutan; dan
- f. Meningkatkan kualitas manajemen penyelenggara kesejahteraan sosial.

Peraturan Menteri Sosial Nomor 13 Tahun 2012 tentang Forum Tanggung jawab Dunia Usaha dalam Penyelenggaraan Kesejahteraan Sosial, pasal 1 Ayat (2) menyebutkan Tanggung Jawab Sosial Dunia Usaha adalah komitmen dan upaya dunia usaha dalam melaksanakan tanggung jawab sosialnya dalam turut serta membangun penanganan masalah sosial.

Pasal 3 menyebutkan Forum Tanggung Jawab Sosial Dunia Usaha bertujuan mengkoordinasikan, memfasilitas, dan mensinergikan potensi pelaku dunia usaha, organisasi sosial, perguruan tinggi, dan masyarakat dalam mengoptimalkan implementasi Tanggung Jawab Sosial Dunia Usaha dalam penyelenggaraan kesejahteraan sosial.

2.2.9 Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Bentuk UMKM dapat berupa perusahaan perseorangan, persekutuan, seperti misalnya firma dan CV, maupun perseroan terbatas. UMKM dapat dikategorikan menjadi 3 terutama berdasarkan jumlah aset dan omzet sebagaimana tercantum di Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM sebagai berikut:

- a. **Usaha Mikro:** usaha produktif milik orang perorangan dan /atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Aset kurang dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) dan Omzet kurang dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
- b. **Usaha Kecil:** usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan/badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan/bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Aset Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai kurang dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) dan Omzet Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai kurang dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).
- c. **Usaha Menengah:** usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria Aset Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai kurang dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) dan Omzet Rp2.500.000.000,00

(dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai kurang dari Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

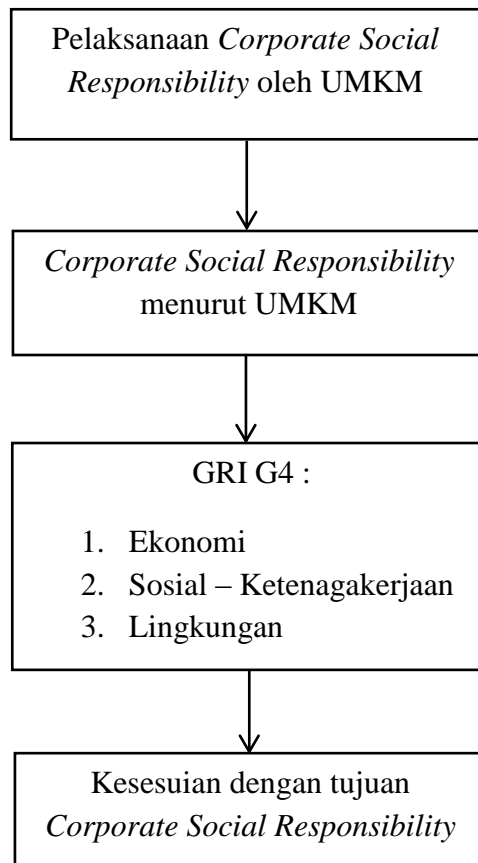
2.3 Rerangka Konseptual

Corporate Social Responsibility atau Tanggung Jawab Sosial merupakan suatu upaya yang dilakukan pelaku bisnis dalam membangun perekonomian serta meningkatkan kualitas hidup bagi karyawan dan masyarakat (*The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)*). Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* merupakan sebuah kewajiban yang harus dijalankan oleh pelaku bisnis seperti perusahaan baik berskala besar maupun kecil, tidak terkecuali Usaha Mikro Kecil dan Menengah diharapkan dapat turut berkontribusi dalam pelaksanaan *Corporate Social Responsibility*.

Pengukuran *Corporate Social Responsibility* dapat dilakukan dengan menggunakan metode pengukuran *Global Reporting Initiative (GRI) G4*. Variabel metode GRI G4 terdiri dari Kategori Ekonomi, Lingkungan, Sosial yang memiliki sub kategori Praktik Ketenagakerjaan dan Kenyaman bekerja, Hak Asasi Manusia (HAM), Masyarakat dan Tanggung Jawab atas produk. Namun untuk pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* oleh Usaha Mikro Kecil dan Menengah peneliti hanya memfokuskan pada kategori Ekonomi, Sosial- Ketenagakerjaan dan Lingkungan karena Usaha Mikro Kecil dan Menengah merupakan industri berskala kecil sehingga untuk dampak yang dihasilkan tidak sebesar

dampak yang dihasilkan oleh perusahaan-perusahaan besar dan untuk lebih mempermudah pemahaman mereka.

Berdasarkan analisis dari tinjauan pustaka dan penelitian terdahulu, maka rerangka penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1 Alur Penelitian

Dalam penelitian ini akan dibahas mengenai pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh UMKM dengan melihat *Corporate Social Responsibility* menurut UMKM dengan menggunakan indikator GRI G4, dengan kategori Ekonomi, Sosial

Ketenagakerjaan dan Lingkungan, serta menyesuikannya dengan tujuan dari *Corporate Social Responsibility* tersebut.