

Artikel Hasil Penelitian

Implementasi *Corporate Social Responsibility* dalam Pemberdayaan UMKM pada CV. Futake Indonesia Ditinjau dari Perspektif Etika Bisnis Islam

Muhammad Naufal Muzakki Dhaifullah, Aqida Shohiha^{a)}

*Department of Islamic Economics, Faculty of Islamic Studies
Universitas Islam Indonesia, Sleman, Special Region of Yogyakarta
Indonesia*

^{a)}Corresponding author: aqida.shohiha@uui.ac.id

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi CSR CV. Futake Indonesia dalam pemberdayaan UMKM melalui *community based* dalam UMKM Klaten. Penelitian ini juga meninjau implementasi CSR di CV. Futake Indonesia melalui perspektif etika bisnis Islam. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Subjek penelitian ini anggota komunitas UMKM Klaten dan CV. Futake Indonesia. Sumber data berupa data primer dengan metode wawancara dari 2 sisi, yakni CV. Futake Indonesia selalu pelaksana CSR, dan anggota UMKM Klaten. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program CSR yang dilakukan CV. Futake Indonesia berfokus pada pemberian dana bantuan dan pemberdayaan UMKM. Sumber dana CSR berasal dari 10% keuntungan perusahaan. Implementasi program CSR CV. Futake Indonesia tersalurkan dengan baik. Bagi anggota UMKM Klaten diberikan pelatihan dan sosialisasi mengenai pengembangan usaha. Ditinjau dari prinsip etika bisnis Islam, program CSR telah sesuai dengan prinsip kesatuan (tauhid), keseimbangan (*equilibrium*), kebebasan (*free will*), tanggung jawab (*responsibility*), dan kebenaran (ihsan).

Kata Kunci: *corporate social responsibility*, pemberdayaan UMKM, etika bisnis Islam

PENDAHULUAN

Corporate social responsibilty (selanjutnya disingkat CSR) adalah salah satu cara perusahaan melakukan bentuk tanggung jawab sosial terhadap penduduk dan lingkungan sekitar perusahaan. Tanggung jawab sosial akan tumbuh dan membesar seiring dengan koneksi antara perusahaan dengan metode manajemen, perhatian perusahaan terhadap para pemangku kepentingannya, yang meliputi konsumen, karyawan, pemegang saham, masyarakat dan lingkungan, di semua bidang kegiatan perusahaan, termasuk keuangan sosial, dan sektor lingkungan (Santoso dan Larasati, 2020).



CSR juga merupakan kesempatan bagi perusahaan untuk bertindak secara konsisten dalam kehidupan bisnis, dengan tujuan mendorong pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dan menekankan keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Praktek tanggung jawaban sosial saat ini mengalami perkembangan pesat sejalan perkembangan konsep tanggung jawab sosial. Hal ini terkait dengan mandat global yang tidak hanya mencari keuntungan tetapi juga mengejar aktivitas etis dan berperan dalam menciptakan investasi sosial (Mayasari, 2020).

CV. Futake Indonesia adalah perusahaan manufaktur yang berbisnis di bidang pengecoran dan permesinan logam, khususnya furnitur jalan dan pejalan kaki seperti tiang lampu jalan (PJU), rambu penunjuk arah, rambu jalan, tonggak, kursi taman, tempat sampah, mesin penyapu, pagar antik, *grill*, penutup saluran pembuangan, dan produk sejenis lainnya. Sebagai salah satu perusahaan pengecoran, Futake Indonesia dapat memproduksi berbagai cor besi dan aluminium. Peleburan logam pabrik Futake Indonesia mengadopsi tungku induksi (*induction furnace system*) dengan proses pengecoran IFS, sehingga produksi akan lebih efisien dan cepat (Futake Indonesia, 2023).

Salah satu contoh program CSR yang diunggulkan di CV. Futake Indonesia adalah pemberdayaan UMKM. Pola CSR yang digunakan dengan tujuan ini adalah *community based* melalui dibentuknya komunitas “UMKM Klaten” usaha mikro kecil menengah (UMKM) sendiri memiliki peran dan jumlah yang relatif besar dan luas dalam penciptaan lapangan kerja. Dengan peranan UMKM yang besar dapat menjelaskan bahwa UMKM bisa ditingkatkan dan dikembangkan lebih baik lagi untuk kedepannya agar dapat bersaing di tengah arus globalisasi (Amin, Pagalung dan Kara, 2022). Terlaksananya program CSR berupa pemberdayaan UMKM tersebut diharapkan dapat membantu UMKM mendapatkan modal usaha atau memajukan inovasi produk dan jasa, menaikkan sumber daya manusia dan teknologi dan juga memperluas cakupan pasar.

Etika bisnis merupakan aktivitas yang dilakukan dalam suatu kegiatan bisnis tanpa menyalahi aturan perusahaan atau masyarakat. Fokusnya adalah pada standar moral yang ditetapkan oleh kebijakan, institusi, dan tingkah laku bisnis. Dalam konteks ini, etika bisnis adalah pengoperasian standar moral, dimulai dengan bagaimana implementasinya pada ekosistem dan komunitas dalam masyarakat modern yang memproduksi dan mendistribusikan barang dan jasa kepada mereka yang bekerja di organisasi tersebut. Padahal tujuan penerapan kaidah ajaran Islam di bidang muamalah, khususnya perilaku bisnis, adalah untuk menciptakan pendapatan yang hidayat dan mulia, sehingga dengan begitu dapat mewujudkan peningkatan mutu manusia yang bersifat adil serta stabil, untuk memenuhi kebutuhan dan kesempatan kerja. Dan pemerataan pendapatan tanpa ketimpangan sosial yang berkepanjangan (Yunia, 2018).

Sebagai bentuk pertanggung jawabannya kepada masyarakat sosial, CV. Futake Indonesia menyalurkan CSR-nya melalui program kajian rutin dengan tujuan untuk meningkatkan wawasan terhadap agama bagi masyarakat serta tenaga kerja perusahaan, kegiatan tebar sembako bagi masyarakat sekitar, membentuk komunitas UMKM Klaten, dan program lainnya berupa membangun fasilitas ibadah berupa masjid di beberapa daerah di Jawa Tengah dan DIY. Namun program-program tersebut belum dapat dipastikan dampak implementasinya dan kesesuaiannya dengan etika bisnis Islam. Hal ini mendasari penulis untuk melaksanakan penelitian tentang konsep implementasi *corporate social responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh CV. Futake Indonesia kesesuaiannya dengan etika bisnis Islam.

Penelitian mengenai dampak implementasi CSR telah dilakukan oleh (Masum, Aziz dan Ahmad, 2020). Menurut Masum, Aziz dan Ahmad (2020), implementasi CSR dengan pola *community based*, dilakukan agar dapat mengidentifikasi peluang pemberdayaan

masyarakat yang dapat dilakukan. Perusahaan juga dapat melibatkan komunitas dalam proses perencanaan, formulasi, implementasi dan evaluasi CSR agar memberi dampak bagi pemberdayaan masyarakat sasaran CSR. Penelitian lain menyebutkan, bahwa meski konsep CSR sendiri merupakan konsep yang baik, namun pada implementasinya masih banyak perusahaan yang tidak menerapkan dengan tepat. Karena itu diperlukan riset dan evaluasi pada program CSR agar dapat memiliki dampak yang berkelanjutan dan meningkatkan pemberdayaan masyarakat (Retnaningsih, 2015). Implementasi CSR perusahaan juga dapat berupa keterlibatan perusahaan dalam menangani wabah sebagaimana dilakukan oleh PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) (Mayasari, 2020). Penelitian tersebut menggunakan sumber data sekunder seperti dokumentasi, publikasi media, laporan dan observasi tidak langsung.

Penelitian mengenai dampak implementasi CSR dengan menggunakan sumber primer dari sisi masyarakat penerima manfaat CSR dilakukan oleh Ansu-Mensah *et al.* (2021) pada Newmont Ahafo, Ghana. Penelitian ini menggunakan 21 responden terdiri dari sisi perusahaan, sisi masyarakat setempat, dan pejabat daerah. Data yang diperoleh dari masing-masing responden dapat menguji kevalidan informasi antar responden. Hasil penelitian menunjukkan implementasi CSR Newmont Ahafo telah melibatkan para *stakeholder* dan sesuai dengan prinsip keberlanjutan *triple bottom line*.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis implementasi CSR dan kesesuaiannya dengan etika bisnis Islam, menggunakan sumber data yang mewakili kedua sisi atau *cover both sides*. Subyek dalam penelitian ini adalah CV. Futake Indonesia selaku perusahaan pelaku CSR dan UMKM anggota komunitas UMKM Klaten sebagai penerima manfaat CSR. Sedangkan obyek penelitian adalah implementasi CSR terhadap pemberdayaan UMKM melalui pola *community-based*. Sehingga dilakukannya penelitian ini bertujuan mengetahui apakah program CSR dengan model *community based* UMKM Klaten benar memiliki dampak bagi pemberdayaan UMKM anggotanya. Selain itu juga mengetahui apakah implementasi tersebut telah sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam.

KAJIAN LITERATUR

Corporate Social Responsibility

Tanggung jawab sosial atau yang juga bisa dikatakan sebagai *corporate social responsibility* (CSR) merupakan sebuah tanggung jawab kepada sosial dan ekologi yang dilakukan suatu badan usaha terhadap penduduk sekitar. Ada juga masyarakat yang menyebutnya dengan tanggung jawab perusahaan atau *corporate responsibility*. *Corporate social responsibility* (CSR) telah diatur secara ketat di Indonesia yaitu melalui Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 40 tahun 2007, Undang-Undang Penanaman Modal Nomor 25 tahun 2007, dan Peraturan Menteri BUMN Nomor Per-5/MBU/2007 tentang program kemitraan BUMN dengan usaha kecil dan program bina lingkungan khusus perusahaan BUMN (Syukerti, Ningsih dan Evanne, 2022).

CSR adalah kepedulian perusahaan yang menyisihkan sebagian keuntungannya (*profit*) bagi kepentingan pembangunan manusia (*people*) dan lingkungan (*planet*) secara berkelanjutan berdasarkan prosedur (*procedure*) yang tepat dan professional (Rahmat, 2017). Implementasi CSR Perusahaan sesuai dengan kerangka kerja implementasi CSR oleh Paul Hohnen yang berlandaskan pada konsep *triple bottom line*, yakni *profit*, *people* dan *planet*.

Program CSR dapat berupa kegiatan filantropi, juga dapat berupa program pemberdayaan masyarakat (Santoso dan Larasati, 2020). Senada dengan Mayasari (2020), salah satu kegiatan CSR dalam menangani wabah virus corona di Indonesia diimplementasikan dalam dua bentuk implementasi yaitu *community relations* yang bersifat *charity* dan *community assistance* yang bersifat *philanthropy*.

Pemberdayaan UMKM

Program CSR yang terkait dengan pemberdayaan UMKM di antaranya dapat berupa pemberian modal, pertumbuhan kreativitas produk dan jasa, peningkatan mutu sumber daya manusia dan teknologi, penambahan wilayah pasar, dan pembangunan berkelanjutan harus diverifikasi. Dimana rancangan CSR dapat memungkinkan UMKM untuk bersaing dalam menghadapi pasar global yang terus berkembang. Pemberdayaan melalui pendidikan formal maupun informal juga dapat memotivasi penduduk untuk terus berperan antusias dalam mendorong pembangunan yang berkelanjutan (Disemadi dan Prananingtyas, 2020).

Tujuan pemberdayaan UMKM adalah untuk memperkuat bidang ekonomi dan bidang sosial, sehingga UMKM dapat mengendalikan usahanya dengan baik, lalu memasarkannya dan membentuk perputaran pasar yang dominan stabil sehingga UMKM dapat memenuhi tugas sosialnya dengan baik (Bahri, Mulbar dan Suliana, 2019). Program CSR untuk pemberdayaan masyarakat secara berkelanjutan, dapat melalui pola *community development* (Santoso dan Larasati, 2020).

Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islami adalah bisnis yang memajukan nilai-nilai yang terkandung dalam Al-Quran. Etika bisnis islam mengantongi beberapa nilai inti, antara lain: Kesatuan (tauhid/keesaan), kesetimbangan (*equilibrium*), kebebasan (*free will*), tanggung jawab (*responsibility*), kebenaran (ihsan/kebaikan). Islam sendiri merupakan agama yang lengkap dan menyeluruh. Disebut lengkap karena segala faktor tentang kehidupan sehari-hari diatur dalam Islam dan disebut sebagai agama yang menyeluruh karena keabsahannya dalam Islam tidak dibatasi oleh ruang dan waktu.

Islam adalah agama yang mampu menyetimbangkan antara kehidupan dunia dan setelah mati baik itu hubungan antara manusia dengan Allah SWT (*habluminallah*) maupun hubungan antara manusia dengan manusia (*habluminannas*) (Bakhri, Leliya dan Purnama, 2018). Senada dengan Zulianih, Ashlihah dan Amarudin (2020), kesesuaian CSR dengan etika bisnis dapat menggunakan prinsip etika bisnis islam seperti: *unity* (ketuhanan), *equilibrium* (keseimbangan), *free will* (kehendak bebas), *responsibility* (tanggung jawab) dan ihsan (kemanfaatan).

Menurut (Rahmat, 2017; Arfiansyah, 2020) penelitian tentang kesesuaian CSR dengan etika bisnis Islam dapat juga menggunakan perspektif ciri-ciri nabi yakni shidiq, fathanah, amanah, tabligh, dan Istiqamah. Aspek yang diteliti untuk menemukan implementasi etika bisnis Islam ini meliputi empat aspek: prinsip, manajemen, *marketing*/iklan dan produk/harga (Yunia, 2018).

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan tipe deskriptif. Jenis penelitian kualitatif deskriptif adalah desain penelitian yang menggunakan data kualitatif

yang dideskripsikan secara deskriptif karena selalu digunakan untuk analisis sosial terhadap peristiwa, fenomena atau situasi (Sendari, 2021).

Subjek penelitian adalah 2 orang pengelola CSR dari sisi CV. Futake Indonesia, dan 7 orang mewakili 7 UMKM penerima manfaat CSR secara langsung yang merupakan anggota komunitas UMKM Klaten. Objek penelitian ini adalah penerapan *corporate social responsibility* dari perspektif etika bisnis Islam terhadap CV. Futake Indonesia. Fokus pengkajian ini adalah program CSR yang berada di Futake Indonesia. 7 responden dipilih mewakili bidang/jenis bisnis. Detail subjek penelitian sebagai berikut:

Tabel 1. Subyek Penelitian

Pihak Subyek Penelitian	Responden	Jumlah
Perusahaan	Manajer Perusahaan	2 orang
UMKM	UMKM Klaten	7 orang

Data primer diperoleh melalui diskusi dan wawancara langsung peneliti kepada responden. Metode yang digunakan adalah wawancara langsung kepada responden secara tatap muka. Sementara itu, data sekunder akan diperoleh melalui dokumentasi dan penggunaan pustaka terkait dokumen kerja, laporan CSR, publikasi, dan dokumentasi kegiatan. Detail responden dari UMKM Klaten sebagai berikut:

Tabel 2. Daftar Responden UMKM Klaten

Kode.	Nama UMKM	Lokasi
R1	The Blangkon Village	Ngerangan, Kec. Bayat, Kab. Klaten, Jawa Tengah
R2	Gading Kaos	Gading Wetan, Belang Wetan, Kec. Klaten Utara, Kab. Klaten, Jawa Tengah
R3	Kakktus Id	Tegalpadang, Merbung, Kec. Klaten Selatan, Kab. Klaten, Jawa Tengah
R4	Lacapela Id	Kemasan, Glagah Wangi, Kec. Polanharjo, Kab. Klaten, Jawa Tengah.
R5	Sepokat Resik	Ngerangan, Kec. Bayat, Kab. Klaten, Jawa Tengah.
R6	Makruf Batik	Kel. Jarum, Kec. Bayat, Kab. Klaten, Jawa Tengah.
R7	Ke'mas	Prawatan, Jogonalan, Klaten. Jawa Tengah

HASIL DAN PEMBAHASAN

Implementasi CSR CV. Futake Indonesia

CV. Futake Indonesia juga fokus dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat secara *community based*, dengan cara membentuk komunitas UMKM Klaten. UMKM Klaten sendiri merupakan wadah bagi para pelaku ekonomi agar tentunya dapat mengembangkan usahanya. Sejauh ini terdapat 150 pelaku usaha UMKM di Klaten yang sudah bergabung dalam komunitas UMKM Klaten. Produk dan jasa dari anggota komunitas UMKM ini dapat diakses masyarakat umum melalui halaman web yang disediakan CV. Futake Indonesia yaitu <https://umkmklaten.com/> (UMKM Klaten, 2023).

Besaran dana CSR yang dikeluarkan oleh perusahaan, dikelola oleh oleh bagian HRD dari CV. Futake Indonesia. Hal ini karena perusahaan masih belum memiliki bagian khusus untuk *corporate social responsibility*. Dengan besaran dana yang ditetapkan oleh pemerintah daerah sebesar 8%, CV. Futake Indonesia sudah menyisihkan anggaran sebesar 10% dari laba perusahaan setiap bulannya. Berikut detail pembagian anggaran yang dikeluarkan oleh CV. Futake Indonesia untuk CSR:

Tabel 3. Distribusi Anggaran CSR CV. Futake Indonesia 2022

Bidang	Aktivitas CSR	Lokasi	Total Anggaran
1. Penyediaan Fasilitas	Pembangunan dan peresmian Masjid Sulthan Muhammad Khaleev	Gunungkidul, DI Yogyakarta	Rp 515.446.800
2. Bantuan Dana	Bantuan sosial Masyarakat melalui sumbangan Pembangunan atau sumbangan kegiatan	Klaten, Jawa Tengah, dan DI Yogyakarta	Rp11.877.300
3. Pemberdayaan UMKM	Kegiatan pelatihan, pendampingan, pameran, dan pembinaan	Klaten, Jawa Tengah	Rp 30.237.300,-
	Total		Rp 557.561.400

Informasi mengenai keuangan UMKM Klaten juga dipublikasikan dalam *website* dan dapat diakses publik, baik anggota UMKM Klaten maupun masyarakat umum. Menurut Naseem *et al.*, (2017), pengungkapan aktivitas CSR memiliki peran dalam kinerja keuangan dibanding pada perusahaan sejenis yang tidak melakukan pengungkapan aktivitas CSR.

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat tiga jenis CSR yang diterapkan CV. Futake Indonesia yaitu: (1) *Corporate philanthropy*, badan usaha memberikan bantuan langsung berupa dana kepada kelompok masyarakat tertentu; (2) *community volunteering*, badan usaha akan melakukan pelayanan secara sukarela kepada lingkungan, biasanya perusahaan melibatkan karyawan dalam prosesnya. Kedua jenis ini terakomodasi dalam skeman anggaran Bidang 1 dan 2; (3) *socially responsible business practice*, badan usaha menjalankan bisnis lebih luas dari yang disyaratkan oleh undang-undang dan berinvestasi dalam kegiatan sosial untuk meninggikan kesejahteraan penduduk dan melindungi lingkungan. Jenis implementasi CSR ini masuk dalam program CSR Bidang 3.

Menurut Nurjanah dan Yulianti (2018), *community development* melalui *capacity building* berupa pemberian pelatihan dan pendampingan pada masyarakat penerima manfaat serta pemberian bantuan modal usaha di bidang ekonomi/UMKM dapat menciptakan visibilitas dan meningkatkan reputasi positif perusahaan di mata *stakeholder*-nya.

CV. Futake Indonesia mengimplementasikan program CSR untuk dapat memberikan kontribusi tidak hanya bersifat jangka pendek atau hanya melalui donasi tetapi yang sifatnya berkelanjutan. Hal ini dapat ditegaskan dari hasil wawancara dengan Bapak Dzikron selaku ketua Yayasan Kembar Futago (pengelola CSR CV. Futake Indonesia) bahwa setelah perusahaan memberikan sumbangsih kepada UMKM Klaten dan bantuan pembangunan masjid, diharapkan ketika sudah lepas nantinya dapat berjalan maupun dikelola dengan baik. Adapun untuk bantuan sosial yang diperuntukan untuk masyarakat kelas menengah ke bawah diharapkan cukup untuk satu pekan atau satu bulan.

Implementasi CSR terhadap Pemberdayaan UMKM

Salah satu contoh implementasi CSR yang diharapkan memberi dampak jangka panjang adalah memberikan sosialisasi dan pelatihan kepada anggota komunitas UMKM Klaten tentang cara menjalankan usaha yang baik dan cara pengurusan izin usaha. Sehingga, dalam program pemberdayaan UMKM berupa sosialisasi dan pelatihan, maka dampak berkelanjutan yang dapat dirasakan berupa kemandirian. Dengan hal tersebut, CV. Futake Indonesia berharap apabila salah satu anggota UMKM Klaten sudah tidak berpartisipasi lagi dalam komunitas, maka hasil dari kegiatan sosialisasi maupun pelatihan yang telah diberikan tidak berhenti begitu saja tetapi berkelanjutan.

Menurut Sardana *et al.* (2020), keberlanjutan program CSR dapat dibedakan dalam 2 dimensi, yakni internal dan eksternal. Dimensi internal lebih berfokus pada aspek keberlanjutan lingkungan dan kebijakan organisasi. Sementara keberlanjutan dimensi eksternal meliputi keberlanjutan program dan kolaborasi dengan pihak mitra. Mitra atau penerima manfaat CSR dalam program CV. Futake Indonesia adalah UMKM Klaten.

Berdasarkan hasil wawancara kepada responden, implementasi program pemberdayaan UMKM melalui skema *community based* ini diperoleh 2 golongan hasil. Hasil pertama adalah anggota UMKM Klaten merasakan dampak positif atas program CSR CV. Futake Indonesia. Dampak positif yang dirasakan oleh masing-masing UMKM berbeda satu sama lain.

Manfaat positif bagi The Blangkon Village adalah peningkatan *brand awareness* produk UMKM The Blangkon Village dibandingkan sebelumnya. Selain visibilitas secara daring melalui *website* <https://umkmklaten.com/> (UMKM Klaten, 2023), The Blangkon Village juga berkesempatan mengikuti pameran yang dikelola oleh CV. Futake Indonesia untuk mitra UMKM Klaten. Ketersediaan wadah ini meningkatkan visibilitas produk UMKM karena pameran tidak hanya diselenggarakan di Klaten saja, tetapi juga di Surakarta.

Berbeda dengan Gading Kaos, yang belum ikut serta dalam pameran sebagaimana The Blangkon Village. Namun Gudang Kaos merasakan manfaat dari implementasi CSR melalui pelatihan dan pendampingan yang diselenggarakan CV. Futake Indonesia untuk anggota UMKM Klaten. Keikutsertaan dalam pelatihan ini selain menambah keilmuan, juga menambah relasi antar UMK baik anggota maupun non-anggota. Keberadaan *website* juga memberi manfaat bagi Gudang Kaos karena membantu dalam pemasaran anggota komunitas UMKM Klaten.

Dampak dari keikutsertaan dalam komunitas UMKM Klaten terhadap penjualan dirasakan oleh Kakktus.id. Menurut Kakktus.id angka penjualan produk-nya meningkat setelah tergabung dalam komunitas UMKM. Senada dengan The Blangkon Village, dampak peningkatan penjualan yang dirasakan Kakktus.id adalah karena keikutsertaan dalam bazar yang diselenggarakan untuk komunitas UMKM Klaten. Anggota UMKM Klaten dapat mengikuti bazar tersebut tanpa dipungut biaya atau gratis. Dengan demikian, perolehan penjualan dari bazar tersebut diperoleh pelaku UMKM tanpa dikurangi biaya peserta bazar. Namun Kakktus.id belum merasakan manfaat dari keikutsertaan pelatihan UMKM, karena Kakktus.id kurang aktif dalam komunitas, sehingga memiliki keterbatasan informasi saat akan diselenggarakan pelatihan.

Salah satu program dalam komunitas UMKM Klaten adalah diselenggarakannya pelatihan untuk UMKM. Menurut Lacapela, manfaat yang dirasakan dari bergabung dengan komunitas UMKM Klaten adalah memperoleh pelatihan dan memperluas jaringan bisnis dengan anggota lainnya. Hal ini diakui Lacapela membuat bisnis yang dikelolanya menjadi lebih berkembang dibanding sebelumnya. Keikutsertaan Lacapela dalam pelatihan memberi

dampak bagi organisasi perusahaannya. Hal ini ditandai dengan dibentuknya tim pemasaran pada bisnis Lacapela setelah mengikuti pelatihan di UMKM Klaten.

Hasil kedua dari penelitian ini adalah anggota UMKM Klaten berpendapat netral terhadap dampak yang dirasakan dari implementasi CSR dari CV. Futake Indonesia. Hasil ini diperoleh dari 3 responden penelitian. Dengan demikian, terdapat 4 responden untuk UMKM yang merasakan manfaat positif atas implementasi CSR CV. Futake Indonesia, dan 3 responden dengan respon netral.

Berdasarkan hasil wawancara, 3 responden tersebut belum merasakan manfaat dari keikutsertaan dalam komunitas UMKM Klaten. Hal ini dapat terjadi karena responden masih baru bergabung selama 1 bulan, sehingga belum terlibat dalam pelatihan maupun pameran (Sepokat Resik). Keikutsertaan dalam pameran atau bazar menurut Makruf Batik lebih dirasakan oleh UMKM bidang kuliner, sedangkan bidang bisnis Makruf Batik adalah *fashion* batik. Adapun Ke'Mas merasa hanya terbantu dari penyelenggaraan *event* bazar Pasar Ramadhan. Sementara untuk manfaat yang dirasakan setelahnya dan berkelanjutan, belum dirasakan oleh Ke'Mas.

Tinjauan Etika Bisnis Islam dalam CSR CV. Futake Indonesia

Aktivitas CSR memiliki hubungan yang sangat erat kaitannya dengan Islam karena pelaku usaha dapat menghadapi berbagai jenis masalah sosial dan perusahaan bertanggung jawab dalam menyelesaikannya. Menurut Hanic dan Smolo (2023), saat ini belum diperoleh model yang ditetapkan secara pasti untuk *Islamic CSR*. Karena itu, kesesuaian implementasi CSR CV. Futake Indonesia dengan Islam menggunakan prinsip-prinsip dalam etika bisnis Islam, meliputi prinsip *unity* (ketuhanan), *equilibrium* (keseimbangan), *free will* (kehendak bebas), *responsibility* (tanggung jawab) dan *benevolence* (kemanfaatan) (Zulianih, Ashlihah dan Amarudin, 2020). Berikut dijelaskan analisis tinjauan prinsip-prinsip etika bisnis Islam terhadap implementasi program CSR yang telah dilakukan oleh CV. Futake Indonesia.

Prinsip *unity* (tauhid) dalam etika bisnis Islam bahwa Allah SWT memberikan ketentuan tertentu kepada manusia sebagai seorang khalifah dengan menyediakan manfaat kepada insan lainnya tanpa perlu mengorbankan hak individu lainnya. Hal ini selaras dengan implementasi CSR di CV. Futake Indonesia Bidang 1 telah menyediakan fasilitas ibadah sehingga, memberi manfaat kepada masyarakat sekitar. Selain itu peningkatan kualitas dan keberlanjutan UMKM sebagai sarana sumber rezeki masyarakat, juga memberi dampak bagi peningkatan kualitas hidup masyarakat.

Menurut peneliti, CV. Futake Indonesia sudah menerapkan perilaku adil dan seimbang (*equilibrium*) kepada penerima manfaat dari program CSR. Oleh karena itu, CV. Futake Indonesia memiliki prinsip etika bisnis Islam yaitu keseimbangan, dilaksanakan karena mengutamakan bagi pihak yang terikat dalam program CSR. Prinsip keseimbangan yang diterapkan oleh CV. Futake Indonesia dalam program CSR-nya dikatakan adil dalam penerapannya dan berusaha untuk tidak mementingkan kepentingan diri sendiri tetapi juga peduli terhadap sesama. Dalam hal ini, perusahaan tidak hanya melaksanakan CSR untuk keuntungan pribadi tetapi harus memastikan bahwa program CSR tersebut sudah sesuai dengan si penerima manfaat.

Hal ini tercermin dari pelaksanaan CSR yang dilakukan pada kegiatan filantropi rutin berupa pemberian sembako yang dilakukan setiap bulannya. Dan juga membantu memberikan bantuan dana kepada masyarakat sekitar ketika mengadakan acara. Serta pada pemberdayaan UMKM, tidak hanya bergabung dengan komunitas tetapi perusahaan juga

menyediakan wadah kepada para anggota untuk memperluas produknya seperti mengikuti event pameran dan menyediakan platform berjualan.

Dari penelitian yang dilakukan di bidang ini, CV. Futake Indonesia menganut etika bisnis *free will* (kebebasan). Hal ini terlihat dari berbagai aktivitas CSR yang dilaksanakan oleh CV. Futake Indonesia baik dari sektor bantuan dana ataupun pemberdayaan UMKM dana yang digunakan benar-benar berasal dari keuntungan perusahaan sebesar 10% yakni lebih tinggi dibanding yang diatur regulasi yakni 8%. Penerapan ini seimbang pula secara sisi *Profit* dan *People* dalam teori *triple bottom line* dalam CSR.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti, CV. Futake Indonesia sudah melaksanakan prinsip *responsibility* (tanggung jawab) pada program CSR hal tersebut dapat dilihat dari bagaimana aktivitas CSR berlangsung. Bukti pertanggungjawaban lain juga dapat dilihat dari keterbukaan informasi utamanya terkait anggaran di mana laporan keuangannya dapat diakses publik.

Pada program pemberdayaan UMKM, CV. Futake Indonesia tidak hanya membuat komunitas kemudian ditinggalkan begitu saja atau hanya sebagai bentuk mengisi laporan yang diberikan ke pemerintah daerah saja. Akan tetapi, Futake Indonesia mengadakan sosialisasi, pelatihan, pendampingan dan pembinaan. Juga memberikan akses untuk memperluas kemitraan dan pemasaran melalui program expo atau bazar tanpa biaya. Sehingga memberi dampak keberlanjutan bagi setiap anggota UMKM Klaten.

Dengan kelima aksioma tersebut yaitu kesatuan, keseimbangan, kebebasan, tanggung jawab dan kebenaran. Implementasi CSR CV. Futake Indonesia telah dilaksanakan sesuai prinsip etika bisnis Islam. Meskipun pada penerapannya khususnya bidang pemberdayaan UMKM masih terdapat responden yang belum merasakan manfaat dari program *community development* yang dikelola CV. Futake Indonesia.

Kegiatan CSR berorientasi terhadap nilai dan prinsip ajaran Islam. Pelaksanaan kegiatan CV. Futake Indonesia dalam menjalankan kegiatan CSR tidak lepas dari harapannya untuk mendapat ridho Allah SWT, juga tidak lepas dari amanah sebagai khalifah yang diberikan oleh Allah SWT.

Dari sini dapat diringkas bahwa pengaplikasian *corporate social responsibility* terhadap prinsip etika bisnis islam secara garis besar telah cukup terampil dalam menerapkan beberapa aktivitas terutama dalam pemberdayaan UMKM. Diantaranya dengan adanya program tersebut UMKM Klaten menjadi lebih berkembang dan lebih dikenal oleh kalangan yang lebih luas. CV. Futake Indonesia sudah cukup baik dalam mengimplementasikan CSR. Karena sebagian besar yakni 4 dari 7 responden penerima manfaat merasakan dampak positif dari program CSR yang dilaksanakan oleh CV. Futake Indonesia.

KETERBATASAN PENELITIAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, ditemukan adanya keterbatasan dalam penelitian ini, yaitu: Salah satu keterbatasan yang mungkin dihadapi dalam penelitian ini adalah jumlah sampel yang terbatas. Penelitian ini hanya melibatkan sejumlah kecil responden penerima manfaat CSR, dalam hal ini hanya 7 responden dari 150 anggota UMKM Klaten.

Selain itu, penelitian ini tidak melibatkan observasi langsung pada kegiatan CSR atau pengukuran objektif lainnya. Jika memungkinkan, dapat diupayakan penelitian lanjutan kuantitatif kepada populasi agar dapat diperoleh hasil yang lebih valid dan dapat menjadi evaluasi atau pengembangan keberlanjutan program CSR bagi Perusahaan.

IMPLIKASI MANAJERIAL

Hasil penelitian mengenai implementasi CSR di CV. Futake Indonesia memiliki implikasi manajerial baik dari sisi fokus CSR yakni pemberdayaan UMKM, maupun dari sisi kesesuaian Etika Bisnis Islam. Implikasinya yaitu diharapkan dapat menjadi pertimbangan manajerial bagi perusahaan dalam perencanaan program-program CSR selanjutnya.

Pengelolaan CSR tidak terbatas pada pembentukan komunitas, namun juga menjalin *engagement* tidak hanya antara perusahaan dengan UMKM, namun juga *engagement* dan mutualisme antara anggota komunitas, dalam hal ini UMKM Klaten. Adapun untuk program yang dalam penelitian ini memiliki dampak positif, dapat menjadi pertimbangan untuk diteruskan atau dikembangkan. Perusahaan juga dapat melakukan evaluasi rutin atas program CSR yang telah dilakukan, agar dapat menjadi dasar bagi perencanaan program selanjutnya.

KESIMPULAN

Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini adalah CV. Futake Indonesia sebagai perusahaan manufaktur telah memenuhi kewajibannya dalam pelaksanaan program CSR. CV. Futake Indonesia bukan hanya memberikan kontribusi jangka pendek atau donasi natura, tetapi juga memikirkan bagaimana dampak program CSR dalam jangka panjang. Implementasi CSR CV. Futake Indonesia terbagi dalam 3 bidang, yakni bidang penyediaan fasilitas, bantuan dana, dan pemberdayaan masyarakat. Program pemberdayaan masyarakat menggunakan pola *community development* melalui pembentukan komunitas UMKM Klaten.

Dampak dari implementasi program CSR melalui *community development*, oleh penerima manfaat diperoleh 2 respon: positif dan netral. Dampak positif dirasakan baik dari keterlibatan anggota dalam program pembinaan, pelatihan dan sosialisasi, hingga dampak secara manajerial organisasi dan peningkatan *awareness* maupun penjualan UMKM yang dibina. Meski terdapat respon netral atau belum merasakan manfaat dari implementasi CSR, tidak ditemukan dampak *negative* dari implementasi CSR pada penelitian ini.

Pandangan Etika Bisnis Islam terhadap implementasi CSR yang diterapkan oleh CV. Futake Indonesia dari segi implementasi, mengingat program-program CSR yang telah dilaksanakan telah sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam yaitu kesatuan (*tauhid/unity*), keseimbangan (*equilibrium*), kebebasan (*free will*), tanggung jawab (*responsibility*), dan kebenaran (*ihsan/kebajikan*). Karena pada dasarnya Islam bersama CSR memiliki hubungan yang sangat erat kaitannya dengan ajaran Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Masum, H. H. (2020, January). Corporate Social Responsibility and its Effect on Community Development: An Overview. *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, 22(1), 35-40.
- Ansu-Mensah, P., Marfo, E. O., Awuah, L. S., & Amoako, K. O. (2021). Corporate social responsibility and Stakeholder Engagement in Ghana's Mining Sector: A Case Study of Newmont Ahafo Mines. . *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 1-22.
- Amin, A., Pagalung, G. dan Kara, M.H. (2022) "Kecurangan : Antara Ketaatan Syariah dan Tata Kelola," *JIMEA : Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi)*, 6(1), hal. 390-403. Tersedia pada: <https://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/1799>.
- Ansu-Mensah, P. *et al.* (2021) "Corporate social responsibility and stakeholder engagement

- in Ghana's mining sector: a case study of Newmont Ahafo mines," *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 6(1), hal. 1–22. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1186/s40991-020-00054-2>.
- Arfiansyah, A. (2020) "Tinjauan Etika Bisnis Islam dalam Corporate Social Responsibility PT. Garudafood Kabupaten Pati," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), hal. 654–664. Tersedia pada: <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1411>.
- Bahri, A., Mulbar, U. dan Suliana, A. (2019) "Study On Makassar City Empowerment Of Msmes As An Efforts To Increase The Welfare Of Business Actors," *Jurnal Inovasi Dan Pelayanan Publik Makassar*, 1(1), hal. 37–53.
- Bakhri, S., Leliya dan Purnama, L. (2018) "Tinjauan Etika Bisnis Islam dalam Strategi Pemasaran Home Industri Tahu Sari Rasa," *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Islam*, 3(2), hal. 285–299. Tersedia pada: [http://repository.syekhnrjati.ac.id/3952/1/Tinjauan Etika Bisnis Islam....pdf](http://repository.syekhnrjati.ac.id/3952/1/Tinjauan%20Etika%20Bisnis%20Islam....pdf).
- Disemadi, H.S. dan Prananingtyas, P. (2020) "Kebijakan Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai Strategi Hukum dalam Pemberdayaan Masyarakat di Indonesia," *Jurnal Wawasan Yuridika*, 4(1), hal. 1–16. Tersedia pada: <https://doi.org/10.25072/jwy.v4i1.328>.
- Futake Indonesia (2023) *Tentang Kami: Perusahaan Pengecoran Logam, Futake Indonesia*. Tersedia pada: <https://futake.co.id/about/> (Diakses: 5 Agustus 2023).
- Hanic, A. dan Smolo, E. (2023) "Islamic approach to corporate social responsibility: an international model for Islamic banks," *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 16(1), hal. 175–191. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1108/IMEFM-07-2021-0284>.
- Masum, A., Aziz, H.H.H.A.A. dan Ahmad, M.H. (2020) "Corporate Social Responsibility and its Effect on Community Development: An Overview," *IOSR Journal of Business and Management*, 22(1), hal. 35–40. Tersedia pada: <https://www.iosrjournals.org/iosr-jbm/papers/Vol22-issue1/Series-5/E2201053540.pdf>.
- Mayasari, S. (2020) "Implementasi Corporate Social Responsibility PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) dalam Penanganan Wabah Virus Corona di Indonesia," *Akrab Juara: Jurnal Ilmu-ilmu Sosial*, 5(4), hal. 268–282. Tersedia pada: <http://www.akrabjuara.com/index.php/akrabjuara/article/view/1323>.
- Naseem, M.A. *et al.* (2017) "Impact of Board Characteristics on CSR Disclosure," *The Journal of Applied Business Research*, 33(4), hal. 801–810.
- Nurjanah, A. dan Yulianti, F. (2018) "Motif Pelaksanaan Corporate Sosial Responsibility Perusahaan (Studi Kasus: CSR PT. Holcim Indonesia Tbk. Cilacap Plant dan CSR Delegation European Union to Malaysia)," *Channel: Jurnal Komunikasi*, 6(2), hal. 139–150. Tersedia pada: <https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/819328>.
- Rahmat, B.Z. (2017) "Corporate Social Responsibility dalam Perspektif Etika Bisnis Islam," *Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 1(1), hal. 98–113. Tersedia pada: <https://doi.org/10.29313/amwaluna.v1i1.2099>.
- Retnaningsih, H. (2015) "Permasalahan Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Rangka Pemberdayaan Masyarakat," *Aspirasi: Jurnal Masalah-Masalah Sosial*, 6(2), hal. 177–188.

- Tersedia pada: <https://jurnal.dpr.go.id/index.php/aspirasi/article/view/512>.
- Santoso, P.Y. dan Larasati, A. (2020) “Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Mempertahankan Keberlanjutan Operasional Perusahaan,” *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 3(2), hal. 241–250. Tersedia pada: <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/pustakom/article/view/1127>.
- Sardana, D. *et al.* (2020) “CSR ‘sustainability’ practices and firm performance in an emerging economy,” *Journal of Cleaner Production*, 258, hal. 120766. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.120766>.
- Sendari, A.A. (2021) *Mengenal Jenis Penelitian Deskriptif Kualitatif pada Sebuah Tulisan Ilmiah, Liputan 6*. Tersedia pada: <https://www.liputan6.com/hot/read/4032771/mengenal-jenis-penelitian-deskriptif-kualitatif-pada-sebuah-tulisan-ilmiah> (Diakses: 5 Agustus 2023).
- Syukerti, N., Ningsih, I.N.D.K. dan Evanne, L. (2022) “Program Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Bara Prima Pratama di Desa Batu Ampar Indragiri Hilir Riau,” *Al Kalam Jurnal Komunikasi, Bisnis dan Manajemen*, 9(1), hal. 1–20. Tersedia pada: <https://doi.org/10.31602/al-kalam.v9i1.5391>.
- UMKM Klaten (2023) *Home - UMKM Kl, UMKM Klaten*. Tersedia pada: <https://umkmklaten.com/> (Diakses: 5 Agustus 2023).
- Yunia, N. (2018) “Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Menjalankan Usaha Kecil,” *Jurnal Aksioma Al-Musaqob*, 1(1), hal. 77–92. Tersedia pada: <https://ejournal.latansamashiro.ac.id/index.php/JAM/article/view/367/359>.
- Zulianih, F., Ashlihah dan Amarudin, A.A. (2020) “Implementasi Corporate Social Responsibility CV. Karya Perdana di Desa Sumbermulyo dalam Perspektif Etika Bisnis Islam,” *Dinamika: Jurnal Pendidikan dan Keislaman*, 5(2), hal. 109–124. Tersedia pada: <https://doi.org/10.32764/dinamika.v5i2.810>.