

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar penting dalam pembangunan ekonomi nasional. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM (2023), sektor UMKM di Indonesia menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja nasional. UMKM juga berperan besar dalam pemerataan pembangunan ekonomi, terutama di daerah-daerah yang belum sepenuhnya tersentuh oleh sektor industri besar. Namun, di balik potensi tersebut, UMKM masih menghadapi berbagai tantangan seperti keterbatasan akses modal, pemasaran, teknologi, serta inovasi produk yang lemah. Hal ini membuat daya saing UMKM di tingkat lokal maupun nasional masih tergolong rendah.

Kondisi ini juga terjadi di Kabupaten Mojokerto, salah satunya di Kecamatan Dawarblandong. Kecamatan ini memiliki potensi ekonomi lokal yang cukup besar, ditunjukkan oleh keberadaan UMKM di berbagai sektor seperti makanan olahan, kerajinan, pertanian olahan, dan jasa. Banyak pelaku usaha di beberapa desa menjalankan bisnis secara turun-temurun, namun masih dengan pola manajemen sederhana. Pemilihan Kecamatan Dawarblandong sebagai lokasi penelitian bukan hanya karena faktor efektivitas observasi, tetapi juga karena wilayah ini mencerminkan karakteristik UMKM pedesaan yang dinamis namun belum optimal dalam memanfaatkan peluang dukungan eksternal maupun pengembangan internal. Di antara UMKM yang berkembang, sektor kuliner menjadi yang paling dominan

dan strategis karena memiliki kontribusi signifikan terhadap perekonomian lokal, terutama dalam penyerapan tenaga kerja dan potensi inovasi produk berbasis kearifan lokal.

Berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Mojokerto (2023), terdapat lebih dari 650 UMKM yang tersebar di Dawarblandong, dengan sektor unggulan seperti pertanian olahan dan makanan ringan. Menariknya, menurut berita dari Radar Mojokerto (2023), transaksi digital melalui aplikasi "Tumbas" menunjukkan bahwa Dawarblandong menyumbang hingga 71,9% dari total transaksi di Mojokerto. Angka ini mencerminkan antusiasme dan aktivitas pelaku usaha di wilayah tersebut dalam memanfaatkan teknologi pemasaran. Namun, keberhasilan dari sisi transaksi belum diimbangi dengan peningkatan kualitas produk, inovasi, dan keberlanjutan usaha yang memadai.

Tabel 1. 1 Perbandingan Populasi, Presentase Transaksi Digital, dan Inovasi UMKM di beberapa Kecamatan Kabupaten Mojokerto (2023)

Kecamatan	Populasi (2022)	Persentase Transaksi Digital (%)	Inovasi Desa /UMKM
Dawarblandong	50.900	71,9%	Desa Pucuk & Gunungsari aktif mengembangkan produk olahan & koperasi
Sooko	75.798	13,3%	-
Jetis	87.137	2,9%	-

Sumber data: BPS Mojokerto & Rdar Mojokerto (2023)

Diakses dari <https://radarmojokerto.jawapos.com> pada 10 Juli 2025, diolah oleh peneliti (2025)

Dengan potensi besar, tingginya aktivitas digital UMKM, serta keterlibatan desa dalam mendorong produk lokal, Kecamatan Dawarblandong menjadi objek

yang menarik untuk diteliti. Dibandingkan dengan kecamatan lain di Mojokerto, Dawarblandong memiliki fenomena khas yaitu tingginya transaksi digital yang belum diiringi oleh peningkatan kualitas dan inovasi produk. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk menilai sejauh mana CSR dan inovasi produk dapat mendukung peningkatan kinerja UMKM di wilayah ini.

Salah satu bentuk dukungan eksternal yang berpotensi memberikan dampak signifikan terhadap perkembangan UMKM adalah implementasi CSR oleh perusahaan besar di lingkungan sekitarnya. CSR merupakan komitmen perusahaan untuk menjalankan usahanya secara etis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan kesejahteraan karyawan, komunitas lokal, dan lingkungan (Nurhidayah & Niam, 2022). Dalam konteks UMKM, CSR dapat dipahami sebagai dukungan eksternal yang diberikan oleh perusahaan besar kepada UMKM, baik berupa pelatihan, bantuan sarana usaha, pendampingan bisnis, maupun fasilitasi pemasaran. Di Kecamatan Dawarblandong, terdapat perusahaan manufaktur yakni PT Lancar Asia Industri yang menjalankan program CSR kepada masyarakat sekitar, termasuk para pelaku UMKM. Program yang diberikan mencakup pelatihan keterampilan, bantuan sarana usaha, serta penyuluhan pengembangan produk.

Namun demikian, berdasarkan observasi awal, implementasi CSR yang dilakukan belum menunjukkan dampak yang signifikan terhadap kinerja UMKM. Beberapa UMKM yang menjadi penerima manfaat masih mengalami kesulitan dalam pengelolaan usaha, belum mampu meningkatkan volume produksi secara optimal, dan belum memiliki strategi pengembangan produk yang inovatif. Kondisi

ini mengindikasikan bahwa pelaksanaan CSR perlu dikaji lebih jauh, apakah sudah tepat sasaran dan mampu memberi dampak positif terhadap keberlangsungan usaha mikro.

Selain dukungan eksternal seperti CSR, inovasi produk merupakan faktor internal yang tidak kalah penting dalam menentukan kinerja UMKM. Inovasi produk mencakup penciptaan produk baru, penyempurnaan produk yang sudah ada, penggunaan teknologi, maupun penyesuaian terhadap selera konsumen (Putri & Ernawati, 2022). Inovasi membantu pelaku usaha untuk tetap relevan di pasar yang kompetitif, meningkatkan nilai tambah produk, serta menjangkau segmen konsumen yang lebih luas. Namun, banyak UMKM di daerah pedesaan belum memiliki akses dan pemahaman yang cukup terhadap pentingnya inovasi, sehingga cenderung menjalankan usaha secara konvensional tanpa pembaruan produk. Berdasarkan teori difusi inovasi, inovasi merupakan salah satu aset tidak berwujud (*intangible asset*) yang mampu memberikan keunggulan kompetitif bagi UMKM. Kemampuan menciptakan dan mengelola inovasi secara berkelanjutan menjadi sumber kekuatan internal yang dapat mendorong kinerja usaha secara jangka panjang.

Kinerja UMKM, sebagai variabel dependen dalam penelitian ini, dapat dilihat dari beberapa indikator seperti pertumbuhan pendapatan, peningkatan jumlah tenaga kerja, kepuasan pelanggan, dan efisiensi operasional (Andiniatul Maulidia et al., 2024). Kinerja yang optimal mencerminkan keberhasilan UMKM dalam menjalankan strategi usaha secara berkelanjutan. Menurut Rudy et al. (2024),

kinerja UMKM dapat ditingkatkan dengan sinergi antara faktor internal seperti inovasi dan faktor eksternal seperti dukungan kemitraan.

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan hubungan positif antara CSR, inovasi produk, dan kinerja UMKM. Misalnya, Pitri & Wahyuni (2024) menemukan bahwa CSR meningkatkan loyalitas pelanggan dan pertumbuhan usaha, sedangkan Sari & Roza (2017) membuktikan inovasi produk berkontribusi pada peningkatan daya saing. Namun, mayoritas penelitian masih berfokus pada UMKM perkotaan atau industri skala besar, sementara kajian tentang UMKM pedesaan dengan karakteristik unik seperti Dawarblandong masih sangat terbatas. Inilah yang menjadi gap penelitian yang hendak diisi.

Secara teoretis, penelitian ini menguji sinergi antara faktor eksternal (CSR) dan faktor internal (inovasi produk) terhadap kinerja UMKM. Jika CSR mampu memperkuat kapasitas usaha melalui dukungan eksternal, dan inovasi produk mendorong pertumbuhan dari dalam, maka keduanya dapat berkontribusi signifikan terhadap peningkatan kinerja UMKM. Secara praktis, penelitian ini penting karena dapat memberikan rekomendasi strategis bagi perusahaan dalam menjalankan CSR, sekaligus bagi UMKM dalam meningkatkan inovasi untuk memperkuat daya saing.

Berdasarkan uraian tersebut, terlihat bahwa implementasi CSR dan inovasi produk memiliki peran penting dalam meningkatkan kinerja UMKM, namun sejauh mana hubungan tersebut berlangsung efektif dalam konteks UMKM pedesaan masih belum banyak diketahui. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah

tersebut, dengan memberikan pemahaman yang lebih mendalam dan berbasis data terhadap interaksi ketiga variabel tersebut.

Dengan demikian, penulis tertarik untuk meneliti "**Pengaruh Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Inovasi Produk terhadap Kinerja UMKM di Kecamatan Dawarblandong, Kabupaten Mojokerto**". Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dan praktis, baik bagi pengembangan ilmu manajemen UMKM maupun bagi pelaku usaha dan perusahaan yang menjalankan program CSR secara berkelanjutan.

1.2 Perumusan Masalah

Upaya dalam meningkatkan daya saing dan menjaga keberlangsungan usahanya, pelaku UMKM di Kecamatan Dawarblandong, Kabupaten Mojokerto menghadapi berbagai tantangan, salah satunya adalah perlunya penerapan program CSR dan pengembangan inovasi produk. CSR diharapkan mampu memperkuat hubungan UMKM dengan lingkungan sekitarnya, meningkatkan reputasi usaha, dan pada akhirnya mendorong kinerja yang lebih baik. Sementara itu, inovasi produk menjadi faktor penting dalam memenuhi kebutuhan pasar yang terus berkembang dan memenangkan persaingan. Berdasarkan uraian dalam latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap kinerja UMKM di Kecamatan Dawarblandong Kabupaten Mojokerto?

2. Apakah Inovasi Produk berpengaruh terhadap kinerja UMKM di Kecamatan Dawarblandong Kabupaten Mojokerto?

1.3 Tujuan Penelitian

Fokus utama penelitian untuk mengevaluasi sejauh mana penerapan program CSR dan inovasi produk memberikan kontribusi terhadap peningkatan kinerja usaha.

Secara khusus, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kinerja UMKM di Kecamatan Dawarblandong, Kabupaten Mojokerto.
2. Untuk mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap kinerja UMKM di Kecamatan Dawarblandong, Kabupaten Mojokerto.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu, khususnya di bidang manajemen, akuntansi, dan kewirausahaan, dengan memperkaya literatur mengenai hubungan CSR dan inovasi produk terhadap kinerja UMKM. Kajian ini juga memperkuat pendekatan Teori Stakeholder, yang menekankan tanggung jawab perusahaan terhadap pemangku kepentingan, serta Teori Difusi Inovasi, terkait proses adopsi inovasi oleh pelaku UMKM. Hasil penelitian diharapkan dapat memperluas penerapan kedua teori tersebut dalam konteks UMKM di Indonesia, terutama dalam aspek peningkatan kinerja, pelaporan sosial, dan strategi

daya saing. Selain itu, temuan ini dapat menjadi rujukan bagi studi lanjutan yang mengkaji variabel serupa dengan pendekatan teoritis atau wilayah penelitian yang berbeda.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi UMKM

Menjadi acuan dalam menyusun strategi bisnis yang lebih efektif, khususnya dalam mengimplementasikan program CSR dan mengembangkan inovasi produk guna meningkatkan kinerja usaha dan daya saing pasar.

2. Bagi Perusahaan/Pemberi CSR

Menjadi sumber informasi untuk merumuskan kebijakan atau program pemberdayaan UMKM yang lebih tepat sasaran, dengan memperhatikan pentingnya peran CSR dan inovasi

3. Bagi Pemerintah dan Pemangku Kepentingan

Memberikan wawasan tentang pentingnya mendukung pelaku UMKM tidak hanya dari sisi pendanaan, tetapi juga dalam aspek pembinaan sosial dan penguatan kapasitas inovasi produk.

1.4.3 Manfaat dalam pengembangan ilmu (Akademis)

Penelitian ini dapat memperkuat materi perkuliahan seperti Akuntansi Manajerial, Akuntansi Sosial dan Lingkungan, serta Kewirausahaan, karena membahas penerapan CSR dan inovasi produk dalam konteks pengambilan keputusan strategis dan keberlanjutan UMKM. Temuan studi ini juga berfungsi sebagai referensi empiris bagi mahasiswa

dalam memahami implementasi konsep teoritis dalam praktik bisnis, serta memperkaya diskusi akademik terkait faktor-faktor yang memengaruhi kinerja UMKM.

..