

KINERJA SOSIAL INDUSTRI KECIL AGRO DI PRIANGAN TIMUR
SOCIAL PERFORMANCE OF AGRICULTURAL SMALL INDUSTRY
IN EAST PRIANGAN

Anne Charina*, Rani Andriani Budi Kusumo, Gema Wibawa Mukti

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Padjadjaran.
Jl. Raya Jatinangor Sumedang Km 21 Kabupaten Sumedang Jawa Barat. Telp 022-7796318
*Email: anne.charina@unpad.ac.id
(Diterima 16-06-2023; Disetujui 25-07-2023)

ABSTRAK

Sejalan dengan meningkatnya tekanan global untuk berkontribusi ke dunia yang berkelanjutan, banyak bisnis kontemporer mulai mengungkapkan kesadaran akan praktik sosial dalam bisnis mereka. Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi kinerja sosial pada industri kecil agro di Priangan Timur. Menggunakan pendekatan kualitatif, data dikumpulkan dengan mewawancarai 20 pemilik industri kecil agro yang melakukan praktik sosial dalam bisnis mereka. Analisa tematik dengan software N-vivo versi 12 digunakan untuk menganalisa data yang diperoleh. Penelitian ini mengungkapkan bahwa nilai normatif dan nilai ke-islaman menjadi motif dasar dibalik kinerja sosial industri kecil agro. Jenis kinerja sosial yang dilakukan industri kecil agro diantaranya: pelibatan masyarakat dalam bisnis, pemberian jaminan sosial dan kesehatan bagi karyawan, keikutsertaan dalam asosiasi/jejaring bisnis serta pemberian santunan rutin bagi masyarakat.

Kata kunci: Kinerja sosial, Industri kecil agro, Nilai normatif, Nilai ke-islaman

ABSTRACT

In line with increasing global pressure to contribute to a sustainable world, many contemporary businesses are starting to express awareness of social practices in their business. This study aims to explore social performance in agricultural small industry in East Priangan. Using a qualitative approach, data was collected by interviewing 20 agricultural small industry owners who carry out social practices in their business. Thematic analysis with N-vivo version 12 software was used to analyze the data obtained. This study reveals that normative values and Islamic values are the basic motives behind the social performance of small agro industries. Types of social performance carried out by small agro industries include: involving the community in business, providing social and health security for employees, participating in business associations/networks and providing routine compensation to the community.

Keywords: Social performance, Agricultural small industry, Normative values, Islamic values

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara berkembang dengan dominasi jumlah industri kecil yang mencapai 62,9 juta unit usaha atau mencapai 90% dari total bisnis yang ada. Industri kecil memainkan peranan sangat penting yaitu mampu

menyerap 97% tenaga kerja Indonesia (Charina et al., 2022b). Dibalik potensinya yang besar, industri kecil memiliki banyak keterbatasan diantaranya: keuangan, tenaga kerja, infrastruktur, jejaring, akses dan faktor lainnya (Etuk et al., 2014; Raza et al., 2018). Menariknya dibalik

banyaknya keterbatasan mereka, ternyata industri kecil mampu melakukan praktik sosial dalam bisnis mereka.

Banyak peneliti mulai mengeksplorasi faktor-faktor mendasar di balik motivasi bisnis industri kecil untuk terlibat dalam inisiatif sosial, dan bagaimana mereka menerjemahkan faktor-faktor tersebut praktik bisnis sehari-hari (Campbell, 2006; Famiola, Melia; Wulansari, 2019), dalam beberapa kasus, perusahaan dapat memandang praktik social sebagai keunggulan kompetitif mereka.

Beberapa perusahaan umumnya melakukan kinerja sosial mereka ketika usaha mereka tumbuh membesar, yaitu dengan mengandalkan keuntungan dari kinerja ekonomi mereka, namun kasus yang ditemui pada 20 industri kecil agro di Priangan Timur ini justru berbeda. Secara ekonomi, kinerja mereka diungkap oleh para pengusaha selalu mengalami fluktuatif. Meskipun demikian praktik sosial mereka dalam bisnis masih berjalan meskipun tidak didukung oleh kinerja ekonomi yang baik. Sehingga penelitian ini bertujuan mengeksplorasi seperti apa kinerja sosial industri kecil agro di Priangan Timur? dan faktor apakah yang mendasari kinerja sosial mereka dalam bisnis?.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian kualitatif digunakan dalam penelitian ini, untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam terkait permasalahan serta memberikan deskripsi yang kaya tentang fenomena yang kompleks (Yin, 1999). Pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan dengan teknik purposive sampling, yaitu sampling kriteria, karena sampel yang diharapkan terdiri dari objek yang dipilih secara strategis. Untuk memastikan bahwa industri kecil yang dipilih relevan, maka dibuat daftar kriteria, yaitu: 1) Perusahaan merupakan industri kecil agro. Berdasarkan Peraturan Menteri Perindustrian RI Nomor 64 Tahun 2016, industri kecil di Indonesia didefinisikan sebagai industri yang memiliki karyawan maksimal 19 orang dengan nilai investasi kurang dari 1 (satu) milyar rupiah; 2) Perusahaan telah melakukan praktik sosial dalam bisnis mereka minimal dan masih berjalan sampai penelitian ini dilakukan. Pilihan untuk membatasi wilayah geografis di Priangan Timur, Jawa Barat, Indonesia, ditentukan dengan pertimbangan bahwa di wilayah Priangan Timur (Kabupaten Ciamis, Kabupaten Garut, Kabupaten Tasikmalaya, Banjar, Kabupaten Sumedang) dengan pertimbangan bahwa

Priangan Timur menjadi kawasan Barat Dua puluh industri kecil agro yang pengembangan industri kecil agro di Jawa terpilih tergambar dalam Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Karakteristik Industri Kecil Agro yang Dikaji.

Kasus	Industri Kecil	Tahun Berdiri	Lokasi	Jumlah Tenaga Kerja
1	Industri Kerupuk Aci	1961	Ciamis	11
2	Industri Dodol	1964	Garut	18
3	Industri Kerajinan anyaman	1960	Tasikmalaya	9
4	Industri Tahu	1971	Sumedang	11
5	Industri Kecap	1940	Majalengka	13
6	Industri Kopra	1972	Banjar	7
7	Industri Kerupuk	1980	Ciamis	14
8	Industri Kecap	1982	Majalengka	12
9	Industri Gula Merah	1981	Banjar	13
10	Industri Makaroni	1980	Ciamis	10
11	Industri Makaroni	1981	Ciamis	11
12	Industri Keripik Pisang	1980	Ciamis	13
13	Industri Keripik Singkong	1982	Tasikmalaya	12
14	Industri Keripik Pisang	1981	Ciamis	12
15	Industri Sale Pisang	1983	Ciamis	11
16	Industri Anyaman	1978	Tasikmalaya	11
17	Industri Gula Merah	1980	Pangandaran	14
18	Industri Keripik Singkong	1980	Garut	13
19	Industri Sale Pisang	1981	Banjar	13
20	Industri Sale Pisang	1982	Banjar	12

Sumber: Studi Pendahuluan, 2019

Sumber data berupa data primer dan data sekunder. Data primer didapat melalui wawancara yang dibangun berdasarkan pertanyaan penelitian yang tercakup dalam penelitian ini. Wawancara ini dilakukan oleh peneliti pada rentang waktu bulan Desember 2019-Februari 2020. Durasi wawancara di masing-masing perusahaan berjalan sekitar 60-90 menit. Percakapan selama wawancara ini direkam dengan persetujuan orang yang diwawancarai. Kinerja obyektif ditunjang dari berbagai sumber sekunder dari 20 industri kecil agro tersebut seperti laporan penjualan dan laporan keuangan, data ini turut memberikan dukungan untuk penilaian kinerja sosial industri kecil agro.

Analisa tematik dengan bantuan software N-vivo 12 digunakan dengan perincian: pada tahap awal hasil wawancara diterjemahkan ke dalam transkrip. Menggunakan analisis lintas kasus, data disusun kemudian diidentifikasi persamaan dan perbedaannya (Miles, Matthew; Huberman, 2014). File pemahaman komprehensif tentang fenomena dan konstruksi ide-ide disusun dalam basis studi. Selanjutnya dibuat konteks spesifik dan memunculkan beberapa tema dan pola dalam data. Setelah itu dibuatlah kode awal dan pengkategorian data (Miles, Matthew; Huberman, 2014). Beberapa pernyataan penting berupa kutipan

langsung yang dibuat oleh peserta selama wawancara telah dimasukkan untuk mendukung argumen, sehingga pembaca dapat memperoleh gambaran tentang teks aslinya (Spence & Schmidpeter, 2003).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kinerja Sosial Industri Kecil Agro di Priangan Timur.

Studi praktik sosial perusahaan sebagai satu topik, banyak tergabung dalam kajian "tanggung jawab sosial perusahaan" atau CSR (Russo & Fouts, 1997). Aktifitas ini banyaknya dilakukan oleh perusahaan atau industri besar. Penelitian terdahulu mensurvei 1.330 pemilik industri kecil di delapan negara Amerika Latin menemukan bahwa praktik sosial industri kecil lebih didorong oleh minat pemilik usaha untuk menjalin hubungan yang baik dengan karyawannya serta masyarakat sekitar.

Secara umum, penelitian ini telah menemukan faktor anteseden yang serupa dan berbeda mengenai motif industri kecil untuk terlibat dalam praktek sosial. Penelitian ini menunjukkan bahwa aspek normatif dan agama sangat mendominasi dalam penentuan inisiatif sosial industri kecil. Berdasarkan hasil wawancara, 20 industri kecil agro yang tersebar di Priangan Timur mengaku telah

menjalankan praktik sosial dalam bisnis mereka semenjak bisnis dijalankan oleh orang tua mereka. Dalam mencapai kinerja sosial ini, motivasi industri kecil agro sangat didominasi oleh aspek normatif, dan juga keyakinan pelaku usaha terhadap nilai-nilai agama. Semua pelaku industri kecil agro adalah pemeluk agama Islam, yang berpandangan bahwa aktifitas sosial yang memberikan kebermanfaatan bagi sesama adalah suatu keharusan bagi seorang muslim, sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an dan Hadist Nabi.

“Sudah menjadi kewajiban bagi kami untuk turut memberikan kebermanfaatan bagi masyarakat sekitar kami. Sejak bisnis dipegang oleh bapak saya, kami telah melakukan perekrutan karyawan yang berasal dari lingkungan sekitar kami, terutama membantu mereka yang menganggur”

(Kasus 1).

“Bagi umat Islam wajib hukumnya membantu masyarakat sekeliling kita yang membutuhkan bantuan. Kami biasa membantu merekrut tetangga kami yang tidak memiliki pekerjaan untuk bergabung bersama kami sebagai karyawan” (Kasus 3).

Meskipun faktor agama memiliki pengaruh yang kuat terhadap kepentingan sosial pemilik UKM, beberapa narasumber juga menyoroti bahwa pentingnya mereka menempatkan keterlibatan mereka dalam kinerja sosial itu karena hubungan antara nilai-nilai agama dan tradisi Indonesia gotong

royong dan teposiliro. Gotong royong mengacu pada upaya kolaboratif untuk saling menguntungkan, berbagi manfaat dan kemakmuran.

Pada awal studi ini, diasumsikan bahwa tekanan eksternal mungkin menjadi pendorong awal dari inisiatif sosial, sementara keputusan untuk terlibat atau tidak terlibat dalam tindakan tertentu lebih ditentukan oleh internal industri kecil sendiri. Meskipun demikian, tekanan eksternal menyebar ke internal organisasi. Misalnya, dalam hal masalah keuangan, mayoritas para pengusaha berpendapat bahwa minimal mereka mengalokasikan sekitar 2,5 persen dari dana mereka. Sharing keuntungan 2,5 persen untuk program sosial adalah bagian dari Praktik bisnis Islam. Mayoritas pengusaha mengaku minimal dua bulan sekali mereka melakukan aktifitas ini.

“Sudah kebiasaan juga ya, kita biasa saling membantu dan gotong royong, saya terbiasa menyisihkan rejeki 2.5% dari bisnis ini untuk berbagi dengan sesama. Kami melakukannya sekitar tiap dua bulan sekali” (Kasus 2).

“Warisan budaya gotong royong juga mengajarkan kita untuk saling berbagi. Di sekitar kita masih banyak orang yang tidak seberuntung kita, banyak orang-orang miskin dan menganggur. Ini saatnya kita berbagi dan memberi kebermanfaatan bagi mereka” (Kasus 5).

“Gotong royong sesuai dengan ajaran agama kita yang mendorong kita untuk

selalu memberi manfaat bagi orang-orang di sekitar kita” (Kasus 4)

Selain melakukan kebermanfaatan dengan merekrut karyawan yang berasal dari lingkungan mereka yang kesulitan, serta rutin sharing 2.5% dari pendapatan bisnis mereka, praktik sosial lain yang mereka lakukan adalah dengan memberikan jaminan sosial dan kesehatan bagi karyawannya. Karyawan atau tenaga kerja menjadi salah satu sasaran kinerja sosial yang dilakukan oleh industri kecil (Charina et al., 2022a). Terkait dengan kepatuhan terhadap Undang-Undang Ketenaga kerjaan, yaitu UU Nomor 13 Tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan, industri kecil yang dianalisis semuanya mengakui bahwa mereka berupaya semaksimal mungkin untuk menunaikan kewajiban mereka terhadap karyawan. Jaminan sosial diberikan oleh perusahaan dengan memberikan upah yang layak, memberikan cuti serta memberikan fasilitas perlindungan kesehatan merupakan beberapa bentuk kewajiban yang sangat diperhatikan oleh pengusaha industri kecil terhadap karyawannya.

Hubungan yang terjalin antara pengusaha dengan karyawannya adalah hubungan kekerabatan, karyawan sering meminjam uang untuk kepentingan pribadi pada pengusaha. Ini membuat

karyawan menjadi loyal. Para pengusaha mengakui bahwa mayoritas karyawan mereka sudah bekerja lebih dari 10 tahun di pabriknya. Mereka juga memberikan fasilitas yaitu pembayaran BPJS tiap bulan oleh perusahaan untuk semua karyawannya.

“Karyawan merupakan faktor kunci dalam bisnis kami. Hubungan saya dan karyawan sangat dekat, sudah 5 tahun kami memberikan pelayanan membayarkan iuran BPJS semua karyawan kami” (Kasus 6).

“Karyawan kami banyak yang loyal pada kami, ada yang sudah kerja sampai 30 tahun lebih, saya berusaha memenuhi kebutuhan kesehatan mereka dengan memberikan santunan kesehatan pada keluarga mereka” (Kasus 8).

Pelayanan pada karyawan dengan memberikan layanan sosial dan kesehatan juga dilandasi nilai normatif yaitu kewajiban sesama manusia untuk saling membantu dan tolong menolong. Ini ternyata berimbas dengan loyalitas karyawan mereka yang baik, mereka jarang konflik sehingga para pengusaha mengaku bahwa mereka jarang gonta-ganti karyawan.

Aktifitas selanjutnya sebagai salah satu bentuk praktik sosial industri kecil dalam bisnis adalah dengan keikutsertaan mereka dalam jejaring/ asosiasi/ komunitas bisnis. Asosiasi bisnis juga menjadi atribut untuk mendukung kinerja

sosial dan juga ekonomi. Asosiasi bisa digunakan oleh pengusaha untuk mengembangkan bisnisnya. Banyak sekali manfaat yang bisa diperoleh pengusaha melalui jaringan, misalnya saja, jaringan membantu meningkatkan penjualan, strategi pemasaran, menambah relasi dan kenalan dan pengembangan diri. Sayangnya jumlah asosiasi industri kecil di lokasi penelitian masih terbatas. Contohnya di Kabupaten Garut, asosiasi yang terkait hanya Asosiasi Koperasi Pengusaha Dodol Garut dan Asosiasi Gula Rafinasi. Di Tasikmalaya terdapat Asosiasi Pengrajin Tasikmalaya. Di Kabupaten Ciamis terdapat dua Koperasi Kerupuk, sementara di Sumedang terdapat Asosiasi Tahu Tempe. Dari 20 industri kecil agro yang diteliti, hanya sedikit industri kecil yang bergabung dalam asosiasi, karena keterbatasan informasi yang mereka miliki.

“Kami ikut asosiasi, meskipun kegiatannya masih minim, tapi saya rasa ini sangat bermanfaat bagi usaha kami, disisi lain juga kami membina hubungan sosial dengan semua stakeholder” (Kasus 9).

“Terkadang kami ada kendala dengan kurangnya informasi terkait jejaring/ asosiasi bisnis yang bisa kami ikuti, apalagi kami di desa ya, susah dapat informasi” (Kasus 10).

Komunitas seringkali dipersepsikan sebagai fungsi sosial ekonomi, dan juga sebuah kesatuan nilai dan norma yang berlaku pada suatu tempat. Komunitas terdiri dari berbagai unsur, mulai dari individu, keluarga, kelompok, gabungan kelompok dan interaksi masyarakat lainnya dalam suatu wadah tertentu. Komunitas terdiri dari para aktor yang saling terhubung karena adanya identitas, bahasa, nilai dan norma, peranan, moral dan sosial yang relatif sama antara satu dengan yang lainnya (Carroll & Fennema, 2002). Bergabung dalam komunitas, akan ada banyak hal yang bisa dimanfaatkan oleh anggota untuk menangkap peluang yang ada di pasar, pembentukan karakter, meningkatkan kualitas sumber daya manusia, membangun *braintrust* dan membantu dalam proses mendapatkan pendanaan dari lembaga-lembaga keuangan. Dengan bergabung di komunitas bisnis atau pengusaha, industri kecil akan memiliki kesempatan untuk mengenal pengusaha lain dari berbagai industri dan latar belakang. Selain memperluas jaringan bisnis, jejaring/asosiasi dan komunitas akan memberikan kesempatan kita untuk bertukar informasi dan pikiran mengenai bisnis dan segala hal yang dapat membantu dalam mengembangkan bisnis (Luthra et al.,

2018; Shepherd & Patzelt, 2011). Bagi bisnis yang baru mulai berjalan, bergabung di komunitas juga bisa menjadi salah satu cara untuk meningkatkan brand awareness. Komunitas bisnis bisa menjadi salah satu channel marketing yang memiliki nilai engagement yang tinggi, terutama jika bisnis kita memiliki manfaat lebih bagi sebuah komunitas (Aragón-Amonarriz et al., 2019; Khan & VanWynsberghe, 2008). Sayangnya para pengusaha Industri kecil di Priangan Timur mengakui bahwa baru sedikit pengusaha industri kecil yang aktif terlibat dalam jejaring atau komunitas bisnis.

Dalam kinerja sosial pada industri kecil, penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Famiola, Melia; Wulansari, 2019). Dari hasil wawancara dan pengolahan data dengan Nvivo menunjukkan bahwa nilai-nilai yang kuat pada pengusaha adalah faktor penting untuk menciptakan bisnis yang sadar sosial dan lingkungan pada industri kecil.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa kepentingan normatif, menjadi faktor pendorong motif sosial pada industri kecil, yang banyak dilatarbelakangi oleh peraturan agama. Motivasi industri kecil

agro dalam mencapai kinerja sosial di Indonesia didominasi oleh aspek normatif yaitu keyakinan pemilik terhadap nilai-nilai agama serta pemahaman norma sosial, yaitu keinginan membantu sesama serta berbuat kebajikan.

Batasan penelian ini adalah studi kasus, penelitian secara kuantitatif akan lebih melengkapi hasil temuan. Agenda penelitian berikutnya ke depan perlu diperluas dengan menjabarkan praktek-praktek sosial praktis lainnya yang memungkinkan diterapkan oleh industri kecil dalam bisnisnya. Implikasi praktis dari penelitian ini adalah pentingnya kinerja sosial sebagai wujud partisipasi industri kecil memberikan kebermanfaatan bagi masyarakat dan stakeholder, disamping juga sebagai salah satu strategi industri kecil untuk mewujudkan keberlanjutan bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Aragón-Amonarriz, C., Arredondo, A. M., & Iturrioz-Landart, C. (2019). How Can Responsible Family Ownership be Sustained Across Generations? A Family Social Capital Approach. *Journal of Business Ethics*, 159(1), 161–185. <https://doi.org/10.1007/s10551-017-3728-7>
- Campbell, J. L. (2006). Institutional analysis and the paradox of corporate social responsibility. *American Behavioral Scientist*, 49(7), 925–938. <https://doi.org/10.1177/0002764205285172>
- Carroll, W. K., & Fennema, M. (2002). Is there a transnational business community? *International Sociology*, 17(3). <https://doi.org/10.1177/0268580902017003003>
- Charina, A., Kurnia, G., Mulyana, A., & Mizuno, K. (2022a). Sustainable Education and Open Innovation for Small Industry Sustainability Post COVID-19 Pandemic in Indonesia. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(215), 1–21.
- Charina, A., Kurnia, G., Mulyana, A., & Mizuno, K. (2022b). The Impacts of Traditional Culture on Small Industries Longevity and Sustainability : A Case on Sundanese in Indonesia. *Sustainability (Switzerland)*, 14, 1–16.
- Etuk, R. U., Etuk, G. R., & Michael, B. (2014). Small and medium scale enterprises (SMEs) and Nigeria's economic development. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(7), 656–662. <https://doi.org/10.5901/mjss.2014.v5n7p656>
- Famiola, Melia; Wulansari, A. (2019). SMEs ' social and environmental initiatives in Indonesia : an institutional and resource- based analysis. *Social Responsibility Journal*. <https://doi.org/10.1108/SRJ-05-2017-0095>
- Khan, S., & VanWynsberghe, R. (2008). Cultivating the under-mined: Cross-case analysis as knowledge mobilization. *Forum Qualitative Sozialforschung*, 9(1).
- Luthra, S., Mangla, S. K., Shankar, R., Prakash Garg, C., & Jakhar, S. (2018). Modelling critical success factors for sustainability initiatives in supply chains in Indian context using Grey-DEMATEL. *Production*

- Planning and Control*, 29(9), 705–728.
<https://doi.org/10.1080/09537287.2018.1448126>
- Miles, Matthew; Huberman, M. (2014). *Qualitative Data Analysis, A Methode Sourcebook*.
- Raza, S., Minai, M. S., Zain, A. Y. M., & Tariq, T. A. (2018). Dissection of Small Businesses in Pakistan: *International Journal of Entrepreneurship*, 22(4), 1–13.
- Russo, M. V., & Fouts, P. A. (1997). A Resource-Based Perspective On Corporate Environmental Performance And Profitability. *Academy of Management Journal*, 40(3), 534–559.
<https://doi.org/10.5465/257052>
- Shepherd, D. A., & Patzelt, H. (2011). The New Field of Sustainable Entrepreneurship: Studying Entrepreneurial Action Linking “What Is to Be Sustained” With “What Is to Be Developed.” *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 35(1), 137–163.
<https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2010.00426.x>
- Spence, L. J., & Schmidpeter, R. (2003). SMEs, Social Capital and the Common Good. *Journal of Business Ethics*, 45(1–2), 93–108.
<https://doi.org/10.1023/A:1024176613469>
- Yin, R. K. (1999). Enhancing the quality of case studies in health services research. *Health Services Research*, 34(5 Pt 2), 1209–1224.
<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/10591280>
<http://www.pubmedcentral.nih.gov/articlerender.fcgi?artid=PMC1089060>