

PENGARUH KAPABILITAS INOVASI, *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP KEBERLANGSUNGAN UKM SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN DI KLOJEN KOTA MALANG

Oleh

Rana Safira Ila D¹, Rizki Febriani²

^{1,2}Program Studi Magister Manajemen, Universitas Muhammadiyah Kota Malang

Email: ¹ranasafiraa27@gmail.com, ²febrianirizki@umm.ac.id

Article History:

Received: 18-04-2025

Revised: 26-04-2025

Accepted: 21-05-2025

Keywords:

Kapabilitas Inovasi,
Corporate Social
Responsibility,
Kebertanggunan UKM

Abstract: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kapabilitas Inovasi, *Corporate Social Responsibility* terhadap keberlangsungan UKM Sektor Makanan dan Minuman di Kecamatan Klojen Kota Malang, Jawa Timur. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku UKM Sektor Makanan dan Minuman yang terdapat di wilayah Kecamatan Klojen Kota Malang. Sampel diambil dengan menggunakan proposional random sampling, jumlah sampel sebanyak 89 pelaku usaha. Data primer digunakan dalam penelitian ini. Peneliti menggunakan kuesioner dengan pengukuran skala likert. Analisis regresi linier berganda digunakan peneliti dalam menganalisis data. Penelitian menunjukkan bahwa Kapabilitas Inovasi, CSR memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap keberlangsungan UKM. Peneliti merekomendasikan pada UKM untuk menguatkan kapabilitas inovasi, menerapkan CSR dengan lebih terstruktur, dan membangun keberlangsungan usaha untuk jangka panjang.

PENDAHULUAN

Dunia usaha saat ini memiliki persaingan yang semakin banyak dan ketat, jumlah perusahaan baik kecil maupun besar yang berdiri dan bergabung dalam dunia bisnis di Indonesia semakin meningkat. Perusahaan besar, tidak terkecuali perusahaan kecil harus mampu menghadapi segala persaingan yang ada dan harus mampu mengatasi segala tantangan pasar yang ada. Kapabilitas Inovasi termasuk salah satu penentu keberlangsungan Usaha Kecil Menengah (UKM). Inovasi tidak hanya dengan melibatkan pengembangan produk baru, tetapi juga mencakup penerapan proses bisnis yang lebih efisien, pemanfaatan teknologi digital, serta peningkatan kualitas layanan (Lesnussa et al., 2023). Usaha Kecil Menengah yang mampu berinovasi cenderung akan lebih adaptif terhadap perubahan pasar dan dapat mempertahankan daya saingnya.

Pada saat ini, perusahaan berupaya untuk dapat terlibat dalam *Corporate Social Responsibility* dan memaksimalkan Kapabilitas Inovasinya. Kinerja perusahaan dan citra

perusahaan akan meningkat dengan salah satu caranya adalah perusahaan menerapkan strategi *Corporate Social Responsibility* tersebut. Menjadi salah satu kewajiban perusahaan sesuai dengan Undang-Undang di Indonesia yang berlaku saat ini bahwa perusahaan yang menjalankan usaha dibidang dan atau/ yang bersangkutan dengan sumber daya alam wajib menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan (Undang – Undang Nomor 40 pasal 74 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas) (Feronika et al., 2020). CSR sendiri dalam jangka panjang dapat meningkatkan citra dan reputasi UKM, serta terjalinnya hubungan baik dengan komunitas dan konsumen.

Bagi perekonomian di Negara Indonesia, Usaha Kecil Menengah memiliki kontribusi yang besar dan krusial. Data yang tertulis pada Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkopukm), jumlah UKM di Indonesia per tahun 2023 telah mencapai 66 juta unit usaha dengan kontribusi Rp. 9.580 triliun atau sebesar 61% dari total PDB (Produk Domestik Bruto). Badan Pusat Statistik (BPS), menyusun Klasifikasi Baku Lapangan Indonesia (KBLI) yang salah satunya adalah Penyediaan Makanan dan Minuman dengan klasifikasi jenis usaha berupa Penyediaan Akomodasi dan Penyediaan Makan Minum.

Kota Malang menjadi salah satu kota dengan pertumbuhan ekonomi yang tergolong pesat di negara Indonesia, memiliki ekosistem UKM yang dinamis, terutama di sektor makanan dan minuman. Hal tersebut dapat dilihat dari jumlah pelaku UKM Di Kecamatan Klojen Sektor Makanan dan Minuman dengan jumlah 890 pelaku UKM (BPS 2024). Sebagai wujud keberpihakan Pemerintah terhadap Usaha Kecil dan Menengah (UKM), Pemerintah terus berupaya memberikan dukungan untuk kemajuannya karena di Indonesia UKM merupakan tulang punggung atau pilar penyangga utama perekonomian dengan salah satunya membuat Undang-Undang tentang CSR (MARDIANTI, 2024)

Usaha Kecil Menengah meskipun memiliki ekosistem yang dinamis, masih terdapat kendala yang terjadi yakni seringkali UKM menghadapi keterbatasan dalam hal sumber daya manusia, teknologi untuk berinovasi, dan finansial (Hartatik et al., 2023). Beberapa UKM masih belum mampu untuk mengadopsi teknologi terbaru yang tujuannya agar mampu meningkatkan daya saing dan efisiensi (Sifwah et al., 2024). Pada pelaksanaan *Corporate Social Responsibility*, tidak semua UKM mengerti bagaimana cara efektif dalam melakukannya atau kurang menyadari pentingnya pelaksanaan CSR. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa Kapabilitas Inovasi dan CSR mampu membawa dampak yang positif dan signifikan terhadap keberlangsungan UKM (Azam & Jamil, 2024).

Metode kuantitatif digunakan peneliti, data primer didapatkan melalui kuesioner pada 89 responden pelaku UKM Sektor Makanan dan Minuman di Kecamatan Klojen Kota Malang. Data yang telah didapatkan selanjutnya dianalisis Regresi linier berganda dengan harapan peneliti hasilnya dapat dimanfaatkan sebagai referensi dan menjadi pertimbangan pihak UKM berdasarkan hasil penelitian tentang Kapabilitas Inovasi, CSR, dan keberlangsungan UKM sektor Makanan dan Minuman.

Adapun penelitian ini menggunakan objek penelitian pada UKM Sektor Makanan dan Minuman di Kota Malang dikarenakan beberapa alasan yaitu, penelitian terhadap Kapabilitas Inovasi dan corporate social responsibility masih sedikit literaturanya pada UKM dan lebih ke perusahaan besar, ingin mengetahui bagaimana Kapabilitas Inovasi perusahaan dan *Corporate Social Responsibility* dapat membantu keberlangsungan UKM Sektor Makanan dan Minuman. Dengan demikian tujuan dilakukan penelitian ini untuk dapat mengetahui tentang

penelitian ini Pengaruh Kapabilitas Inovasi, *Corporate Social Responsibility* terhadap keberlangsungan UKM khususnya pada Sektor Makanan dan Minuman di Kota Malang (Kecamatan Klojen).

LANDASAN TEORI

Keberlangsungan UKM

Keberlangsungan UKM cukup membawa dampak yang cukup besar, terlebih CSR mampu memberikan dampak bagi perekonomian lokal khususnya masyarakat yang menjalankan Usaha Kecil Menengah. CSR yang memiliki fokus meningkatkan kualitas masyarakat sekitar dengan memberikan pelatihan, pendanaan, kesehatan, dan pendidikan. Peran perusahaan dalam penerapan CSR tersebut termasuk dalam investasi terhadap sumber daya manusia (A. Fauzi & Manao, 2023). Selain mendorong inovasi dan melakukan pembinaan terhadap UKM, salah satu program pelatihan kewirausahaan yang didukung oleh CSR mampu membantu pelaku UKM dalam mengasah keterampilan dan kemampuan dari segi pemasaran, pengoperasionalan bisnis, dan keuangan. Pondasi inilah yang membuat UKM mampu tumbuh dan berkembang, serta mampu bersaing pada pasar yang kompetitif.

UKM yang telah memiliki keterampilan atau kemampuan yang memadai akan mampu membuat produk dan pelayanan menjadi lebih baik, pelanggan baru menjadi semakin banyak, dan jangkauan pasar mereka juga semakin luas. Secara tidak langsung akan memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian suatu daerah dan tidak menutup kemungkinan akan menciptakan lapangan kerja baru bagi warga sekitar. Penelitian-penelitian yang mendukung CSR terhadap perekonomian lokal dengan hasil positif menyebutkan bahwa CSR memberikan dampak signifikan terhadap perekonomian daerah secara lebih cepat dibanding daerah yang tidak terjangkau oleh CSR (Noviyanto & Simammora, 2023).

Teori CSR (*Corporate Social Responsibility*)

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah tanggung jawab sosial perusahaan, merupakan komitmen berkelanjutan yang dimiliki perusahaan dalam membawa pengaruh yang baik bagi lingkungan disekitar perusahaan dan masyarakat. CSR bertujuan untuk memberikan manfaat bagi Masyarakat dan lingkungan disamping perusahaan tersebut menghasilkan laba sebagai bentuk tanggung jawabnya (Taufiqurrahman & Sitepu, 2020). Dimensi CSR meliputi tanggung jawab terhadap lingkungan, tanggung jawab terhadap ekonomi, dan tanggung jawab terhadap aspek sosial. Indikator CSR meliputi keaktifan perusahaan terhadap komunitas lokal dengan pemberian dukungan yang maksimal, berkomitmen terhadap lingkungan dengan mengelola limbah, mengurangi emisi dengan mengimplementasikan kebijakan akan ramah lingkungan. Mendukung karyawan dengan pemberian kesejahteraan, pelatihan, dan perlindungan hak-hak karyawan, serta produk yang berkelanjutan dengan tanggung jawab terhadap praktik bisnis yang ada.

CSR sebagai tindakan perusahaan yang merupakan sebuah tanggung jawab dalam hal mempengaruhi komunitas, manusia, dan lingkungan sekitar. Berdasarkan beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa CSR tidak hanya membuat perusahaan menjalankan tanggung jawabnya akan memperoleh laba yang besar, tetapi juga langkah sebuah perusahaan dalam memberikan kontribusi lebih terhadap sekitar atau Masyarakat perusahaan tersebut berdiri, yang pada akhirnya akan berdampak pada keberlanjutan usaha

(Post et al., 2002). Mosialu et al.,(2023) melakukan penelitian dengan hasil menunjukkan pengaruh CSR terhadap keberlangsungan UKM bernilai signifikan dan positif. Hipotesis berdasarkan paparan diatas yakni:

H1: CSR memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keberlangsungan UKM

Kapabilitas Inovasi

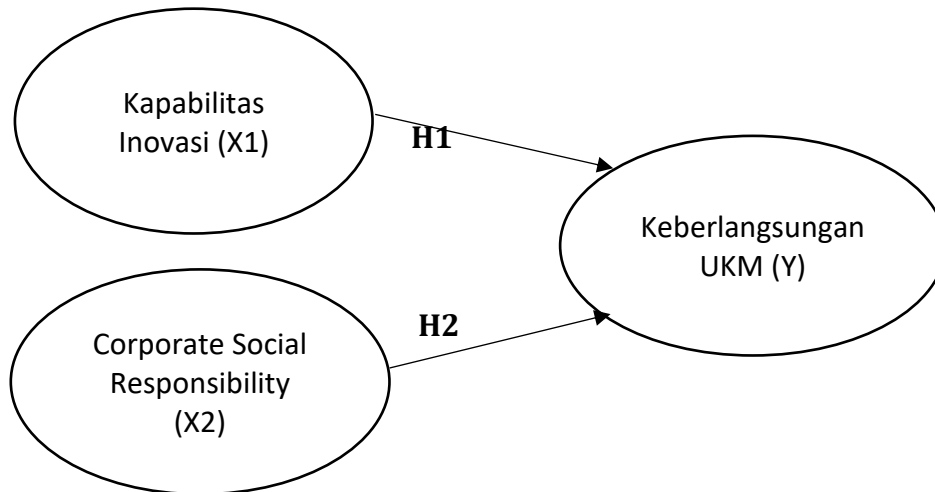
Pertumbuhan dan Organisasi yang sukses merupakan aspek penting dari kapabilitas inovasi dapat diartikan dengan kemampuan yang berasal dari sumber daya manusia dengan menciptakan sebuah pengetahuan baru dan menerapkan ide-ide kreatif yang dapat diterapkan demi tercapainya nilai pasar (Sutisna et al., 2024). Kapabilitas inovasi merupakan kekuatan sumber daya manusia untuk membuat produk baru maupun proses baru yang berasal dari pengetahuan dan ide-ide. Hal tersebut dapat menjadi sebuah pendorong yang strategis bagi kepentingan dalam perusahaan dan pemangku kepentingan, pada akhirnya akan membawa peningkatan ketahanan dan mampu menembus persaingan pasar (Sabrina, 2021).

Suatu organisasi yang mampu mengembangkan, melakukan modifikasi akan teknologi dan produk yang dimiliki, bahkan mampu menciptakan produk dan teknologi yang baru merupakan definisi dari Kapabilitas Inovasi (Safitri & Maryanti, 2022). Pelaku usaha mampu membuat atau menciptakan, lalu berusaha untuk mengembangkan inovasi-inovasi berkualitas yang tergolong baru dari suatu produk yang telah dimiliki, serta mampu menghadapi tantangan yang bermacam-macam di dalam pasar. Kemampuan dalam berinovasi sangat dibutuhkan dalam dunia bisnis saat ini untuk dapat mengatasi permasalahan yang timbul sebagaimana pesaing yang semakin banyak, sehingga akan menimbulkan kejenuhan. Indikator kapabilitas inovasi meliputi alokasi dana perusahaan untuk penelitian dan pengembangan, proses produksi dan operasional yang memanfaatkan teknologi terbaru, kemampuan beradaptasi pasar yang cepat, hasil dari inovasi yang efektif, dan menyangkut tingkat karyawan yang memiliki kreativitas dan keterampilan untuk menghasilkan inovasi.

Tidak hanya tumbuh dan bersaing, inovasi memiliki manfaat di dalam situasi ekonomi global dengan mempertahankan hidup sebuah bisnis. Ketika inovasi dimaksimalkan dengan baik, perusahaan akan mampu menciptakan produk-produk yang berkualitas dan menjadikannya produk unggulan, sehingga secara otomatis akan membawa dampak positif pada kinerja sebuah perusahaan (Martoyo et al., 2022). Penelitian (E. Fauzi, 2023) dengan hasilnya menunjukkan bahwa pengaruh Kapabilitas Inovasi terhadap keberlanjutan UKM menunjukkan nilai yang signifikan. Hipotesis berdasarkan paparan diatas yakni:

H2: Kapabilitas Inovasi memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap keberlangsungan UKM

Model Penelitian



Gambar 1. Model Penelitian

METODE PENELITIAN

Metode kuantitatif digunakan pada penelitian ini, dengan fokus menganalisis pengaruh variabel independen yakni kapabilitas inovasi dan *Corporate Social Responsibility* terhadap variabel dependen berupa keberlangsungan UKM sektor makanan minuman di Kecamatan Klojen, Kota Malang. Pengambilan sampel menggunakan teknik proposional simple random sampling yakni 10% dari jumlah populasi sebanyak 890 UKM dengan jumlah sampel sebanyak 89 pelaku usaha UKM sektor Makanan Minuman di Kecamatan Klojen Kota Malang (BPS Kota Malang, 2024). Peneliti melakukan survei pada pelaku-pelaku usaha sektor makanan dan minuman di Kota Malang, data yang dikumpulkan melalui kuesioner dan diberikan kepada responden secara langsung. Skala pengukuran pada penelitian ini dimulai pad angka 1-5, 1 berarti STS atau sangat tidak setuju dengan 5 berarti SS atau Sangat Setuju. SPSS dengan versi 25.0 berfokus tiga variabel yakni Kapabilitas Inovasi, CSR, dan Keberlangsungan UKM digunakan untuk menganalisis data yang ada.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Tabel 1. Uji Validitas

Variabel Korelasi Signifikan Keterangan	
Kapabilitas Inovasi	.621** - .000 Valid .788**
CSR	.602** - .000 Valid .628**
Keberlangsungan UKM	.420** - .000 Valid .726**

Sumber: data primer yang diolah, 2025

Nilai korelasi pada Uji Validitas diatas menunjukkan hasil yakni kapabilitas inovasi, CSR, dan Keberlangsungan UKM signifikan dan memiliki tanda yang positif pada 0,000, dapat diartikan bahwa pengukuran beberapa variabel dengan item yang ada atau diteliti termasuk valid.

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel Cronbach Tanda Batas Keterangan Alpha Alpha	
Kapabilitas Inovasi 0.857	> 0,6 Reliabel
CSR 0,802	> 0,6 Reliabel
Keberlangsungan UKM 0,827	> 0,6 Reliabel

Sumber: data primer yang telah diolah, 2025

Hasil dari dari Uji diatas dapat diartikan bahwa nilai dari Cronbach berdasar variabel kapabilitas inovasi, CSR, keberlangsungan UKM yang diterima 0,6 (α) termasuk dalam kategori lebih tinggi dari level diterima, maka menjadi reliabel.

Tabel 3. Uji Normalitas

One sample Kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardized Predicted Value
N	89
Normal Mean	165.1500000
Parameters ^{a,b}	
Std. Deviation	1.58252854
Most Absolute	.068
Extreme Positive	.068
Differences Negative	-.063
Test Statistic	.068
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 ^{c,d}

Sumber: data primer yang telah diolah, 2025

Data dengan analisis hasil yang diperoleh dan diolah dalam *One-Sample Kolmogorov* adalah data yang ada termasuk dalam distribusi normal. Signifikasi nilainya 0,200 dengan arti lebih dari 0,05 ini berarti terpenuhi uji normalitas diatas.

Tabel 4. Uji Multikolinieritas

Variabel Independen Colinearity Kesimpulan Statistics	
Tolerance VIF	
Kapabilitas Inovasi .907 1.100	Tidak ada multikolinearitas
CSR .978 1.024	Tidak ada multikolinearitas

Sumber: data primer yang telah diolah, 2025

Nilai pada VIF yakni > 10 , dan nilai tolerancinya menunjukkan < 10 dengan arti multikolinieritas dalam variabel-variabel tersebut tidak terjadi.

Tabel 5. (Uji-t)

	Unstandardized Coeffisients	Standardized Coeffisients
Model B Std.Error Beta t Sig.		
1 (Constant)	9229 3.804	2.524 .018
Kapabilitas Inovasi	.344 .132 .246	2.493 .012
CSR	.387 .134 .255	2.652 .009

Sumber: data primer diolah, 2025

- Analisis diatas menunjukkan pengaruh Kapabilitas Inovasi terhadap Keberlangsungan UKM diperoleh nilai t hit variabel ung $>$ dari nilai t Tabel yaitu $(2.493) > (1.661)$ dengan nilai signifikan (0.012) kurang dari 0.05 , yang mana X_1 Kapabilitas Inovasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel Keberlangsungan UKM (Y), sehingga H_1 diterima dan H_0 ditolak, artinya semakin tinggi kapabilitas inovasinya, maka keberlangsungan UKM semakin tinggi.
- Berdasarkan hasil analisis diatas pengaruh variabel CSR terhadap keberlangsungan UKM terdapat nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel dengan jumlah (2.652) lebih besar (1.661) dan signifikan $(0.009) < 0.05$, CSR sebagai variabel X_2 memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keberlangsungan UKM (Y), H_2 menjadi diterima dan H_0 menjadi ditolak, artinya semakin tinggi CSR, maka keberlangsungan UKM semakin tinggi.

Pengaruh Kapabilitas Inovasi Terhadap Keberlangsungan UKM

Kapabilitas Inovasi dengan hasil yang positif dan signifikan telah ditunjukkan pada penelitian ini terhadap keberlangsungan UKM. Artinya, peningkatan atau penurunan kapabilitas inovasi menyebabkan peningkatan dan penurunan pada keberlanjutan usaha. Penelitian (E. Fauzi, 2023) kapabilitas inovasi menunjukkan adanya pengaruh kapabilitas inovasi terhadap keberlanjutan UKM sektor makanan minuman di kecamatan Klojen Kota Malang. Kapabilitas Inovasi mengacu pada bisnis yang cenderung mengadopsi teknologi atau ciptaan awal daripada yang lain, hal tersebut berarti sebuah bisnis dapat mengadopsi ide atau perilaku baru yang berkaitan dengan layanan dan produk. Peran penting dimainkan kapabilitas inovasi dalam keberlanjutan UKM karena bisnis dapat bertahan dan beradaptasi dengan pasar yang terus berubah dan terjadi peningkatan efisiensi pada operasional. Pada sektor makanan dan minuman di kecamatan klojen kota malang, kontribusi kapabilitas inovasi memiliki kontribusi pada strategi pemasaran yang optimal, kualitas layanan yang meningkat, dan produk baru yang dapat dikembangkan. Inovasi yang terus berkembang UKM dapat mendapatkan dan meningkatkan loyalitas para pelanggannya, melakukan diferensiasi produk.

Pengaruh CSR Terhadap Keberlangsungan UKM

CSR yang menjadi Variabel X2 juga memiliki hasil yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keberlangsungan UKM. Artinya, penerapan CSR yang maksimal akan membawa keberlangsungan UKM secara positif dan signifikan. Penelitian (Harprayudi et al., 2022) menunjukkan adanya pengaruh CSR terhadap keberlanjutan kinerja UKM. CSR mengacu pada dukungan pada UKM berupa pemberian dana, perlengkapan usaha, pendidikan dan pelatihan, jejaring, pendampingan, pemasaran. Semakin tinggi CSR pada sebuah usaha (UKM), maka semakin positif signifikan mempengaruhi keberlangsungan sebuah bisnis. Pada UKM, pendidikan dan pelatihan dari CSR mencakup berbagai macam bentuk dukungan seperti keterampilan yang dapat dikembangkan melalui sebuah program untuk meningkatkan kapasitas melalui seminar maupun workshop. Pemberian dana menjadi modal usaha atau digunakan untuk pengembangan bisnis yang didapat secara finansial. Perlengkapan usaha disediakan demi memperlancar operasional UKM dalam bentuk fasilitas atau peralatan. Komunitas bisnis yang dapat diakses dengan mudah akan membantu UKM berkembang dengan mudah karena mendapat jejaring dari program CSR tersebut. Dukungan pemasaran melalui branding dan promosi meningkatkan daya tarik dari produk UKM yang bersangkutan.

KESIMPULAN

Pengujian hipotesis, pembahasan yang telah dijabarkan diatas dengan hasil penelitian yang ada, kesimpulan yang dapat diambil adalah:

- Kapabilitas Inovasi memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap keberlangsungan UKM sektor makanan dan minuman di Kecamatan Klojen, Kota Malang.
- CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlangsungan UKM sektor makanan dan minuman di Kecamatan Klojen, Kota Malang.

Perusahaan besar dengan program CSRnya tidak hanya sebagai tanggung jawab sosial, tetapi menjadi sebuah strategi bisnis yang mampu mendukung keberlangsungan UKM. Keberlanjutan akan pertumbuhan ekonomi bagi UKM dapat terus berkembang dikarenakan telah mendapat dukungan dari perusahaan yang menjalankan CSR dan menerapkan kapabilitas inovasi dengan maksimal.

Rekomendasi

- UKM untuk dapat menguatkan kapabilitas inovasi dengan mengembangkan produk secara berkala, memanfaatkan teknologi modern, dan meningkatkan SDM di dalam UKM
- Perusahaan menerapkan CSR dengan lebih terstruktur seperti CSR sosial, lingkungan, dan ekonomi
- Membangun usaha yang berkelanjutan dengan berkolaborasi dan memperluas jejaring agar usaha dapat berlanjut.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Azam, T., & Jamil, K. (2024). Studying the role of corporate social responsibility, green HRM and green innovation to improve green performance of SMEs. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 39(12), 2620–2637. <https://doi.org/10.1108/JBIM-02-2023-0087>
- [2] Fauzi, A., & Manao, M. (2023). Faktor Kebijakan Kedisiplinan Sumber Daya Manusia,

- Corporate Social Responsibility “Csr”, Peningkatan Pemberdayaan Sumber Daya Manusia Dan Tanggung Jawab Sosial Terhadap Kesejahteraan Karyawan Pada Pt. Skm. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*, 3(2), 67–80.
- [3] Fauzi, E. (2023). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Kapabilitas Inovasi terhadap Keberlanjutan Kinerja UKM di Kawasan Objek Wisata Rowo Jombor*. Universitas Islam Indonesia.
- [4] Feronika, E. S., Silva, K. R., & Raharjo, S. T. (2020). *Tanggung Jawab Sosi Al Perusahaan Bi Dang Li Ngkungan*.
- [5] Harprayudi, A. D., Rosaline, M., & Radyati, N. (2022). *Analisa dukungan CSR untuk UMKM yang berkelanjutan*. 11(2), 73–84.
- [6] Hartatik, H., Rukmana, A. Y., Efitra, E., Mukhlis, I. R., Aksenta, A., Ratnaningrum, L. P. R. A., & Efdison, Z. (2023). *Tren Technopreneurship: Strategi & Inovasi Pengembangan Bisnis Kekinian dengan Teknologi Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- [7] Lesnussa, R., Pramarta, V., Carlof, C., Putri, R. D., & Desara, M. M. (2023). Strategi Pengembangan Kapabilitas Organisasional Dalam Era Digital Fokus Pada Adaptasi Dan Inovasi. *Journal of Management and Creative Business*, 1(3), 101–114.
- [8] Mardianti, E. (2024). *Strategi Corporate Social Responsibility (Csr) Pt Perkebunan Nusantara V Dalam Menjalin Kemitraan Dengan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Ukm)*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- [9] Martoyo, A., Susilawati, E., Kusumawardhani, N., Dawis, A. M., Novalia, N., Fransisca, Y., Permadi, I. K. O., Yuniawati, R. I., Susanti, L., & Hikmawati, E. (2022). *Manajemen Bisnis*. Tohar Media.
- [10] Mosialu, M. O., Callo, H., & Rajab, A. (2023). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Pt Taspen (Persero) Cabang Mamuju Dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kabupaten Mamuju. *Prosiding Diseminasi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 1–10.
- [11] Noviyanto, I. A., & Simammora, L. (2023). Dampak Keberhasilan Corporate Social Responsibility (Csr) Pt. Astra Internasional Terhadap Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Agribisains*, 9(1), 1–14.
- [12] Post, J. E., Preston, L. E., & Sachs, S. (2002). Managing the extended enterprise: The new stakeholder view. *California Management Review*, 45(1), 6–28.
- [13] Sabrina, R. (2021). *Manajemen sumber daya manusia* (Vol. 1). umsu press.
- [14] Safitri, M. E., & Maryanti, E. (2022). *Buku Ajar Kewirausahaan*. Penerbit NEM.
- [15] Sifwah, M. A., Nikhal, Z. Z., Dewi, A. P., Nurcahyani, N., & Latifah, R. N. (2024). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM. *Journal of Management Accounting, Tax and Production*, 2(1), 109–118.
- [16] Sutisna, M. I., Adam, M., & Yunus, M. (2024). *Manajemen dan Organisasi*. Syiah Kuala University Press.
- [17] Taufiqurrahman, M., & Sitepu, H. (2020). Kewajiban Perusahaan Dalam Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial (Corporate Social Responsibility). *Jurnal Retentum*, 2(1).

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN