

**PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP
KINERJA INOVASI DAN KINERJA UKM DI YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Di tulis oleh :

Nama : Tia Surya Ningsih
Nomor Mahasiswa : 14311478
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Operasional

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2020

**PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP
KINERJA INOVASI DAN KINERJA UKM DI YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Ditulis untuk Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Ujian Akhir Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Strata-1 Di Program Studi Manajemen,
Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia



Di tulis oleh :

Nama : Tia Surya Ningsih
Nomor Mahasiswa : 14311478
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Operasional

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2020

HALAMAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya yang menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 11 Februari 2020

Penulis,



(Tia Surya Ningsih)

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini telah disahkan dan disetujui oleh dosen pembimbing skripsi dengan judul:

PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP KINERJA INOVASI DAN KINERJA UKM DI YOGYAKARTA

Hasil Penelitian :

Diajukan Oleh :

Nama : Tia Surya Ningsih

Nomor Mahasiswa : 14311478

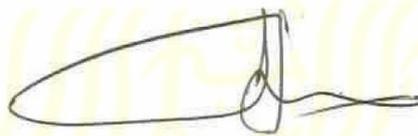
Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

Yogyakarta, 11 Februari 2020

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing



Anjar Priyono, SE., M.Si., Ph.D

BERITA ACARA TUGAS AKHIR /SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP
KINERJA INOVASI DAN KINERJA UKM DI YOGYAKARTA**

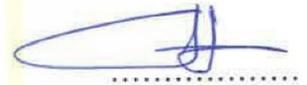
Disusun Oleh : **TIA SURYA NINGSIH**

Nomor Mahasiswa : **14311478**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

pada hari selasa, tanggal : 10 Maret 2020

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Anjar Priyono, SE., M.Si., Ph.D



Penguji : Siti Nurul Ngaini, Dra., MM



Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia



Prof. Jaka Sriyana, SE., M.Si, Ph.D.

Halaman Motto

“Manjadda Wajada”, Barang siapa bersungguh-sungguh maka berhasillah dia.

“Tidak ada kata menyerah sebelum bertanding” maka dari itu Lebih baik mencoba dari pada tidak sama sekali.

“Jadikanlah sabar dan shalat sebagai penolongmu” Dan sesungguhnya yang demikian itu sungguh berat, kecuali bagi orang – orang yang khusyu’. (Q.S. Al-Baqarah : 45).

الجامعة الإسلامية
الاندونيسية

PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP KINERJA INOVASI DAN KINERJA UKM DI YOGYAKARTA

Tia Surya Ningsih

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia

Email : Tiasuryaningsih0309@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dalam penelitian ini adalah pengaruh *corporate social responsibility* terhadap kinerja inovasi, pengaruh *corporate social responsibility* terhadap kinerja perusahaan dan pengaruh kinerja inovasi terhadap kinerja perusahaan

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh UKM di Daerah Istimewa Yogyakarta. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 100 UKM di Daerah Istimewa Yogyakarta. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis PLS.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja inovasi, *corporate social responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja perusahaan dan kinerja inovasi berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja perusahaan

Kata Kunci : *corporate social responsibility*, kinerja inovasi, dan kinerja perusahaan

**THE EFFECT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY ON
INNOVATION AND SME PERFORMANCE PERFORMANCE IN
YOGYAKARTA**

Tia Surya Ningsih

Management Study Program, Faculty of Economics, Islamic University of Indonesia

Email: Tiasuryaningsih0309@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study is the influence of corporate social responsibility on the performance of innovation, the influence of corporate social responsibility on company performance and the influence of innovation performance on company performance

The population in this study were all SMEs in the Special Region of Yogyakarta. Samples taken in this study were 100 SMEs in the Special Region of Yogyakarta. Data analysis in this study used the PLS analysis method.

The results of this study prove that corporate social responsibility has a significant positive effect on innovation performance, corporate social responsibility has a significant positive effect on company performance and innovation performance has a significant positive effect on company performance

Keywords: corporate social responsibility, innovation performance, and company performance

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji syukur kepada Allah subhanahu wa ta'aalaa, atas rahmat dan hidayah-Nya, dan jadikan hamba-Mu ini manusia yang selalu engkau ridhoi di dunia dan akherat kelak. Amin . Penulis ucapkan syukur atas nikmat dan karunia-Nya yang telah diberikan termasuk kesempatan dalam penulisan dan penyelesaian skripsi ini.

Pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir dengan judul “ Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Inovasi Dan Kinerja UKM Di Yogyakarta ” ini disusun untuk memenuhi tugas akhir yaitu skripsi dalam proses penyelesaian dan perolehan gelar sarjana strata-1 di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

Dalam proses penyusunan skripsi ini pastinya penulis memerlukan kesabaran dan ketekunan dikarenakan seringnya menjumpai kesulitan yang tidak bisa dihindari serta menguras pikiran dan waktu. Namun, disamping itu penulis mendapatkan bimbingan, bantuan, motivasi, serta do'a dari banyak pihak. Disini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah subhaanahu wata'aalaa, yang telah memberikan nikmat iman yang tidak ada bandingannya dengan nikmat dunia dan isinya, kesehatan, kesempatan, kekuatan, keberkahan, dan waktu kepada hamba-Nya selama proses penyusunan skripsi ini. Alhamdulillah rabbil 'aalamiin.
2. Nabi agung Muhammad shallallaahu 'alaihi wasallam, yang telah mengasihi umatnya dengan penuh kasih sayang, yang telah menunjukkan kepada kita

nikmat dan cahaya iman, yang telah mengajarkan kepada kita kebahagiaan yang kekal di akhirat kelak. Akhlaknya yang sempurna menjadi suri tauladan bagi penulis untuk senantiasa menjadikan diri yang lebih baik ke depannya. Cinta kami kepadamu tidak sebanding dengan cinta yang engkau berikan kepada kami ya Rasulallah.

3. Terutama kepada kedua orang tua tercinta Ayahanda Syamsuar & Ibunda Maiyarti yang telah membesarkan mendidik dan memberikan dukungan moral maupun materi serta do'a yang tiada henti untuk kelancaran dan kesuksesan penulis melewati masa-masa sulit, karena tiada kata seindah lantunan do'a dan tiada do'a yang paling khusyu selain do'a yang terucap dari kedua orang tua sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini. Semoga Papa Dan Mama selalu dalam lindungan Allah dan diberikan keberkahan umur. Semoga Allah menjadika penulis sebagai anak yang selalu berbakti kepada orang tua.
4. Ogi Surya Putra S.Kom, Bobby Surya Lexmana & M. Ikhsan Rafsya saudara sekandung yang selalu memberikan kasih sayang tulus, dukungan dan semangat kepada ku Tanpa kalian penulis bisa apa. Terima Kasih ku ucapkan kalian segalanya.
5. CEA (Fahrizal Fiqri S.Kom) yang selalu ada memberikan dorongan semangat dan support kepada penulis serta selalu siap mendengarkan keluh kesah Drama dalam mengerjakan tugas akhir dan masa-masa perkuliahan hingga bisa sampai ke tahap akhir. Selalu sabar sampai saat ini suka maupun duka. Terimakasih telah memberikan penyemangat yang lebih.

6. Terima kasih kepada Indriyanti Muslimah dan Teman-teman seperjuangan kuliah Rahma Dina Fitriani, Yunita Adhi C, Suhailah Marlinda atas bantuan dan dukungan kalian di masa-masa perjuangan menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Bapak Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D selaku Rektor Universitas Islam Indonesia
8. Bapak Jaka Sriyana, SE., M.Si., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
9. Bapak Anjar Priyono, Ph.D. Selaku dosen pembimbing skripsi dan Ketua Program Studi Manajemen FE UII. Terima kasih atas semua nasihat dan bimbingan yang diberikan pada penulis selama ini, khususnya dalam masa penyusunan skripsi. Semoga segala kebaikan yang telah bapak berikan akan dibalas oleh Allah dengan balasan yang lebih baik dan semoga kesehatan serta kenikmatan islam selalu dilimpahkan Allah kepada bapak dan keluarga.
10. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia telah memberikan begitu begitu banyak ilmu dan wawasan yang bermanfaat. Serta seluruh karyawan dan staff tata usaha FE UII yang turut membantu dalam kelancaran segala urusan selama menempuh pendidikan di kampus ini.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini jauh dari kata sempurna, maka dari itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak. Semoga penelitian ini memberikan manfaat bagi semua pihak. Aamiin.

Wassalamu'alaikum warahmatullaahi wabarakaatuh

Yogyakarta, 11 Februari 2020

Penulis,



(Tia Surya Ningsih)



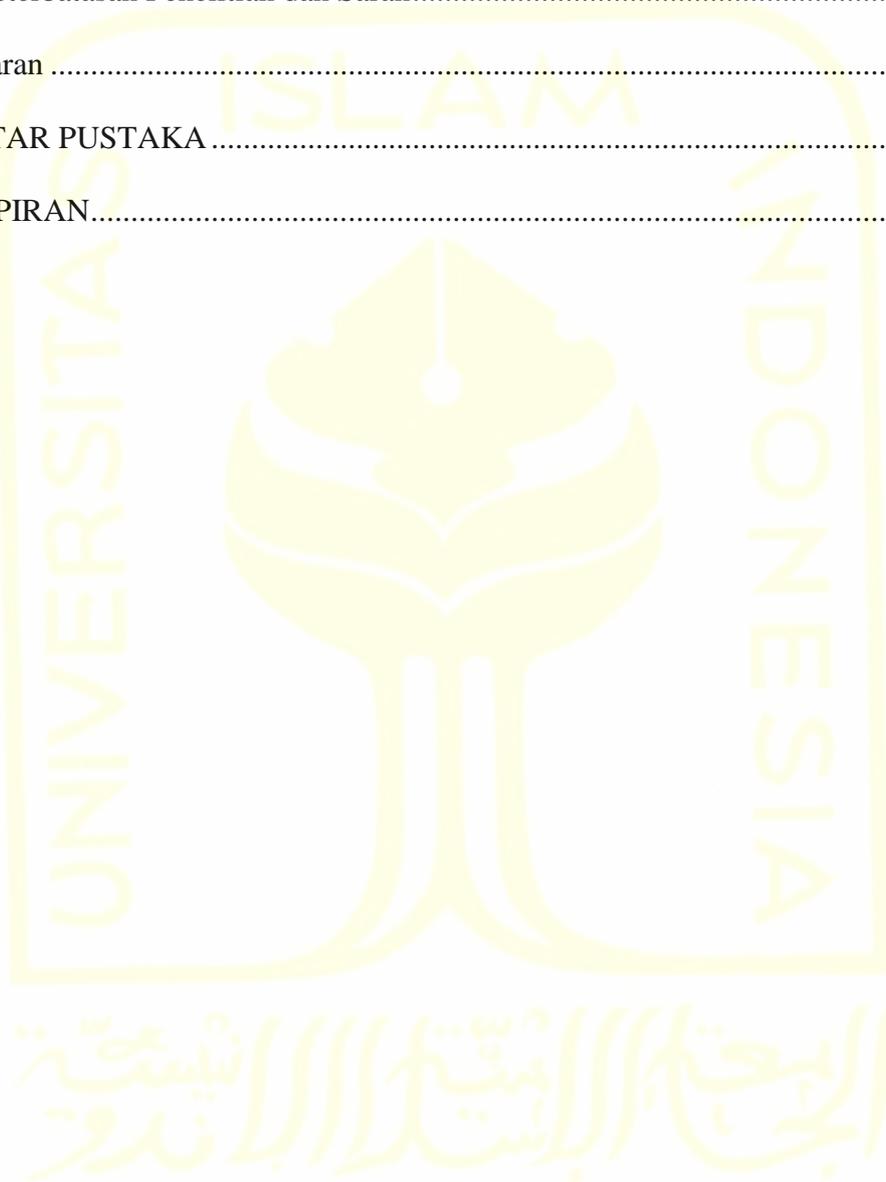
الجامعة الإسلامية
الابن سوريه نينجيه

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
BERITA ACARA UJIAN	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRAK</i>	viii
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Landasan Teori	10

2.2.1 Corporate Social Responsibility	10
2.2.2 Kinerja Inovasi	12
2.2.3 Kinerja perusahaan.....	14
2.3 Hipotesis Penelitian	15
2.3.1 Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Inovasi.....	15
2.3.2 Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Perusahaan	17
2.3.3 Pengaruh Kinerja Inovasi Terhadap Kinerja Perusahaan.....	18
2.4 Kerangka Penelitian	19
BAB III METODE PENELITIAN	20
3.1 Pendekatan Penelitian.....	20
3.2 Populasi Dan Sampel.....	20
3.3 Jenis dan Pengumpulan Data	20
3.4 Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional.....	21
3.5 Definisi Operasional	22
3.6 Teknik Analisis Data	24
3.6.1 Analisis Deskriptif	24
3.6.2 Analisis Partial Least Square (PLS).....	24
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	26
4.1 Hasil Pengumpulan Data	26
4.2 Karakteristik Responden.....	26
4.3 Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	29
4.4 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	35
4.5 Pengujian Hipotesis	36

4.6 Pembahasan	38
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	43
5.1 Kesimpulan	43
5.2 Keterbatasan Penelitian dan Saran.....	43
5.3 Saran	44
DAFTAR PUSTAKA	45
LAMPIRAN.....	49

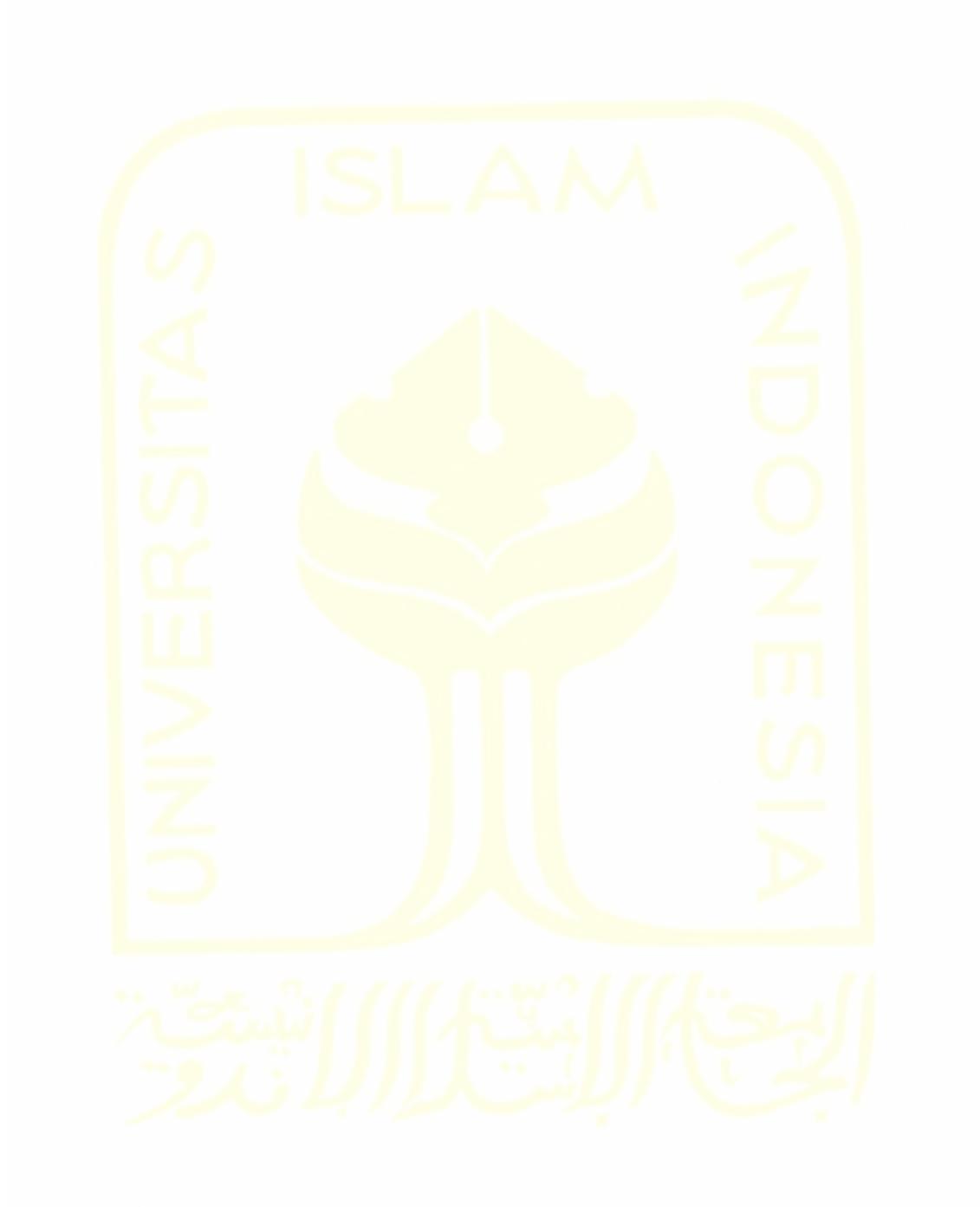


DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Hasil Pengumpulan Data	26
Tabel 4.2 Umur Usaha	27
Tabel 4.3 Jenis Industri	28
Tabel 4.4 Tenaga Kerja.....	29
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Konvergen.....	30
Tabel 4.76 Hasil Korelasi Antar Variabel Laten	32
Tabel 4.7 Cross Loading	32
Tabel 4.8 <i>Composite Reliability</i> dan Korelasi Antar Konstruk	34
Tabel 4.9 Koefisien Determinasi	35
Tabel 4.10 Path Coefficient	36
Tabel 4.11 Hasil Uji Hipotesis.....	38

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....19



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	49
Lampiran 2 Data Penelitian	53
Lampiran 3 Hasil Olah Data	62



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang dan Masalah

Dalam beberapa tahun terakhir, konsep keberlanjutan perusahaan, tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), kinerja sosial perusahaan dan manajemen lingkungan telah menerima semakin banyak perhatian dari akademisi dan praktisi (Martinez-conesa, Soto-acosta, & Palacios-manzano, 2017). Praktik berkelanjutan adalah kunci untuk kelangsungan hidup perusahaan dan praktik berkelanjutan yang ditargetkan dalam strategi perusahaan cenderung menjadi sumber keunggulan kompetitif (Lloret, 2015). Bentuk dari praktik keberlanjutan perusahaan adalah respons perusahaan yang strategis mengenai permasalahan lingkungan dan sosial yang disebabkan oleh kegiatan organisasi (Salzmann, Ionescu-somers, & Steger, 2005). Salah satu bentuk strategi berkelanjutan adalah pelaksanaan *corporate social responsibility*.

CSR (*Corporate Social Responsibility*) merupakan salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh perusahaan dan perseroan terbatas. Kotler & Amstrong (2008) menyebutkan beberapa manfaat yang dapat diperoleh perusahaan melalui pelaksanaan CSR yang bersifat yang strategis ini, seperti peningkatan penjualan dan *market share*, memperkuat *brand positioning*, meningkatkan reputasi perusahaan, menurunkan biaya operasi, serta meningkatkan daya tarik perusahaan di mata para investor dan analisis keuangan. Saat menjalankan program tanggung jawab sosial perusahaan diharapkan tidak hanya mengejar keuntungan jangka pendek, namun juga turut berkontribusi bagi peningkatan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat serta lingkungan sekitar

dalam jangka panjang. Perusahaan yang menjalankan tanggung jawab sosialnya secara konsisten akan menciptakan rasa kepuasan dari hati konsumen dan mendapatkan respon yang positif dan mampu mempererat hubungan antara perusahaan dan *stakeholders*. Seiring dengan besarnya kontribusi perusahaan dalam program tanggung jawab sosial (CSR) akan mendongkrak reputasi perusahaan di mata konsumen dan masyarakat (Yusdantara & Rahanatha, 2015)

Kendala ekonomi, sosial dan lingkungan tidak sederhana konsep analitis tetapi mewakili penggerak yang dapat digunakan perusahaan untuk menyelaraskan model bisnis dengan strategi bisnis (Martinez-conesa et al., 2017). CSR biasanya dikaitkan sebagai pendekatan untuk mengintegrasikan aspek sosial dan lingkungan ke dalam kegiatan perusahaan (Baumgartner, 2017). Orientasi CSR adalah kunci untuk merangsang stabilitas jangka panjang, pertumbuhan dan kinerja berkelanjutan dalam lingkungan yang dinamis dan berubah (Gyves & O'Higgins, 2008; Luo & Homburg, 2007). Hubungan CSR dan keberlanjutan perusahaan adalah "kegiatan bisnis sukarela" dan CSR digolongkan dalam keberlanjutan perusahaan, memberikan tahap transisi yang dilakukan perusahaan dalam perjalanannya untuk mengimplementasikan keberlanjutan perusahaan. Orientasi pembangunan berkelanjutan berpendapat bahwa organisasi memiliki tanggung jawab untuk melakukan tanggung jawab strategis untuk keberlanjutan perusahaan (Martinez-conesa et al., 2017).

Corporate Social Responsibility dapat memberikan dampak positif bagi kinerja perusahaan, dimana dengan melakukan aktivitas CSR perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk perusahaan, sehingga reputasi perusahaan

juga meningkat dimata masyarakat. Melalui teori legitimasi, perusahaan yang melakukan CSR lebih berperan dalam meningkatkan legitimasi yang akan berpengaruh kepada sikap konsumen terhadap produk perusahaan. CSR sebagai salah satu strategi perusahaan untuk meningkatkan citra perusahaan yang akan turut mempengaruhi kinerja perusahaan tersebut (Gantino, 2016).

CSR dalam praktek keberlanjutan dapat meningkatkan peran inovasi dalam meningkatkan keberlanjutan perusahaan (Boons, Montalvo, Quist, & Wagner, 2013; Matos & Silvestre, 2013). Salah satu cara yang penting bagi perusahaan untuk berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan adalah praktik inovasi yang didorong (. Inovasi berorientasi keberlanjutan adalah integrasi aspek sosial ke dalam produk, proses, dan struktur organisasi. Inovasi ini menggambarkan suatu arah, yang untuk mengikuti memerlukan manajemen yang ditujukan kepada aspek ekonomi, sosial, dan ekologis (Hansen & Grosse-dunker, 2013) sehingga mereka menjadi terintegrasi ke dalam desain produk baru, proses, dan struktur organisasi (Klewitz & Hansen, 2013).

Perusahaan dituntut melakukan perubahan dalam perusahaan agar tidak kalah bersaing dengan perusahaan lain. Inovasi dalam bisnis sangat dibutuhkan seperti dalam inovasi produk, teknologi dan manajemen. Inovasi adalah kecenderungan untuk mengembangkan elemen baru atau kombinasi baru dari suatu produk, teknologi atau manajemen sebelumnya dan digunakan untuk pengetahuan baru. Alasan dibutuhkan inovasi oleh perusahaan pada saat ini banyak ditemui belum mau melakukan inovasi pada perusahaannya. Perusahaan cenderung berada pada zona nyaman sehingga belum mau melakukan inovasi.

Keberadaan CSR ini, tidak hanya berlaku untuk perusahaan yang memiliki kegiatan operasional dalam jumlah yang besar saja, akan tetapi menyeret pula sejumlah usaha kecil dan menengah yang ada di lingkungan masyarakat. Hal ini di dorong oleh perhatian bahwa dalam suasana minimnya lapangan kerja, UKM Indonesia mampu menyerap banyak pekerja. Di samping itu, muatan lokal produk UKM cukup tinggi, sehingga keuntungan nasional dari produk-produk UKM juga tinggi. Pentingnya UKM di Indonesia juga terkait dengan posisinya yang strategis dalam berbagai aspek. Ada empat alasan yang menjelaskan posisi strategis UKM di Indonesia. Pertama, aspek permodalan. UKM tidak memerlukan modal yang besar sebagaimana perusahaan besar sehingga pembentukan usaha ini tidak sesulit perusahaan besar. Kedua, aspek tenaga kerja. Tenaga kerja yang diperlukan oleh industri kecil tidak menuntut pendidikan formal/tinggi tertentu. Sebagian besar tenaga kerja yang diperlukan oleh industri kecil didasarkan atas pengalaman (*learning by doing*) yang terkait dengan faktor histories (*path dependence*). Hal ini sering ditemui pada industri kerajinan, ukir, batik. Ketiga, aspek lokasi. Sebagian besar industri kecil berlokasi di pedesaan dan tidak memerlukan infrastruktur sebagaimana perusahaan besar. Keempat, aspek ketahanan. Peranan industri kecil ini telah terbukti bahwa industri kecil memiliki ketahanan yang kuat (*strong survival*) ketika Indonesia dilanda krisis ekonomi. Dalam perekonomian Indonesia, UKM menduduki posisi yang strategis. Hal ini dikarenakan perannya sebagai sarana dalam pertumbuhan sekaligus pemerataan dan pula sebagai tujuan utama pembangunan.

Sebagian besar pelaku UKM saat ini sudah menerapkan CSR dalam kegiatan bisnisnya walaupun secara sederhana. CSR yang berkaitan dengan tanggung jawab social terhadap lingkungan dilakukan UKM dengan cara membuat IPAL (Instalasi Pengolah limbah) jika usaha yang digeluti oleh pelaku UKM berhubungan dengan pembuangan limbah (Dewi, 2013). CSR paling sederhana adalah memberikan sumbangan terhadap masyarakat saat hari-hari besar, pembangunan fasilitas umum, tempat ibadah dan gotong royong (Hansen & Grosse-dunker, 2013).

Penelitian ini mengacu pada penelitian Martinez-conesa et al (2017) mengenai pengaruh CSR terhadap inovasi dan kinerja UKM. Penelitian ini menggunakan 522 UKM di Spanyol. Analisis data menggunakan analisis SEM. Hasil penelitian membuktikan bahwa CSR berpengaruh terhadap kinerja inovasi, CSR berpengaruh terhadap kinerja perusahaan dan kinerja inovasi berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas, maka judul penelitian ini adalah **“PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP KINERJA INOVASI DAN KINERJA UKM DI YOGYAKARTA”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap kinerja inovasi?
2. Apakah *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap kinerja perusahaan?

3. Apakah kinerja inovasi berpengaruh terhadap kinerja perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh *corporate social responsibility* terhadap kinerja inovasi.
2. Untuk mengetahui pengaruh *corporate social responsibility* terhadap kinerja perusahaan.
3. Untuk mengetahui pengaruh kinerja inovasi terhadap kinerja perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini dapat peneliti rangkum ke dalam tiga bagian yaitu:

1. Manfaat Bagi Perusahaan

Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan referensi dalam meningkatkan pengaruh *corporate social responsibility* terhadap kinerja inovasi dan kinerja UKM di Yogyakarta.

2. Manfaat Bagi Penulis

Dengan dilakukan penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan mempraktikkan pengetahuan teoritis yang telah diperoleh selama kuliah terutama yang berhubungan dengan pengaruh *corporate social responsibility* terhadap kinerja inovasi dan kinerja UKM di Yogyakarta.

3. Manfaat Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini dapat menambah informasi untuk dijadikan bahan pertimbangan dan referensi untuk penelitian sejenis dimasa yang akan datang.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian Martinez-conesa et al (2017) mengenai pengaruh CSR terhadap inovasi dan kinerja UKM. Penelitian ini menggunakan 522 UKM di Spanyol. Analisis data menggunakan analisis SEM. Hasil penelitian membuktikan bahwa CSR berpengaruh terhadap kinerja inovasi, CSR berpengaruh terhadap kinerja perusahaan dan kinerja inovasi berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.

Penelitian Enrique & Juárez (2017) menguji efek CSR pada profitabilitas dari tiga perspektif: dimensi sosial, lingkungan, dan ekonomi dari tanggung jawab sosial. Sampel untuk penelitian ini termasuk 81 perusahaan di sektor industri (54,3%) dan jasa (45,7%) yang beroperasi di selatan negara bagian Sonora (Meksiko). Pengumpulan data dilakukan dari Agustus hingga November, 2013, dan menggunakan survei mandiri yang diberikan kepada manajer perusahaan. Hasil dianalisis dan divalidasi menggunakan teknik statistik berbasis varians yang berfokus pada model persamaan struktural (SEM); hubungan terstruktur divalidasi oleh pemodelan partial least square (PLS) menggunakan perangkat lunak SmartPLS Professional (versi 3.2.6). hasil penelitian membuktikan kegiatan CSR sosial dan ekonomi memiliki pengaruh positif terhadap profitabilitas di UKM.

Penelitian Agyemang & Ansong (2017) bertujuan untuk menguji pengaruh tanggung jawab sosial perusahaan terhadap kinerja keuangan perusahaan kecil dan menengah (UKM) di Ghana dengan menggunakan akses ke modal dan reputasi

perusahaan sebagai variabel mediasi. Penelitian ini menggunakan data primer dari 423 UKM di dalam Accra Metropolis. Analisis data menggunakan analisis regresi. Hasil penelitian membuktikan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan menghasilkan kinerja keuangan perusahaan: UKM dengan praktik tanggung jawab sosial perusahaan yang lebih baik diposisikan lebih baik untuk mencapai reputasi yang ditingkatkan, yang diterjemahkan ke dalam peningkatan kinerja keuangan.

Penelitian Bocquet, Bas, Mothe, & Poussing (2015) menganalisis dampak dari strategi gabungan inovasi dan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) pada kinerja perusahaan sebagian besar berfokus pada kinerja keuangan. Sebaliknya, studi saat ini mempertimbangkan dampak simultan dari inovasi teknologi (produk dan proses) dan CSR pada pertumbuhan perusahaan, yang memberikan ukuran kinerja ekonomi jangka menengah. Dengan sampel 213 perusahaan dan prosedur dua langkah, penelitian ini mengungkapkan efek yang dibedakan dari perilaku CSR strategis versus responsif pada dua jenis inovasi teknologi, serta efek dari dua jenis inovasi terhadap pertumbuhan. Dengan demikian temuan menunjukkan bahwa perusahaan dengan CSR strategis mencapai pertumbuhan melalui inovasi produk dan proses mereka.

Penelitian Ratajczak & Szutowski (2016) meneliti pengetahuan tentang hubungan antara tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) perusahaan dan kinerja inovasi. Penelitian ini menggunakan tinjauan literatur sistematis dengan penggunaan SALSA (Pencarian, Penilaian, Sintesis, Analisis) dan metode kualitatif. Pencarian Hasil menunjukkan kurangnya konsensus ilmiah tentang banyak aspek dari hubungan yang diteliti. CSR diasumsikan mempengaruhi kinerja inovasi, dan sebaliknya, inovasi

dianggap berdampak pada CSR perusahaan. Namun, penentu hubungan sangat beragam dalam set artikel yang dipelajari

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Corporate Social Responsibility

Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang direncanakan dan dilaksanakan dengan baik (mendukung bisnis inti perusahaan) akan menambah nilai bagi perusahaan sehingga diharapkan dapat menjadi salah satu pemicu timbulnya loyalitas merek, apalagi saat ini isu mengenai lingkungan sedang marak (*triple bottom line*). Keberhasilan dari penerapan program CSR yang berpegang pada *triple bottom line* diharapkan dapat mencapai sinergi karena merupakan kunci dari konsep pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*).

Agar CSR yang dilakukan bisa benar-benar menjadi *marketing tools* bagi perusahaan pelaksanaannya harus disesuaikan dengan visi dan misi perusahaan, yang berarti jika program itu berhasil dengan baik pelaksanaannya tidak hanya bertujuan untuk publisitas sesaat saja, tapi harus secara berkesinambungan. Sehingga CSR yang dilakukan dapat menjaga atau meningkatkan daya saing melalui reputasi dan kesetiaan merek produk atau citra perusahaan.

Kedua hal tersebut akan menjadi keunggulan kompetitif perusahaan yang sulit untuk ditiru oleh para pesaing. Supaya hal tersebut tercapai investasi dalam CSR harus memperhatikan kecocokan dengan nilai-nilai yang terkandung dalam merek, relevansi dan daya tarik pelanggan kepada karyawan, karena mereka percaya investasi pada CSR

akan meningkatkan reputasi perusahaan atau merek dan memotivasi karyawan (Knox & French, 2005)

Sebagai bagian dari manajemen relasi pelanggan (*CRM-customer relationship management*), CSR memiliki tujuan menghasilkan ekuitas pelanggan (*customer equity*) yang tinggi, semakin setia pelanggan semakin tinggi ekuitas pelanggan (Kotler dan Keller, 2008). *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD), mendefinisikan CSR sebagai sebuah komitmen bisnis yang memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan dan perwakilan mereka, keluarga mereka, baik masyarakat setempat maupun umum, untuk meningkatkan kualitas hidup dengan cara-cara yang bermanfaat, baik bagi bisnis itu sendiri maupun pembangunan .

Aktivitas CSR yang digolongkan ke dalam dua dimensi pendekatan, yaitu internal dan eksternal ini harus diimplementasikan mencakup tiga bidang, yang dikenal sebagai triple bottom line, yaitu ekonomi, sosial, dan lingkungan (Hsu, 2012). Hal ini mencerminkan kemampuan perusahaan terlibat dalam CSR untuk secara efektif memahami pelanggan mereka dan menerjemahkan pengetahuan ini ke peningkatan kepuasan pelanggan. Kebijakan CSR menyebabkan tingginya tingkat identifikasi perusahaan konsumen yang membantu untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Ketiga, perusahaan harus mengambil perspektif yang seimbang pada semua kepentingan stakeholder dan mengatasi tuntutan mereka. Konsumen khususnya menarik pengalaman dan preferensi yang melampaui konsumsi untuk menyertakan peran mereka dalam masyarakat. Sebuah perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial

akan memahami mengenai kebutuhan pengetahuan konsumen dan membantu menginformasikan kebijakan perusahaan terhadap para pemangku kepentingan (Luo & Bhattacharya, 2006).

2.2.2 Kinerja Inovasi

Anning-Dorson (2016) menawarkan bahwa inovasi di perusahaan jasa dapat berasal dari berbagai sumber dan perusahaan jasa mencari inovasi dari dalam operasi mereka; dari pasar (lingkungan eksternal) dan pelanggan. Tjiptono, (2008) menyatakan bahwa inovasi merupakan penerapan secara praktis sebuah gagasan ke dalam suatu produk atau proses baru. Inovasi adalah kondisi pada barang dan jasa bahkan gagasan yang dianggap sebagai sesuatu yang baru (Kotler dan Keller, 2012).

Burroine & Jaiya (2005) mengatakan bahwa kemampuan perusahaan untuk melakukan inovasi bervariasi tergantung pada sektor usaha, ukuran perusahaan, fokus, sumber daya dan lingkungan bisnis di mana perusahaan tersebut beroperasi. Sedangkan Baldwin et al. (1999) dalam penelitiannya menyatakan bahwa perusahaan yang lebih besar lebih inovatif dibandingkan dengan perusahaan yang lebih kecil, karena memiliki kemudahan lebih pada akses pembiayaan, dapat menyebarkan biaya tetap inovasi pada volume penjualan yang lebih besar, manfaat yang diperoleh dari *economies of scale*, dan saling melengkapinya (*complementarities*) antara riset dan pengembangan dengan aktivitas-aktivitas yang lain dalam perusahaan.

Parkman, Holloway, & Sebastiao (2012) menemukan bahwa kemampuan inovasi dari perusahaan yang tergolong ke dalam industri kreatif mampu secara positif dan

signifikan berpengaruh terhadap keberhasilan suatu produk yang dihasilkan perusahaan dan keunggulan kompetitifnya. Lewrick, Omar, Raeside, & Sailer (2010) menyatakan bahwa baik wirausaha yang telah menjalankan usahanya sejak tahun 1996 hingga 2007 maupun usaha yang baru didirikan di Amerika Serikat memerlukan inovasi sebagai alat yang sangat vital dalam meningkatkan kinerja produk suatu perusahaan. Perusahaan yang telah belajar untuk meningkatkan kemampuan inovasinya mampu secara aktif untuk meningkatkan pertumbuhan usahanya. Chaston & Scott (2012) menemukan bahwa kinerja suatu produk dari perusahaan di Peru akan mengalami peningkatan apabila sebuah perusahaan melibatkan inovasi serta pembelajaran di dalamnya, hal ini disebabkan karena perusahaan yang menerapkan inovasi dipercaya akan memperpanjang siklus hidup produknya sedangkan Rajapathirana & Hui (2017) membuktikan bahwa tipe inovasi mempengaruhi kinerja inovasi dan pada akhirnya meningkatkan kinerja pasar dan kinerja finansial.

Kinerja inovasi merupakan kunci untuk keunggulan kompetitif dalam lingkungan yang sangat bergejolak. Kinerja inovasi sebagai pendorong utama bagi pertumbuhan ekonomi suatu negara. Kemampuan untuk berinovasi memiliki konsekuensi langsung bagi kemampuan untuk bersaing di tingkat individu, perusahaan, tingkat regional dan nasional. Nilai-nilai yang diciptakan oleh inovasi sering diwujudkan dalam cara-cara baru dalam melakukan sesuatu atau produk baru dan proses yang berkontribusi terhadap kekayaan (Sofyan & Pascasarjana, 2017).

Menurut Lawson & Samson (2001) kinerja inovasi dapat didefinisikan sebagai keunggulan kompetitif yang didapat dari ide-ide kreatif untuk menghasikan kualitas,

efisiensi, kecepatan dan fleksibilitas yang berguna dalam perusahaan. Pelaksanaan dapat berlangsung di berbagai bidang seperti perbaikan desain, perbaikan proses, dan perbaikan teknologi. Sebuah perusahaan dapat membuat berbagai jenis perubahan dalam metode kerjanya, penggunaan faktor-faktor produksi dan jenis output yang meningkatkan produktivitas dan kinerja komersialnya.

Kinerja inovasi dapat dijelaskan sebagai kombinasi aset dan sumber daya. Oleh karena itu diperlukan berbagai macam sumber daya, aset, dan kemampuan untuk mendorong melalui keberhasilan dalam lingkungan yang berubah dengan cepat (Rajapathirana & Hui, 2017). Menurut Rajapathirana & Hui (2017) kapabilitas inovasi didefinisikan sebagai (1) kapasitas pengembangan produk baru yang memenuhi kebutuhan pasar; (2) kapasitas penerapan teknologi proses yang tepat untuk menghasilkan produk-produk baru ini; (3) kapasitas mengembangkan dan mengadopsi produk-produk baru dan teknologi pemrosesan untuk memenuhi kebutuhan masa depan; (4) dan kapasitas untuk menanggapi kegiatan teknologi yang disengaja dan peluang tak terduga yang diciptakan oleh pesaing.

2.2.3 Kinerja Perusahaan

Penilaian kinerja merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan oleh pihak manajemen agar dapat memenuhi kewajibannya terhadap para penyandang dana dan juga untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Kinerja merupakan suatu istilah secara umum yang digunakan untuk sebagian atau seluruh tindakan atau aktivitas dari suatu organisasi pada suatu periode dengan referensi pada jumlah standar

seperti biaya masa lalu atau yang diproyeksikan, dengan dasar efisiensi, pertanggungjawaban atau akuntabilitas manajemen dan sebagainya.

Secara garis besar kinerja perusahaan dibagi menjadi dua yaitu kinerja pasar dan kinerja keuangan (Rajapathirana & Hui, 2017). Kinerja pasar dapat diturunkan sejauh mana perusahaan memperoleh hasil terkait pasar daripada pesaing mereka sehubungan dengan kepuasan pelanggan, akuisisi pelanggan baru, kesetiaan dll (Oh, Cho, & Kim, 2015). Konsep-konsep pemasaran pada dasarnya menyarankan bahwa kinerja Judgmental yang superior (Kualitas, kepuasan pelanggan, kepuasan karyawan) adalah hal yang diperlukan untuk kinerja yang unggul dari pasar dan keuangan (kinerja subyektif) dari perusahaan.

Kinerja keuangan merupakan suatu alat ukur yang digunakan oleh para pemakai laporan keuangan dalam mengukur dan menentukan sejauh mana kualitas perusahaan. Menurut Fahmi (2013).” kinerja keuangan adalah suatu analisis yang dilakukan untuk melihat sejauh mana suatu perusahaan telah melaksanakan dengan aturan – aturan pelaksanaan keuangan secara baik dan benar”.

2.3 Hipotesis Penelitian

2.3.1 Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Inovasi

Hubungan antara CSR dan kinerja inovasi dapat dijelaskan oleh dua pendekatan (Ferauge, 2012). Pertama, di beberapa perusahaan inovasi merupakan nilai-nilai positif bagi perusahaan.. Perusahaan-perusahaan ini memperhitungkan dampak signifikan kegiatan mereka terhadap lingkungan dan masyarakat. Pelaksanaan kegiatan CSR tidak berarti bahwa perusahaan-perusahaan kehilangan keuntungan akan tetapi perusahaan

mendapatkan keuntungan dari dampak kegiatan mereka terhadap lingkungan dan masyarakat. Kedua inovasi CSR dianggap penciptaan nilai. Tampaknya hubungan antara CSR dan inovasi paling menonjol di perusahaan-perusahaan di mana CSR merupakan bagian integral dari strategi perusahaan (Martinez-conesa et al., 2017).

McWilliams & Siegel (2010) menunjukkan bahwa penerapan praktik lingkungan, dapat mendorong investasi dalam penelitian dan pengembangan, yang pada gilirannya dapat menghasilkan baik inovasi proses maupun inovasi produk., Macgregor, Espinach, & Fontrodona (2007) menemukan inovasi yang didorong CSR ditujukan pada produk dan layanan yang memiliki semacam tujuan sosial, sementara CSR yang didorong oleh inovasi mungkin lebih selaras dengan menciptakan proses sosial dan didorong oleh nilai. Di bidang UKM, Battaglia, Testa, Bianchi, Iraldo, & Frey (2014) melakukan survei di antara 213 UKM yang beroperasi di sektor mode di dua negara Uni Eropa, Italia dan Prancis. Hasilnya menunjukkan korelasi yang kuat dan positif antara beberapa variabel terkait CSR dan daya saing dalam dua aspek: inovasi dan kinerja tidak berwujud.

Hasil penelitian Martinez-conesa et al (2017), Bocquet, Bas, Mothe, & Poussing (2015) dan Ratajczak & Szutowski (2016) membuktikan bahwa CSR berpengaruh terhadap kinerja inovasi. Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis pertama penelitian ini adalah sebagai berikut :

H1 : Corporate Social Responsibility berpengaruh positif terhadap kinerja inovasi

2.3.2 Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Perusahaan

CSR harus diintegrasikan ke dalam model manajemen bisnis karena berguna untuk membenarkan pilihan strategis dan memungkinkan perusahaan untuk menghasilkan aset strategis tidak berwujud yang berharga untuk mencapai keunggulan kompetitif dan kinerja keuangan tingkat tinggi (SURROCA, TRIB, & WADDOCK, 2010). Alasan utama untuk memilih pendekatan keberlanjutan adalah untuk mengurangi dampak lingkungan dan sosial yang negatif dari kegiatan perusahaan sambil meningkatkan (atau setidaknya tidak mengurangi) kinerja ekonomi perusahaan (Martinez-conesa et al., 2017).

Menurut teori pemangku kepentingan, secara umum diharapkan ada hubungan positif antara CSR dan kinerja keuangan. Keberhasilan suatu organisasi tergantung pada kapasitas organisasi untuk mengelola hubungan dengan para pemangku kepentingannya. Manajemen hubungan dengan pemangku kepentingan bisnis utama telah menjadi alat penting untuk menghasilkan nilai, menjadikan interpretasi teori pemangku kepentingan sebagai langkah penting dalam memahami hubungan yang mungkin terjadi antara CSR dan kinerja perusahaan. Asumsi dasar di balik teori ini adalah bahwa CSR dapat menjadi perangkat organisasi yang mengarah pada penggunaan sumber daya yang lebih efektif, yang memiliki dampak positif pada kinerja keuangan perusahaan (Martinez-conesa et al., 2017).

Hasil Penelitian Martinez-conesa et al (2017), Enrique & Juárez (2017) dan Agyemang & Ansong (2017) membuktikan bahwa CSR berpengaruh terhadap kinerja

perusahaan. Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis kedua penelitian ini adalah sebagai berikut :

H2 : Corporate Social Responsibility berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan

2.3.3 Pengaruh Kinerja Inovasi Terhadap Kinerja Perusahaan

Kinerja pasar dan kinerja keuangan tidak dapat direalisasikan tanpa kinerja inovasi. Kinerja inovasi dapat memfasilitasi perusahaan untuk menghasilkan kinerja pasar dalam berbagai cara melalui membantu untuk mengidentifikasi kemungkinan teknologi dengan meningkatkan kualitas produk dan layanan dan produk nilai superior kepada pelanggan dapat membantu untuk mendapatkan pelanggan baru. Dengan demikian kepuasan pelanggan meningkatkan posisi pasar organisasi (Hogan & Coote, 2014). Kinerja pasar dapat diturunkan sebagai sejauh mana perusahaan memperoleh hasil terkait pasar daripada pesaing mereka sehubungan dengan kepuasan pelanggan, akuisisi pelanggan baru, kesetiaan dll (Oh et al., 2015). Konsep-konsep pemasaran pada dasarnya menyarankan bahwa kinerja Judgmental yang superior (Kualitas, kepuasan pelanggan, kepuasan karyawan) adalah hal yang diperlukan untuk kinerja yang unggul dari pasar dan keuangan (kinerja subyektif) dari perusahaan.

Kinerja inovasi pertama-tama dikaitkan dengan aspek non-keuangan dari kinerja perusahaan, misalnya, sisi pelanggan, kepuasan dan sesudahnya mempercepat kinerja keuangan yang lebih tinggi (Gunday, Ulusoy, Kilic, & Alphan, 2011). Meskipun inovasi dalam periode waktu yang singkat dapat menyebabkan kerugian tetapi selama jangka panjang yang mungkin mempercepat untuk efek positif terhadap produksi, pasar dan kinerja keuangan (Rajapathirana & Hui, 2017). Hasil penelitian membuktikan

menjelaskan hubungan positif antara kinerja pasar kinerja inovasi (Gök & Peker, 2017; Gunday et al., 2011; Rajapathirana & Hui, 2017).

Penelitian terbaru mengungkapkan bahwa hubungan positif antara inovasi dan kinerja keuangan (Jerop & Juma, 2014), dalam banyak kasus memberikan bukti yang inovatif secara statistik berdampak signifikan terhadap profitabilitas perusahaan. Di sisi lain, Karabulut (2015) menjelaskan semakin besar pangsa pasar, laba atas investasi yang menghasilkan margin keuntungan lebih besar. Kepuasan pelanggan dan loyalitas mendorong perusahaan untuk profitabilitas yang lebih tinggi dan pertumbuhan pendapatan. Martinez-conesa et al (2017) dan Ratajczak & Szutowski (2016) membuktikan kinerja inovasi berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.

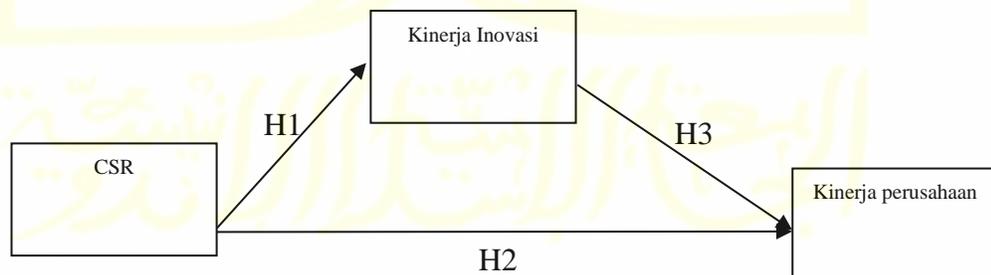
Berdasarkan uraian diatas, hipotesis ketiga penelitian ini adalah sebagai berikut :

H3 : kinerja inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan

2.4 Kerangka Pemikiran

Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Dalam penelitian kuantitatif ini peneliti merumuskan masalah yang baru dengan mengidentifikasi melalui hipotesis yaitu jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Metode penelitian kuantitatif menurut Given (2008) adalah pendekatan-pendekatan terhadap kajian empiris untuk mengumpulkan, menganalisa, dan menampilkan data dalam bentuk numerik daripada naratif.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah UKM yang berada di wilayah Yogyakarta. Dalam penelitian ini jumlah populasi tidak teridentifikasi total jumlahnya. Teknik pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling*, dimana pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden.

3.3 Jenis dan Pengumpulan Data Penelitian

Data penelitian yang digunakan dalam penelitian ini terdapat dua, yaitu antara lain sebagai berikut :

1. Data Primer

Data yang dipergunakan berupa data primer yang diperoleh secara langsung dari responden dengan cara riset atau penelitian lapangan. Untuk memperoleh data ini digunakan metode kuisioner. Dalam rangka untuk

mengumpulkan data yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan penelitian, data diperoleh dari penyebaran angket kepada responden dimana pertanyaan terlebih dahulu disediakan oleh peneliti untuk mendukung data-data informasi melalui angket.

Kuisisioner yang akan digunakan dan disajikan kepada responden terdiri dari dua bagian, yaitu:

- a. Bagian yang mengungkapkan karakteristik responden. Berisi mengenai data karakteristik responden.
- b. Bagian yang mengungkapkan pertanyaan tentang variabel penelitian.

2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang diperoleh seorang peneliti secara tidak langsung dari objeknya, tetapi melalui sumber lain, baik lisan maupun tulis. Data sekunder juga adalah data yang diperoleh secara tidak langsung misalnya melalui buku, catatan, bukti yang telah ada, atau arsip baik yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan secara umum. Dalam hal ini peneliti mengumpulkan data dengan cara berkunjung ke perpustakaan, pusat kajian, pusat arsip atau membaca banyak buku yang berhubungan dengan penelitiannya. Data sekunder merupakan data intern yang di peroleh dari organisasi berupa profil, sejarah dan tujuan organisasi didirikan.

3.4 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel independen adalah Corporate Social Responsibility

2. Variabel intervening adalah kinerja inovasi
3. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kinerja perusahaan

3.5 Definisi Operasional Variabel

1. Corporate Social Responsibility

The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), mendefinisikan CSR sebagai sebuah komitmen bisnis yang memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan dan perwakilan mereka, keluarga mereka, baik masyarakat setempat maupun umum, untuk meningkatkan kualitas hidup dengan cara-cara yang bermanfaat, baik bagi bisnis itu sendiri maupun pembangunan. CSR diukur dengan beberapa dimensi yaitu (Martinez-conesa et al., 2017) :

1. CSR Tenaga Kerja
2. CSR Pelanggan
3. CSR Supplier
4. CSR Komunitas Lokal
5. Tanggung Jawab Lingkungan

2. Kinerja Inovasi

Menurut Lawson & Samson (2001) kinerja inovasi dapat didefinisikan sebagai keunggulan kompetitif yang didapat dari ide-ide kreatif untuk menghasikan kualitas, efisiensi, kecepatan dan fleksibilitas yang berguna dalam perusahaan. Kinerja inovasi diukur dengan menggunakan indikator sebagai berikut (Martinez-conesa et al., 2017):

1. Jumlah Produk/layanan baru

2. Jumlah proses internal baru
3. Penelitian dan pengembangan
4. Lini produk baru
5. Perubahan dalam pengembangan produk

3. Kinerja Perusahaan

Kinerja perusahaan adalah sejauh mana perusahaan memperoleh hasil terkait pasar daripada pesaing mereka sehubungan dengan kepuasan pelanggan, akuisisi pelanggan baru, kesetiaan dll (Oh et al., 2015). Kinerja perusahaan diukur dengan menggunakan indikator sebagai berikut (Martinez-conesa et al., 2017):

1. Peningkatan penjualan
2. Pengembalian aset
3. Layanan pelanggan
4. Hubungan pelanggan
5. Loyalitas pelanggan
6. Ketidakhadiran karyawan
7. Lingkungan kerja
8. Loyalitas karyawan

Pengukuran variabel-variabel yang ada kedalam perhitungan data, maka penulis menggunakan skala likert. Dalam hal ini penulis akan memberikan pertanyaan dengan 5 alternatif jawaban yang harus dipilih salah satu jawaban saja. Untuk mempermudah penilaian jawaban, penulis akan memberikan nilai dari setiap pilihan jawaban

pertanyaan yaitu nilai 5 untuk jawaban yang positif dan nilai 1 untuk jawaban yang sangat negatif. Maka bentuk penilaiannya sebagai berikut:

1. Jawaban SS (sangat setuju) diberi nilai 5
2. Jawaban S (setuju) diberi nilai 4
3. Jawaban KS (kurang setuju) diberi nilai 3
4. Jawaban TS (tidak setuju) diberi nilai 2
5. Jawaban STS (sangat tidak setuju) diberi nilai 1

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan metode-metode statistik yang digunakan untuk menggambarkan data yang telah dikumpulkan. Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskriptif suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata. Standart deviasi, varian, maksimum, minimum, range, kurtosis dan skewness dengan rapi serta dapat memberikan informasi inti dari kumpulan data yang ada (Ghozali dan Latan, 2012).

3.6.2 Analisis Partial Least Square (PLS).

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Partial Least Square (PLS)*. PLS merupakan salah satu alternatif dari *Structural Equation Modelling (SEM)* yang berbasis *variance* yang diciptakan untuk mengatasi masalah yang ditimbulkan oleh SEM berbasis *covariance*. Seperti yang diketahui bahwa penggunaan *Covariance Based SEM (CB-SEM)* yang diwakili software seperti AMOS, EQS, LISREL, dan Mplus menuntut sampel dalam jumlah besar, data harus memenuhi berbagai asumsi parametrik, indikator pembentuk harus berbentuk refleksif, skala

pengukuran harus continuous serta adanya dukungan teori yang kuat sering kali membuat peneliti kesulitan untuk memenuhi tuntutan-tuntutan tersebut. Untuk itu, dibutuhkan alternatif SEM lain yang lebih longgar namun powerfull dan tidak mensyaratkan berbagai asumsi. Alternatif SEM yang dimaksud adalah SEM berbasis *variance* atau *partial least square* (PLS) (Ghozali dan Latan, 2012).

Saat ini terdapat berbagai macam software yang menawarkan PLS salah satunya dari SmartPLS 2.0 M3 yang dikembangkan oleh Professor Christian M Ringle, Sven Wende dan Alexander Will pada tahun 2005. PLS telah mencapai popularitasnya saat ini dan telah digunakan secara mendunia dalam berbagai jurnal ilmiah dan penelitian yang menggunakan model persamaan struktural (Ghozali dan Latan, 2012).

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Pengumpulan Data

UKM merupakan populasi yang akan diteliti dalam penelitian ini. Penyebaran kuesioner dilakukan secara langsung oleh peneliti dengan menyebarkan kepada manajer-pemilik UKM. Jumlah UK yang diteliti adalah 110 UKM. Dari 110 UKM tersebut, hanya 100 UKM yang memenuhi syarat untuk dianalisis. 10 kuesioner sisanya tidak diisi secara lengkap oleh calon responden. Hasil penyebaran kuesioner dapat dilihat pada Tabel 4.1.

**Tabel 4.1.
Hasil Pengumpulan Data**

Keterangan	Jumlah	%
Penyebaran Kuesioner	110	100
Penyebaran Kuesioner yang tidak diisi	(10)	6%
Penyebaran kuesioner yang layak diolah	100	94%

Sumber : data diolah

4.2 Karakteristik Responden

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur Usaha

Hasil analisis karakteristik responden berdasarkan umur usaha dapat dilihat pada tabel 4.2

Tabel 4.2 Umur Usaha

Kategori	Deskripsi	N	%
Umur Usaha	<5 tahun	16	16
	6-10 tahun	24	24
	11-15 tahun	39	39
	16-20 tahun	21	21
Jumlah		100	100

Sumber : data diolah

Hasil analisis karakteristik responden terdiri dari 4 karakteristik umur usaha yaitu < 5 tahun, 6-10 tahun, 11-15 tahun, dan 16-20 tahun. Berdasarkan tabel 4.2 dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden adalah UKM dengan umur usaha 11-15 tahun dengan jumlah responden 39 responden, UKM dengan umur usaha 6-10 tahun dengan jumlah responden 24 responden, UKM dengan umur usaha 16-20 tahun dengan jumlah responden 21 responden sedangkan sisanya 16 responden adalah UKM dengan umur usaha < 5 tahun.

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Industri

Hasil analisis karakteristik responden berdasarkan jenis industri dapat dilihat pada tabel 4.3

Tabel 4.3 Jenis Industri

Kategori	Deskripsi	N	%
Jenis Industri	Manufaktur	46	46
	Jasa	22	22
	Keuangan	8	8
	Lainnya	24	24
Jumlah		100	100

Sumber : data diolah

Hasil analisis karakteristik responden terdiri dari 4 karakteristik umur usaha yaitu manufaktur, jasa, keuangan, dan lainnya. Berdasarkan tabel 4.3 dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden adalah UKM manufaktur dengan jumlah responden 46 responden, UKM lainnya dengan jumlah responden 24 responden, UKM jasa dengan jumlah responden 22 responden sedangkan sisanya 8 responden adalah UKM keuangan.

4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tenaga Kerja

Hasil analisis karakteristik responden berdasarkan tenaga kerja dapat dilihat pada tabel 4.4

Tabel 4.4 Tenaga Kerja

Kategori	Deskripsi	N	%
Tenaga Kerja	0-5 orang	25	25
	6-10 orang	49	49
	11-15 orang	21	21
	>15 orang	5	5
Jumlah		100	100

Sumber : data diolah

Hasil analisis karakteristik responden terdiri dari 4 karakteristik tenaga kerja yaitu 0-5 orang, 6-10 orang, 11-15 orang, dan > 15 orang. Berdasarkan tabel 4.4 dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden adalah UKM dengan tenaga kerja 6-10 orang dengan jumlah responden 49 responden, UKM dengan tenaga kerja 0-5 orang dengan jumlah responden 25 responden, UKM dengan tenaga kerja 11-15 orang dengan jumlah responden 21 responden sedangkan sisanya 5 responden adalah UKM dengan tenaga kerja diatas 15 orang.

4.2 Pengujian Model Pengukuran (*Outer Model*)

Outer model sering juga disebut (*outer relation atau measurement model*) yang mendefinisikan bagaimana setiap indikator berhubungan dengan variabel latennya. Uji ini terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas.

Uji validitas menggunakan uji validitas konvergen dan uji validitas discriminant. Validitas konvergen adalah salah satu topik yang terkait dengan validitas

konstruk. Validitas konvergen menyatakan bahwa tes yang memiliki konstruksi yang sama atau serupa harus sangat berkorelasi. Dua metode sering diterapkan untuk menguji validitas konvergen. Pertama adalah mengkorelasikan skor antara dua alat penilaian atau sub-domain alat yang dianggap untuk mengukur konstruk yang sama. Dalam penelitian intelijen, dua tes kecerdasan seharusnya berbagi beberapa bagian umum kecerdasan dan setidaknya berkorelasi sedang. Kemudian, korelasi sedang hingga tinggi menunjukkan bukti validitas konvergen. Validitas konvergen menggunakan nilai *loading factor* dengan nilai kritis 0,5 dan AVE. Jika *loading factor* > 0,5 dan nilai AVE > 0,5 maka butir instrumen dinyatakan valid. Hasil uji validitas konvergen adalah sebagai berikut.

Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Konvergen

Variabel	Indikator	Original Sample (O)	AVE
Csr Karyawan	EMCSR1 <- CSR	0,957	0,735
	EMCSR2 <- CSR	0,919	
	EMCSR3 <- CSR	0,946	
	EMCSR4 <- CSR	0,931	
	EMCSR5 <- CSR	0,894	
Csr Pelanggan	COCSR1 <- CSR	0,908	
	COCSR2 <- CSR	0,655	
	COCSR3 <- CSR	0,819	
	COCSR4 <- CSR	0,963	
Csr Pemasok	SUCSR1 <- CSR	0,672	
	SUCSR2 <- CSR	0,846	
	SUCSR3 <- CSR	0,886	
Csr Komunitas Lokal	COMCSR1 <- CSR	0,806	

	COMCSR2 <- CSR	0,785	
	COMCSR3 <- CSR	0,933	
	COMCSR4 <- CSR	0,758	
	COMCSR5 <- CSR	0,917	
Csr Lingkungan	ENCSR1 <- CSR	0,937	
	ENCSR2 <- CSR	0,911	
	ENCSR3 <- CSR	0,747	
	ENCSR4 <- CSR	0,762	
	ENCSR5 <- CSR	0,809	
Kinerja Inovasi	KI1 <- KINERJA INOVASI	0,768	0,720
	KI2 <- KINERJA INOVASI	0,803	
	KI3 <- KINERJA INOVASI	0,866	
	KI4 <- KINERJA INOVASI	0,877	
	KI5 <- KINERJA INOVASI	0,922	
Kinerja Inovasi	KN1 <- KINERJA	0,893	0,825
	KN2 <- KINERJA	0,853	
	KN3 <- KINERJA	0,882	
	KN4 <- KINERJA	0,937	
	KN5 <- KINERJA	0,945	
	KN6 <- KINERJA	0,935	

Sumber ; Data Diolah, 2017

Tabel 4.6 menunjukkan seluruh variabel sudah memenuhi validitas konvergen karena *loading factor* $\geq 0,5$ dan *AVE* $> 0,5$ (Ghozali, 2012). Dengan demikian seluruh indikator dalam variabel penelitian dapat dinyatakan valid.

Analisis selanjutnya akan dilakukan penilaian terhadap *discriminant validity* dari konstruk ini. Penilaian akan dilakukan dengan membandingkan antara nilai *square of root* dari masing - masing nilai *AVE* konstruk satu dengan yang lainnya. Hasil dalam tahap ini menunjukkan bahwa model yang diajukan dalam penelitian ini

dapat memenuhi kriteria *discriminant validity* yang disyaratkan. Akar AVE dari masing - masing konstruk bernilai lebih besar dari pada korelasi antar konstruk (Fornel & Larcker, 1981). Berdasarkan tabel 4.6 nilai akar AVE lebih besar dari pada korelasi antar konstruk sehingga dapat disimpulkan telah memenuhi kriteria *discriminant validity*.

Tabel 4.6 Hasil Korelasi Antar Variabel Laten

	CSR	KINERJA	KINERJA INOVASI
CSR	1		
KINERJA	0.961	1	
KINERJA INOVASI	0.928	0.928	1

Sumber : Data Diolah, 2018

Selanjutnya penelitian akan menganalisis nilai *cross loading* diantara masing - masing item, *cross loading* menjadi metode alternatif dalam menilai *discriminant validity* selain melalui metode *Root of Square*.

Tabel 4.7 Cross Loading

	CSR	KINERJA	KINERJA INOVASI
COCSR1	0,908	0,667	0,529
COCSR2	0,655	0,645	0,317
COCSR3	0,819	0,816	0,486
COCSR4	0,963	0,638	0,594
COMCSR1	0,806	0,661	0,471
COMCSR2	0,785	0,625	0,418
COMCSR3	0,933	0,618	0,584
COMCSR4	0,758	0,656	0,354
COMCSR5	0,917	0,647	0,528
EMCSR1	0,957	0,623	0,585
EMCSR2	0,919	0,592	0,555

EMCSR3	0,946	0,616	0,608
EMCSR4	0,931	0,606	0,589
EMCSR5	0,894	0,550	0,578
ENCSR1	0,937	0,592	0,551
ENCSR2	0,911	0,568	0,537
ENCSR3	0,747	0,460	0,389
ENCSR4	0,762	0,387	0,353
ENCSR5	0,809	0,496	0,500
SUCSR1	0,672	0,341	0,331
SUCSR2	0,846	0,477	0,423
SUCSR3	0,886	0,545	0,513
KI1	0,541	0,799	0,468
KI2	0,493	0,710	0,503
KI3	0,590	0,772	0,566
KI4	0,569	0,751	0,577
KI5	0,622	0,888	0,622
KN1	0,556	0,693	0,840
KN2	0,593	0,653	0,785
KN3	0,617	0,682	0,811
KN4	0,626	0,637	0,867
KN5	0,593	0,645	0,837
KN6	0,640	0,635	0,908

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Persyaratan yang harus dipenuhi yaitu nilai *loading* yang membentuk variabel laten yang dituju harus bernilai lebih besar dari pada nilai *loading* dari item ke variabel laten yang bukan targetnya. hasil uji menunjukkan bahwa masing - masing item memiliki nilai *loading* paling tinggi terhadap konstruk yang dituju dibandingkan dengan konstruk silangnya. hal ini menunjukkan bahwa instrument ini memenuhi kriteria uji *convergent validity* dan *discriminant validity*.

Pengujian validitas untuk indikator reflektif menggunakan korelasi antara skor item dengan skor konstraknya. Pengukuran dengan indikator reflektif menunjukkan

adanya perubahan pada suatu indikator dalam suatu konstruk jika indikator lain pada konstruk yang sama berubah (atau dikeluarkan dari model). Indikator reflektif cocok digunakan untuk mengukur persepsi sehingga penelitian ini menggunakan indikator reflektif.

Jika pengujian validitas seluruh indikator telah dilakukan dalam penelitian ini, maka analisis yang dilakukan selanjutnya yaitu uji reliabilitas pada model penelitian. Uji reliabilitas dilakukan dengan dua cara yaitu Cronbach's alpha dan Composite Reliability (CR) atau yang sering disebut dengan Dillon Goldstein's. Penelitian ini bersifat confirmatory sehingga apabila nilai composite reliability berkisar antara 0,6 - 0,7 maka masih dapat diterima (Ghozali, 2015). Dibawah ini adalah tabel nilai cronbach's alpa yang dihasilkan. Uji reliabilitas dilakukan untuk dapat mengetahui tingkat kestabilan suatu alat ukur. Pada penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan pendekatan composite realibility dengan menggunakan output yang dihasilkan SmartPLS.

Tabel 4.8 Composite Reliability dan Korelasi Antar Konstruk

Variabel	Cronbachs Alpha	Composite Reliability
CSR	0,982	0,983
KINERJA INOVASI	0,902	0,928
KINERJA	0,957	0,965

Sumber : Data Diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 4.8 diatas *Composite reability* menunjukkan nilai yang memuaskan yaitu nilai masing-masing variabel diatas nilai minimum yaitu 0,70. Berdasarkan nilai tersebut menunjukkan konsistensi dan stabilitas instrumen yang digunakan sangat tinggi. Dengan kata lain dapat disimpulkan bahwa *reliabilitas* instrumen terpenuhi.

4.3 Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Setelah model yang diterima memenuhi *discriminant validity*, berikutnya dilakukan pengujian model struktural (Inner Model). Menilai inner model adalah melihat hubungan antara variabel dengan melihat hasil koefisien parameter *path* dan tingkat signifikansinya (Ghozali, 2006). Sedangkan untuk mengetahui besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen tersebut, dapat dilihat dari koefisien determinasi seperti pada Tabel 4.9

Tabel 4.9 Koefisien Determinasi

	R Square
KINERJA	0,933
KINERJA INOVASI	0,862

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Hasil koefisien determinasi (*R-square*) variabel kinerja inovasi menunjukkan nilai sebesar 0,862, yang berarti kinerja inovasi 86,2,2% dapat dijelaskan oleh CSR sedangkan sisanya sebesar 13,88% dijelaskan variabel lainnya. Hasil koefisien determinasi (*R-square*) variabel kinerja menunjukkan nilai sebesar 0,933, yang berarti kinerja 93,3% dapat dijelaskan oleh CSR dan kinerja inovasi sedangkan sisanya

sebesar 6,7% dijelaskan variabel lainnya.

4.4 Pengujian Hipotesis

Telah dijelaskan pada bagian sebelumnya bahwa hipotesis pada penelitian ini juga akan dianalisis dengan SMARTPLS 3.0 sehingga untuk melakukan uji signifikansi loading factor dan koefisien penelitian menggunakan teknik bootstrapping yang menjadikan sampel berlipat ganda. Jumlah sampel yang awalnya 100 akan menjadi 200 (Ghozali., 2015). Kriteria minimum syarat yang harus dipenuhi untuk hipotesis dapat diterima adalah t-statistik harus diatas 1.96 untuk standar error (alpha) 5% dan beta bernilai positif. Adapun hasil uji hipotesis penelitian yang disajikan pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.10 Path Coefficient

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	Standard Error (STERR)	T Statistics (O/STERR)	Pvalue
CSR -> KINERJA INOVASI	0,928	0,925	0,024	0,024	38,626	0.000
CSR -> KINERJA	0,724	0,722	0,053	0,053	13,547	0.000
KINERJA INOVASI -> KINERJA	0,256	0,256	0,052	0,052	4,899	0.000

Sumber : Data Diolah, 2018

4.4.1 Pengujian Hipotesis Pertama (H1)

Hipotesis pertama (H1) menyatakan bahwa Corporate Social Responsibility berpengaruh positif terhadap kinerja inovasi. Hasil pengujian menggunakan PLS menunjukkan bahwa koefisien path pada Corporate Social Responsibility terhadap

kinerja inovasi 0,928 dan nilai T Statistik sebesar 38,625 (lebih besar dari tabel T yaitu sebesar 1,96) pada alpha sebesar 5%. Sehingga dapat diartikan bahwa Corporate Social Responsibility berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja inovasi, dengan demikian H1 didukung.

4.4.2 Pengujian Hipotesis Kedua (H2)

Hipotesis kedua (H2) menyatakan bahwa Corporate Social Responsibility berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Hasil pengujian menggunakan PLS menunjukkan bahwa koefisien path pada Corporate Social Responsibility terhadap kinerja perusahaan 0,724 dan nilai T Statistik sebesar 13,547 (lebih besar dari tabel T yaitu sebesar 1,96) pada alpha sebesar 5%. Sehingga dapat diartikan bahwa Corporate Social Responsibility berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja perusahaan, dengan demikian H2 didukung.

4.4.3 Pengujian Hipotesis Ketiga (H3)

Hipotesis ketiga (H3) menyatakan bahwa kinerja inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Hasil pengujian menggunakan PLS menunjukkan bahwa koefisien path pada kinerja inovasi terhadap kinerja perusahaan 0,256 dan nilai T Statistik sebesar 3,899 (lebih besar dari tabel T yaitu sebesar 1,96) pada alpha sebesar 5%. Sehingga dapat diartikan bahwa kinerja inovasi berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja perusahaan dengan demikian H3 didukung.

Dari seluruh pengujian yang dilakukan, dibawah ini disertakan table rangkuman atas hipotesis – hipotesis yang diuji dalam penelitian ini.

Tabel 4.11 Hasil Uji Hipotesis

	Deskripsi	B	T Hitung	Kesimpulan
H ₁	Corporate Social Responsibility berpengaruh positif terhadap kinerja inovasi	0,928	38,626	Hipotesis Didukung
H ₂	Corporate Social Responsibility berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan	0,724	13,547	Hipotesis Didukung
H ₃	kinerja inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan	0,256	4,899	Hipotesis Didukung

Sumber : Data Diolah, 2019

4.5 Pembahasan

4.5.1 Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Inovasi

Analisis PLS menunjukkan hasil bahwa Corporate Social Responsibility berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja inovasi. Hal ini berarti bahwa peningkatan CSR akan meningkatkan kinerja inovasi.

Hubungan antara CSR dan kinerja inovasi dapat dijelaskan oleh dua pendekatan (Ferauge, 2012). Pertama, di beberapa perusahaan inovasi merupakan nilai-nilai positif bagi perusahaan.. Perusahaan-perusahaan ini memperhitungkan dampak signifikan kegiatan mereka terhadap lingkungan dan masyarakat. Pelaksanaan kegiatan CSR tidak berarti bahwa perusahaan-perusahaan kehilangan keuntungan akan tetapi perusahaan mendapatkan keuntungan dari dampak kegiatan mereka terhadap lingkungan dan masyarakat. Kedua inovasi CSR dianggap penciptaan nilai. Tampaknya hubungan antara CSR dan inovasi paling menonjol di perusahaan-perusahaan di mana CSR merupakan bagian integral dari strategi perusahaan (Martinez-conesa et al., 2017).

McWilliams & Siegel (2010) menunjukkan bahwa penerapan praktik lingkungan, dapat mendorong investasi dalam penelitian dan pengembangan, yang pada gilirannya dapat menghasilkan baik inovasi proses maupun inovasi produk., Macgregor, Espinach, & Fontrodona (2007) menemukan inovasi yang didorong CSR ditujukan pada produk dan layanan yang memiliki semacam tujuan sosial, sementara CSR yang didorong oleh inovasi mungkin lebih selaras dengan menciptakan proses sosial dan didorong oleh nilai. Di bidang UKM, Battaglia, Testa, Bianchi, Iraldo, & Frey (2014) melakukan survei di antara 213 UKM yang beroperasi di sektor mode di dua negara Uni Eropa, Italia dan Prancis. Hasilnya menunjukkan korelasi yang kuat dan positif antara beberapa variabel terkait CSR dan daya saing dalam dua aspek: inovasi dan kinerja tidak berwujud.

Hasil penelitian ini sesuai penelitian Martinez-conesa et al (2017), Bocquet, Bas, Mothe, & Poussing (2015) dan Ratajczak & Szutowski (2016) membuktikan bahwa CSR berpengaruh terhadap kinerja inovasi.

4.5.2 Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Perusahaan

Analisis PLS menunjukkan hasil bahwa Corporate Social Responsibility berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja perusahaan Hal ini berarti bahwa peningkatan CSR akan meningkatkan kinerja perusahaan.

CSR harus diintegrasikan ke dalam model manajemen bisnis karena berguna untuk membenarkan pilihan strategis dan memungkinkan perusahaan untuk menghasilkan aset strategis tidak berwujud yang berharga untuk mencapai keunggulan kompetitif dan kinerja keuangan tingkat tinggi (SURROCA, TRIB, & WADDOCK,

2010). Alasan utama untuk memilih pendekatan keberlanjutan adalah untuk mengurangi dampak lingkungan dan sosial yang negatif dari kegiatan perusahaan sambil meningkatkan (atau setidaknya tidak mengurangi) kinerja ekonomi perusahaan (Martinez-conesa et al., 2017).

Menurut teori pemangku kepentingan, secara umum diharapkan ada hubungan positif antara CSR dan kinerja keuangan. Keberhasilan suatu organisasi tergantung pada kapasitas organisasi untuk mengelola hubungan dengan para pemangku kepentingannya. Manajemen hubungan dengan pemangku kepentingan bisnis utama telah menjadi alat penting untuk menghasilkan nilai, menjadikan interpretasi teori pemangku kepentingan sebagai langkah penting dalam memahami hubungan yang mungkin terjadi antara CSR dan kinerja perusahaan. Asumsi dasar di balik teori ini adalah bahwa CSR dapat menjadi perangkat organisasi yang mengarah pada penggunaan sumber daya yang lebih efektif, yang memiliki dampak positif pada kinerja keuangan perusahaan (Martinez-conesa et al., 2017).

Hasil ini sesuai penelitian Martinez-conesa et al (2017), Enrique & Juárez (2017) dan Agyemang & Ansong (2017) membuktikan bahwa CSR berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.

4.5.3 Pengaruh Kinerja Inovasi Terhadap Kinerja Perusahaan

Analisis PLS menunjukkan hasil bahwa kinerja inovasi berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja perusahaan Hal ini berarti bahwa kinerja inovasi akan meningkatkan kinerja perusahaan.

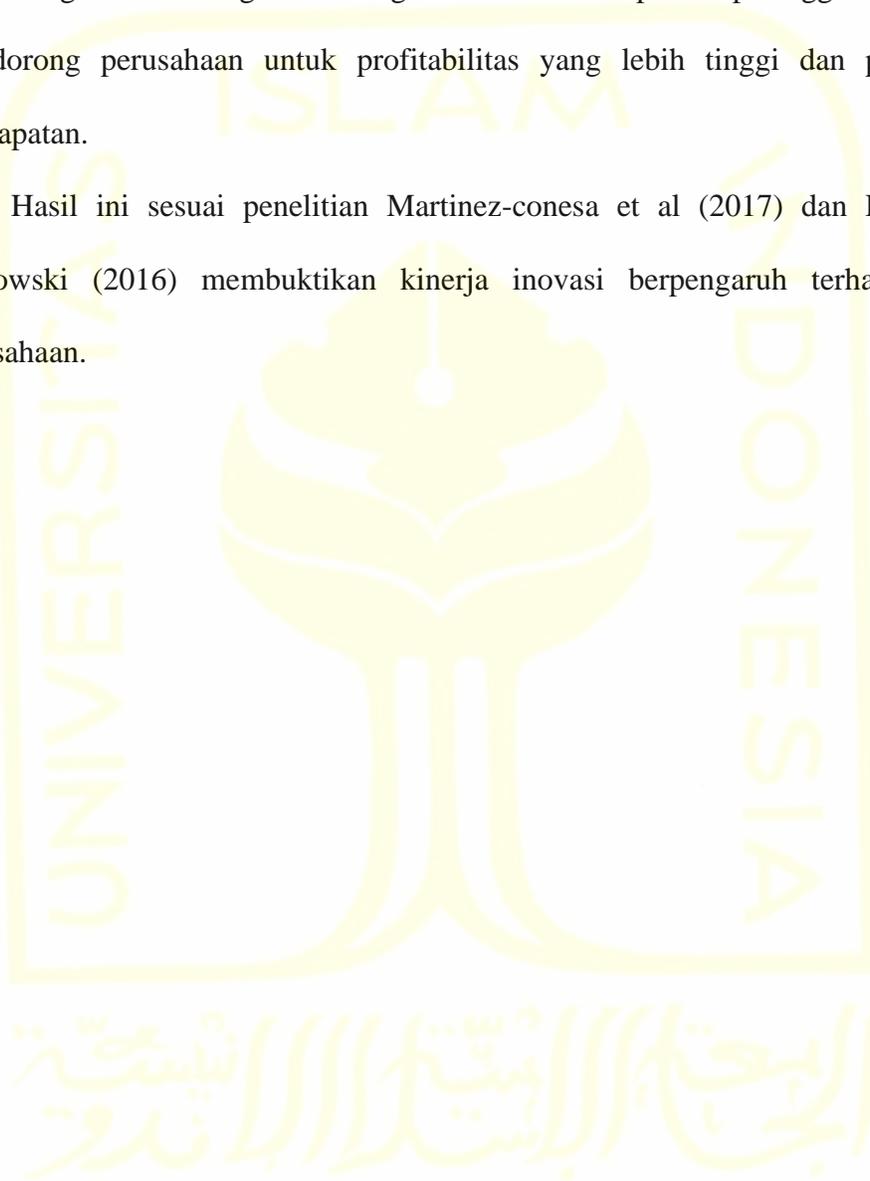
Kinerja pasar dan kinerja keuangan tidak dapat direalisasikan tanpa kinerja inovasi. Kinerja inovasi dapat memfasilitasi perusahaan untuk menghasilkan kinerja pasar dalam berbagai cara melalui membantu untuk mengidentifikasi kemungkinan teknologi dengan meningkatkan kualitas produk dan layanan dan produk nilai superior kepada pelanggan dapat membantu untuk mendapatkan pelanggan baru. Dengan demikian kepuasan pelanggan meningkatkan posisi pasar organisasi (Hogan & Coote, 2014). Kinerja pasar dapat diturunkan sebagai sejauh mana perusahaan memperoleh hasil terkait pasar daripada pesaing mereka sehubungan dengan kepuasan pelanggan, akuisisi pelanggan baru, kesetiaan dll (Oh et al., 2015). Konsep-konsep pemasaran pada dasarnya menyarankan bahwa kinerja Judgmental yang superior (Kualitas, kepuasan pelanggan, kepuasan karyawan) adalah hal yang diperlukan untuk kinerja yang unggul dari pasar dan keuangan (kinerja subyektif) dari perusahaan.

Kinerja inovasi pertama-tama dikaitkan dengan aspek non-keuangan dari kinerja perusahaan, misalnya, sisi pelanggan, kepuasan dan sesudahnya mempercepat kinerja keuangan yang lebih tinggi (Gunday, Ulusoy, Kilic, & Alpkan, 2011). Meskipun inovasi dalam periode waktu yang singkat dapat menyebabkan kerugian tetapi selama jangka panjang yang mungkin mempercepat untuk efek positif terhadap produksi, pasar dan kinerja keuangan (Rajapathirana & Hui, 2017). Hasil penelitian membuktikan menjelaskan hubungan positif antara kinerja pasar kinerja inovasi (Gök & Peker, 2017; Gunday et al., 2011; Rajapathirana & Hui, 2017).

Penelitian terbaru mengungkapkan bahwa hubungan positif antara inovasi dan kinerja keuangan (Jerop & Juma, 2014), dalam banyak kasus memberikan bukti yang

inovatif secara statistik berdampak signifikan terhadap profitabilitas perusahaan. Di sisi lain, Karabulut (2015) menjelaskan semakin besar pangsa pasar, laba atas investasi yang menghasilkan margin keuntungan lebih besar. Kepuasan pelanggan dan loyalitas mendorong perusahaan untuk profitabilitas yang lebih tinggi dan pertumbuhan pendapatan.

Hasil ini sesuai penelitian Martinez-conesa et al (2017) dan Ratajczak & Szutowski (2016) membuktikan kinerja inovasi berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Hasil kesimpulan dari penelitian ini adalah:

1. Analisis PLS menunjukkan hasil bahwa Corporate Social Responsibility berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja inovasi. Hal ini berarti bahwa peningkatan CSR akan meningkatkan kinerja inovasi.
2. Analisis PLS menunjukkan hasil bahwa Corporate Social Responsibility berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja perusahaan. Hal ini berarti bahwa peningkatan CSR akan meningkatkan kinerja perusahaan.
3. Analisis PLS menunjukkan hasil bahwa kinerja inovasi berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja perusahaan. Hal ini berarti bahwa kinerja inovasi akan meningkatkan kinerja perusahaan.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan diantaranya :

1. Teknik pengambilan data menggunakan data primer melalui pengisian kuesioner dirasa belum cukup untuk mengukur kendala-kendala yang dihadapi UKM dalam melakukan inovasi dan terkadang penelitian terhadap responden manajer/pemilik UKM sering diabaikan begitu saja karena tidak ada ditempat atau lokasi berjualan sehingga membuat pengambilan data kurang efektif.
2. Data yang digunakan dalam penelitian ini hanya menggunakan kuesioner sehingga dirasa belum memadai untuk menilai kebijakan CSR dan kinerja perusahaan.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan diatas maka ada beberapa saran yang direkomendasikan kepada penelitian selanjutnya dan pengelola sistem informasi :

1. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan melakukan observasi terlebih dahulu terhadap sampel atau populasi yang akan dijadikan penelitian agar memudahkan dalam pengambilan sampelnya dan pergunakanlah manajer dari perusahaan besar sehingga mendapatkan hasil yang baik.
2. Bagi peneliti selanjutnya hendaknya mengkaji lebih lanjut variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian ini maupun yang terdapat diluar penelitian ini seperti variabel CSR dan inovasi terhadap perusahaan.
3. Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya mengembangkan penelitian dengan melakukan wawancara tentang kendala-kendala apa saja dalam proses menilai kebijakan CSR terhadap kinerja perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agyemang, O. S., & Ansong, A. (2017). Corporate Social Responsibility And Firm Performance Of Ghanaian Smes: Mediating Role Of Access To Capital And Firm Reputation. *Journal Of Global Responsibility*, 8(1), 47–62.
- Anning-Dorson, T. (2016). Interactivity Innovations, Competitive Intensity, Customer Demand And Performance. *International Journal Of Quality And Service Sciences*, 8(4), 536–554. <https://doi.org/10.1108/Ijqs-11-2015-0075>
- Battaglia, M., Testa, F., Bianchi, L., Iraldo, F., & Frey, M. (2014). Corporate Social Responsibility And Competitiveness Within Smes Of The Fashion Industry: Evidence From Italy And France. *Sustainability*, 6(January 2019), 872–893. <https://doi.org/10.3390/Su6020872>
- Baumgartner, R. J. (2017). Managing Corporate Sustainability And Csr : A Conceptual Framework Combining Values , Strategies And Instruments Contributing To Sustainable Development. *Corporate Social Responsibility And Environmental Management*, 21, 258–271. <https://doi.org/10.1002/Csr.1336>
- Bocquet, R., Bas, C. Le, Mothe, C., & Poussing, N. (2015). Csr , Innovation , And Firm Performance In A Sluggish Growth Context : A Firm-Level Empirical Analysis. *Electronic Working Paper Series*, (November). <https://doi.org/10.1007/S10551-015-2959-8>
- Boons, F., Montalvo, C., Quist, J., & Wagner, M. (2013). Sustainable Innovation , Business Models And Economic Performance: An Overview, 45. <https://doi.org/10.1016/J.Jclepro.2012.08.013>
- Chaston, I., & Scott, G. J. (2012). Entrepreneurship And Open Innovation In An Emerging Economy. *Management Decision*, 50(7), 1161–1177. <https://doi.org/10.1108/00251741211246941>
- Dewi, B. K. (2013). *Implementasi Corporate Social Responsibility (Csr) Dan Pengaruhnya Terhadap Laba Perusahaan Pada Ukm Batik Bakaran Di Kota Pati*. Universitas Negeri Semarang.
- Enrique, L., & Juárez, V. (2017). Corporate Social Responsibility : Its Effect On Smes. *Journal Of Management And Sustainability*, 7(3), 75–89. <https://doi.org/10.5539/Jms.V7n3p75>
- Fahmi, I. (2013). *Analisis Laporan Keuangan*. (Alfabeta, Ed.). Bandung.

- Ferauge, P. (2012). A Conceptual Framework Of Corporate Social Responsibility And Innovation. *Global Journal Of Business Research*, 6(5), 85–96.
- Gantino, R. (2016). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2008-. *Jurnal Dinamika Akuntansi Dan Bisnis*, 3(2), 19–32.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2012). *Partial Least Square “Konsep, Teknik Dan Aplikasi” Smartpls 2.0 M3*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Given, L. (2008). *The Sage Encyclopedia Of Qualitative Research Methods*. California: Sage-Thousand Oaks.
- Gök, O., & Peker, S. (2017). Understanding The Links Among Innovation Performance, Market Performance And Financial Performance. *Review Of Managerial Science*, 11(3), 605–631. <https://doi.org/10.1007/S11846-016-0198-8>
- Gunday, G., Ulusoy, G., Kilic, K., & Alpkan, L. (2011). Effects Of Innovation Types On Firm Performance. *International Journal Of Production Economics*, 133(2), 662–676. <https://doi.org/10.1016/J.Ijpe.2011.05.014>
- Gyves, S., & O’higgins, E. (2008). Corporate Social Responsibility: An Avenue For Sustainable Benefit For Society And The Firm? *Society And Business Review*, 3(3), 207–223.
- Hansen, E. G., & Grosse-Dunker, F. (2013). Sustainability Innovation Cube – A Framework To Evaluate Sustainability Of Product Innovations.
- Hogan, S. J., & Coote, L. V. (2014). Organizational Culture, Innovation, And Performance: A Test Of Schein’s Model. *Journal Of Business Research*, 67(8), 1609–1621. <https://doi.org/10.1016/J.Jbusres.2013.09.007>
- Hsu, K. (2012). The Advertising Effects Of Corporate Social Responsibility On Corporate Reputation And Brand Equity : Evidence From The Life Insurance Industry In Taiwan. *Journal Of Business Ethics*, 189–201. <https://doi.org/10.1007/S10551-011-1118-0>
- Jerop, L., & Juma, D. (2014). Influence Of Strategic Innovation On The Performance Of Commercial Banks In Kenya: The Case Of Kenya Commercial Bank In Nairobi County. *European Journal Of Business Management*, 2(1), 1–19.
- Karabulut, A. T. (2015). Effects Of Innovation Types On Performance Of

- Manufacturing Firms In Turkey. *Procedia - Social And Behavioral Sciences*, 195, 1355–1364. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.06.322>
- Klewitz, J., & Hansen, E. G. (2013). Sustainability-Oriented Innovation Of Smes : A Systematic Review. *Journal Of Cleaner Production*, 1–19. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2013.07.017>
- Knox, S., & French, P. (2005). Corporate Social Responsibility : Exploring Stakeholder Relationships And Programme Reporting Across Leading Ftse Companies. *Journal Of Business Ethics*, 61(1), 1–57.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12th Ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Pt Indeks.
- Lawson, B., & Samson, D. (2001). Developing Innovation Capability In Organisations: A Dynamic Capabilities Approach. *International Journal Of Innovation Management*, 05(03), 377–400. <https://doi.org/10.1142/S1363919601000427>
- Lewrick, M., Omar, M., Raeside, R., & Sailer, K. (2010). Education For Entrepreneurship And Innovation: “Management Capabilities For Sustainable Growth And Success.” *World Journal Of Entrepreneurship, Management And Sustainable Development*, 6(1/2), 1–18. <https://doi.org/10.1108/20425961201000001>
- Lloret, A. (2015). Modeling Corporate Sustainability Strategy. *Journal Of Business Research*, 1–8. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.06.047>
- Luo, X., & Bhattacharya, C. B. (2006). Corporate Social Responsibility , Customer Satisfaction , And Market. *Journal Of Marketing*, 70(October), 1–18.
- Luo, X., & Homburg, C. (2007). Neglected Outcomes Of Customer. *Journal Of Marketing*, 71(April), 133–149.
- Macgregor, S. P., Espinach, X., & Fontrodona, J. (2007). Social Innovation : Using Design To Generate Business Value Through Corporate Social Responsibility. In *International Conference On Engineering Design, Iced'07* (Pp. 1–12).
- Martinez-Conesa, I., Soto-Acosta, P., & Palacios-Manzano, M. (2017). Corporate Social Responsibility And Its Effect On Innovation And Firm Performance : An Empirical Research In Smes. *Journal Of Cleaner Production*, 142, 2374–2383. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.11.038>

- Matos, S., & Silvestre, B. S. (2013). Managing Stakeholder Relations When Developing Sustainable Business Models : The Case Of The Brazilian Energy Sector, *45*. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2012.04.023>
- McWilliams, A., & Siegel, D. (2010). Corporate Social Responsibility And Financial Performance : Correlation Or Misspecification ? *Strategic Management Journal*, *21*(5), 603–609. [https://doi.org/10.1002/\(sici\)1097-0266\(200005\)21](https://doi.org/10.1002/(sici)1097-0266(200005)21)
- Oh, C., Cho, Y., & Kim, W. (2015). The Effect Of A Firm's Strategic Innovation Decisions On Its Market Performance. *Technology Analysis And Strategic Management*, *27*(1), 39–53. <https://doi.org/10.1080/09537325.2014.945413>
- Parkman, I. D., Holloway, S. S., & Sebastiao, H. (2012). Creative Industries: Aligning Entrepreneurial Orientation And Innovation Capacity. *Journal Of Research In Marketing And Entrepreneurship*, *14*(1), 95–114. <https://doi.org/10.1108/14715201211246823>
- Rajapathirana, R. P. J., & Hui, Y. (2017). Relationship Between Innovation Capability, Innovation Type, And Firm Performance. *Journal Of Innovation & Knowledge*, *3*(1), 44–55. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2017.06.002>
- Ratajczak, P., & Szutowski, D. (2016). Exploring The Relationship Between Csr And Innovation. *Sustainability Accounting, Management And Policy Journal*, *7*(2), 295–318. <https://doi.org/10.1108/Sampj-07-2015-0058>
- Salzmann, O., Ionescu-Somers, A., & Steger, U. (2005). The Business Case For Corporate Sustainability : Literature Review And Research Options. *European Management Journal*, *23*(1), 27–36. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2004.12.007>
- Sofyan, & Pascasarjana. (2017). Pendahuluan Tinjauan Pustaka Dan Pengem- Bangan Hipotesis. *Jbrm Tirtayasa*, *1*(1), 65–80.
- Surroca, J., Trib, J. A., & Waddock, S. (2010). Corporate Responsibility And Financial Performance : The Role Of Intangible. *Strategic Management Journal*, *490*(May 2006), 463–490. <https://doi.org/10.1002/Smj>
- Tjiptono, F. (2008). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Yusdantara, I. K., & Rahanatha, G. B. (2015). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Reputasi Perusahaan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pt. Coca Cola Amatil Denpasar). *E-Jurnal Mana*, *4*(4), 813–831.

LAMPIRAN 1

KUESIONER PENELITIAN

Bagian I

Pertanyaan bagian I berupa identitas konsumen. Berilah tanda (√) pada jawaban anda

1. Jenis Usaha : Jasa Non Jasa
2. Umur Usaha : < 5 tahun 6-10 tahun 11-15 tahun
 16-20 tahun 21-25 tahun >25 tahun
 26-30 tahun 41-45 tahun > 55 tahun
3. Jenis Industri : Manufaktur Keuangan
 Jasa Lainnya.....
4. Tenaga Kerja : 0-5 orang 6-10 tahun
 11-15 orang > 15 orang

Bagian II

Petunjuk : Beri tanda centang (√) atau tanda silang (X) pada jawaban yang sesuai dan benar menurut Anda, serta isi pada tempat yang telah disediakan

Keterangan :

- 1 : Sangat Tidak Setuju
- 2 : Tidak setuju
- 3 : Kurang Setuju
- 4 : Setuju
- 5 : Sangat Setuju

ITEM PERNYATAAN:

1. CSR Tentang Karyawan

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya berpendapat UKM mempertimbangkan kepentingan karyawan dalam pengambilan keputusan					
2.	Saya berpendapat UKM mendukung karyawan yang bersedia mengikuti pelatihan					
3	Saya berpendapat UKM membantu karyawan dalam kesehatan dan keselamatan kerja					
4.	Saya berpendapat UKM memahami kestabilan pekerjaan karyawan					
5.	Saya berpendapat UKM mengembangkan program pelatihan secara teratur					

2. CSR Tentang Pelanggan

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya berpendapat UKM memenuhi komitmen tentang kualitas dan harga produk					
2.	Saya berpendapat UKM memberitahu penggunaan produk dan secara tepat serta resiko yang dihadapi					

3	Saya berpendapat UKM mengambil langkah yang diperlukan untuk menangani keluhan pelanggan					
4.	Saya berpendapat UKM memberikan respon cepat kepada pelanggan					

3. CSR Tentang Pemasok

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya berpendapat UKM mempertimbangkan kepentingan pemasok dalam setiap pengambilan keputusan					
2.	Saya berpendapat UKM memberikan citra positif kepada pemasok					
3	Saya berpendapat UKM memberikan informasi mengenai perubahan organisasi					

4. CSR Tentang Komunitas Lokal

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya berpendapat UKM mempertimbangkan kepentingan komunitas lokal dalam setiap pengambilan keputusan					
2.	Saya berpendapat UKM mendukung kegiatan olahraga dan budaya					
3	Saya berpendapat UKM menjaga hubungan dengan perangkat pemerintah lokal					
4	Saya berpendapat UKM menjadi bagian dari komunitas local					
5	Saya berpendapat UKM melakukan program dukungan untuk kelompok masyarakat kurang beruntung					

5. CSR Tentang Tanggung Jawab Lingkungan

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya berpendapat UKM menciptakan produk yang bisa didaur ulang					
2.	Saya berpendapat UKM mentaati peraturan tentang lingkungan hidup					
3	Saya berpendapat UKM melakukan penghematan energi					
4	Saya berpendapat UKM merancang produk ramah lingkungan					

5	Saya berpendapat UKM menerapkan program penghematan air					
---	---	--	--	--	--	--

6. Kinerja Inovasi

	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya berpendapat pelanggan UKM memiliki jumlah produk/layanan baru diatas rata-rata.					
2	Saya berpendapat pelanggan UKM memiliki kemampuan proses internal yang tinggi					
3.	Saya berpendapat manajemen UKM menekankan pada riset dan pengembangan					
4	Saya berpendapat lini produk baru UKM terus meningkat.					
5	Saya berpendapat manajemen UKM sangat puas dengan inovasi produk dan jasa					

7. Kinerja

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Dalam tiga tahun terakhir keuntungan UKM terus meningkat					
2.	Dalam tiga tahun terakhir kepuasan konsumen UKM terus mengalami peningkatan					
3.	Dalam tiga tahun terakhir loyalitas konsumen UKM terus mengalami peningkatan					
4.	Saya berpendapat UKM mampu meningkatkan hubungan baik dengan karyawan					
5.	Saya berpendapat UKM mampu menciptakan lingkungan kerja yang baik					
6.	Saya berpendapat UKM mampu meningkatkan komitmen dan moral karyawan					

Atas Perhatian Bapak/Ibu Saudara Saya Ucapkan Terima Kasih

LAMPIRAN 2

DATA PENELITIAN

Res	EMCSR1	EMCSR2	EMCSR3	EMCSR4	EMCSR5	COCSR1	COCSR2	COCSR3	COCSR4
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	4	4	4	4	5	4	5	5	4
3	4	4	4	4	4	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
5	4	4	4	4	5	4	4	4	4
6	4	4	4	4	4	4	3	4	4
7	4	4	4	4	4	4	4	3	4
8	2	2	2	2	2	2	2	2	2
9	4	4	4	4	4	4	4	3	4
10	4	4	4	4	5	4	3	5	4
11	2	2	2	2	2	2	2	2	2
12	4	4	4	4	5	5	5	5	5
13	4	4	4	4	4	4	3	4	4
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4
15	4	4	4	4	4	4	3	4	4
16	3	3	3	3	3	3	3	3	3
17	2	2	2	2	2	2	2	2	2
18	4	4	4	4	4	4	3	4	4
19	4	4	4	4	4	4	3	4	4
20	4	4	4	4	4	4	4	5	4
21	4	4	4	4	4	3	5	4	4
22	4	4	4	4	4	4	4	5	4
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4
24	4	4	4	4	5	4	5	5	4
25	4	4	4	5	4	4	3	4	4
26	5	5	5	4	4	4	3	4	4
27	4	4	4	4	5	4	3	5	4
28	4	4	4	4	4	4	3	5	4
29	4	4	4	4	4	4	3	4	4
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4
31	4	5	4	4	4	4	3	5	4
32	4	4	4	4	5	4	5	4	4
33	4	5	4	4	4	3	4	4	4

34	4	4	4	4	4	4	4	4	4
35	4	4	4	4	4	4	3	4	4
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4
39	4	4	5	5	5	4	5	5	4
40	4	4	4	4	5	5	4	5	4
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4
42	4	4	4	4	5	4	5	5	4
43	4	4	4	4	4	4	3	4	4
44	4	4	4	4	4	4	3	4	4
45	4	4	4	4	5	4	4	4	4
46	4	4	4	4	4	4	3	4	4
47	4	4	4	4	4	4	4	3	4
48	2	2	2	2	2	2	2	2	2
49	4	4	4	4	4	4	4	3	4
50	4	4	4	4	5	4	3	5	4
51	2	2	2	2	2	2	2	2	2
52	4	4	4	4	5	5	5	5	5
53	4	4	4	4	4	4	3	4	4
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4
55	4	4	4	4	4	4	3	4	4
56	3	3	3	3	3	3	3	3	3
57	2	2	2	2	2	2	2	2	2
58	4	4	4	4	4	4	3	4	4
59	4	4	4	4	4	4	3	4	4
60	4	4	4	4	4	4	4	5	4
61	4	4	4	4	4	3	5	4	4
62	4	4	4	4	4	4	4	5	4
63	4	4	4	4	4	4	4	4	4
64	4	4	4	4	5	4	5	5	4
65	4	4	4	5	4	4	3	4	4
66	5	5	5	4	4	4	3	4	4
67	4	4	4	4	5	4	3	5	4
68	4	4	4	4	4	4	3	5	4
69	4	4	4	4	4	4	3	4	4
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4
71	4	5	4	4	4	4	3	5	4

72	4	4	4	4	5	4	5	4	4
73	4	5	4	4	4	3	4	4	4
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4
75	4	4	4	4	4	4	3	4	4
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4
77	4	4	4	4	4	4	4	4	4
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4
79	4	4	5	5	5	4	5	5	4
80	4	4	4	4	5	5	4	5	4
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4
82	4	4	4	4	5	4	5	5	4
83	4	4	4	4	4	4	3	4	4
84	4	4	4	4	4	4	3	4	4
85	4	4	4	4	5	4	4	4	4
86	4	4	4	4	4	4	3	4	4
87	4	4	4	4	4	4	4	3	4
88	2	2	2	2	2	2	2	2	2
89	4	4	4	4	4	4	4	3	4
90	4	4	4	4	5	4	3	5	4
91	2	2	2	2	2	2	2	2	2
92	4	4	4	4	5	5	5	5	5
93	4	4	4	4	4	4	3	4	4
94	4	4	4	4	4	4	4	4	4
95	4	4	4	4	4	4	3	4	4
96	3	3	3	3	3	3	3	3	3
97	2	2	2	2	2	2	2	2	2
98	4	4	4	4	4	4	3	4	4
99	4	4	4	4	4	4	3	4	4
100	4	4	4	4	4	4	4	5	4

الجامعة الإسلامية
البحرين

Res	SUCSR1	SUCSR2	SUCSR3	COMCSR1	COMCSR2	COMCSR3	COMCSR4	COMCSR5
1	3	4	4	4	4	4	4	4
2	3	4	5	3	4	4	4	4
3	4	4	4	3	3	3	3	3
4	3	4	4	4	4	4	4	4
5	3	4	5	4	4	4	3	4
6	3	4	4	4	4	4	4	4
7	4	4	4	3	4	4	4	4
8	2	2	2	2	2	2	2	2
9	4	4	4	4	4	4	4	4
10	4	4	4	4	4	4	4	4
11	2	2	2	2	2	2	2	2
12	5	5	5	4	3	4	4	4
13	4	4	4	4	4	4	3	4
14	4	4	4	3	4	4	4	4
15	4	4	4	3	4	4	4	4
16	3	3	3	3	3	3	3	3
17	2	2	2	2	2	2	2	2
18	3	3	4	4	5	4	4	4
19	3	3	4	3	4	4	4	3
20	3	3	4	4	3	4	4	3
21	3	4	4	3	4	4	3	4
22	4	4	4	4	4	4	3	4
23	4	4	4	4	3	4	4	4
24	4	4	4	4	4	4	3	4
25	3	4	4	4	4	4	3	3
26	4	4	4	4	4	4	4	4
27	4	4	4	5	3	5	3	4
28	3	5	5	4	4	4	4	4
29	4	4	4	4	4	4	4	4
30	4	4	4	4	4	5	3	4
31	4	4	5	4	3	4	4	4
32	5	4	5	4	4	4	4	4
33	4	4	5	4	4	4	3	4
34	3	4	4	4	3	4	4	4
35	3	4	4	4	4	4	4	4
36	4	4	4	4	4	4	4	4
37	4	4	4	4	5	4	4	4

38	4	3	4	4	4	4	3	4
39	3	4	4	5	4	4	3	4
40	3	4	5	4	4	4	4	4
41	3	4	4	4	4	4	4	4
42	3	4	5	3	4	4	4	4
43	4	4	4	3	3	3	3	3
44	3	4	4	4	4	4	4	4
45	3	4	5	4	4	4	3	4
46	3	4	4	4	4	4	4	4
47	4	4	4	3	4	4	4	4
48	2	2	2	2	2	2	2	2
49	4	4	4	4	4	4	4	4
50	4	4	4	4	4	4	4	4
51	2	2	2	2	2	2	2	2
52	5	5	5	4	3	4	4	4
53	4	4	4	4	4	4	3	4
54	4	4	4	3	4	4	4	4
55	4	4	4	3	4	4	4	4
56	3	3	3	3	3	3	3	3
57	2	2	2	2	2	2	2	2
58	3	3	4	4	5	4	4	4
59	3	3	4	3	4	4	4	3
60	3	3	4	4	3	4	4	3
61	3	4	4	3	4	4	3	4
62	4	4	4	4	4	4	3	4
63	4	4	4	4	3	4	4	4
64	4	4	4	4	4	4	3	4
65	3	4	4	4	4	4	3	3
66	4	4	4	4	4	4	4	4
67	4	4	4	5	3	5	3	4
68	3	5	5	4	4	4	4	4
69	4	4	4	4	4	4	4	4
70	4	4	4	4	4	5	3	4
71	4	4	5	4	3	4	4	4
72	5	4	5	4	4	4	4	4
73	4	4	5	4	4	4	3	4
74	3	4	4	4	3	4	4	4
75	3	4	4	4	4	4	4	4

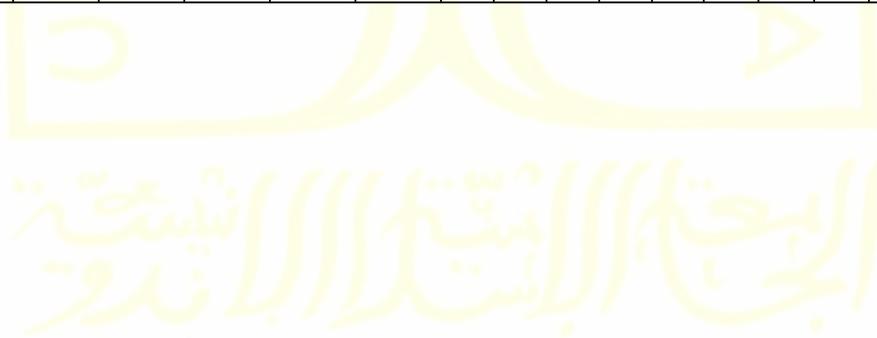
76	4	4	4	4	4	4	4	4
77	4	4	4	4	5	4	4	4
78	4	3	4	4	4	4	3	4
79	3	4	4	5	4	4	3	4
80	3	4	5	4	4	4	4	4
81	3	4	4	4	4	4	4	4
82	3	4	5	3	4	4	4	4
83	4	4	4	3	3	3	3	3
84	3	4	4	4	4	4	4	4
85	3	4	5	4	4	4	3	4
86	3	4	4	4	4	4	4	4
87	4	4	4	3	4	4	4	4
88	2	2	2	2	2	2	2	2
89	4	4	4	4	4	4	4	4
90	4	4	4	4	4	4	4	4
91	2	2	2	2	2	2	2	2
92	5	5	5	4	3	4	4	4
93	4	4	4	4	4	4	3	4
94	4	4	4	3	4	4	4	4
95	4	4	4	3	4	4	4	4
96	3	3	3	3	3	3	3	3
97	2	2	2	2	2	2	2	2
98	3	3	4	4	5	4	4	4
99	3	3	4	3	4	4	4	3
100	3	3	4	4	3	4	4	3



Res	ENCS R1	ENCS R2	ENCS R3	ENCS R4	ENCS R5	KI 1	KI 2	KI 3	KI 4	KI 5	K N1	K N2	K N3	K N4	K N5	K N6
1	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4
2	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4
4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4
5	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4
6	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
7	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4
8	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
9	4	4	4	4	4	5	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4
10	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
11	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
12	4	4	4	4	4	5	4	5	3	4	4	5	5	4	4	4
13	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4
14	4	4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
15	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
16	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
17	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
18	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
19	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
20	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
21	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
22	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4
23	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4
24	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
25	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4
27	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
28	4	4	4	3	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
29	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
30	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5
31	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
32	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
33	4	5	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
34	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
36	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
37	5	5	4	5	5	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4

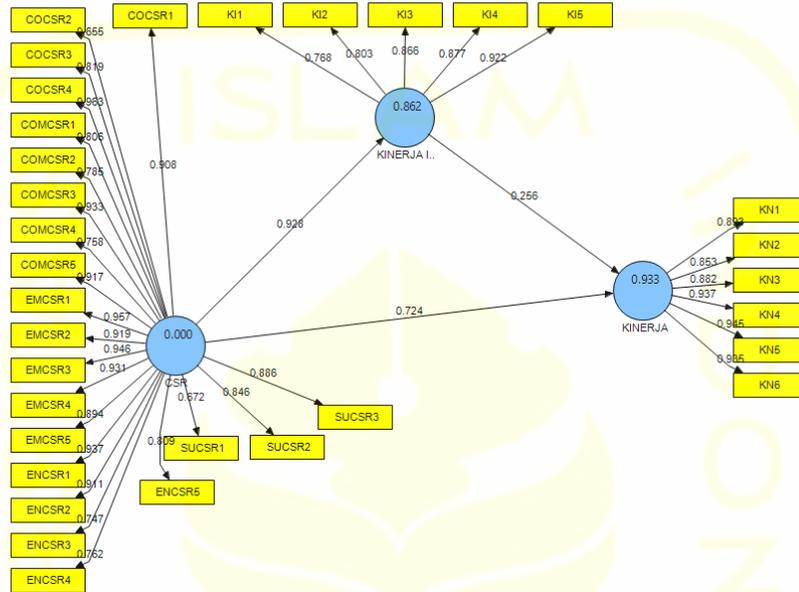
38	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
39	4	4	3	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5
40	4	4	4	3	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
41	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4
42	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
43	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4
44	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4
45	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	3	3	4	4
46	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4
47	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3
48	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
49	4	4	4	4	4	5	3	3	4	4	4	3	4	4	4
50	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
51	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
52	4	4	4	4	4	5	4	5	3	4	4	5	5	4	4
53	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4
54	4	4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4
55	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
56	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
57	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
58	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
59	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
60	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
61	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
62	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3
63	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4
64	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
65	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4
67	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
68	4	4	4	3	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
69	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
70	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5
71	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
72	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
73	4	5	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
74	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

76	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
77	5	5	4	5	5	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
78	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
79	4	4	3	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5
80	4	4	4	3	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
81	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4
82	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
83	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4
84	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4
85	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4
86	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
87	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4
88	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
89	4	4	4	4	4	5	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4
90	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
91	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
92	4	4	4	4	4	5	4	5	3	4	4	5	5	4	4	4
93	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4
94	4	4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
95	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
96	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
97	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
98	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
99	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
100	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4



LAMPIRAN 3

HASIL OLAH DATA



Hasil Uji Validitas Konvergen

Variabel	Indikator	Original Sample (O)	AVE
Csr Karyawan	EMCSR1 <- CSR	0,957	0,735
	EMCSR2 <- CSR	0,919	
	EMCSR3 <- CSR	0,946	
	EMCSR4 <- CSR	0,931	
	EMCSR5 <- CSR	0,894	
Csr Pelanggan	COCSR1 <- CSR	0,908	
	COCSR2 <- CSR	0,655	
	COCSR3 <- CSR	0,819	
	COCSR4 <- CSR	0,963	
Csr Pemasok	SUCSR1 <- CSR	0,672	
	SUCSR2 <- CSR	0,846	

	SUCSR3 <- CSR	0,886	
Csr Komunitas Lokal	COMCSR1 <- CSR	0,806	
	COMCSR2 <- CSR	0,785	
	COMCSR3 <- CSR	0,933	
	COMCSR4 <- CSR	0,758	
	COMCSR5 <- CSR	0,917	
Csr Lingkungan	ENCSR1 <- CSR	0,937	
	ENCSR2 <- CSR	0,911	
	ENCSR3 <- CSR	0,747	
	ENCSR4 <- CSR	0,762	
	ENCSR5 <- CSR	0,809	
Kinerja Inovasi	KI1 <- KINERJA INOVASI	0,768	0,720
	KI2 <- KINERJA INOVASI	0,803	
	KI3 <- KINERJA INOVASI	0,866	
	KI4 <- KINERJA INOVASI	0,877	
	KI5 <- KINERJA INOVASI	0,922	
Kinerja Inovasi	KN1 <- KINERJA	0,893	0,825
	KN2 <- KINERJA	0,853	
	KN3 <- KINERJA	0,882	
	KN4 <- KINERJA	0,937	
	KN5 <- KINERJA	0,945	
	KN6 <- KINERJA	0,935	

Hasil Korelasi Antar Variabel Laten

	CSR	KINERJA	KINERJA INOVASI
CSR	1		
KINERJA	0.961	1	
KINERJA INOVASI	0.928	0.928	1

Cross Loading

	CSR	KINERJA	KINERJA INOVASI
COCSR1	0,908	0,667	0,529
COCSR2	0,655	0,645	0,317
COCSR3	0,819	0,816	0,486
COCSR4	0,963	0,638	0,594
COMCSR1	0,806	0,661	0,471
COMCSR2	0,785	0,625	0,418
COMCSR3	0,933	0,618	0,584
COMCSR4	0,758	0,656	0,354
COMCSR5	0,917	0,647	0,528
EMCSR1	0,957	0,623	0,585
EMCSR2	0,919	0,592	0,555
EMCSR3	0,946	0,616	0,608
EMCSR4	0,931	0,606	0,589
EMCSR5	0,894	0,550	0,578
ENCSR1	0,937	0,592	0,551
ENCSR2	0,911	0,568	0,537
ENCSR3	0,747	0,460	0,389
ENCSR4	0,762	0,387	0,353
ENCSR5	0,809	0,496	0,500
SUCSR1	0,672	0,341	0,331
SUCSR2	0,846	0,477	0,423
SUCSR3	0,886	0,545	0,513
KI1	0,541	0,799	0,468
KI2	0,493	0,710	0,503
KI3	0,590	0,772	0,566
KI4	0,569	0,751	0,577
KI5	0,622	0,888	0,622
KN1	0,556	0,693	0,840
KN2	0,593	0,653	0,785
KN3	0,617	0,682	0,811
KN4	0,626	0,637	0,867
KN5	0,593	0,645	0,837
KN6	0,640	0,635	0,908

Composite Reliability dan Korelasi Antar Konstruk

Variabel	Cronbachs Alpha	Composite Reliability
CSR	0,982	0,983
KINERJA INOVASI	0,902	0,928
KINERJA	0,957	0,965

Koefisien Determinasi

	R Square
KINERJA	0,933
KINERJA INOVASI	0,862

Path Coefficient

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	Standard Error (STERR)	T Statistics (O/STERR)	Pvalue
CSR -> KINERJA INOVASI	0,928	0,925	0,024	0,024	38,626	0.000
CSR -> KINERJA	0,724	0,722	0,053	0,053	13,547	0.000
KINERJA INOVASI -> KINERJA	0,256	0,256	0,052	0,052	4,899	0.000