

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) TERHADAP  
KINERJA DAN INOVASI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI  
(Studi kasus pada UMKM Fotokopi di Daerah Istimewa Yogyakarta)**



الجامعة الإسلامية  
الاندونيسية

SKRIPSI

Oleh:

Nama : Aldi Satria Pranata

NIM : 18312179

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2022

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) TERHADAP  
KINERJA DAN INOVASI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI  
(Studi kasus pada UMKM Fotokopi di Daerah Istimewa Yogyakarta)**

**SKRIPSI**

Disusun dan diajukan untuk memenuhi sebagai satu syarat untuk mencapai derajat sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII

Oleh:

Nama : Aldi Satria Pranata

NIM : 18312179

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**YOGYAKARTA**

**2022**

### PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan 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 di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 19 Juli 2022



(Aldi Satria Pranata)

**HALAMAN PENGESAHAN**

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) TERHADAP  
KINERJA DAN INOVASI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI  
(Studi kasus pada UMKM Fotokopi di Daerah Istimewa Yogyakarta)**

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

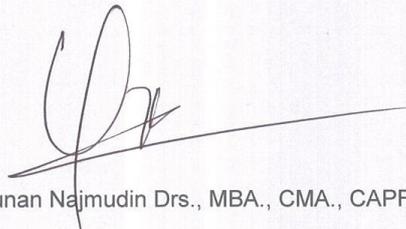
Nama: Aldi Satria Pranata

No.Mahasiswa: 18312179

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal 13 Juli 2022

Dosen Pembimbing,



(Yunan Najmudin Drs., MBA., CMA., CAPF)

**BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI**

**SKRIPSI BERJUDUL**

**PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP KINERJA DAN INOVASI  
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi Kasus UMKM Fotokopi di Daerah Istimewa Yogyakarta)**

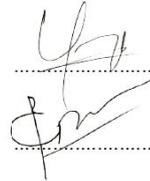
Disusun oleh : ALDI SATRIA PRANATA

Nomor Mahasiswa : 18312179

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus  
pada hari, tanggal: Senin, 08 Agustus 2022

Penguji/Pembimbing Skripsi : Yunan Najamuddin, Drs., MBA., CMA., CAPF

Penguji : Erna Hidayah, Dra., M.Si., Ak., CA.



Mengetahui

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika  
Universitas Islam Indonesia



Johan Arifin, S.P., M.Si., Ph.D., CFA, CertIPSAS.

## HALAMAN MOTTO

Man Jadda Wa Jadda

Wanne be Better

Nothing last forever, we can change the feature. -Alucard



## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

*Alhamdulillahirobbil'alamin.* Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan karunia, rahmat, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul “Pengaruh Corporate Social responsibility Terhadap Kinerja dan Inovasi pada UMKM Fotokopi di Daerah Istimewa Yogyakarta” dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana (S1) pada Program Studi Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia.

Dalam proses penyusunan skripsi ini penulis memerlukan kesabaran, kekuatan, waktu, tenaga, dan pikiran karena sering dihadapkan dengan kesulitan-kesulitan serta masalah dalam penyusunan yang dapat menghambat proses penyusunan. Penulis mendapatkan motivasi, doa, serta dukungan yang lainnya dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan kerendahan serta ketulusan hati penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Allah SWT, yang telah memberikan segala nikmat baik rezeki, kesehatan, kelancaran, kesabaran, kekuatan, dan waktu sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa peradaban dari zaman *jahilliyah* ke zaman yang diterangi iman dan islam. Akhlaknya yang sempurna menjadikan guru yang baik bagi umatnya dan penulis untuk senantiasa menjadikan pribadi yang baik kedepannya.
3. Kedua orang tua yang selalu memberikan dukungan serta kekuatan doa ibu agar penulis dapat Menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan lancar.
4. Bapak Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
5. Bapak Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D., CFrA, CertIPSAS. selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia.

6. Bapak Dr. Mahmudi, S.E., M.Si., Ak. selaku Ketua Program Studi Akuntansi, Universitas Islam Indonesia.
7. Bapak Yunan Najmudin, Drs., MBA., CMA., CAPF selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membantu dan membimbing penyusunan skripsi penulis. Terimakasih atas nasihat dan dukungan yang diberikan kepada penulis selama ini, semoga kebaikan yang telah bapak berikan akan dibalas oleh Allah SWT dan selalu diberikan rezeki serta kesehatan.
8. Seluruh Dosen Prodi Akuntansi FBE UII yang telah memberikan ilmu serta pengalamannya selama menempuh studi.
9. Terlonggar, yang telah menemani selama masa perkuliahan.
10. HMJA KOMISI FBE UII, yang telah memberikan pengalaman berharga dalam berorganisasi dan Departemen EO tempat untuk bertukar pendapat, berkarya, serta berbagi kebahagiaan.
11. ALL TEAM IPUL, yang telah menemani selama masa perkuliahan.
12. Irfan, Marsa, Sevi, Dena yang telah menemani dan memberi dukungan dalam proses penyelesaian skripsi.
13. Cah Tho, yang telah memberikan dukungan dan keseruan yang membuat penulis selalu tersenyum.

Akhir kata penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Namun penulis berharap semoga dengan adanya skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pihak, khususnya bagi penulis sendiri. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun untuk perbaikan ke depannya sangat diperlukan.

*Wassalamu'alaikum warahmatullaahi wabarakaatuh*

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO .....	iv
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
ABSTRACT.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II.....	7
2.1 Landasan Teori .....	7
2.1.1 <i>Stakeholders Theory</i> .....	7
2.1.2 Corporate Social Responsibility .....	8
2.1.3 Usaha Mikro Kecil dan Menengah .....	9
2.1.4 Kinerja .....	10
2.1.5 Inovasi.....	11
2.2 Penelitian Terdahulu.....	12
2.3 Pengembangan Hipotesis .....	17
2.3.1 Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap kinerja UMKM ..	17
2.3.2 Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap inovasi UMKM ..	18
2.3.3 Pengaruh inovasi terhadap kinerja UMKM.....	20

2.3.4 Pengaruh inovasi sebagai mediasi antara corporate social responsibility dan kinerja UMKM.....	20
2.4 Kerangka Penelitian .....	22
BAB III .....	23
3.1 Populasi dan Sampel Penelitian .....	23
3.2 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data .....	23
3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	24
3.3.1 Corporate Social Responsibility .....	24
3.3.2 Kinerja .....	27
3.3.3 Inovasi.....	28
3.4 Teknik Analisis Data .....	30
3.4.1 Model Pengukuran.....	30
3.4.2 Uji Validitas .....	30
3.4.3 Uji Reabilitas .....	31
3.4.4 Model Struktural .....	31
BAB IV .....	32
4.1 Hasil Pengumpulan Data .....	32
4.2 Hasil Statistik Deskriptif .....	33
4.3 Model Pengukuran .....	34
4.3.1 Uji Validitas .....	34
4.3.2 Uji Reabilitas .....	37
4.4 Model Struktural.....	38
4.4.1 Koefisien determinan.....	38
4.4.2 Path Coefficient .....	39
4.5 Pembahasan .....	40
4.5.1 Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja UMKM..	40
4.5.2 Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Inovasi UMKM..	41
4.5.3 Pengaruh Inovasi terhadap Kinerja UMKM .....	41
4.5.4 Pengaruh CSR Terhadap Kinerja Melalui Inovasi .....	42
BAB V.....	44
5.1 Kesimpulan.....	44

5.2 Keterbatasan .....	44
5.3 Saran .....	45
DAFTAR PUSTAKA .....	46



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>12</b>
<b>Tabel 3.1 CSR Tenaga Kerja .....</b>	<b>24</b>
<b>Tabel 3.2 CSR Tentang Pelanggan.....</b>	<b>25</b>
<b>Tabel 3.3 CSR Tentang Pemasok .....</b>	<b>26</b>
<b>Tabel 3.4 CSR Tentang Lingkungan.....</b>	<b>26</b>
<b>Tabel 3.5 Kinerja.....</b>	<b>28</b>
<b>Tabel 3.6 Inovasi .....</b>	<b>29</b>
<b>Tabel 4.1 Hasil Pengumpulan Data .....</b>	<b>32</b>
<b>Tabel 4.2 Hasil Statistik Deskriptif.....</b>	<b>33</b>
<b>Tabel 4.3 Hasil Outer Loadings .....</b>	<b>34</b>
<b>Tabel 4.4 Hasil Average Variance Extracted (AVE) .....</b>	<b>36</b>
<b>Tabel 4.5 Hasil Cross Loading .....</b>	<b>36</b>
<b>Tabel 4.6 Hasil Construct Reliability and Validity .....</b>	<b>38</b>
<b>Tabel 4.7 Hasil R Square .....</b>	<b>38</b>
<b>Tabel 4.8 Path Coefficient .....</b>	<b>39</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian .....	22
--------------------------------------	----



## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1.....	52
LAMPIRAN 2.....	58
LAMPIRAN 3.....	77



## ***ABSTRACT***

This study aims to determine the effect of corporate social responsibility on performance and innovation in photocopy SMEs in the Special Region of Yogyakarta. In this study using the variables of Corporate Social Responsibility, Performance, and Innovation. In this study, the sample selection used purposive sampling and convenience sampling, with the sample criteria being photocopy SMEs which had been running for 3 (three) years or more and photocopy SMEs which had 3 (three) employe or more. Based on these criteria, obtained a sample of 115 respondents who meet the criteria. This study uses Structural Equation Modeling (SEM) to analyze the relationship between variables and is carried out using quantitative methods. The results of this study indicate that corporate social responsibility has a positive influence on performance and innovation. Furthermore, innovation has a positive effect on performance and corporate social responsibility has a positive effect on performance through innovation.

***Keywords:*** Corporate Social Responsibility, Performance, Innovation, Small and Medium Enterprises (SMEs)

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh corporate social responsibility terhadap kinerja dan inovasi pada UMKM fotokopi di Daerah Istimewa Yogyakarta. Dalam penelitian ini menggunakan variabel *Corporate Social Responsibility*, Kinerja, dan Inovasi. Dalam penelitian ini pemilihan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dan *convenience sampling*, dengan kriteria sampel yaitu UMKM fotokopi yang berjalan selama 3 (tiga) tahun atau lebih dan UMKM fotokopi yang memiliki 3 (tiga) tenaga kerja atau lebih. Berdasarkan kriteria tersebut, diperoleh sampel sebanyak 115 responden yang memenuhi kriteria. Penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) untuk menganalisis hubungan antar variabel dan dilakukan dengan metode kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* memiliki pengaruh positif terhadap kinerja dan inovasi. Selanjutnya inovasi memiliki pengaruh yang positif terhadap kinerja dan *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap kinerja melalui inovasi.

**Kata kunci:** *Corporate Social Responsibility*, Kinerja, Inovasi, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Dalam beberapa tahun terakhir, konsep keberlanjutan perusahaan, tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), kinerja sosial perusahaan dan pengelolaan lingkungan semakin mendapat perhatian baik dari akademisi maupun praktisi (Martinez-Conesa et al., 2017). Di Indonesia, maraknya kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) diimbangi dengan banyaknya pelaku usaha yang telah melakukan CSR, baik secara formal maupun informal (HS, 2018). Kenyataannya bahwa kehadiran bisnis tidak dapat diukur semata-mata dari segi keuntungan finansial, kegiatan yang dilakukan secara teratur akan memiliki konsekuensi sosial bagi masyarakat umum, ada kewajiban moral di pihak manajemen untuk mengenali kebutuhan masyarakat umum, dan inilah mengapa tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR sangat penting (Murjana, 2021).

Masyarakat menjadi sadar akan pentingnya memanfaatkan inisiatif industri seperti pemanfaatan sumber daya yang lebih maju dan limbah bangunan. Saat memulai bisnis, industri tidak bisa hanya fokus mencari keuntungan; melainkan juga harus mempertimbangkan lingkungan lokal dan iklim sosial. Masalah ini tidak terbatas pada industri skala besar; UMKM juga ditugaskan untuk menangani isu-isu lingkungan dan sosial yang relevan (Murjana, 2021). Saat ini, sebagian besar anggota UMKM telah memasukkan CSR ke dalam operasi bisnis sehari-hari mereka, meskipun secara sederhana. CSR yang terkait dengan tanggung jawab sosial terhadap lingkungan dilakukan oleh UMKM melalui pembentukan IPAL (Instalasi Pembuangan Air Limbah) apabila usaha yang dijalankan pendiri UMKM tersebut memiliki keterkaitan dengan industri pengolahan limbah. CSR yang sederhana adalah memberikan dukungan atau sumbangan kepada masyarakat umum pada saat hari besar, serta untuk tempat ibadah dan gotong royong (Hansen et al., 2009).

Kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga kelestarian lingkungan mendorong industri untuk berusaha meningkatkan keuntungan dengan tetap memperhatikan kondisi lingkungan dan sosial. Tidak hanya industri skala besar tetapi juga industri kecil seperti UMKM diharapkan sadar akan tanggung jawab sosial terhadap lingkungan sekitar, dan UMKM yang menjadi garda terdepan perekonomian nasional memiliki berbagai industri, salah satunya adalah industri percetakan yaitu fotokopi. Fotokopi adalah usaha kecil yang sering ditemukan di sekitar sekolah, kantor, dan perguruan tinggi. Dalam proses bisnisnya, fotokopi menghasilkan atau menimbulkan limbah dan polusi, serta masalah sosial. Inilah sebabnya mengapa bisnis mendorong karyawan mereka untuk memenuhi tanggung jawab sosial perusahaan mereka. Hal inilah yang mendorong pelaku usaha untuk memenuhi tanggung jawab sosial perusahaannya. CSR yang dilakukan oleh pemilik fotokopi tentunya mampu menjaga keharmonisan dengan tenaga kerja dan lingkungannya. Pelaksanaan CSR mengakibatkan pemilik fotokopi mengeluarkan biaya, tetapi berkat pelaksanaan CSR, citra dan nama baik fotokopi akan meningkat, CSR juga dapat membantu bisnis mendapatkan izin operasi dan kepercayaan dari publik.

CSR dapat memberikan dampak positif terhadap kinerja perusahaan, dengan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk atau layanan perusahaan dan reputasinya, ini dapat menyebabkan peningkatan penjualan dan keuntungan. 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). Kemampuan manajerial adalah faktor kunci dalam menentukan di mana perusahaan harus memusatkan perhatian dan strategi apa yang harus diterapkan untuk mencapai tujuan perusahaan dan melakukannya secara efektif dan efisien. (Murjana, 2021).

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 merupakan kecenderungan untuk mengembangkan elemen baru atau kombinasi baru dari suatu produk, teknologi atau manajemen sebelumnya dan digunakan untuk pengetahuan baru (Hartini, 2012). Alasan dibutuhkan inovasi oleh perusahaan pada saat ini karena banyak ditemui perusahaan yang belum mau melakukan inovasi pada perusahaannya, perusahaan cenderung berada pada zona nyaman sehingga belum mau melakukan inovasi.

Penelitian ini mengacu pada penelitian Martinez-Conesa et al., (2017) mengenai pengaruh CSR terhadap kinerja dan inovasi UKM. Penelitian ini mencakup kumpulan data 552 perusahaan 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. Dan pada penelitian Bahta et al., (2021) mengenai CSR terhadap kemampuan inovasi dan kinerja pada UKM. Penelitian ini mencakup 402 perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan dan kemampuan inovasi UKM. Selain itu, kemampuan inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha UKM.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka judul penelitian ini adalah “PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP KINERJA DAN INOVASI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi kasus pada UMKM Fotokopi di Daerah Istimewa Yogyakarta)”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

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

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

3. Apakah inovasi berpengaruh terhadap kinerja UMKM?
4. Apakah *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap kinerja melalui inovasi?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh *corporate social responsibility* terhadap kinerja UMKM.
2. Untuk mengetahui pengaruh *corporate social responsibility* terhadap inovasi UMKM.
3. Untuk mengetahui pengaruh kinerja inovasi terhadap kinerja UMKM.
4. Untuk mengetahui pengaruh *corporate social responsibility* terhadap kinerja melalui inovasi.

### 1.4 Manfaat Penelitian

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

#### 1. 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 UMKM Fotokopi di Daerah Istimewa Yogyakarta.

#### 2. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperoleh bukti dan menambahkan kajian serta teori mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kinerja dan kinerja inovasi UMKM fotokopi di Daerah Istimewa Yogyakarta.

### 3. Bagi Praktisi

Bagi praktisi penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan referensi dalam meningkatkan pengaruh *corporate social responsibility* terhadap kinerja dan inovasi UMKM Fotokopi di Daerah Istimewa Yogyakarta.

## 1.5 Sistematika Penulisan

Penelitian ini terdiri atas lima bab dengan sistematika penulisan yaitu:

### **BAB I: PENDAHULUAN**

Bab ini berisi serta menjelaskan mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan penelitian ini.

### **BAB II: KAJIAN PUSTAKA**

Bab ini berisi serta menjelaskan mengenai landasan teori yang dijadikan sebagai dasar penelitian, tinjauan penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis untuk masing-masing variabel yang saling mempengaruhi, serta kerangka penelitian.

### **BAB III: METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini berisi penjelasan tentang populasi dan sampel penelitian, sumber dan teknik pengumpulan data penelitian, definisi dan pengukuran masing-masing variabel, serta analisis data.

### **BAB IV: ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi penguraian tentang analisis data yang sudah diolah yang digunakan dalam penelitian ini serta pembahasan yang didasarkan dari hasil analisis data tersebut.

## **BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi penguraian tentang kesimpulan dari hasil penelitian dari pembahasan analisis data, keterbatasan penelitian, serta saran untuk penelitian di masa yang akan datang.



## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Stakeholders Theory**

Teori *stakeholder* merupakan teori yang bertujuan untuk menjelaskan tentang bagaimana sebuah perusahaan memperkuat hubungan antar kelompok eksternal perusahaan agar dapat meningkatkan keunggulan kompetitif pada perusahaan. Dalam hal ini, berarti perusahaan pasti akan berhubungan dengan lingkungan sosial sekitarnya. Demi meningkatkan produktivitas usahanya, perusahaan harus mencermati seluruh *stakeholder* yang terlibat. Perusahaan juga perlu untuk memperhatikan bagaimana kedudukan *stakeholder* dalam rangka pembuatan kebijakan perusahaan maupun dalam pengambilan keputusan perusahaan untuk menjaga stabilitas usaha dalam jangka panjang yang ditujukan untuk mendukung pencapaian tujuan perusahaan (Ramadhan & Handayani, 2013). Secara umum, *stakeholder* dapat membawa pengaruh yang signifikan terhadap kelangsungan usaha bagi sebuah perusahaan. Dalam teori stakeholder menjelaskan bahwa perusahaan harus memperhatikan kesejahteraan stakeholder dikarenakan dalam aktivitas perusahaan seperti pengambilan keputusan dan kebijakan yang berlaku, *stakeholder* merupakan pihak yang dapat mempengaruhi dan dapat dipengaruhi secara langsung maupun tidak langsung (Gantino, 2016).

Teori *stakeholder* menyatakan bahwa *stakeholder* berpengaruh secara kompleks dan dinamis terhadap pandangan tentang suatu organisasi dan lingkungannya, saling mempengaruhi sifat aslinya antara keduanya secara kompleks dan dinamis (Sri Ardani & Mahyuni, 2020). *Stakeholder* dan organisasi saling mempengaruhi, hal ini dapat dilihat dari hubungan sosial keduanya yang berbentuk responsibilitas dan akuntabilitas (Sri Ardani & Mahyuni, 2020). Oleh karena itu organisasi memiliki akuntabilitas terhadap stakeholdernya. Hubungan yang harusnya diterapkan pada perusahaan akan lebih berpusat pada bagaimana hubungan kerjasama antar perusahaan dan para stakeholdernya. Dengan begitu,

perusahaan akan bekerja sama dengan pihak lain untuk mendukung aktivitas operasional perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan dalam hal sosial masyarakat terhadap seluruh *stakeholder* perusahaan.

*Stakeholder* dibagi menjadi *stakeholder* internal dan *stakeholder* eksternal, *stakeholder* internal dapat mencakup pemilik, tenaga kerja, pelanggan, dan pemasok, sedangkan *stakeholder* eksternal mencakup masyarakat dan pemerintah (Gantino, 2016). Dengan demikian dukungan pihak-pihak eksternal seperti dukungan pemerintah maupun tokoh-tokoh masyarakat akan tercapai guna untuk meningkatkan aksesibilitas perolehan permodalan, pemasaran produk, dan kebijakan-kebijakan lainnya.

### **2.1.2 Corporate Social Responsibility**

*Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan merupakan aktivitas bisnis dimana perusahaan atau organisasi berkewajiban untuk menyejahterakan para pemangku kepentingan, seperti menyediakan barang dan jasa bagi masyarakat serta mendukung kualitas lingkungan sosial dengan baik (Dewi et al., 2011). Pada era saat ini, CSR mulai banyak dibahas karena banyak ditemukan permasalahan pada masyarakat yang disebabkan oleh aktivitas perusahaan atau organisasi (Ardiyantiningsih, 2018).

Dengan maraknya permasalahan tentang isu lingkungan yang diakibatkan oleh aktivitas perusahaan, perusahaan sebaiknya merencanakan dan melaksanakan program CSR dengan baik guna meningkatkan nilai perusahaan sehingga dapat menimbulkan loyalitas merk sehingga dapat mendukung bisnis inti untuk mencapai tujuan perusahaan. Dalam konsep pembangunan berkelanjutan jangka panjang atau *sustainable development*, program CSR yang diterapkan oleh perusahaan memiliki kunci keberhasilan pada *triple bottom line* yang dapat meningkatkan sinergi perusahaan dalam menciptakan nilai perusahaan.

Penerapan CSR pada perusahaan yang apabila dilaksanakan sesuai dengan tujuan perusahaan, maka CSR juga bertujuan untuk menjadi publisitas jangka panjang bagi perusahaan. Selanjutnya, perusahaan yang menerapkan CSR dengan

baik maka perusahaan tersebut dapat menjaga atau bahkan meningkatkan daya saing melalui loyalitas dan reputasi produk dan citra perusahaan. Sehingga, penerapan program CSR pada perusahaan juga dapat menjadi *marketing tools* atau alat yang digunakan untuk mengembangkan produk dan layanan perusahaan.

### 2.1.3 Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Tidak hanya pada perusahaan atau industri besar, pada industri skala menengah atau kecil seperti Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) juga dapat menerapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Berikut merupakan pengertian dan pembagian tingkatan usaha di Indonesia berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah pada Bab I (Ketentuan Umum) Pasal 1 (BPK RI, 2008):

- a. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Usaha mikro adalah unit usaha yang memiliki aset paling banyak Rp.50 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dengan hasil penjualan tahunan paling besar Rp.300 juta.
- b. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini. Usaha kecil dengan nilai aset lebih dari Rp. 50 juta sampai dengan paling banyak Rp.500 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300 juta hingga maksimum Rp.2.500.000.
- c. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil

atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Usaha menengah adalah perusahaan dengan nilai kekayaan bersih lebih dari Rp.500 juta hingga paling banyak Rp.100 milyar hasil penjualan tahunan di atas Rp.2,5 milyar sampai paling tinggi Rp.50 milyar.

Departemen Perindustrian dan Badan Pusat Statistik (BPS) sebagai lembaga pemerintahan mengungkapkan selain menggunakan pengukuran moneter sebagai kriteria, tingkatan atau level UMKM juga dapat diukur melalui jumlah karyawan atau pekerja sebagai skala ukuran usaha yang membedakan usaha mikro, kecil, menengah, atau besar. Kategori usaha mikro merupakan unit usaha dengan jumlah karyawan maksimal 4 orang. Selanjutnya kategori usaha kecil merupakan unit usaha dengan jumlah karyawan antara 5 sampai 19 orang. Selanjutnya kategori usaha menengah merupakan unit usaha dengan jumlah karyawan 20 sampai 99 orang. Sedangkan kategori usaha besar merupakan unit usaha dengan jumlah karyawan lebih dari 99 orang.

#### **2.1.4 Kinerja**

Kinerja dapat diartikan sebagai umpan balik dari sebuah strategi yang telah diimplementasikan sebagai tolak ukur untuk evaluasi yang diukur secara kuantitatif dan kualitatif sebagai bentuk untuk mencapai tujuan perusahaan (Rolstadås, 1998). Pengukuran kinerja dalam bentuk kuantitatif merupakan pengukuran yang melibatkan nominal atau angka khususnya dalam aspek keuangan seperti biaya operasional, jumlah produksi, sampai dengan pengukuran *return on equity* (ROE), *return on assets* (ROA), dan *return on investment* (ROI) (Purnomo, 2010). Selanjutnya pengukuran kualitatif merupakan pengukuran kinerja yang melibatkan pengukuran dalam bentuk kualitas dalam pencapaian tujuan usaha, seperti kedisiplinan dalam perilaku individual serta efektivitas dalam menjalankan aktivitas operasional perusahaan (Purnomo, 2010).

Dalam skala Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dapat juga diukur melalui perspektif *balance score card* (BSC). Pengukuran BSC sendiri meliputi

pengukuran dalam proses bisnis internal, keuangan, pelanggan, serta pengembangan dan inovasi (Malina & Selto, 2001). Pengukuran kinerja pada UMKM secara khusus dapat diukur melalui kualitas dari proses operasi, keuangan, aspek produktivitas, inovasi, karyawan, serta tingkat kepuasan pelanggan untuk membeli kembali produk atau layanan usaha (Sousa et al., 2006).

### **2.1.5 Inovasi**

Inovasi dapat diartikan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dalam mengembangkan produk atau layanan perusahaan guna beradaptasi dengan lingkungan yang bersifat dinamis yang menuntut perusahaan untuk dapat menciptakan gagasan baru untuk memuaskan pelanggan sesuai dengan tujuan perusahaan (Fatimah & Azlina, 2021). Inovasi pada perusahaan dapat timbul dari berbagai sumber dalam aktivitas operasional perusahaan, seperti dari lingkungan eksternal atau pasar serta pelanggan.

Inovasi yang dilakukan perusahaan cukup bervariasi. Hal ini disebabkan oleh kemampuan perusahaan dalam sektor usaha, sumber daya dan lingkungan bisnis, ukuran dan fokus perusahaan dalam melakukan aktivitas operasi (Sondakh, 2019). Perusahaan dalam skala besar umumnya lebih inovatif jika dibandingkan dengan perusahaan dengan skala kecil atau mikro. Hal ini dikarenakan pada perusahaan skala besar memiliki berbagai kemudahan dalam akses pembiayaan, sehingga jika dikeluarkan biaya dalam pengembangan produk dan layanan sebagai bentuk inovasi perusahaan justru akan meningkatkan pendapatan perusahaan. Selanjutnya perusahaan akan mendapatkan *economics of scale* dan dapat saling melengkapi atau *complementarities* antara pengembangan dan riset yang berhubungan dengan aktivitas lain di dalam perusahaan (Sondakh, 2019).

Inovasi pada kinerja merupakan bentuk keunggulan kompetitif yang berasal dari ide kreatif yang berguna bagi perusahaan untuk meningkatkan kualitas, kecepatan, efisiensi, serta fleksibilitas perusahaan (Parkman et al., 2012). Contoh inovasi yang dilakukan oleh perusahaan di berbagai bidang guna meningkatkan aktivitas operasional perusahaan antara lain pengembangan desain, perbaikan

proses, serta peningkatan penggunaan teknologi (Lawson & Samson, 2001). Selain itu, inovasi juga dapat dilakukan oleh perusahaan dalam bentuk perubahan metode atau kebijakan kerja, penggunaan dalam aktivitas operasional, serta peningkatan produktivitas dan kinerja komersial perusahaan.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Sampel Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	(Juárez, 2017)	<i>Corporate Social Responsibility: Its Effect on SMEs</i> Luis	Sampel untuk penelitian ini mencakup 81 perusahaan di sektor industri (54,3%) dan jasa (45,7%) yang beroperasi di selatan negara bagian Sonora (Meksiko).	<i>Corporate Social Responsibility, profitability, size of the compay</i>	Temuan kami memberikan bukti bahwa kegiatan CSR sosial dan ekonomi memiliki pengaruh positif terhadap profitabilitas di UMKM
2.	(Martinez-Conesa et al., 2017)	<i>Corporate social responsibility and its effect on innovation and firm performance</i>	Penelitian ini mencakup kumpulan data 552 perusahaan Spanyol	<i>Corporate Social Responsibility, Inovation Performance, Firm Performance</i>	Hasil penelitian ini mendukung efek mediasi parsial kinerja inovasi pada

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Sampel Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
		<i>: An empirical research in SMEs</i>			hubungan antara CSR dan kinerja perusahaan. Temuan ini dapat membantu untuk memahami bagaimana CSR merupakan mekanisme pendorong penting bagi perusahaan untuk menjadi lebih inovatif, efisien dan efektif.
3.	(Doshmanli & Salamzadeh, 2018)	<i>Development of SMEs in an emerging economy: does corporate</i>	penelitian ini mencakup 720 pemilik/pengelola UKM.	<i>Corporate Social Responsibility, Development of SME's</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada korelasi positif yang

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Sampel Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
		<i>social responsibility matter?</i>			signifikan antara keempat dimensi ekonomi, hukum, etika dan tanggung jawab sosial diskresioner dan pengembangan UMKM.
4.	(Ardiyantiningsih, 2018)	Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Perusahaan dan Kemampuan Inovasi Sebagai Variabel Mediasi (Studi pada UMKM di	Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden UKM di kota Surakarta	<i>Corporate Social Responsibility, Kinerja Perusahaan, Kinerja Inovasi</i>	Corporate Social Responsibility berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja perusahaan, Corporate Social Responsibility berpengaruh

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Sampel Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
		Kota Surakarta)			positif signifikan terhadap kemampuan inovasi, Kemampuan inovasi berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja perusahaan, Kemampuan inovasi memediasi secara signifikan antara Corporate Social Responsibility dengan kinerja perusahaan.
5.	(Bahta et al., 2021)	<i>Corporate social responsibilit</i>	Menggunakan kumpulan data	<i>Corporate Social Responsibili</i>	menunjukkan bahwa CSR

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Sampel Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
		<i>y, innovation capability and firm performance : evidence from SME</i>	402 perusahaan Eritrea	<i>ty, Firm Performance Inovation Capability</i>	memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan dan kemampuan inovasi UMKM. Selain itu, kemampuan inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha UMKM
6.	(Oduro et al., 2021)	<i>Corporate social responsibility and SME performance : a meta-analysis</i>	Studi empiris dari 57 artikel peer-review independen, termasuk 66.741 perusahaan,	<i>Corporate social responsibility, SMEs performance, Meta-analysis</i>	Menunjukkan bahwa kegiatan CSR berorientasi sosial, berorientasi

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Sampel Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
			diambil sampelnya dan dianalisis.		ekonomi, dan berorientasi lingkungan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UKM secara keseluruhan, keuangan dan non-keuangan; namun, pengaruh kegiatan CSR berorientasi sosial adalah yang paling kuat.

## 2.3 Pengembangan Hipotesis

### 2.3.1 Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap kinerja UMKM

Hubungan antara CSR dan kinerja keuangan masih kontroversial setelah beberapa penelitian (Hull & Rothenberg, 2008). Sebagian besar penelitian sebelumnya membuktikan bahwa upaya untuk melaksanakan kegiatan CSR meningkatkan kinerja perusahaan (Van Beurden & Gössling, 2008). Waddock & Bodwell (2004) menemukan hubungan yang pasti dan menyarankan bahwa bisnis berada pada keunggulan kompetitif dengan terlibat dalam praktik CSR. Pada penelitian Ardiyantiningsih (2018) menemukan bahwa praktik CSR pada UMKM di Surakarta tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Menurut survei Gallup (2005), 36% UKM percaya CSR berdampak positif pada kinerja keuangan mereka, sedangkan hanya 4% yang merasa memiliki efek negatif. Stoian & Gilman (2017) menggunakan data dari survei dengan 211 UKM yang berbasis di Inggris, berpendapat bahwa UKM meningkatkan pertumbuhan perusahaan dengan menyelaraskan kegiatan CSR dengan strategi kompetitif perusahaan mereka. Studi terbaru oleh (Bahta et al., 2021) mendukung hubungan positif antara CSR dan kinerja keuangan perusahaan.

Perusahaan yang bertindak dengan cara yang tidak bertanggung jawab secara sosial yang bermaksud mengurangi biaya implisitnya akan menderita biaya eksplisit yang lebih tinggi karena kurangnya legitimasi, menderita penolakan sosial dari kelompok kepentingan (Bansal, 2005). Dari sudut pandang berbasis sumber daya, para ahli juga berpendapat untuk hubungan kinerja CSR-keuangan yang positif, karena CSR dapat meningkatkan hubungan antara perusahaan dan pemangku kepentingan dan meningkatkan reputasi perusahaan di antara karyawan, klien, dan pemasok (Berman, 1999).

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

H1: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM.

### **2.3.2 Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap inovasi UMKM**

Inovasi diperlukan bagi perusahaan untuk mempertahankan atau meningkatkan daya saing mereka sambil memenuhi berbagai CSR mereka kepada berbagai pemangku kepentingan. Sejumlah kecil studi empiris menguji hubungan

antara CSR-inovasi di UKM. Bocquet et al.(2019) mencatat kebutuhan perusahaan untuk menyelaraskan kegiatan CSR dengan strategi perusahaan untuk menciptakan inovasi dan daya saing, terlepas dari ukurannya. Demikian pula, Stoian & Gilman (2017) mempertimbangkan bagaimana menyelaraskan praktik CSR dengan strategi kompetitif UKM dapat mendorong pertumbuhan mereka. Dikatakan juga bahwa 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.

Setelah CSR sepenuhnya terintegrasi ke dalam proses bisnis, itu akan menghasilkan praktik inovatif, dan pada akhirnya meningkatkan daya saing bisnis (Vilanova et al., 2009). Bocquet et al.(2019) analisis tentang hubungan rumit antara CSR dan inovasi teknologi di UKM mengungkapkan peran CSR strategis untuk menerapkan keragaman yang mengarahkan UKM untuk mencapai hasil positif atas inovasi produk atau proses mereka. (Martinez-Conesa et al., 2017) mensurvei 552 UKM, dan hasilnya menunjukkan korelasi yang kuat dan positif antara beberapa variabel terkait CSR dan daya saing, seperti inovasi dan kinerja tidak berwujud. Demikian pula, (Bahta et al., 2021), menggunakan sampel dari 402 perusahaan yang mengimplementasikan CSR, yang merupakan perusahaan kecil dan menengah, menawarkan bukti efek positif CSR pada kinerja dan kapasitas inovasi. Dari perspektif teoritis, hubungan antara CSR dan inovasi dapat dijelaskan oleh RBV dan pandangan berbasis pengetahuan. RBV menganggap perusahaan sebagai entitas sumber daya dan kemampuan, menghasilkan keunggulan kompetitif, dan memelihara kinerja perusahaan (Barney, 1991). Tindakan CSR memungkinkan perusahaan untuk mengembangkan jaringan dan hubungan yang kuat dengan pemangku kepentingan mereka (Jansen et al., 2006). Oleh karena itu, CSR memungkinkan masuknya pengetahuan luar ke perusahaan, yang dapat memperluas basis pengetahuan perusahaan (Luo & Du, 2015). Dan pemanfaatan pengetahuan perusahaan mendorong kemampuannya untuk membawa ide-ide baru dan berinovasi (Cassiman & Veugelers, 2006).

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

H2 : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap inovasi UMKM.

### **2.3.3 Pengaruh inovasi terhadap kinerja UMKM**

Mayoritas studi empiris menemukan hubungan yang pasti antara kemampuan inovasi dan kinerja perusahaan dalam konteks UKM. Misalnya, menurut Agyapong et al. (2017) ada hubungan positif antara kemampuan inovatif dan kinerja UKM. Demikian pula, Keskin (2006) berpendapat bahwa UKM dengan kemampuan inovatif dapat meningkatkan kinerja bisnis mereka. Penelitian Bahta et al. (2021) mengungkapkan bahwa peningkatan tingkat inovasi dapat meningkatkan kinerja keuangan UKM.

Inovasi merupakan penentu signifikan kinerja perusahaan berdasarkan return on asset (ROA) di antara UKM yang beroperasi di industri makanan di Yunani (Salavou, 2002). Studi lain yang dilakukan di Spanyol untuk menyelidiki pengaruh kemampuan inovasi pada kinerja perusahaan UKM mengungkapkan bahwa inovasi dalam produk, proses, pemasaran dan manajemen memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis UKM di Spanyol (Martinez-Conesa et al., 2017). Selain itu, berikut studi empiris menunjukkan hubungan positif antara kemampuan inovasi dan kinerja perusahaan (Bahta et al., 2021). Dari perspektif teoretis, RBV menempatkan penekanan utama pada keterampilan tidak berwujud dan sumber daya organisasi perusahaan dan mengakui pentingnya sumber daya ini sebagai penentu strategi dan kinerja perusahaan (Barney, 1991).

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

H3 : Inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM

### **2.3.4 Pengaruh inovasi sebagai mediasi antara corporate social responsibility dan kinerja UMKM**

Ada kesenjangan pengetahuan penting terkait dengan adopsi orientasi teoretis yang berbeda oleh para peneliti yang mempelajari CSR pada berbagai tahap analisis dan kebutuhan untuk memahami mekanisme mendasar yang menghubungkan CSR dengan hasil (Aguinis & Glavas, 2012). Akibatnya, literatur

yang berhubungan dengan bukti empiris tentang pengaruh CSR terhadap kinerja tidak dapat disimpulkan. Hasil yang tidak meyakinkan untuk hubungan antara CSR dan kinerja perusahaan mungkin karena penghilangan variabel pengganggu tertentu (McWilliams et al., 2006). Masih ada kekurangan pemahaman tentang bagaimana inisiatif CSR dapat meningkatkan kinerja UKM melalui kapasitas inovasi (McWilliams et al., 2006). Surroca et al. (2010) berpendapat bahwa hubungan antara CSR dan kinerja keuangan tidak langsung dan bergantung pada efek mediasi dari sumber daya tidak berwujud seperti inovasi.

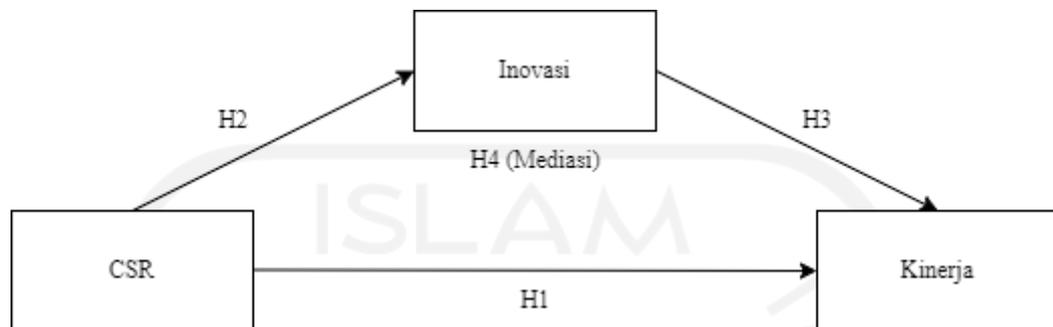
Literatur CSR telah membedakan kebenaran bahwa hubungan antara CSR dan kinerja keuangan perusahaan tidak dapat dipahami dengan baik tanpa mempertimbangkan peran inovasi (McWilliams et al., 2006). Hull & Rothenberg, (2008) juga mengusulkan bahwa inovasi harus dipertimbangkan sebagai variabel tambahan karena menjadi elemen penting bagi perusahaan yang beroperasi di industri tertentu, untuk menjelaskan hubungan antara CSR dan kinerja perusahaan. Membangun gagasan kasus bisnis untuk CSR dan RBV organisasi, literatur memberikan saran terhadap inovasi sebagai mediator yang mungkin (Surroca et al., 2010). Selain itu, aktivitas inovasi secara umum ditemukan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan (Bahta et al., 2021).

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

H4 : Inovasi memediasi hubungan antara Corporate Social Responsibility dan kinerja UMKM

## 2.4 Kerangka Penelitian

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Populasi dan Sampel Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan data statistik atau numerik untuk meneliti fenomena social dan melibatkan pengukuran dalam menganalisa data (Watson, 2015). Populasi dan sampel diperlukan untuk mendapatkan data. Dalam penelitian ini sampel yang diambil adalah pemilik UMKM fotokopi yang berada di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan oleh peneliti adalah social *Purposive Sampling* dan *Convenience Sampling*. *Purposive Sampling* adalah social pengambilan sampel di mana informasi didapatkan melalui orang atau peristiwa tertentu dipilih dengan sengaja dengan kriteria tertentu (Maxwell, 1996). Selanjutnya, *Convenience Sampling* adalah social pengambilan sampel di mana memilih partisipan karena mereka biasanya memiliki kemudahan dan ketersediaan dalam memberikan informasi (Ackoff, 1953). Sampel pada penelitian ini memiliki kriteria yaitu :

1. Usaha yang sudah berjalan UMKM fotokopik lebih dari tiga tahun.
2. UMKM Fotokopi yang memiliki tiga tenaga kerja atau lebih.

Karena terdapat keterbatasan dalam melakukan penelitian, maka dalam penelitian ini kuesioner akan disebarakan kepada 123 UMKM fotokopi di D.I Yogyakarta dengan kriteria tersebut.

#### 3.2 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan data primer yang didapatkan dengan mendistribusikan kuesioner melalui *Google Forms* secara *online*. Kuesioner tersebut berisi pertanyaan-pertanyaan singkat yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden. Kuisisioner ini menggunakan skala

likert dengan skala tingkat 1-5, yaitu 1 = Sangat Tidak Setuju, 2 = Tidak Setuju, 3 = Kurang Setuju, 4 = Setuju, 5 = Sangat Setuju. Dari 123 responden yang mengisi kuesioner, terdapat 115 responden yang memenuhi kriteria dalam penelitian ini.

### 3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Definisi operasional dari variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 3.3.1 Corporate Social Responsibility

CSR didefinisikan 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 (Martinez-Conesa et al., 2017). CSR diukur dengan beberapa dimensi yaitu:

1. CSR Tenaga Kerja
2. CSR Pelanggan
3. CSR Supplier
4. CSR Lingkungan

**Tabel 3.1 CSR Tenaga Kerja**

Kategori	Kode	Item Pengukuran	Referensi
CSR Tenaga Kerja	RE 1	Saya berpendapat UMKM mempertimbangkan kepentingan karyawan dalam pengambilan keputusan	(Martinez-Conesa et al., 2017)
	RE 2	Saya berpendapat UMKM mendukung karyawan yang bersedia mengikuti pelatihan	

Kategori	Kode	Item Pengukuran	Referensi
	RE 3	Saya berpendapat UMKM membantu karyawan dalam kesehatan dan keselamatan kerja	
	RE 4	Saya berpendapat UMKM memahami kestabilan pekerjaan karyawan	
	RE 5	Saya berpendapat UMKM mengembangkan program pelatihan secara teratur	

**Tabel 3.2 CSR Tentang Pelanggan**

Kategori	Kode	Item Pengukuran	Referensi
CSR Tentang Pelanggan	RC 1	Saya berpendapat UMKM memenuhi komitmen tentang kualitas dan harga produk	(Martinez-Conesa et al., 2017)
	RC 2	Saya berpendapat UMKM memberitahu penggunaan produk dan secara tepat serta resiko yang dihadapi	
	RC 3	Saya berpendapat UMKM mengambil langkah yang diperlukan untuk menangani keluhan pelanggan	
	RC 4	Saya berpendapat UKM memberikan respon cepat kepada pelanggan	

**Tabel 3.3 CSR Tentang Pemasok**

Kategori	Kode	Item Pengukuran	Referensi
CSR Tentang Pemasok	RS 1	Saya berpendapat UMKM mempertimbangkan kepentingan pemasok dalam setiap pengambilan keputusan.	(Martinez-Conesa et al., 2017)
	RS 2	Saya berpendapat UMKM memberikan citra positif kepada pemasok	
	RS 3	Saya berpendapat UMKM memberikan informasi mengenai perubahan organisasi	

**Tabel 3.4 CSR Tentang Lingkungan**

Kategori	Kode	Item Pengukuran	Referensi
CSR Tentang Lingkungan	ER 1	Saya berpendapat UMKM menciptakan dan menggunakan produk yang bisa didaur ulang	(Martinez-Conesa et al., 2017)
	ER 2	Saya berpendapat UMKM mentaati peraturan tentang lingkungan hidup	
	ER 3	Saya berpendapat UMKM melakukan penghematan energi	

Kategori	Kode	Item Pengukuran	Referensi
	ER 4	Saya berpendapat UMKM menggunakan produk ramah lingkungan	

### 3.3.2 Kinerja

Kinerja perusahaan menggambarkan prestasi yang dicapai oleh perusahaan serta untuk melihat sejauh mana sebuah perusahaan bisa menjalankan organisasinya dengan baik dan bisa mencapai tujuan perusahaan (Ramadhan & Handayani, 2013). Kinerja perusahaan diukur dengan menggunakan indikator sebagai berikut (Martinez-Conesa et al., 2017):

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

**Tabel 3.5 Kinerja**

Variabel	Kode	Item Pengukuran	Referensi
Kinerja Perusahaan	FP 1	Dalam tiga tahun terakhir keuntungan UMKM terus meningkat	(Martinez-Conesa et al., 2017)
	FP 2	Dalam tiga tahun terakhir loyalitas konsumen UMKM terus mengalami peningkatan	
	FP 3	Saya berpendapat UMKM mampu meningkatkan hubungan baik dengan karyawan	
	FP 4	Saya berpendapat UMKM mampu menciptakan lingkungan kerja yang baik	
	FP 5	Saya berpendapat UMKM mampu meningkatkan komitmen dan moral karyawan	

### 3.3.3 Inovasi

Inovasi adalah kondisi pada barang dan jasa bahkan gagasan yang dianggap sebagai sesuatu yang baru (Philip & Keller, 2008). 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

**Tabel 3.6 Inovasi**

Variabel	Kode	Item Pengukuran	Referensi
Inovasi Perusahaan	FI 1	Perusahaan kami memiliki budaya organisasi dan pemahaman manajemen yang mendukung dan mendorong inovasi	(Bahta et al., 2021)
	FI 2	Perusahaan kami menggunakan pengetahuan dari sumber daya yang berbeda untuk kegiatan pengembangan produk/layanan secara efisien dan cepat	
	FI 3	Perusahaan kami mendukung dan mendorong pekerja untuk berpartisipasi dalam aktivitas seperti pengembangan produk/layanan, peningkatan proses inovasi.	
	FI 4	Perusahaan kami terus mengevaluasi ide-ide baru yang datang dari pelanggan, pemasok, dll. Dan memasukkannya ke dalam aktivitas pengembangan produk/layanan	

### 3.4 Teknik Analisis Data

Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) dengan bantuan software SmartPLS 3.0. SEM merupakan salah satu teknik multivariant yang mulai populer karena memudahkan untuk pengujian hubungan-hubungan antar variabel pada suatu kerangka penelitian dengan cara mengkombinasikan analisis faktor dan analisis regresi (Ginting, 2010). Secara umum, analisis PLS-SEM (*Partial Least Square-SEM*) dibagi menjadi dua sub yaitu *outer model* atau sering disebut model pengukuran (*measurement model*) dan *inner model* atau sering disebut model struktural (*structural model*) (Hair et al., 2011).

#### 3.4.1 Model Pengukuran

Model pengukuran (*measurement model*) atau biasa disebut dengan *outer model* merupakan bagian dari model SEM yang menunjukkan keterkaitan antara variabel manifest atau *observed variable* dan variabel laten (Ghozali & Latan, 2015). Dalam model pengukuran, terdapat dua pengujian dalam penelitian ini, yaitu:

#### 3.4.2 Uji Validitas

Uji validitas dalam model pengukuran yang menggunakan SEM meliputi pengujian validitas konvergen dan diskriminan (Campbell & Fiske, 1959). Validitas konvergen merupakan pengujian hubungan antara variabel manifest konstruk yang semestinya memiliki korelasi tinggi. Uji validitas konvergen dengan program SmartPLS 3.0 menggunakan parameter yaitu nilai *loading factor* pada setiap konstruk. Nilai *loading factor* atau nilai *outer loadings* yang dapat diterima adalah lebih dari 0.7 untuk penelitian *confirmatory* dan dengan nilai *average variance extracted* (AVE) harus lebih dari 0.5 (Ghozali & Latan, 2015).

Selanjutnya validitas diskriminan merupakan pengujian hubungan antara variabel manifest konstruk yang semestinya tidak memiliki korelasi tinggi. Uji validitas diskriminan menggunakan parameter nilai *cross loading* yang harus lebih

dari 0.7 untuk setiap variabel dan nilai dari korelasi indikator konstruk dengan konstruk yang terkait harus lebih tinggi dibandingkan dengan nilai korelasi dengan konstruk lainnya. (Ghozali & Latan, 2015).

### 3.4.3 Uji Reabilitas

Uji reabilitas dalam mengukur konstruk bertujuan untuk membuktikan akurasi, konsistensi, serta ketepatan instrument. Uji reabilitas dapat dilakukan dengan dua cara yaitu menggunakan *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reability*. Karena penelitian ini merupakan penelitian *confirmatory* untuk menguji hipotesis, maka keduanya memiliki nilai parameter yang sama yaitu masing-masing memiliki nilai harus lebih besar dari 0.7 (Ghozali & Latan, 2015).

### 3.4.4 Model Struktural

Model struktural (*structural model*) atau biasa disebut dengan *inner model* merupakan bagian dari model SEM yang menyatakan keterkaitan estimasi antar variabel laten atau konstruk (Ghozali & Latan, 2015). Pengujian pada model struktural menggunakan kriteria *R-Square* ( $R^2$ ) yang jika bernilai 0,75 berarti kuat, 0,50 berarti sedang, dan 0,25 berarti lemah (Hair et al., 2011). Selanjutnya ada nilai signifikansi (*two-tailed*) dengan menggunakan *t-value* lebih besar dari 1,65 (*significance level* = 10%), 1,96 (*significance level* = 5%), dan 2,58 (*significance level* = 1%) (Ghozali & Latan, 2015).

## BAB IV

### ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Hasil Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data yang langsung diperoleh dari responden dengan kriteria UMKM sudah berjalan selama atau lebih dari 3 tahun dan memiliki tenaga kerja sejumlah 3 atau lebih. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner dalam bentuk *Google Form* secara *online*. Berikut merupakan hasil dari pengumpulan data tersebut.

**Tabel 4.1 Hasil Pengumpulan Data**

Keterangan	Jumlah	%
Responden Keseluruhan	123	100%
Responden Yang Memenuhi Kriteria	115	93%
Responden Yang Tidak Memenuhi Kriteria	8	7%

Sumber: Data primer diolah, 2022

Pada Tabel 4.1 menjelaskan bahwa jumlah responden keseluruhan sebanyak 123 responden. Dari total tersebut terdapat 115 responden atau 93% merupakan responden yang memenuhi kriteria dan sisanya sebanyak 8 responden atau 7% merupakan responden yang tidak memenuhi kriteria dalam penelitian ini. Responden yang tidak memenuhi kriteria sebanyak 8 responden yang ternyata UMKM belum beroporasi atau berjalan selama 3 tahun dan memiliki tenaga kerja kurang dari 3, dimana kriteria dari penelitian ini sudah dijelaskan sebelumnya. Maka dari itu, data yang dapat memenuhi syarat kriteria sehingga dapat diolah dalam penelitian ini adalah data dari responden yang memenuhi kriteria yaitu sebanyak 115 responden atau dengan presentase 93%.

## 4.2 Hasil Statistik Deskriptif

Pada analisis statistik deskriptif memberikan informasi tentang gambaran nilai rata-rata dari masing-masing variabel yang digunakan pada penelitian ini. Berikut merupakan tabel yang menyajikan hasil dari analisis statistik deskriptif.

**Tabel 4.2 Hasil Statistik Deskriptif**

Variabel	n	Mean
CSR Tenaga Kerja	115	3,85
CSR Pelanggan	115	3,79
CSR Pemasok	115	3,76
CSR Tanggung Jawab Lingkungan	115	3,82
CSR	115	3,81
Kinerja	115	3,96
Inovasi	115	4,01

Sumber: Data primer diolah, 2022

Pada Tabel 4.2 dapat dilihat hasil analisis deskriptif pada masing-masing variabel dalam penelitian ini. Dari Tabel 4.2 dapat diketahui volume data dalam penelitian ini mempresentasikan jumlah responden yaitu sebanyak 115 yang disajikan dalam nilai n. Selanjutnya, dari hasil pengujian analisis statistik deskriptif di atas menunjukkan nilai rata-rata dari masing-masing variabel yang dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Variabel CSR yang terdiri dari kategori: CSR Tenaga Kerja, CSR Pelanggan, CSR Pemasok, CSR Tanggung Jawab Lingkungan. Masing-masing kategori variable CSR memiliki nilai rata-rata yaitu; 3,85, 3,79, 3,76, dan 3,82. Jika di rata-rata semua kategori, variable CSR memiliki nilai rata-rata 3,81. Maka penilaian responden terhadap kuesioner penelitian pada variabel CSR ini mmberikan jawaban setuju.
2. Variabel Kinerja memiliki nilai rata-rata sebesar 3,96. Maka penilaian responden terhadap kuesioner penelitian pada variabel kinerja memberikan jawaban setuju.
3. Variabel Inovasi memiliki rata-rata sebesar 4,01. Maka penilaian responden terhadap kuesioner penelitian pada variabel Inovasi memberikan jawaban setuju.

### 4.3 Model Pengukuran

#### 4.3.1 Uji Validitas

**Tabel 4.3 Hasil *Outer Loadings***

Variabel	<i>Outer Loadings</i>
CSR Tenaga Kerja	
RE1	0,826
RE2	0,740
RE3	0,754
RE4	0,796
RE5	0,763
CSR Pelanggan	
RC1	0,831
RC2	0,759
RC3	0,775
RC4	0,729
CSR Pemasok	
RS1	0,704

RS2	0,778
RS3	0,777
CSR Tanggung Jawab Lingkungan	
ER1	0,801
ER2	0,759
ER3	0,728
ER4	0,749
Kinerja	
FP1	0,754
FP2	0,790
FP3	0,853
FP4	0,706
FP5	0,748
Inovasi	
FI1	0,873
FI2	0,872
FI3	0,900
FI4	0,873

Sumber: Data primer diolah, 2022

Tabel 4.3 dan Tabel 4.4 menunjukkan hasil dari uji validitas konvergen. Pada Tabel 4.3 dapat dilihat bahwa nilai *outer loadings* pada masing-masing variabel memenuhi nilai yang disyaratkan. Selanjutnya pada Tabel 4.4 dapat dilihat nilai *Average Variance Extracted* (AVE) menunjukkan nilai lebih dari 0,5 pada masing-masing variabel. Dengan demikian, dapat ditarik kesimpulan bahwa keseluruhan pertanyaan dari variabel yang digunakan dalam penelitian ini valid atau memenuhi uji validitas konvergen.

**Tabel 4.4 Hasil *Average Variance Extracted* (AVE)**

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
CSR	0.589
INOVASI	0.774
KINERJA	0.596

Sumber: Data primer diolah, 2022

Pada pengujian validitas diskriminan, dapat dilihat pada Tabel 4.5 yang menunjukkan nilai akar kuadrat AVE pada setiap konstruk yang lebih besar dibandingkan dengan nilai korelasi antar konstruk.

**Tabel 4.5 Hasil *Cross Loading***

	CSR	INOVASI	KINERJA
RE1	0.826	0.456	0.548
RE2	0.740	0.464	0.539
RE3	0.754	0.624	0.593
RE4	0.796	0.695	0.632
RE5	0.763	0.543	0.595
RC1	0.831	0.429	0.555
RC2	0.759	0.561	0.603
RC3	0.775	0.473	0.559
RC4	0.729	0.572	0.596
RS1	0.704	0.375	0.387
RS2	0.778	0.333	0.371
RS3	0.777	0.503	0.501
ER1	0.801	0.429	0.475
ER2	0.759	0.432	0.477
ER3	0.728	0.493	0.575

ER4	0.749	0.498	0.594
FP1	0.510	0.535	0.754
FP2	0.472	0.596	0.790
FP3	0.569	0.646	0.853
FP4	0.558	0.658	0.706
FP5	0.626	0.637	0.748
FI1	0.530	0.873	0.671
FI2	0.599	0.872	0.707
FI3	0.556	0.900	0.754
FI4	0.629	0.873	0.685

Sumber: Data primer diolah, 2022

Selanjutnya, pada Tabel 4.5 dapat dilihat bahwa adanya pengujian validitas diskriminan menggunakan parameter nilai *cross loading* yang menunjukkan nilai korelasi indikator konstruk dengan konstruk terkait juga lebih tinggi dibandingkan dengan nilai korelasi dengan konstruk lainnya. Misalnya, korelasi dari konstruk kinerja dengan indikatornya lebih tinggi daripada korelasi indikator kinerja dengan konstruk lainnya. Dengan demikian, dapat ditarik kesimpulan bahwa uji validitas diskriminan tersebut berhasil..

#### 4.3.2 Uji Reabilitas

Selain melihat nilai dari factor loading setiap konstruk sebagai uji validitas, dalam model pengukuran juga dilakukan uji reliabilitas. Uji reliabilitas dilakukan untuk membuktikan akurasi, konsistensi, dan ketepatan instrumen dalam mengukur suatu konstruk. Dalam PLS – SEM dengan menggunakan SmartPLS, untuk mengukur reliabilitas suatu konstruk dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu dengan Cronbach's Alpha dan Composite reliability.

**Tabel 4 6 Hasil Construct Reliability and Validity**

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>
CSR	0,954	0,958
INOVASI	0,902	0,932
KINERJA	0,829	0,880

Sumber: Data primer diolah, 2022

Uji reabilitas dapat dilihat pada Tabel 4.6 yang menunjukkan nilai *Composite Reliability* pada masing-masing variabel dengan diperkuat dengan nilai *Cronbach Alpha* yang seluruhnya menunjukkan nilai lebih besar dari 0,7. Misalnya, pada variabel inovasi yang menunjukkan nilai sebesar 0,902 pada nilai *Composite Reliability* dan 0,932 pada nilai *Cronbach Alpha*. Dengan demikian, dapat ditarik kesimpulan bahwa penelitian ini dapat diandalkan.

#### 4.4 Model Struktural

##### 4.4.1 Koefisien determinan

**Tabel 4.7 Hasil R Square**

	R Square	R Square Adjusted
INOVASI	0,434	0,429
KINERJA	0,704	0,699

Sumber: Hasil Output SmartPLS (v.3.2.9)

Evaluasi model struktural PLS diawali dengan melihat *R-square* setiap variable laten dependen. Tabel 4.7 merupakan hasil perkiraan *R-square* dengan menggunakan PLS.

Berdasarkan tabel 4.7 diatas menunjukkan nilai adjusted *R-Square* dari variabel Inovasi sebesar 0,429 nilai tersebut artinya bahwa variabel Inovasi dapat dijelaskan dengan variabel CSR sebesar 42,9% dan sisanya 57,1% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

Nilai adjusted *R-Square* dari variabel Kinerja sebesar 0,704 nilai tersebut artinya bahwa variabel Kinerja dapat dijelaskan dengan variabel CSR sebesar 70,4% dan sisanya 29,6% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

#### 4.4.2 Path Coefficient

**Tabel 4.8 Path Coefficient**

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values	Keterangan
CSR -> KINERJA	0,330	0,343	0,102	3,236	0,001	Diterima
CSR -> INOVASI	0,659	0,669	0,076	8,681	0,000	Diterima
INOVASI -> KINERJA	0,584	0,577	0,098	5,940	0,000	Diterima
CSR -> INOVASI -> KINERJA	0,385	0,385	0,076	5,064	0,000	Diterima

Sumber: Hasil Output SmartPLS (v.3.2.9)

Pengaruh CSR terhadap Kinerja, Hasil pengujian hipotesis pertama yakni Pengaruh CSR terhadap Kinerja menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,330 nilai *p-values* sebesar 0,001 dan t-statistik sebesar 3,236. Nilai *p-values* 0,001 kurang dari 0,05 dan nilai t-statistik sebesar 3,236 lebih dari dari t-tabel 1.960. Hasil tersebut menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif signifikan terhadap Kinerja. Sehingga hipotesis yang menyebutkan CSR memiliki pengaruh positif terhadap Kinerja Diterima.

Pengaruh CSR terhadap Inovasi, Hasil pengujian hipotesis kedua yakni Pengaruh CSR terhadap Inovasi menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,584 nilai

*p-values* sebesar 0,000 dan t-statistik sebesar 5,940. Nilai *p-values* 0,000 kurang dari 0,05 dan nilai t-statistik sebesar 5,940 lebih dari t-tabel 1.960. Hasil tersebut menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif signifikan terhadap Inovasi. Sehingga hipotesis yang menyebutkan CSR memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Inovasi Diterima.

Pengaruh Inovasi terhadap Kinerja, Hasil pengujian hipotesis ketiga yakni Pengaruh Inovasi terhadap Kinerja menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,385 nilai *p-values* sebesar 0,000 dan t-statistik sebesar 5,064. Nilai *p-values* 0,000 kurang dari 0,05 dan nilai t-statistik sebesar 5,064 lebih dari t-tabel 1.960. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Inovasi berpengaruh positif signifikan terhadap Kinerja. Sehingga hipotesis yang menyebutkan Inovasi memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Kinerja Diterima.

Pengaruh CSR terhadap Kinerja Melalui Inovasi, Hasil pengujian hipotesis keempat yakni Pengaruh CSR terhadap Kinerja Melalui Inovasi menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,385 nilai *p-values* sebesar 0,000 dan t-statistik sebesar 5,064. Nilai *p-values* 0,000 kurang dari 0,05 dan nilai t-statistik sebesar 5,064 lebih dari t-tabel 1.960. Hasil tersebut menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif signifikan terhadap Kinerja Melalui Inovasi. Sehingga hipotesis yang menyebutkan CSR memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Kinerja melalui Inovasi Diterima.

## **4.5 Pembahasan**

### **4.5.1 Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja UMKM**

Hasil dari pengukuran hipotesis pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap UMKM menunjukkan bahwa pengaruh CSR terhadap kinerja UMKM memiliki nilai yang positif. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Martinez-Conesa et al., 2017) dan (Bahta et al., 2021). Hal ini menunjukkan CSR merupakan aktivitas yang dilakukan berpengaruh positif terhadap kinerja suatu usaha khususnya pada UMKM fotokopi di Daerah Istimewa Yogyakarta dan semakin banyak UMKM yang terlibat dalam praktik *Corporate Social Responsibility* (CSR) maka dapat semakin mudah UMKM dalam meningkatkan

kinerja perusahaannya. Pengimplementasian kegiatan CSR tidak berarti bahwa UMKM kehilangan keuntungan. CSR harus dimasukkan ke dalam model manajemen bisnis karena sangat penting untuk memajukan tujuan strategis dan memungkinkan bisnis untuk menghasilkan rencana strategis untuk mendapatkan keunggulan kompetitif serta kinerja keuangan yang baik (Waddock & Bodwell, 2004).

#### **4.5.2 Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Inovasi UMKM**

Hasil dari pengujian hipotesis menunjukkan bahwa pengaruh CSR terhadap inovasi UMKM memiliki nilai yang positif. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Martinez-Conesa et al.(2017) dan Bahta et al.(2021). Pelaksanaan kegiatan CSR tidak berarti bahwa perusahaan-perusahaan kehilangan keuntungan akan tetapi perusahaan mendapatkan keuntungan dari dampak kegiatan mereka terhadap lingkungan dan masyarakat serta mendapatkan pengetahuan luar yang dapat diimplementasikan menjadi sebuah inovasi. Inovasi yang dilakukan oleh UMKM merupakan hasil dari pelanggan dan karyawan, dengan kedua belah pihak berpartisipasi dalam kegiatan CSR. Karyawan berpartisipasi dalam pengembangan produk dengan mengedepankan inovasi-inovasi yang didasarkan pada hasil evaluasi ide yang berasal dari pelanggan dan masyarakat sekitar. Kegiatan CSR sangat penting untuk mendapat dukungan dari otoritas terkait agar dapat melaksanakan program-program yang bermanfaat baik bagi masyarakat maupun masyarakat luas. Adanya aktivitas pengembangan produk dan layanan dapat mendorong kepada kemampuan inovasi yang diperoleh dari evaluasi-evaluasi yang datang dari pelanggan dan karyawan, sehingga hal tersebut dapat mempengaruhi kinerja perusahaan.

#### **4.5.3 Pengaruh Inovasi terhadap Kinerja UMKM**

Penelitian menunjukkan variabel inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM fotokopi di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ardiyantiningih (2018) yang menunjukkan bahwa variabel inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Hal ini menunjukkan

bahwa UMKM yang memiliki inovasi yang baik maka akan berpengaruh baik pula terhadap kinerjanya. 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. Kinerja pasar dapat diartikan sebagai sejauh mana perusahaan memperoleh hasil terkait keunggulan pasar daripada pesaing mereka sehubungan dengan kepuasan pelanggan, akuisisi pelanggan baru, kesetiaan pelanggan. Perusahaan UMKM menggunakan sumber daya yang ada untuk melakukan inovasi terkait dengan pertumbuhan produk. Kemampuan perusahaan UMKM untuk mengelola pengetahuan yang berasal dari berbagai sumber dengan tetap menjaga pertumbuhan produktivitas. Inovasi yang dilakukan oleh UMKM sebagai salah satu strategi untuk meningkatkan volume pasar dan penyerapan tenaga kerja di dalam perusahaan UMKM itu sendiri. Hal ini sejalan dengan penelitian Bahta et al. (2021) yang membuktikan bahwa kemampuan inovasi mempunyai berpengaruh positif dan hubungan signifikan terhadap kinerja perusahaan UMKM.

#### **4.5.4 Pengaruh CSR Terhadap Kinerja Melalui Inovasi**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap kinerja melalui inovasi atau inovasi berpengaruh positif sebagai variabel mediasi antara CSR dan kinerja. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Bahta et al. (2021) yang menunjukkan hasil penelitiannya bahwa inovasi berpengaruh positif sebagai variabel mediasi antara CSR dan kinerja. Hal ini menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dapat meningkatkan kemampuan inovasi UMKM dan, sebagai hasilnya dapat meningkatkan produktivitas perusahaan secara keseluruhan yang dapat dijadikan parameter baik buruknya kinerja dari sebuah UMKM. Temuan ini berkontribusi bahwa Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) dapat ditingkatkan melalui penggunaan inovasi sebagai mediasi. Ketika tanggung jawab sosial perusahaan dilaksanakan secara

efektif dan mengimplementasikan kemampuan untuk berinovasi, hal ini berdampak pada peningkatan kinerja UMKM.



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

1. Analisis PLS-SEM menunjukkan hasil bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja. Hal ini berarti bahwa peningkatan CSR akan meningkatkan kinerja UMKM fotokopi di Daerah Istimewa Yogyakarta.
2. Analisis PLS-SEM menunjukkan hasil bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap inovasi. Hal ini berarti bahwa peningkatan CSR akan meningkatkan inovasi UMKM fotokopi di Daerah Istimewa Yogyakarta.
3. Analisis PLS-SEM menunjukkan hasil bahwa kinerja inovasi berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja. Hal ini berarti bahwa inovasi akan meningkatkan kinerja UMKM fotokopi di Daerah Istimewa Yogyakarta.
4. Analisis PLS-SEM menunjukkan hasil bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja melalui inovasi. Hal ini berarti bahwa inovasi berhasil memediasi *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja UMKM fotokopi di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Dari kesimpulan di atas menunjukkan semua hipotesis dalam penelitian ini diterima.

#### 5.2 Keterbatasan

1. Pengambilan data dalam penelitian ini dengan menggunakan kuesioner sehingga dirasa belum cukup dan belum memadai untuk menilai aktivitas serta kebijakan CSR pada UMKM fotokopi di Daerah Istimewa Yogyakarta
2. Jangka waktu penelitian yang dilakukan terlalu pendek yang mengakibatkan tidak maksimalnya dalam pengumpulan data.

3. Dalam proses pengambilan data, informasi yang diberikan responden melalui kuesioner terkadang tidak menunjukkan pendapat responden yang sebenarnya, hal ini terjadi karena kadang perbedaan pemikiran, anggapan dan pemahaman yang berbeda tiap responden, juga faktor lain seperti faktor kejujuran dalam pengisian pendapat responden dalam kuesionernya.

### 5.3 Saran

1. Bagi peneliti selanjutnya
  - a. Penelitian selanjutnya diharapkan tidak hanya sebatas menggunakan kuesioner dalam pengumpulan data, sehingga diharapkan untuk peneliti selanjutnya memiliki waktu yang cukup panjang agar bisa melakukan pengumpulan kuesioner dan wawancara langsung dengan responden.
  - b. Penelitian selanjutnya diharapkan mengembangkan variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian ini seperti variabel kinerja yang dapat dikembangkan dengan menggunakan kinerja keuangan dan kinerja non keuangan..
2. Bagi pihak terkait

Berdasarkan hasil dalam penelitian ini, para pemilik UMKM fotokopi diharapkan mampu lebih memperhatikan dan meningkatkan aktivitas CSR, guna menciptakan inovasi yang lebih luas serta menciptakan kinerja yang lebih baik bagi UMKM. Dimana dalam penelitian ini, inovasi dan kinerja dapat diciptakan dengan adanya aktivitas CSR yang dilakukan oleh UMKM fotokopi di Daerah Istimewa Yogyakarta

## DAFTAR PUSTAKA

- Ackoff, R. L. (1953). The Design of Social Research. *The British Journal of Sociology*, 6(3).
- Aguinis, H., & Glavas, A. (2012). What We Know and Don't Know About Corporate Social Responsibility: A Review and Research Agenda. *Journal of Management*, 38(4), 932–968. <https://doi.org/10.1177/0149206311436079>
- Agyapong, F. O., Agyapong, A., & Poku, K. (2017). Nexus between social capital and performance of micro and small firms in an emerging economy: The mediating role of innovation. *Cogent Business and Management*, 4(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2017.1309784>
- Ardiyantiningsih, V. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Perusahaan dan Kemampuan Inovasi sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi*, 7(1), 39–47.
- Bahta, D., Yun, J., Islam, R., & Ashfaq, M. (2021). *Corporate social responsibility , innovation capability and firm performance : evidence from SME*. 17(6), 840–860. <https://doi.org/10.1108/SRJ-12-2019-0401>
- Bansal, P. (2005). Evolving sustainably: A longitudinal study of corporate sustainable development. *Strategic Management Journal*, 26(3), 197–218. <https://doi.org/10.1002/smj.441>
- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Berman, S. L. (1999). Does Stakeholder Orientation Matter? The Relationship Between Stakeholder Management Models And Firm Financial Performance. *The Academy of Management Journal*, 42(5), 488–506.

- Bocquet, R., Le Bas, C., Mothe, C., & Poussing, N. (2019). Strategic CSR for innovation in SMEs: Does diversity matter? *Long Range Planning*, 52(6), 101913. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2019.101913>
- BPK RI. (2008). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008*. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/39653/uu-no-20-tahun-2008>
- Campbell, D. T., & Fiske, D. W. (1959). Convergent and Discriminant Validation By the Multitrait-Multimethod Matrix. *Psychological Bulletin*, 56(2), 81–105. <https://doi.org/10.1037/h0046016>
- Cassiman, B., & Veugelers, R. (2006). In search of complementarity in innovation strategy: Internal R & D and external knowledge acquisition. *Management Science*, 52(1), 68–82. <https://doi.org/10.1287/mnsc.1050.0470>
- Dewi, I. G. A. R. P., Putri, P. Y. A., & Nugraha, P. G. W. S. (2011). Corporate social responsibility. *Business Ethics and Continental Philosophy*, 22–36. <https://doi.org/10.1017/CBO9781139013338.013>
- Doshmanli, M., & Salamzadeh, Y. (2018). Development of SMEs in an emerging economy: does corporate social responsibility matter? *International Journal Management and Enterprise Development*, 17(2), 168–191.
- Fatimah, S., & Azlina, N. (2021). *Pengaruh Teknologi Informasi dan Inovasi Terhadap Kinerja Usaha Kecil dan Menengah (UKM) (Studi Pada UKM Berbasis Online di Kota Dumai)*. 15(1), 444–459.
- Gallup, T. (2005). *Mapping of CSR activities among small and medium-sized enterprises*. People & ProfitPhase.
- Gantino, R. (2016). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2008-2014. *Jurnal Dinamika Akuntansi Dan Bisnis*, 3(2), 19–32. <https://doi.org/10.24815/jdab.v3i2.5384>
- Ghozali, P. D. H. I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares : Konsep, Teknik,*

*dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0* (Dedi (ed.); 2nd ed.).  
Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ginting, D. B. (2010). Structural Equation Model (SEM). *Media Informatika*, 8(3), 1300–1305. <https://doi.org/10.3109/9781439822463.209>
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139–152. <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190202>
- Hansen, E. G., Grosse-Dunker, F., & Reichwald, R. (2009). Sustainability innovation cube - A framework to evaluate sustainability-oriented innovations. *International Journal of Innovation Management*, 13(4), 683–713. <https://doi.org/10.1142/S1363919609002479>
- Hartini, S. (2012). Peran Inovasi: Pengembangan Kualitas Produk dan Kinerja Bisnis. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 14(1), 82–88. <https://doi.org/10.9744/jmk.14.1.83-90>
- HS, S. (2018). CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY: Kajian Ekonomi, Sosial dan Lingkungan. *Jurnal Sosiologi Reflektif*, 12(1), 119–136. <https://doi.org/10.14421/jsr.v12i1.1312>
- Hull, C. E., & Rothenberg, S. (2008). Firm Performance: The Interactions of Corporate Social Performance with Innovation and Industry Differentiation. *Strategic Management Journal*, 29, 781–789. <https://doi.org/10.1002/smj>
- Jansen, J. J. P., Van Den Bosch, F. A. J., & Volberda, H. W. (2006). Exploratory innovation, exploitative innovation, and performance: Effects of organizational antecedents and environmental moderators. *Management Science*, 52(11), 1661–1674. <https://doi.org/10.1287/mnsc.1060.0576>
- Juárez, L. E. 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>

- Keskin, H. (2006). Market orientation, learning orientation, and innovation capabilities in SMEs. *European Journal of Innovation Management*, 9(4), 396–417. <https://doi.org/10.1108/14601060610707849>
- Lawson, B., & Samson, D. (2001). Developing Innovation Capability In Oorganization : A Dynamic. *International Journal of Innovation Management*, 5(3), 377–400.
- Luo, X., & Du, S. (2015). Exploring the relationship between corporate social responsibility and firm innovation. *Marketing Letters*, 26(4), 703–714. <https://doi.org/10.1007/s11002-014-9302-5>
- Malina, M. A., & Selto, F. H. (2001). Communicating and Controlling Strategy: An Empirical Study of the Effectiveness of the Balanced Scorecard. *Journal of Management Accounting Research*, 13(1), 47–90. <https://doi.org/10.2308/jmar.2001.13.1.47>
- 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>
- Maxwell, J. A. (1996). *Qualitative Research Design: An Intractive Approach* London. *Applied Social Research Methods Series*.
- McWilliams, A., Siegel, D. S., & Wright, P. M. (2006). Corporate social responsibility: A theory of the firm perspective. *Journal of Management Studies*, 43(1), 1–18.
- Murjana, I. M. H. E. F. U. A. (2021). *PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP KINERJA KEUANGAN (STUDI KASUS PADA UMKM ARTSHOP DHARMASETYA DS. SUKARARA KAB. LOMBOK TENGAH*. 7(1), 81–97.
- Oduro, S., Nguar, K. D. A., Nisco, A. De, Alharthi, R. H. E., Maccario, G., &

- Bruno, L. (2021). Corporate social responsibility and SME performance : a meta-analysis. *Marketing Intelligence and Planning*, 40(2), 184–204.  
<https://doi.org/10.1108/MIP-05-2021-0145>
- 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>
- Philip, K., & Keller, L. K. (2008). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Purnomo, R. (2010). Pengaruh Kepribadian, Self-Efficacy, dan Locus of Control Terhadap Persepsi Kinerja Usaha Skala Kecil dan Menengah. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 17(1412–3126), 144 – 160.
- Ramadhan, L. A., & Handayani, N. (2013). Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 2(1), 1–18.  
<https://doi.org/10.22219/jmb.v2i1.1486>
- Rolstadås, A. (1998). Enterprise Performance Measurement. *International Journal of Operations & Production Management*, 18(9), 989–999.  
[https://doi.org/10.1007/978-1-349-01255-8\\_6](https://doi.org/10.1007/978-1-349-01255-8_6)
- Salavou, H. (2002). Profitability in market-oriented SMEs: does product innovation matter? *European Journal of Innovation Management*, 5(3), 164–171. <https://doi.org/10.1108/14601060210436736>
- Sondakh, O. (2019). Measuring the Organizational Innovation Capabilities (A case study of SMEs Food Industry in Surabaya-Indonesia). *Information and Knowledge Management*, 9(6), 29–39. <https://doi.org/10.7176/IKM>
- Sousa, S. D., Aspinwall, E. M., & Rodrigues, A. G. (2006). Performance measures in English small and medium enterprises: Survey results. *Benchmarking*, 13(1–2), 120–134.

<https://doi.org/10.1108/14635770610644628>

- Sri Ardani, N. K., & Mahyuni, L. P. (2020). Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) dan Manfaatnya Bagi Perusahaan. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(1), 12. <https://doi.org/10.38043/jmb.v17i1.2339>
- Stoian, C., & Gilman, M. (2017). Corporate Social Responsibility That “Pays”: A Strategic Approach to CSR for SMEs. *Journal of Small Business Management*, 55(1), 5–31. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12224>
- Surroca, J., Tribo, J. A., & Waddock, S. (2010). The Effect of Firm Compensation Structures on the Mobility and Entrepreneurship of Extreme Performers. *Strategic Management Journal*, 31, 463–490. <https://doi.org/10.1002/smj>
- Van Beurden, P., & Gössling, T. (2008). The worth of values - A literature review on the relation between corporate social and financial performance. *Journal of Business Ethics*, 82(2), 407–424. <https://doi.org/10.1007/s10551-008-9894-x>
- Vilanova, M., Lozano, J. M., & Arenas, D. (2009). Exploring the nature of the relationship between CSR and competitiveness. *Journal of Business Ethics*, 87, 57–69. <https://doi.org/10.1007/s10551-008-9812-2>
- Waddock, S., & Bodwell, C. (2004). Managing Responsibility: What Can Be Learned from the Quality Movement? *California Review Management*, 47(1), 25–37.
- Watson, R. (2015). Quantitative Research. *The SAGE Encyclopedia of LGBTQ Studies*, 2015, 44–48. <https://doi.org/10.4135/9781483371283.n319>

## LAMPIRAN 1

### KUESIONER PENELITIAN

*Assalamualaikum Wr. Wb.*

Perkenalkan saya Aldi Satria Pranata, mahasiswa tingkat akhir Jurusan Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Saat ini saya sedang melakukan penelitian tugas akhir untuk mengetahui pengaruh *corporate social responsibility* terhadap kinerja dan inovasi sebagai variabel mediasi pada UMKM fotokopi di Daerah Istimewa Yogyakarta. Berkenaan dengan hal itu saya sangat menghargai dan berterima kasih jika anda dapat meluangkan waktu sekitar lima menit untuk mengisi kuesioner ini.

Adapun kriteria responden dalam penelitian ini yaitu:

1. Usaha yang dijalankan oleh pelaku UMKM fotokopik lebih dari 3 (tiga) tahun.
2. UMKM Fotokopi yang memiliki 3 (tiga) tenaga kerja atau lebih

Silahkan jawab sesuai dengan kondisi UMKM. Semua jawaban hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian dan akan dijaga kerahasiaannya. Tidak ada jawaban BENAR atau SALAH.

Jika ada pertanyaan terkait dengan kuesioner ini, anda dapat menghubungi saya di email: [18312179@students.uii.ac.id](mailto:18312179@students.uii.ac.id) atau [aldisatriapranata@gmail.com](mailto:aldisatriapranata@gmail.com)

*Wassalamualaikum Wr. Wb.*

Hormat Saya

Aldi Satria Pranata

## BAGIAN 1

Pertanyaan bagian I berupa identitas UMKM. Isi dan berilah tanda (√) tanda silang (X) pada jawaban anda

1. Outlet : .....
2. Nama Pemilik : .....
3. Alamat & No. Telp. :  
.....
4. Umur Usaha :  < 3 Tahun  > 3 Tahun
5. Tenaga Kerja :  < 3 Orang  > 3 Orang



## BAGIAN 2

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

Sejauh mana anda setuju atas pernyataan dibawah ini. Silahkan menggunakan skala di atas.

### ITEM PERTANYAAN

#### CSR Tenaga Kerja

No.	CSR Tenaga Kerja	1	2	3	4	5
1	Saya berpendapat UMKM mempertimbangkan kepentingan karyawan dalam pengambilan keputusan					
2	Saya berpendapat UMKM mendukung karyawan yang bersedia mengikuti pelatihan					
3	Saya berpendapat UMKM membantu karyawan dalam kesehatan dan keselamatan kerja					

No.	CSR Tenaga Kerja	1	2	3	4	5
4	Saya berpendapat UMKM memahami kestabilan pekerjaan karyawan					
5	Saya berpendapat UMKM mengembangkan program pelatihan secara teratur					

### CSR Tentang Pelanggan

No.	CSR Tentang Pelanggan	1	2	3	4	5
1	Saya berpendapat UMKM memenuhi komitmen tentang kualitas dan harga produk					
2	Saya berpendapat UMKM memberitahu penggunaan produk dan secara tepat serta resiko yang dihadapi					
3	Saya berpendapat UMKM mengambil langkah yang diperlukan untuk menangani keluhan pelanggan					
4	Saya berpendapat UMKM memberikan respon cepat kepada pelanggan					

### CSR Tentang Pemasok

No.	CSR Tentang Pemasok	1	2	3	4	5
1	Saya berpendapat UMKM mempertimbangkan kepentingan pemasok dalam setiap pengambilan keputusan.					
2	Saya berpendapat UMKM memberikan citra positif kepada pemasok					

No.	CSR Tentang Pemasok	1	2	3	4	5
3	Saya berpendapat UMKM memberikan informasi mengenai perubahan organisasi					

### CSR Tanggung Jawab Lingkungan

No.	CSR Tanggung Jawab Lingkungan	1	2	3	4	5
1	Saya berpendapat UMKM menciptakan dan menggunakan produk yang bisa didaur ulang					
2	Saya berpendapat UMKM mentaati peraturan tentang lingkungan hidup					
3	Saya berpendapat UMKM melakukan penghematan energi					
4	Saya berpendapat UMKM menggunakan produk ramah lingkungan					

### Kinerja Perusahaan

No.	Enterprise Performance	1	2	3	4	5
1	Dalam tiga tahun terakhir keuntungan UMKM terus meningkat					
2	Dalam tiga tahun terakhir loyalitas konsumen UMKM terus mengalami peningkatan					
3	Saya berpendapat UMKM mampu meningkatkan hubungan baik dengan karyawan					
4	Saya berpendapat UMKM mampu menciptakan lingkungan kerja yang baik					

No.	Enterprise Performance	1	2	3	4	5
5	Saya berpendapat UMKM mampu meningkatkan komitmen dan moral karyawan					

### Inovasi Perusahaan

No.	Inovasi Perusahaan	1	2	3	4	5
1	Perusahaan kami memiliki budaya organisasi dan pemahaman manajemen yang mendukung dan mendorong inovasi					
2	Perusahaan kami menggunakan pengetahuan dari sumber daya yang berbeda untuk kegiatan pengembangan produk/layanan secara efisien dan cepat					
3	Perusahaan kami mendukung dan mendorong pekerja untuk berpartisipasi dalam aktivitas seperti pengembangan produk/layanan, peningkatan proses inovasi.					
4	Perusahaan kami terus mengevaluasi ide-ide baru yang datang dari pelanggan, pemasok, dll. Dan memasukkannya ke dalam aktivitas pengembangan produk/layanan					



<b>N O</b>	<b>R E1</b>	<b>R E2</b>	<b>R E3</b>	<b>R E4</b>	<b>R E5</b>	<b>R C1</b>	<b>R C2</b>	<b>R C3</b>	<b>R C4</b>	<b>R S1</b>	<b>R S2</b>	<b>R S3</b>	<b>E R1</b>	<b>E R2</b>	<b>E R3</b>	<b>E R4</b>	<b>F P1</b>	<b>F P2</b>	<b>F P3</b>	<b>F P4</b>	<b>F P5</b>	<b>F I1</b>	<b>F I2</b>	<b>F I3</b>	<b>F I4</b>
1 5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
1 6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
1 7	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4
1 8	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4
1 9	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4
2 0	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4
2 1	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4
2 2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3
2 3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2
2 4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2 5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2 6	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
2 7	3	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4

<b>N O</b>	<b>R E1</b>	<b>R E2</b>	<b>R E3</b>	<b>R E4</b>	<b>R E5</b>	<b>R C1</b>	<b>R C2</b>	<b>R C3</b>	<b>R C4</b>	<b>R S1</b>	<b>R S2</b>	<b>R S3</b>	<b>E R1</b>	<b>E R2</b>	<b>E R3</b>	<b>E R4</b>	<b>F P1</b>	<b>F P2</b>	<b>F P3</b>	<b>F P4</b>	<b>F P5</b>	<b>F I1</b>	<b>F I2</b>	<b>F I3</b>	<b>F I4</b>
28	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	3	4	4	3	4	3	4
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
30	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
32	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
33	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
35	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
36	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5
37	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4
38	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
39	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4
40	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3

<b>N O</b>	<b>R E1</b>	<b>R E2</b>	<b>R E3</b>	<b>R E4</b>	<b>R E5</b>	<b>R C1</b>	<b>R C2</b>	<b>R C3</b>	<b>R C4</b>	<b>R S1</b>	<b>R S2</b>	<b>R S3</b>	<b>E R1</b>	<b>E R2</b>	<b>E R3</b>	<b>E R4</b>	<b>F P1</b>	<b>F P2</b>	<b>F P3</b>	<b>F P4</b>	<b>F P5</b>	<b>F I1</b>	<b>F I2</b>	<b>F I3</b>	<b>F I4</b>
4 1	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4
4 2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4 3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3
4 4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3
4 5	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3
4 6	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
4 7	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4 8	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4
4 9	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4
5 0	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
5 1	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4
5 2	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5 3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3



<b>N O</b>	<b>R E1</b>	<b>R E2</b>	<b>R E3</b>	<b>R E4</b>	<b>R E5</b>	<b>R C1</b>	<b>R C2</b>	<b>R C3</b>	<b>R C4</b>	<b>R S1</b>	<b>R S2</b>	<b>R S3</b>	<b>E R1</b>	<b>E R2</b>	<b>E R3</b>	<b>E R4</b>	<b>F P1</b>	<b>F P2</b>	<b>F P3</b>	<b>F P4</b>	<b>F P5</b>	<b>F I1</b>	<b>F I2</b>	<b>F I3</b>	<b>F I4</b>
6 7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
6 8	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4
6 9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
7 0	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4
7 1	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4
7 2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
7 3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
7 4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
7 5	2	4	4	2	4	2	2	2	2	4	2	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
7 6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
7 7	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3
7 8	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3
7 9	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4



<b>N O</b>	<b>R E1</b>	<b>R E2</b>	<b>R E3</b>	<b>R E4</b>	<b>R E5</b>	<b>R C1</b>	<b>R C2</b>	<b>R C3</b>	<b>R C4</b>	<b>R S1</b>	<b>R S2</b>	<b>R S3</b>	<b>E R1</b>	<b>E R2</b>	<b>E R3</b>	<b>E R4</b>	<b>F P1</b>	<b>F P2</b>	<b>F P3</b>	<b>F P4</b>	<b>F P5</b>	<b>F I1</b>	<b>F I2</b>	<b>F I3</b>	<b>F I4</b>
9 3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4
9 4	4	2	4	2	2	4	4	4	4	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
9 5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
9 6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
9 7	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
9 8	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4
9 9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
1 0 0	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
1 0 1	2	2	4	2	2	2	4	2	4	2	2	4	2	2	4	4	3	3	3	5	4	5	4	5	4
1 0 2	2	2	2	4	4	2	4	4	4	2	2	4	2	2	2	2	4	4	4	5	5	5	5	5	5
1 0 3	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5

<b>N O</b>	<b>R E1</b>	<b>R E2</b>	<b>R E3</b>	<b>R E4</b>	<b>R E5</b>	<b>R C1</b>	<b>R C2</b>	<b>R C3</b>	<b>R C4</b>	<b>R S1</b>	<b>R S2</b>	<b>R S3</b>	<b>E R1</b>	<b>E R2</b>	<b>E R3</b>	<b>E R4</b>	<b>F P1</b>	<b>F P2</b>	<b>F P3</b>	<b>F P4</b>	<b>F P5</b>	<b>F I1</b>	<b>F I2</b>	<b>F I3</b>	<b>F I4</b>
1 0 4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	3	3	3	4	5	5	5	5	5
1 0 5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4
1 0 6	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	3	3	3	5	4	5	5	4	5
1 0 7	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4
1 0 8	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	3	3	3	5	5	4	5	5	4
1 0 9	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4
1 1 0	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
1 1 1	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5



Outlet	Nama Pemilik	Alamat & No Telpn.	Umur Usaha	Tenaga Kerja
Hendra	Hendra gunawan	Jln pramuka no 12 jogja 08122730614	> 3 Tahun	> 3 Orang
Jaya fc	Ari gunawan	Jl.glagahsari 118 jogjakarta	> 3 Tahun	> 3 Orang
FC NIRWANA DUA	Maman	Gondang,Duwet, Wonosari gunung kidul	> 3 Tahun	> 3 Orang
FC Achel	Catur Widyatmoko	Jl STM pembangunan	> 3 Tahun	> 3 Orang
Kencana Baru	Rahmat	Karang Malang Blok A 7, Sleman, Yogyakarta	> 3 Tahun	> 3 Orang
Mandiri copy center	Wasono	Jl STM pembangunan	> 3 Tahun	> 3 Orang
FC Pertama	David Wijaya	Pringgodani 18, Sleman, Yogyakarta	> 3 Tahun	> 3 Orang
FC Annafi	Darmanto	Ngawen gamping sleman	> 3 Tahun	> 3 Orang
JAYA FOTO COPY	ARI GUNAWAN	Jl. glagah sari 118 yk	> 3 Tahun	> 3 Orang
Ardy's Com & Copier	ahmad suharto	Jl. bimokurdo, UIN, Sleman, Yk	> 3 Tahun	> 3 Orang
FC pelangi	Muhammad ihwanudin	Tanjung, umbulmartani, Ngemplak Sleman	> 3 Tahun	> 3 Orang
FC duta kampus	Moh Sakur	Terban, gondokusuman	> 3 Tahun	> 3 Orang

AGIL FOTO COPY	Rudy Yanuar	Jl. Kapten P. Tendean No 34 Yk	> 3 Tahun	> 3 Orang
Acadia	Irvan Syah Choirul Anam	Gejayan	> 3 Tahun	> 3 Orang
FC Yusuf	Jemikun hasi santoso	Ganjuran	> 3 Tahun	> 3 Orang
DELTA FOTO COPY	PRAMHUDDY	JL MRICAN BARU NO 27 DEPOK, SLEMAN, YK	> 3 Tahun	> 3 Orang
FC Nugraha	Sariyo	Kwarasan kulon	> 3 Tahun	> 3 Orang
Salman FC	RAJIMAN CHANIAGO	Jl Ringin raya No 21 Ngringin, condong catur, Sleman (0274886638)	> 3 Tahun	> 3 Orang
FOTO COPY MURAH	FENNY CANDRAWATI TANAYA	JL. Dagean No.10 Yogyakarta	> 3 Tahun	> 3 Orang
W.S Fotocopy	Wuryanto	Gabungan, Girisubo gunung kidul	> 3 Tahun	> 3 Orang
FC mitra kampus	Sutardi	Pulutan, Wonosari gunung kidul	> 3 Tahun	> 3 Orang
NEW NUSA COPIER, JOGJA COPIER	TRI ASTUTI	Somenggalan Joho Jambidan, Banguntapan, Bantul 0857297755166	> 3 Tahun	> 3 Orang
MAHAYA FOTO COPY	IRMAWAN HAMBALI	Karang Malang A5 Depok, sleman (085643364443)	> 3 Tahun	> 3 Orang
Enggal makmur	Adi susilo	Jakal km 5,7	> 3 Tahun	> 3 Orang
JAYA ABADI	Nansirudin	JL GODEAN KM 5	> 3 Tahun	> 3 Orang

Cathay Makmur	Saldiono	Jakal Depok Sleman	> 3 Tahun	> 3 Orang
NOOR PHOTO COPY	JUDIN NOOR SYAM	Jl. Bimokurdo 57 sopen, Sleman, Yogyakarta 08122738155	> 3 Tahun	> 3 Orang
ATAR JAYA	ALIYUS	JL GODEAN KM 4	> 3 Tahun	> 3 Orang
FC. EXCELLENT	HADI WAHONO	Jl. Karang Malang D10, Sleman, Yogyakarta	> 3 Tahun	> 3 Orang
FC SAHABAT	roy marsianus	jl kaliurang km 5, sleman, 0813 36361755	> 3 Tahun	> 3 Orang
FC romiyanti	Romiyanti	Babarsari	> 3 Tahun	> 3 Orang
EKA	EKA	Karang Malang A5 CT Depok, Sleman, Yogyakarta	> 3 Tahun	> 3 Orang
Cerah fc	Marwati	Demangan,	> 3 Tahun	> 3 Orang
RIZKY FOTO COPY	Supardi Chaniago	Jl Tunjung baru 19 yogyakarta, 081392854486	> 3 Tahun	> 3 Orang
FC Novi	Emrizal	Jalan Tunjung baru	> 3 Tahun	> 3 Orang
FC teman	Buyung	Jalan cenderawasih demangan	> 3 Tahun	> 3 Orang
RAPIH FOTO COPY	SUDARYANTO, S.SI	Jl. Kaliurang KM 14,5 Sleman, Jogja UII Terpadu	> 3 Tahun	> 3 Orang
fotocopy aries	eka hendrayanto	sisingamangaraja no 63	> 3 Tahun	> 3 Orang
FC KAMPAS	zul jasrifon	JL Kenari no 10 yogyakarta	> 3 Tahun	> 3 Orang

CV beone Nusa bhakti	Y agung nugroho	Sagan terban	> 3 Tahun	> 3 Orang
FC. SINAR MULYA 2	WISNU AMBORO	Jl. Lor Selokan Mataram, Sleman (Utara Kehutanan UGM)	> 3 Tahun	> 3 Orang
HENDRA FC	Hendra Gunawan	Jl Taman siswa 711 Yogyakarta	> 3 Tahun	> 3 Orang
Rahayu Copy Center	BUDIYANTO	Jl Pramuka no 36 Yogyakarta, 081328052006	> 3 Tahun	> 3 Orang
FC. SINAR MULYA	EKO SUCAHYO	Jl. Kaliurang KM. 4,5 No. 52 Sleman 0274-6800 406	> 3 Tahun	> 3 Orang
FOTO COPY YA-YO	KASMIN	Jl. Kordan 12 Maguwoharjo	> 3 Tahun	> 3 Orang
JAYA ABADI	FAIRUS	Jl. Bantul No. 87 Yogyakarta	> 3 Tahun	> 3 Orang
FC yoshico	Dendi	Jalan petung papringan	> 3 Tahun	> 3 Orang
PHOTO COPY QUEEN	Elita Dewi	Jl Kusumanegara 144 Yogyakarta	> 3 Tahun	> 3 Orang
FC jambangan	Kurniawan Joko purnomo	Jakal km 13 Candisari	> 3 Tahun	> 3 Orang
FC BINTANG BIRU	YUSPIT	Jl Krasak Timur No 28, 0274 549510	> 3 Tahun	> 3 Orang
FC. SARJANA	MARIYOTO	Jl. Babarsari No. 11 Sleman Yogyakarta	> 3 Tahun	> 3 Orang
DESTY FC	Sumaryono	Jl ringroad utara, karangmomgko Maguwoharjo	> 3 Tahun	> 3 Orang
FOTO COPY DANDY	Multi Hamdani	Godean, 081394152939	> 3 Tahun	> 3 Orang

Putra Fotocopy	Wasgito	Puluhdadi seturan	> 3 Tahun	> 3 Orang
FOTO COPY SINERGI	SUGIANTO	JL TAJEM, DEPAN UNRIYO, MAGUWO	> 3 Tahun	> 3 Orang
FC Eka restu	Sulastri	Jalan bimokurdo sapen	> 3 Tahun	> 3 Orang
SKU	FX HENGKY WIJAYA	Jl. Kaliurang KM. 4,5 Sleman 0274-520962	> 3 Tahun	> 3 Orang
FC ARINDA	YUSAM	Jl Kebonagung, Sumberadi, Mlati, Sleman	> 3 Tahun	> 3 Orang
Dafa printing	Amirul husnan	Selatan Umy, Tamantirto bantul	> 3 Tahun	> 3 Orang
UD AKAZ UTAMA	Ngaliyobowo	Jl pasar bibis, sidokarto, godean	> 3 Tahun	> 3 Orang
Trihasa com and copy	Tri Wahyu widodo	Bimokurdo sapen	> 3 Tahun	> 3 Orang
BHIMA JAYA	SAMBUDI. SPM	Jl. Bimokurdo 24, Sapen, Sleman Yogyakarta 0274-553505	> 3 Tahun	> 3 Orang
MEDIAPLUS	Aris Maryanta	Jl Tempel Godean Km 4 Gendol	> 3 Tahun	> 3 Orang
UD PELANGI	NOORMA SARI	Jl Mataram 33 Yogyakarta, 0274 512478	> 3 Tahun	> 3 Orang
FC perdana	Suroso	UIN sunan Kalijaga	> 3 Tahun	> 3 Orang
CV. Pelita Jaya Indonesia	ISKANDAR, SE	Jalan Pemukti 615 Giwangan Yogyakarta	> 3 Tahun	> 3 Orang
PERDANA UTAMA	SITI USWATUN KHASANAH	Jl. Kenari No. 35 Yogyakarta 0274-6550438	> 3 Tahun	> 3 Orang

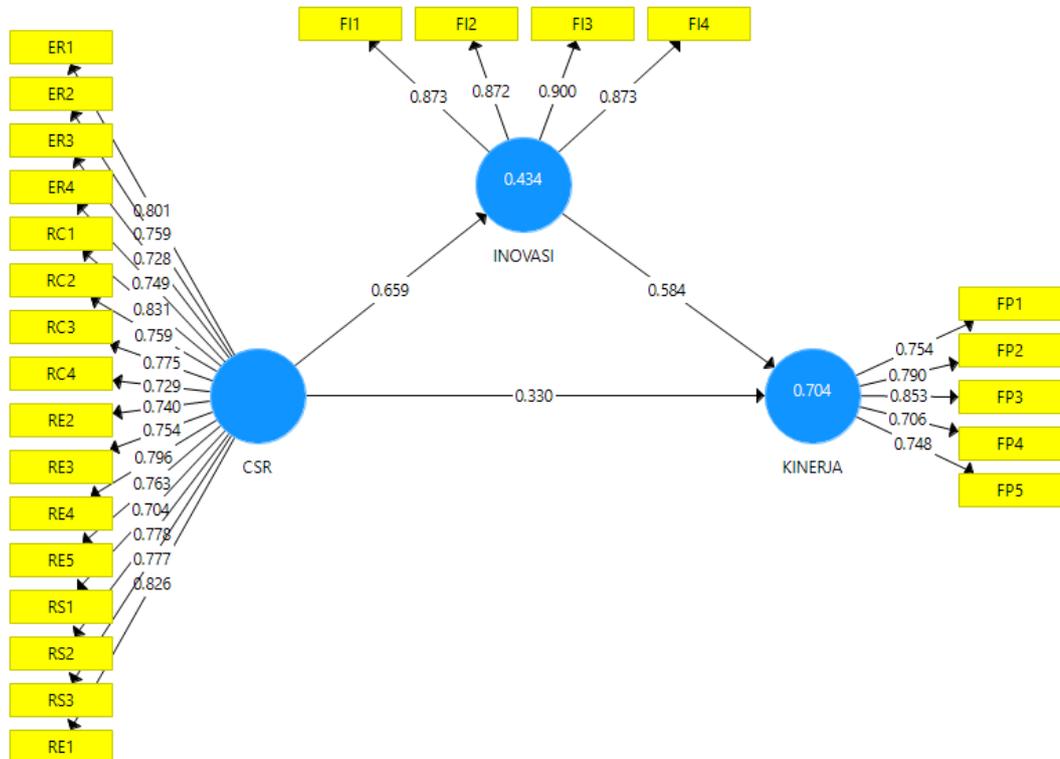
SUKSES COPY CENTER	ARI DWI PRIYANTO	Jl Nologaten 72, Caturtunggal, Depok, Sleman	> 3 Tahun	> 3 Orang
FC cahaya	Wahyuni SK	Jalan Karangasem concat	> 3 Tahun	> 3 Orang
DUTA PERDANA	NOVI DWI ARIANI	JALAN BIMOKURDO, SAPEN	> 3 Tahun	> 3 Orang
MARM GRUP	DENNY SHABRY	Maguwo, Wonocatur, Banguntapan, Bantul (Selatan STTA) Blok O	> 3 Tahun	> 3 Orang
FC. Purnama	CAHYADI P	Jalan Sugeng Jeroni Yogyakarta, 085643955990	> 3 Tahun	> 3 Orang
Anniko FC	Joko Supriyanto	Jalan ireda Parakan Mergangsan Yogyakarta	> 3 Tahun	> 3 Orang
BOB PHOTO COPY	Mahbab Al Abawan	Jl Manggis 10 C, Condong Catur	> 3 Tahun	> 3 Orang
FC 2002 production	Teguh Suprihanto	Cebongan Sleman	> 3 Tahun	> 3 Orang
FC SALSABILA	KABIRAL YUSUF PRIYONO	Glagahsari Belakang Kampus 3 UAD 085643141234	> 3 Tahun	> 3 Orang
Kurnia Abadi FC	ERIC	Jalan Bimokurdo No. 64 G Sapan Yogyakarta, 081374906810	> 3 Tahun	> 3 Orang
FC SIDORENO	Agus Setyo Prambudi	Giwangan, Yogyakarta (081392216160)	> 3 Tahun	> 3 Orang
MENARA PHOTO COPY	Sugeng Riyanto	Jl Kaliurang KM 13	> 3 Tahun	> 3 Orang
FC. KURNIA ABADI	ELFIANTON	Jl. Batikan No. 20 Jogja 082136761999	> 3 Tahun	> 3 Orang
Mulyo FC	Mulyo Anugrohi	Komperta Blok B-06 Bromonilan, purwomartani, Kalasan.	> 3 Tahun	> 3 Orang

photo copy rahma	yosefa oktra	Jl Wonosari KM 7	> 3 Tahun	> 3 Orang
NUSA INDAH 3 PHOTO COPY	YAL FENDRI	Jl Kemasan 23, Kota gede	> 3 Tahun	> 3 Orang
FC. WENDRA	WENDRA HENGKY	Gg. Guru No.10 Mrican Sleman 081390627841	> 3 Tahun	> 3 Orang
GAPURA FC	Yusuf Faizal Dwi Cahyono	Jalan Jembatan merah II	> 3 Tahun	> 3 Orang
FC. BARU UTAMA	YULHARDI	Jl. Timoho Utara No. 64 C Sapen	> 3 Tahun	> 3 Orang
HAKAN SHOP	Hamoko	Bugisan Selatan	> 3 Tahun	> 3 Orang
Quantum Com	Yuni Murtiana	Karang Malang A10	> 3 Tahun	> 3 Orang
Blank-On	Fikriatun Hidayati, S.S	Tegal Mraen No. 49A 02	> 3 Tahun	> 3 Orang
IBRA FOTOCOPY	Eko Hari Wibowo	Bugisan, Prambanan, Klaten	> 3 Tahun	> 3 Orang
HC	Sudarjo	Panjen, Maguwoharjo, Selatan Unriyo	> 3 Tahun	> 3 Orang
MALCA FC	Cara Manita Susanto	Jl Batikan	> 3 Tahun	> 3 Orang
FOTO COPY 777	Suwarsiningsih	Candisari Jakal KM 12	> 3 Tahun	> 3 Orang
Luqmaniyyah Copy Center	Abdul Aziz	jl babaran, Gg Cemani, Umbulharjo	> 3 Tahun	> 3 Orang
Sahabat Foto Copy	Budi Prasetya	Niten DK X Glondong RT 06, Tirtonirmilo, Kasihan, Bantul. 08999908046	> 3 Tahun	> 3 Orang

FC MANDIRI	Farid Firdaus	Jakal Km 14, Sleman	> 3 Tahun	> 3 Orang
Agustinus FC	Agustinus Sumarna	Potrojayan, TR 04 RW 19 Madurejo, Prambanan	> 3 Tahun	> 3 Orang
Mediacom Fotocopy	Gustaman widodo	Jakal Km 5	> 3 Tahun	> 3 Orang
FAJAR COPY PASTE	Nugroho	Jl Flamboyan no 06 Karangasem	> 3 Tahun	> 3 Orang
Ozi	Purwati	Jl Gotong royong no 9 Yogyakarta (6882658)	> 3 Tahun	> 3 Orang
Karya foto copu & print	Adi Nugroho	Blimbingsari, RT 05 RW 16	> 3 Tahun	> 3 Orang
UD AZWAR	sri rahayu	jl bantul no 38 yogyakarta	> 3 Tahun	> 3 Orang
Fathurrijal	FAMILY FOTO COPY	Jl Kaliurang KM 14	> 3 Tahun	> 3 Orang
Alya Foto Copy	Usman	Jalan Tirtamarta No. 80 gemawang	> 3 Tahun	> 3 Orang
UD SION	Charisa Fini	Jl Bulog Kalasan 32	> 3 Tahun	> 3 Orang
FC CAHAYA RIFTA	Soca Kurniawan	Gondong Legi RT 03	> 3 Tahun	> 3 Orang
Lusina	Junaidi	Jl Ringroad Selatan Km 6,7	> 3 Tahun	> 3 Orang
Putra Jaya	Dasiman	Jaten RT 02. 081903793633	> 3 Tahun	> 3 Orang
CERMAT PHOTO COPY	Yulia Cahyaningrum	Jl Tantular 117	> 3 Tahun	> 3 Orang

FC QUANTA	YOGANES DE BRITTO BASUKU	Jl Ibu Ruswo no 26 yogyakarta	> 3 Tahun	> 3 Orang
Azzam Foto Copy	Muhammad Miflikhun	Gatak, bokoharjo, prambanan sleman	> 3 Tahun	> 3 Orang
Pixel Jogja	Andre Hartawan	Gang Guru 6A Yogyakarta	> 3 Tahun	> 3 Orang
SINAR POJOK FC	Slamet	Pundong, Nogotirto, Gamping Sleman	> 3 Tahun	> 3 Orang
FOTO COPY JAYA MANDIRI	ALYUSRISKA	Jl Magelang KM 5 Kutu Asem	> 3 Tahun	> 3 Orang
FC ARMA	Eri Suprapno	Jl Kesehatan No 1 Depan Fak. Kedokteran	> 3 Tahun	> 3 Orang

**LAMPIRAN 3**  
**HASIL OLAH DATA**



Hasil Uji Validitas Konvergen

Variabel	<i>Outer Loadings</i>
<b>CSR Tenaga Kerja</b>	
RE1	0,826
RE2	0,740
RE3	0,754
RE4	0,796
RE5	0,763
<b>CSR Pelanggan</b>	
RC1	0,831
RC2	0,759
RC3	0,775
RC4	0,729
<b>CSR Pemasok</b>	
RS1	0,704

RS2	0,778
RS3	0,777
CSR Tanggung Jawab Lingkungan	
ER1	0,801
ER2	0,759
ER3	0,728
ER4	0,749
Kinerja	
FP1	0,754
FP2	0,790
FP3	0,853
FP4	0,706
FP5	0,748
Inovasi	
FI1	0,873
FI2	0,872
FI3	0,900
FI4	0,873

*Average Variance Extracted (AVE)*

Variabel	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
CSR	0.589
INOVASI	0.774
KINERJA	0.596

Hasil Uji Validitas Diskriminan (*Cross Loadings*)

	CSR	INOVASI	KINERJA
RE1	0.826	0.456	0.548
RE2	0.740	0.464	0.539
RE3	0.754	0.624	0.593
RE4	0.796	0.695	0.632
RE5	0.763	0.543	0.595
RC1	0.831	0.429	0.555
RC2	0.759	0.561	0.603
RC3	0.775	0.473	0.559

RC4	0.729	0.572	0.596
RS1	0.704	0.375	0.387
RS2	0.778	0.333	0.371
RS3	0.777	0.503	0.501
ER1	0.801	0.429	0.475
ER2	0.759	0.432	0.477
ER3	0.728	0.493	0.575
ER4	0.749	0.498	0.594
FP1	0.510	0.535	0.754
FP2	0.472	0.596	0.790
FP3	0.569	0.646	0.853
FP4	0.558	0.658	0.706
FP5	0.626	0.637	0.748
FI1	0.530	0.873	0.671
FI2	0.599	0.872	0.707
FI3	0.556	0.900	0.754
FI4	0.629	0.873	0.685

*Composite Reliability dan Korelasi Antar Konstruk*

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>
CSR	0,954	0,958
INOVASI	0,902	0,932
KINERJA	0,829	0,880

Koefisien Determinan

	<i>R Square</i>	<i>R Square Adjusted</i>
INOVASI	0,434	0,429
KINERJA	0,704	0,699

*Path Coefficient*

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	Keterangan
CSR -> KINERJA	0,330	0,343	0,102	3,236	0,001	Diterima
CSR -> INOVASI	0,659	0,669	0,076	8,681	0,000	Diterima
INOVASI -> KINERJA	0,584	0,577	0,098	5,940	0,000	Diterima
CSR -> INOVASI -> KINERJA	0,385	0,385	0,076	5,064	0,000	Diterima