



**PENGARUH CSR TERHADAP KEMAMPUAN INOVASI DAN KINERJA
UMKM (STUDI KASUS PENYALURAN DANA CSR PT SPHC PADA
UMKM BUNGA KOPENG)**

Evinta Amalia Nurhidayah¹, Infijarun Ni'am²

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Semarang

evintaamalianh@gmail.com, gkninfjarun@gmail.com

Riwayat Artikel

Received :26-09-2022

Revised :10-10-2022

Accepted :30-11-2022

Abstraksi.

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Kemampuan Inovasi dan Kinerja UMKM di Kopeng dan juga untuk mengetahui jika kemampuan inovasi memediasi hubungan antara CSR dengan kinerja UMKM. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan teknik pengambilan data menggunakan metode *Purposive Sampling*. Sampel yang diambil dan dijadikan sampel penelitian yaitu anggota koperasi Memayu Jogo Tonggo yang berprofesi sebagai penjual bunga. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi berganda. Hasil dari penelitian CSR berpengaruh positif terhadap Kinerja UMKM, CSR berpengaruh positif terhadap Kemampuan Inovasi, Kemampuan Inovasi tidak mempunyai pengaruh terhadap Kinerja UMKM. kemampuan Inovasi tidak memediasi hubungan antara CSR terhadap Kinerja UMKM.

Kata Kunci

Corporate Social Responsibility (CSR), Kemampuan Inovasi, Kinerja Perusahaan, UMKM.

Keyword:

Corporate Social Responsibility (CSR), Innovation Ability MSME performance, MSMEs

Abstract.

This study aims to provide empirical evidence regarding the effect of Corporate Social Responsibility (CSR) on the Innovation Ability and Performance of MSMEs in Kopeng and also to find out if innovation ability mediates the relationship between CSR and MSME performance. The method used in this study is a quantitative method with data collection techniques using the Purposive Sampling method. The sample taken and used as a research sample is a member of the Memayu Jogo Tonggo cooperative who works as a flower seller. The data analysis technique used multiple regression analysis. The results of CSR research have a positive effect on MSME Performance, CSR has a positive effect on Innovation Ability, Innovation Ability has no influence on MSME Performance. Innovation ability does not mediate the relationship between CSR and MSME performance.

PENDAHULUAN

Kesadaran akan perlindungan lingkungan di Indonesia telah meningkat secara signifikan. Banyak perusahaan telah menggunakan keuntungan mereka untuk berpartisipasi dalam kegiatan sosial, tanggungjawab sosial tidak hanya menarik perhatian publik tetapi juga memastikan kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang. Perusahaan yang melakukan CSR akan menarik simpati dari masyarakat, sehingga masyarakat akan setia pada perusahaan tersebut. Sehingga profitabilitas perusahaan dapat meningkat dan perusahaan dapat bertahan lebih lama.

Peran UMKM dalam membangun ekonomi dunia di Indonesia adalah untuk menciptakan lapangan kerja baru. Hal ini dapat didukung oleh data KEMENKOPUKM yang menunjukkan perkembangan jumlah UMKM di Indonesia pada tahun 2018-2019 dari 1.271.440 dengan jumlah tenaga UMKM sebanyak 2.584.212. Tentu saja, jumlah ini lebih tinggi dari perusahaan menengah besar di Indonesia. Juga donasi untuk produk nasional. Produk domestik bruto (PDB) akan jauh lebih tinggi setengah.

Oleh karena itu, penting untuk menciptakan dan melibatkan UMKM. Sulit untuk membuat dan melibatkan UMKM sendirian tanpa bantuan otoritas publik, sehingga mereka membutuhkan bantuan, pekerjaan dan dukungan dari lembaga pendidikan lanjutan, daerah setempat, dan pelaku bisnis lainnya.

Banyak ilmu yang menunjukkan bahwa konsep hubungan *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) dengan Kinerja Perusahaan banyak dilakukan namun hasil dari temuan tersebut menunjukkan berbagai hubungan yang beragam. CSR dinilai sebagai strategi yang efektif bagi perusahaan untuk meningkatkan daya saing, kinerja keuangan, dan juga aset tidak berwujud. (Bahta et al., 2020). Literatur Barnett dan Salomon (2012) dalam (Magrizos et al., 2021) mengutarakan bahwa tidak semua CSR akan mengarah pada peningkatan kinerja keuangan. Praktik CSR yang mengarah pada peningkatan kinerja UMKM yang dilakukan dan tindakan CSR dalam *stakeholder* menjadi bagian yang strategi yang dapat menginformasikan dengan baik. sedikitnya penelitian mengenai peran mediasi kemampuan inovasi pada hubungan CSR dengan kinerja di UMKM negara berkembang. (Bahta et al., 2020)

(Hidayat, 2018) Mengungkap kinerja organisasi adalah perkembangan langkah-langkah bisnis di mana penebusan dari berbagai jenis aset, khususnya akun SDM dan teman.

Eksekusi. Jika organisasi dapat berkembang, sangat mungkin terlihat bahwa kegiatan organisasi tidak henti-hentinya menghasilkan keuntungan yang sangat besar.

Menurut (Bahta et al., 2020) Meskipun beberapa studi menunjukkan adanya hubungan yang pasti antara CSR dan kinerja perusahaan. Studi sebelumnya tentang CSR dan kinerja perusahaan melaporkan temuan yang bertentangan, karena beberapa penelitian berpengaruh positif atau berpengaruh negatif. Lainnya melaporkan tidak adanya hubungan antara CSR dan kinerja. Ini menyiratkan perlunya penelitian lebih lanjut tentang dampak CSR pada kinerja perusahaan. Mekanisme melalui kinerja perusahaan ditingkatkan oleh CSR tidak dipahami dengan baik. Studi tentang peran mediasi dari sumber daya dan kemampuan tidak berwujud masih dalam tahap awal, dan hasil empirisnya beragam. Studi terbatas telah secara empiris menguji peran mediasi inovasi (Martinez-Conesa et al., 2017) Namun, mengingat dampak penerapan CSR dalam konteks yang berbeda, masih ada kebutuhan untuk memeriksa asosiasi di usaha kecil dan menengah (UKM) negara berkembang.

Konsep memperluas hubungan antara CSR dan inovasi bersifat sementara dan hanya memperoleh momentum selama dua dekade terakhir dari sudut pandang empiris, literatur sebelumnya mengakui adanya hubungan yang pasti antara CSR dan inovasi. Meskipun demikian, penelitian juga menemukan pengaruh negatif terhadap inovasi. Oleh karena itu, hubungan antara CSR dan inovasi membutuhkan kesimpulan dasar yang terus menerus dibangun, terutama di UKM. (Ratajczak & Szutowski, 2016)

Banyak penelitian telah memeriksa dampak Corporate Social Responsibility (CSR) pada presentasi organisasi besar namun tidak banyak yang memusatkan perhatian pada Usaha Kecil dan Menengah (UMKM). CSR merupakan bagian dari upaya peningkatan UMKM. (Sánchez-Infante Hernández et al., 2020) Penelitian CSR pada UMKM secara empiris sangat sedikit diketahui tentang ruang lingkup CSR di perusahaan kecil. (Martinez-Conesa et al., 2017)

Dalam rangka mendukung Program Pemerintah dalam meningkatkan Usaha Ekonomi Rakyat, PT Sarana Patra Hulu Cepu (SPHC) bekerja sama dengan LPPM STIE Semarang membentuk Koperasi yaitu Koperasi Memayu Jogo Tonggo Kopeng dari dana CSR PT SPHC untuk membantu para petani dan penjual bunga Kopeng. Program CSR tersebut diwujudkan dengan kerja sama STIE Semarang untuk mendukung program pemerintah dalam meningkatkan usaha ekonomi rakyat melalui program bantuan berbasis koperasi kepada petani dan penjual bunga hias di Sentra Pasar Kopeng Kabupaten Semarang.

Desa Kopeng salah satu desa wisata yang terdampak langsung atas terjadinya Pandemi Covid-19 sehingga pengangguran dan PHK sangat tinggi. Salah satu inisiatif warga disana adalah membentuk Komunitas Pedagang Bunga. Hasil wawancara penulis didapatkan 39 (tiga puluh sembilan) Orang eks Buruh/ Pekerja dampak PHK yang telah memiliki Tempat Usaha diatas Lahan Desa, dengan jumlah 44 Petak, tetapi belum memiliki Lapak Usaha dan Modal Usaha untuk keberlangsungan Usahanya. Sehingga peran serta Pemerintah, Swasta, BUMD dan Perguruan Tinggi untuk mendampingi dan memberikan stimulus sangat di butuhkan dan diperlukan. Salah satu bentuk dari Program Jogo Tonggo di Jawa Tengah adalah memberikan kelangsungan hidup berupa pendampingan Usaha Kecil dan Pembinaan UMKM Penjual Bunga di Desa Kopeng yang berbasis Koperasi.

PT SPHC bekerja sama dengan STIE Semarang untuk penyaluran dana CSR. PT SPHC menyerahkan semua wewenang kepada STIE Semarang untuk mengatur dana CSR tersebut yang nantinya juga akan melaporkan hasilnya kepada PT SPHC. Dana CSR tersebut dikelola menjadi dua bagian yaitu untuk membuat koperasi yang diberi nama Koperasi Memayu Jogo Tonggo dan untuk para UMKM penjual bunga Kopeng. Koperasi yang di dirikan sebagai wadah untuk perkumpulan dan penyaluran dana CSR yang berupa dana bergulir untuk para UMKM penjual bunga Kopeng yang secara tidak langsung menjadi anggota koperasi, sehingga mempermudah para UMKM untuk menambah modal usaha atau membuat usaha baru, yang akan didampingi dan dibina langsung oleh STIE Semarang melalui pelatihan-pelatihan.

Dari penjelasan penelitian yang dibuat penulis maka peneliti tertarik untuk meneliti mengenai penyaluran dana CSR yang diberikan secara tidak langsung kepada para UMKM penjual bunga Kopeng melalui Koperasi Memayu Jogo Tonggo yang dibina langsung oleh STIE Semarang. Dari Koperasi inilah dibentuk wadah pendampingan dan pembinaan melalui pelatihan-pelatihan yang diberikan agar meningkatkan kemampuan inovasi para penjual bunga agar dapat meningkatkan kinerja dari UMKM. Para UMKM penjual bunga Kopeng juga inisiatif menyisihkan labanya sebesar 1% untuk diberikan kembali ke lingkungan.

KAJIAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

1. Corporated Sosial Responsibility

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan etika yang menunjukkan bahwa perusahaan, apapun jenis dan ukuran perusahaannya, memiliki kewajiban untuk melindungi lingkungan tempat mereka beroperasi. Dalam *Corporate Sustainability: Integrating Performance and Reporting*, Brocket (2012), Rosabeth Moss Kanter mengatakan bahwa organisasi harus melihat CSR sebagai pandangan yang lebih luas dari masalah operasional yang digunakan sebagai strategi bisnis. Dengan cara ini, perusahaan menerima peluang untuk pertumbuhan dan inovasi yang selalu merupakan hasil dari kebutuhan pasar yang tidak terpenuhi dan masalah yang belum terselesaikan.

CSR merupakan sebuah komitmen dari perusahaan untuk berperilaku secara etis, punya dasar hukum, dan berperan dalam pembangunan ekonomi, sekaligus memperbaiki Kualitas hidup pekerja dan keluarganya, serta komunitas lokal dan masyarakat pada umumnya. CSR merupakan perwujudan dari inti etika bisnis dimana kewajiban perusahaan tidak hanya terhadap ekonomi dan hukum untuk para pemegang saham dan para pemegang kepentingan, akan tetapi juga memiliki kewajiban kepada para pihak yang jangkauannya lebih luas (Ang et al., 2020)

Corporate Sosial Responsibility (CSR) adalah persepsi responden tentang tanggung jawab sosial perusahaan dan terkait dengan bagian dalam dan luar bisnis. CSR berguna untuk mendefinisikan korelasi CSR UMKM kepada pelanggan, pembeli, dan masyarakat sekitar (Martinez-Conesa et al., 2017). Item untuk praktik CSR (karyawan, pelanggan, masyarakat dan lingkungan) diadaptasi dari (Bahta et al., 2020) ditetapkan dalam studi sebelumnya. Perangkat ini telah diuji menjadi perangkat umum untuk menilai CSR di antara manajer atau pemilik dan telah digunakan dalam berbagai studi CSR. Variabel CSR terdiri dari 22 objek yang dikelompokkan menjadi 4 indikator: karyawan, pelanggan, komunitas, dan lingkungan. Variabel CSR berubah menjadi terukur melalui penggunaan responden yang menjawab pertanyaan melalui penentuan lebih dari beberapa pada skala satu sampai lima. Untuk skala rendah (satu) mewakili anggota yang sangat tidak setuju bahkan sebagai responden yang sangat setuju telah diberi peringkat skala yang berlebihan (lima). Semakin baik peringkat yang diperoleh maka semakin tinggi Corporate Social Responsibility perusahaan.

2. Kemampuan Inovasi

Perusahaan saat ini beroperasi dalam lingkungan yang berubah dengan cepat (Gunday dkk. , 2011). Latar belakang tersebut memaksa perusahaan untuk terus mencari solusi baru yang menjamin mendapatkan atau mempertahankan keunggulan kompetitif. Dalam hal ini, inovasi sangat penting dan tak terelakkan bagi setiap perusahaan (Ciborowski, 2003). Juga, inovasi mewakili komponen penting dari strategi perusahaan, karena mereka menentukan arah evolusi perusahaan (Siguaw dkk. , 2009). Gagasan inovasi berkembang seiring waktu. Johnston (1966) berkonsentrasi pada merekarakter teknis. Hal-hal baru dalam proses produksi, serta difusi merekaperusahaan, industri dan negara lain, terkandung dalam definisi inovasi. Myers dan Marquis (1969) mengusulkan definisi yang luas dari inovasi yang mengandung seluruh proses dari konsep baru, melalui pemecahan masalah, hingga pemanfaatan keuntungan sosial dan ekonomi dari kebaruan. Drucker (1968) mendalilkan pemisahan tersebut dari dua kategori berbeda: perubahan produk atau layanan dan perubahan kemampuan diperlukan untuk menerapkan inovasi. Inovasi bisa saja terjadi di setiap bidang kegiatan bisnis, menghasilkan mereka yang kuat perbedaan. Pendekatan yang paling umum untuk mengklasifikasikannya mungkin yang diusulkan di Oslo Manual (OECD dan Eurostat, 2005). Ini berisi empat jenis inovasi -produk, proses, organisasi dan pemasaran. Fitur penting kedua dari setiap inovasi adalah tingkat kebaruan yang terlibat, yang terdiri dari tiga kategori: inkremental, baru bagi perusahaan dan inovasi radikal (Tidd dkk. 2005). Kehadiran inovasi tampaknya krusial dalam bisnis kontemporer, seperti Zenko dan Mulej (2011, hal. 1258) menyatakan: “perkembangan atau keberadaan masyarakat manusia bergantung inovasi”. Gunday mendukung ide ini dengan mengklaim bahwa hanya ada satu hal itu konstan saat ini - perubahan konstan (Gunday dkk. , 2011).

Kemampuan Inovasi diukur dengan menggunakan instrumen yang diadopsi dari (Akman & Yilmaz, 2019) Enam pertanyaan dikembangkan untuk kemampuan inovatif khusus untuk penelitian ini sesuai dengan definisi kemampuan inovatif dalam literatur. Ini berisi karakteristik utama dari kemampuan inovatif seperti inovatif budaya organisasi, karakteristik proses internal (berbagi pengetahuan dan mengkoordinasikan pengetahuan dengan cepat, mendorong pemberi kerja tentang inovasi) dan memahami kemampuan lingkungan eksternal (adopsi terhadap perubahan lingkungan eksternal, untuk mencerminkan saran inovasi dari lingkungan ke internal proses). Ini mewakili inovasi perusahaan secara keseluruhan. indikator terdiri dari empat item, indikator melalui

penentuan lebih dari beberapa pada skala satu sampai 5. Skala (satu) mewakili responden yang sangat tidak setuju sedangkan responden yang sangat setuju diberi nilai skala tinggi (lima).

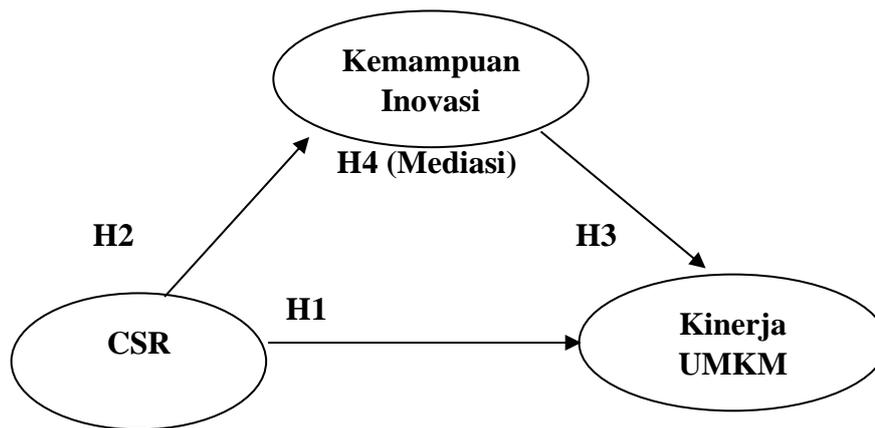
3. Kinerja UMKM

Pengertian kinerja adalah gambaran tingkat kinerja dalam pelaksanaan suatu program kegiatan atau pedoman dalam mewujudkan visi, misi, tujuan dan sasaran organisasi yang dituangkan dalam perencanaan strategis suatu organisasi (Moehariono, 2012).).

Kinerja bisnis adalah sesuatu yang diberikan bisnis selama periode waktu tertentu yang terkait dengan standar yang akan ditetapkan. Pengukuran aktivitas Kinerja perusahaan digunakan untuk mengevaluasi kinerja aktivitas dan hasil akhir yang dicapai. Menurut (Helfert, 1996), kinerja perusahaan merupakan hasil yang dihasilkan manajemen secara terus menerus. Dalam hal ini, hasil yang dimaksud adalah hasil keputusan yang dibuat oleh banyak orang. Tujuan kinerja perusahaan adalah untuk memotivasi staf untuk mencapai tujuan perusahaan dan mematuhi standar perilaku yang diterapkan sebelumnya untuk mencapai. (Putri & Endiana, 2020)

Kinerja UMKM adalah tanggapan dari partisipan mengenai hasil kinerja UMKM terhadap keterkaitan dengan konsumen dan juga pihak luar UMKM (lingkungan kerja dan karyawan). Kinerja Perusahaan diukur dengan item yang ada dalam penelitian sebelumnya seperti (Martinez-Conesa et al., 2017) dan (Bahta et al., 2020) Kuesioner yang dikelola sendiri ini mengeksplorasi tiga indikator kinerja yaitu kinerja keuangan, kinerja hubungan pelanggan dan kinerja hubungan manusia yang terbagi menjadi 6 item pertanyaan. pada skala satu sampai lima. Skala rendah (satu) mewakili anggota yang sangat tidak setuju bahkan sebagai responden yang sangat setuju telah diberi peringkat skala yang berlebihan (lima). Skor yang lebih tinggi menunjukkan sejauh mana kinerja. Ukuran persepsi kinerja sebelumnya telah digunakan dalam literatur yang menganalisis UMKM karena data obyektif tentang kinerja keuangan perusahaan ini hampir tidak tersedia, terutama karena pemilik secara hukum tidak diwajibkan untuk mempublikasikan informasi tersebut. Selain itu, pendekatan ini diikuti karena secara umum diasumsikan bahwa manajer berpengetahuan luas informan, terutama tentang kinerja keuangan perusahaan mereka. Selain itu, diusulkan bahwa laporan diri manajer tentang kinerja perusahaan secara signifikan berkorelasi dengan ukuran obyektif kinerja. (Bahta et al., 2020)

Kerangka Pemikiran



Gambar Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Metode Penelitian ini adalah metode kuantitatif. Proses pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang dibagikan kepada para penjual bunga yang menjadi anggota Koperasi Memayu Jogo Tonggo Desa Kopeng Kecamatan Getasan Kabupaten Semarang.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah para penjual bunga yang menjadi anggota Koperasi Memayu Jogo Tonggo Kopeng Kabupaten Semarang yang berjumlah 49 orang. Sampel yang diambil dan dijadikan sampel penelitian yang mempunyai kriteria yaitu anggota koperasi Memayu Jogo Tonggo yang berprofesi sebagai penjual bunga. Sebelumnya sampel berjumlah 49 namun yang dapat digunakan hanya 44 dikarenakan 5 responden gagal menjadi sampel dikarenakan bukan berprofesi sebagai penjual bunga di sentra pasar Kopeng namun berprofesi sebagai petani. Sampel dalam penelitian ini adalah sampel yang diambil dengan menggunakan metode *Purposive Sampling*. Sampel disebar langsung kepada para penjual di sentra pasar Kopeng dengan printout karena responden tidak familiar dengan google form.

Indikator Variabel

Data diperoleh dengan cara pembagian kuesioner dengan menggunakan pertanyaan tertutup dengan skala 1 sampai dengan 5. Variabel penelitian yang digunakan terdiri dari tiga variabel yaitu CSR, Kinerja UMKM, dan kemampuan Inovasi.

Variabel CSR terdiri dari 22 objek yang dikelompokkan menjadi 4 indikator: karyawan, pelanggan, komunitas, dan lingkungan. Variabel kemampuan Inovasi terdiri dari enam pertanyaan berisi karakteristik utama dari kemampuan inovatif seperti inovatif budaya organisasi, karakteristik proses internal (berbagi pengetahuan dan mengoordinasikan pengetahuan dengan cepat, mendorong pemberi kerja tentang inovasi) dan memahami kemampuan lingkungan eksternal (adopsi terhadap perubahan lingkungan eksternal, untuk mencerminkan saran inovasi dari lingkungan ke internal proses). Variabel Kinerja UMKM terdiri dari tiga indikator kinerja yaitu kinerja keuangan, kinerja hubungan pelanggan dan kinerja hubungan manusia yang terbagi menjadi 6 item pertanyaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Deskripsi Variabel

Analisis Deskriptif variabel CSR memiliki jawaban minimum sebanyak 66 dan maksimum sebanyak 103 dengan nilai rata-rata sejumlah 89,25 dan *standar deviasi* sebesar 8,322. Kemampuan Inovasi mempunyai jawaban trendah sebanyak 13 dan nilai tertinggi 20 dengan nilai rata-rata 15,84 serta standar deviasi sebesar 1,584. Variabel Kinerja UMKM memiliki nilai minimum 19 dan maksimum 30 dengan nilai rata-rata sebanyak 23,39 serta standar deviasi 2,384.

Uji Validitas dan Reabilitas

Hasil pengujian validitas dan reliabilitas dari masing-masing item variabel valid dan realibel semua sudah memenuhi kriteria. Untuk uji validitas masing-masing item variabel memiliki nilai lebih dari r tabel 0.2512 Maka dapat dikatakan bahwa indikator-indikator pembentuk variabel menunjukkan hasil yang valid untuk digunakan dan nilai reabilitas lebih dari 0,7. disimpulkan bahwa masing-masing variabel laten memenuhi kriteria reliabilitas.

Uji Hipotesis

Dapat dijelaskan Hipotesis 1 bahwa nilai signifikansi variabel CSR terhadap kinerja UMKM adalah 0,024, lebih kecil dari 0,05 yang berarti H1 diterima. Oleh karena itu, CSR

berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Hipotesis 2 nilai signifikan variabel CSR terhadap kemampuan berinovasi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 yang berarti H2 diterima. Oleh karena itu, CSR berpengaruh positif terhadap kemampuan berinovasi. Hipotesis 3 nilai signifikansi kapasitas inovatif terhadap kinerja UMKM sebesar 0,101 yang lebih besar dari 0,05 maka H3 ditolak. Sehingga kemampuan berinovasi tidak berdampak positif terhadap kinerja UMKM. Hipotesis 4 nilai signifikansi variabel CSR terhadap kinerja UMKM 0,122 lebih besar 0,05 yang artinya pengaruh CSR terhadap Kinerja UMKM ditolak.. Sedangkan nilai signifikansi kemampuan Inovasi terhadap kinerja UMKM $0,817 > 0,05$. Jadi CSR dan kemampuan inovasi terhadap Kinerja UMKM ditolak.

Uji Sobel

Menurut uji Sobel, hasilnya tidak relevan atau tidak sign. Hal tersebut dapat dilihat pada kolom p-value dari semua pengujian yang menunjukkan lebih besar dari 0,05. Hasil uji secara tidak langsung menunjukkan terdapat pengaruh antara CSR terhadap kinerja UKM dan kemampuan berinovasi sebagai variabel mediasi. Namun menurut uji Sobel tidak ada pengaruhnya, sehingga dapat dikatakan kompetisi inovasi tidak menunjukkan hubungan antara CSR dan kinerja UMKM.

Pengaruh CSR terhadap Kinerja UMKM

Hasil penelitian diketahui bahwa nilai signifikansi CSR terhadap kinerja UMKM adalah 0,024 yang lebih kecil dari 0,05 yang berarti H1 diterima, sehingga CSR berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Oleh karena itu, CSR berpengaruh positif terhadap kinerja UKM. Stoian dan Gilman (2017) dalam (Bahta et al., 2020) berpendapat bahwa UKM meningkatkan pertumbuhan perusahaan dengan menyelaraskan aktivitas CSR dengan strategi kompetitif perusahaan mereka.

Menurut teori Stakeholder (Martinez-Conesa et al., 2017) diharapkan adanya hubungan yang positif antara CSR dengan kinerja perusahaan. Keberhasilan pada sebuah organisasi atau perusahaan pada kapasitas organisasi dalam mengelola hubungan dengan pemangku kepentingannya. Manajemen mempunyai hubungan dengan pemangku kepentingan bisnis yang menjadialat penting untuk menghasilkan nilai yang menjadikan interpretasi. Teori ini merupakan langkah penting dalam memahami kemungkinan hubungan antara CSR dan kinerja. Asumsi dalam teori adalah CSR dapat menjadi alat organisasi yang dapat menghasilkan sumber daya yang efektif yang juga dapat berdampak positif pada kinerja.

Semakin baik implementasi CSR terhadap karyawan pada UMKM dapat menunjukan bahwa perusahaan mampu mempertimbangkan kepentingan dari karyawan dalam hal

pengambilan keputusan.. Berhubungan baik dengan karyawanpun mampu menciptakan lingkungan kerja yang baik sehingga dapat meningkatkan komitmen karyawan. Perusahaan dapat membantu karyawan dalam mencapai target penjualan dengan mendukung karyawan untuk semangat dalam mengikuti pelatihan yang lebih lanjut dan menginformasikan pelanggan tentang penggunaan dan risiko produk, Maka dari itu akan berdampak pada peningkatan kinerja perusahaan. Hal ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Bahta et al., 2020) (Yumei et al., 2021) (Martinez-Conesa et al., 2017) dan (Agyemang & Ansong, 2017) yang menunjukkan adanya pengaruh CSR terhadap Kinerja UMKM.

Pengaruh CSR terhadap Kemampuan Inovasi

Berdasarkan penelitian diatas dapat diketahui nilai signifikansi CSR terhadap Kemampuan Inovasi sebesar 0.000 lebih kecil daripada 0.05 artinya H2 diterima. Jadi CSR berpengaruh positif terhadap Kemampuan Inovasi.

Inovasi diperlukan bagi perusahaan untuk mempertahankan atau meningkatkan daya saing sambil memenuhi berbagai CSR mereka kepada para pemangku kepentingan. Kebutuhan perusahaan untuk menyelaraskan aktivitas CSR dengan strategi perusahaan untuk menciptakan inovasi dan daya saing, terlepas dari ukurannya. Demikian pula, Stoian dan Gilman (2017) dalam (Bahta et al., 2020) pertimbangkan bagaimana menyelaraskan praktik CSR dengan strategi kompetitif UKM dapat meningkatkan pertumbuhan perusahaan. Selain itu, CSR harus diintegrasikan ke dalam model manajemen bisnis karena dapat berguna untuk menjadikan pilihan strategis dan memungkinkan perusahaan untuk menghasilkan aset strategis tak berwujud yang berharga.

Inovasi dalam jalur CSR yang ada di perusahaan, terutama melalui penciptaan nilai. Ada hubungan antara CSR dan kemampuan perusahaan untuk berinovasi, dengan CSR menjadi bagian integral dari strategi perusahaan. (Mendibil et al., 2007) dalam (Bahta et al., 2020). Penelitian ini mengidentifikasi jenis CSR yang disukai oleh inovasi (Bockquet et al., 2013) di (Bahta et al., 2020). Gallego dkk. (2011) (Bahta et al., 2020) menganalisis hubungan antara CSR dan kemampuan berinovasi ini sebagai bukti bahwa tindakan berkelanjutan tidak selalu mengarah pada nilai dan inovasi. Praktik CSR dapat membantu perusahaan mempertahankan karyawan yang berkualitas dan karyawan yang dibutuhkan untuk posisi manajerial dan dapat meningkatkan kemampuan mereka untuk berinovasi (Surroca et al., 2010) di (Bahta et al., 2020).

Apabila implementasi pada sebuah perusahaan atau UMKM dapat semakin baik, maka UMKM akan selalu mendukung karyawan untuk terus mendorong berinovasi dengan

berpartisipasi dalam kegiatan inovasi sehingga ide-ide baru yang datang dari pelanggan, pemasok dll dapat digunakan ke dalam aktifitas pengembangan produk untuk meningkatkan kemampuan inovasi kepara karyawan UMKM. Hal ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Bahta et al., 2020), (Martinez-Conesa et al., 2017) dan (Ratajczak & Szutowski, 2016) yang menunjukkan adanya pengaruh CSR terhadap kemampuan Inovasi.

Pengaruh Kemampuan Inovasi terhadap Kinerja UMKM

Berdasarkan penelitian diketahui bahwa nilai signifikansi kemampuan Inovasi terhadap Kinerja UMKM sebesar 0,101 lebih besar daripada artinya 0,05 H2 ditolak. Jadi Kemampuan Inovasi tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM.

Inovasi merupakan salah satu aktivitas yang sangat penting pada zaman sekarang, hal ini karena inovasi seringkali merupakan jaminan bisnis dalam memperoleh keunggulan, namun sayangnya tidak semua perusahaan menjalankan kemampuan inovasi sehingga tidak menimbulkan pengaruh terhadap kinerja karyawan. Inovasi dalam periode waktu yang singkat dapat menyebabkan kerugian tetapi selama jangka panjang yang mungkin mempercepat untuk efek positif terhadap produksi, pasar dan kinerja keuangan (Rajapathirana & Hui, 2018)

Kemampuan Inovasi tidak mempunyai pengaruh positif terhadap Kinerja UMKM. Kondisi tersebut bisa saja terjadi karena kondisi wilayah pada objek penelitian. Objek yang dilakukan penelitian masih belum memaksimalkan kemampuan inovasinya sehingga tidak meningkatkan kinerja UMKM. Karakteristik subjek yang terlalu sedikit dalam mengambil sampel sehingga belum bisa mengeneralisasikan kinerja UMKM. Hasil penelitian ini tidak relevan dengan penelitian (Bahta et al., 2020) dan (Martinez-Conesa et al., 2017) yang menunjukkan adanya pengaruh Inovasi terhadap Kinerja UMKM.

Kemampuan Inovasi Memediasi Hubungan Antara CSR dengan Kinerja UMKM

Berdasarkan dari penelitian H4 dapat diketahui bahwa besar nilai pengaruh tidak langsung sebesar 0,0475 lebih kecil daripada pengaruh secara langsung yaitu sebesar 0,097 artinya tidak ada pengaruh langsung CSR terhadap Kinerja UMKM sedangkan pengaruh tidak langsung mempunyai pengaruh. antara CSR melalui Kinerja Inovasi terhadap Kinerja UMKM. Berarti kemampuan Inovasi tidak memediasi hubungan antara CSR terhadap Kinerja UMKM atau dengan kata lain Variabel Kemampuan Inovasi bukan sebagai variabel mediasi antara CSR dengan Kinerja UMKM.

Namun, tinjauan literatur akan terungkap ketika Kurangnya pemahaman tentang bagaimana inisiatif CSR dapat meningkatkan kinerja UMKM berdasarkan keterampilan inovasi.(Carnahan et al., 2010) atau perusahaan dengan sumber daya tidak berwujud, termasuk keterampilan inovasi. Dalam literatur CSR, Berbagai upaya inovasi bisnis dipandang sebagai variabel yang membantu menjelaskan hubungan antara aktivitas keuangan secara lebih rinci.(Bahta et al., 2020).

Implementasi CSR pada UMKM atau perusahaan semakin baik maka hal tersebut didukung oleh banyak faktor. Namun kemampuan Inovasi tidak memediasi hubungan CSR dengan kinerja UMKM. Kemungkinan ada variabel lain yang dapat memediasi hubungan CSR dengan kinerja UMKM selain kemampuan inovasi. Hal ini terjadi karena UMKM penjual bunga Kopeng belum banyak yang menerapkan atau melakukan CSR dengan maksimal.

KETERBATASAN PENELITIAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, teridentifikasi beberapa keterbatasan yaitu Penelitian ini menggunakan metode survei melalui kuesioner yang hanya dibagikan kepada UMKM yang menjual bunga kopeng dan menggunakan dana dari CSR dan hasilnya dari studi ini membatasi generalisasi. Dalam penelitian ini penulis menggunakan SPSS 21 dengan tiga variabel, sehingga penelitian ini memiliki banyak kelemahan pada hasil penelitian. Peneliti hanya menggunakan metode pengumpulan angket untuk data dalam penelitian ini, peneliti tidak melakukan metode wawancara secara mendetail dikarenakan keterbatasan waktu responden, sehingga penarikan kesimpulan hanya berdasarkan data yang dikumpulkan melalui penggunaan bahan polling yang umumnya memiliki kelemahan dalam validitas internal.

SIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan CSR berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM penjual bunga Kopeng. CSR berpengaruh positif terhadap kemampuan Inovasi UMKM bunga Kopeng. kemampuan Inovasi tidak berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM bunga Kopeng kemampuan Inovasi tidak memediasi hubungan antara CSR terhadap Kinerja UMKM atau Variabel Kemampuan Inovasi bukan sebagai variabel mediasi antara CSR dengan Kinerja UMKM.

Adapun saran yang diberikan dari hasil penelitian ini adalah Bagi pemilik UMKM dapat meningkatkan tanggung jawab sosial nya atau bisa disebut CSR karena terbukti berpengaruh terhadap kemampuan inovasi dan kinerja UMKM Sehingga kesadaran UMKM mengenai pengaruh CSR mampu membantu dalam memahami pentingnya CSR dalam hal apapun termasuk sebagai pendorong UMKM untuk lebih inovatif dan kompetitif sehingga bisa dijadikan masukan atau pun evaluasi bagi para pemilik UMKM. Kalangan akademisi berharap penelitian CSR tentang kinerja dan kapasitas inovatif UMKM akan memberikan informasi perluasan pengetahuan yang lebih luas. Hasil penelitian ini kemudian dapat digunakan sebagai sumber konferensi. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat ditambahkan sampel atau variabel lain.

Hasil penelitian yang dilakukan, teridentifikasi beberapa keterbatasan yaitu Penelitian ini menggunakan metode survei melalui kuesioner yang hanya dibagikan kepada UMKM yang menjual bunga kopeng dan menggunakan dana dari CSR dan hasilnya dari studi ini membatasi generalisasi. Dalam penelitian ini penulis menggunakan SPSS 21 dengan tiga variabel, sehingga penelitian ini memiliki banyak kelemahan pada hasil penelitian. Hanya metode pengumpulan angket yang digunakan untuk data dalam penelitian ini, peneliti tidak melakukan metode wawancara secara mendetail dikarenakan keterbatasan waktu responden, sehingga penarikan kesimpulan hanya berdasarkan data yang dikumpulkan melalui penggunaan bahan polling. Kantor yang umumnya memiliki kelemahan dalam validitas internal.

DAFTAR PUSTAKA

- Agyemang, O. S., & Ansong, A. (2017). Corporate social responsibility and firm performance of Ghanaian SMEs: Mediating role of access to capital and firm reputation. *Journal of Global Responsibility*, 8(1), 47–62. <https://doi.org/10.1108/JGR-03-2016-0007>
- Akman, G., & Yilmaz, C. (2019). Innovative capability, innovation strategy and market orientation: An empirical analysis in Turkish software industry. *Managing Innovation: What Do We Know About Innovation Success Factors?*, 12(1), 139–181. https://doi.org/10.1142/9781786346520_0007
- Ang, J., Murhadi, W. R., & Ernawati, E. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan dan Earning Management sebagai Variabel Moderasi. *Journal of Entrepreneurship & Business*, 1(1), 11–20. <https://doi.org/10.24123/jerb.v1i1.2820>
- Bahta, D., Yun, J., Islam, M. R., & Ashfaq, M. (2020). Corporate social responsibility, innovation capability and firm performance: evidence from SME. *Social Responsibility Journal*. <https://doi.org/10.1108/SRJ-12-2019-0401>
- Carnahan, S., Agarwal, R., & Campbell, B. (2010). The Effect of Firm Compensation Structures on the Mobility and Entrepreneurship of Extreme Performers. *Business*, 789(October), 1–43. <https://doi.org/10.1002/smj>
- Choirunissa, A., Prayekti, P., & Septyarini, E. (2020). Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Individual dengan Self Efficacy sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(3), 349–360. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v8i3.400>
- Gunawan, B., & Yuanita, R. (2018). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Yang Dimoderasi Oleh Struktur Kepemilikan. *Riset Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 3(1), 58–70. <https://doi.org/10.23917/reaksi.v3i1.5608>
- Hamdani, M. (2017). Dukungan Perusahaan dalam Pengembangan UMKM Berbasis Program Corporate Social Responsibility. *Tangerang Selatan: Universitas Terbuka*, 1.
- Hidayat, M. (2018). Analisis Kinerja Perusahaan Dengan Menggunakan Pendekatan *Balanced Scorecard* Pada Pt. Bosowa Propertindo. 475, 92–112. <https://doi.org/10.31219/osf.io/gdvq4>
- Imron, I. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang. *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, 5(1), 19–28. <https://doi.org/10.31294/ijse.v5i1.5861>
- Lanang, I. P. E. S., Kirya, I. K., & Cipta, I. W. (2014). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kabupaten Bangli. *E-Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha*, 2(1), 11–21.
- Magrivos, S., Apospori, E., Carrigan, M., & Jones, R. (2021). Is CSR the panacea for SMEs? A study of socially responsible SMEs during economic crisis. *European Management Journal*, 39(2), 291–303. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2020.06.002>
- Marcella, J., & Triwacananingrum, W. (2018). Analisis Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dan Kinerja Keuangan Terhadap Firm Value Pada Indeks Saham Lq 45 Yang Terdaftar Di Bei. *Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia*, 16(1). <https://doi.org/10.21831/jpai.v16i1.20172>
- 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>

- Putri, P. A. Y., & Endiana, I. D. M. (2020). Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi Dan Sistem Pengendalian Internal Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Kasus Pada Koperasi Di Kecamatan Payangan). *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 11(2), 179–189. <https://doi.org/10.22225/kr.11.2.1433.179-189>
- Rajapathirana, R. P. J., & Hui, Y. (2018). Relationship between innovation capability, innovation type, and firm performance. *Journal of Innovation and Knowledge*, 3(1), 44–55. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2017.06.002>
- Ratajczak, P., & Szutowski, D. (2016). Exploring the relationship between CSR and innovation. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 7(2), 295–318. <https://doi.org/10.1108/SAMPJ-07-2015-0058>
- Sánchez-Infante Hernández, J. P., Yañez-Araque, B., & Moreno-García, J. (2020). Moderating effect of firm size on the influence of corporate social responsibility in the economic performance of micro-, small- and medium-sized enterprises. *Technological Forecasting and Social Change*, 151(October). <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2019.119774>
- Valdez Juárez, L. E. (2017). Corporate Social Responsibility: Its Effect on SMEs. *Journal of Management and Sustainability*, 7(3), 75. <https://doi.org/10.5539/jms.v7n3p75>
- Wibowo, Wahyu Hidayat, M. (2020). Pengaruh Knowledge Management Terhadap Kinerja Karyawan dan Kinerja Perusahaan Pada Kantor PLN UP3 Tanjungpinang. *Jurnal Manajerial Dan Bisnis*, 3(1), 92–101.
- Yumei, H., Iqbal, W., Nurunnabi, M., Abbas, M., Jingde, W., & Chaudhry, I. S. (2021). Nexus between corporate social responsibility and firm's perceived performance: evidence from SME sector of developing economies. *Environmental Science and Pollution Research*, 28(2), 2132–2145. <https://doi.org/10.1007/s11356-020-10415-w>