

Hubungan antara tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), inovasi, dan kinerja perusahaan pada saat pandemik

Wahyudi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Alauddin, Makassar.

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan antara corporate social responsibility, dan inovasi terhadap kinerja perusahaan pada saat pandemic. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan Degnan menggunakan pendekatan kuantitatif. Lokasi penelitian yang dilakukan di kota makassar, dimana objek penelitian ini adalah para pelaku UMKM. Metode pengumpulan data menggunakan metode sampling aksidental. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala Likert. Variabel penelitian ini adalah corporate social responsibility (X1), inovasi (X2) dan kinerja perusahaan (Y). Hasil penelitian ini menemukan bahwa corporate social responsibility berpengaruh signifikan terhadap inovasi dan kinerja perusahaan. Kemudian inovasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan. Selanjutnya, inovasi mampu memediasi hubungan antara corporate social responsibility dan kinerja perusahaan.

Kata kunci: Corporate social responsibility; inovasi; kinerja perusahaan; UMKM Makassar

The relationship between corporate social responsibility (CSR), innovation, and corporate performance during a pandemic

Abstract

This study was conducted to determine the relationship between corporate social responsibility, and innovation on company performance during a pandemic. This research is a field research using a quantitative approach. The location of the research conducted in the city of Makassar, where the object of this research is the perpetrators of MSMEs. The data collection method used accidental sampling method. The measurement scale used is a Likert scale. The variables of this research are corporate social responsibility (X1), innovation (X2) and company performance (Y). The results of this study found that corporate social responsibility has a significant effect on innovation and company performance. Then innovation has a significant effect on company performance. Furthermore, innovation is able to mediate the relationship between corporate social responsibility and company performance.

Key words: Corporate social responsibility; innovation; company performance; Makassar SMEs

PENDAHULUAN

Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) telah menjadi fokus dari perhatian yang cukup besar dari para sarjana dan manajer dalam beberapa tahun terakhir (Aguilera-Caracuel et al., 2015; Lopatta et al., 2017). Melalui CSR, perusahaan menunjukkan komitmen mereka untuk berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan ekonomi, sosial dan lingkungan.

Sementara itu, tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) telah dianggap sebagai alat yang sangat baik untuk mendukung organisasi menuju keberlanjutan (Hou, et al., 2019; Ait Sidhoum & Serra, 2017). Isu-isu tersebut muncul sebagai topik yang menarik untuk dibahas secara global selama beberapa dekade terakhir, terutama dalam konteks negara berkembang, yang hanya berfokus pada keuntungan ekonomi daripada menyelesaikan masalah lingkungan dan sosial yang ada (Preuss et al., 2016; Raharjo, et al., 2019). Dengan demikian, beberapa penelitian berpusat pada penentuan hubungan antara kinerja bisnis dan kegiatan CSR (Garg, et al., 2016; Guzman et al., 2016; Park et al., 2017; Reverte et al., 2016; Saeidi et al., 2015).

Ada peningkatan tekanan pada perusahaan untuk mengelola dan mengelola penilaian tanggung jawab sosial. Hal ini, pada gilirannya, telah memaksa organisasi untuk mencurahkan waktu dan sumber daya untuk pengukuran tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dan untuk memastikan kepentingan dan harapan bersama para pemangku kepentingan. Penilaian kegiatan CSR dalam skala kecil dan menengah perusahaan (UKM) menunjukkan kurangnya analisis empiris yang diperkaya dan studi kuantitatif. Beberapa peneliti Nazari et al., (2017) telah memusatkan perhatian pada perbedaan aspek CSR dan bahkan membangun fondasi studi awal di bidang penelitian yang muncul ini.

Namun, beberapa studi memberikan bukti empiris dan pengukuran CSR prestasi bagi UKM. Atribut CSR kontemporer yang luas terkait dengan industri UKM memerlukan penilaian substansial untuk mengukur konstruk ini. Selanjutnya, pengembangan dan perumusan empiris kerangka diperlukan karena karakteristik perubahan CSR dari waktu ke waktu. Oleh karena itu, kami melihat peluang penelitian untuk memahami praktik saat ini saat kami menjelaskan dan memprediksi perubahan yang akan dialami di masa depan

Menariknya, dalam literatur manajemen menunjukkan bahwa orientasi tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) adalah kunci untuk merangsang stabilitas jangka panjang, pertumbuhan dan kinerja yang berkelanjutan dalam lingkungan yang dinamis dan berubah (Luo & Bhattacharya, 2009; Prado-Lorenzo et al., 2008; Jalilvand et al., 2017).

Biasanya, perusahaan dapat dikategorikan sebagai kecil, menengah, dan besar berdasarkan ukurannya. Telah diamati bahwa perusahaan besar memiliki hubungan dekat dengan masyarakat dan pemangku kepentingan. Perusahaan menengah dan kecil secara langsung diatur oleh pemilik UKM yang bertanggung jawab untuk membuat keputusan mengenai praktik CSR perusahaan masing-masing (Bear et al., 2010).

Pada dasarnya, di sektor UMKM, pengusaha bertanggung jawab atas pengelolaan dan pelaksanaan kegiatan CSR. Pada tingkat ini, UMKM yang menjadi dasar pendekatan kami untuk menyelidiki apa yang dilakukan perusahaan-perusahaan ini dalam konteks negara Pakistan. Menurut Petersons & King, (2009), praktik CSR di seluruh dunia memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan dan perkembangan perusahaan. Konsep CSR difokuskan pada karyawan, komunitas, masyarakat, dan pemangku kepentingan karena semuanya secara langsung atau tidak langsung dipengaruhi oleh kebijakan perusahaan (Kull et al., 2016). Persinggungan antara praktik CSR dan kinerja keuangan UMKM telah mendapatkan perhatian peneliti. Beberapa hubungan yang dipelajari meliputi bagaimana mendefinisikan dan mengkarakterisasi CSR dan UMKM, pengembangan, motivasi dan keterlibatan, hambatan dalam CSR, dan pertumbuhan sektor UMKM di negara berkembang.

Dalam melakukan ini, kita dapat membangun, dan menambahkan wawasan kontekstual baru ke studi sebelumnya yang mengukur dampak kegiatan CSR pada kinerja perusahaan perusahaan besar di negara maju (Oikonomou et al., 2012). Dengan sedikit perhatian yang diberikan pada sektor UMKM, kami bertujuan untuk mengisi celah di bidang CSR yang mengeksplorasi hubungan kinerja perusahaan dengan potensi untuk menemukan wawasan baru bagi pemerintah dan pengusaha di negara berkembang.

Upaya perusahaan untuk mengembangkan kegiatan CSR telah tumbuh secara signifikan dalam beberapa tahun terakhir (Boccia & Sarnacchiaro, 2018); (Hur et al., 2014), Namun, penelitian telah menunjukkan bahwa pengaruh CSR pada kinerja perusahaan terkadang samar-samar, kontradiktif, dan tidak meyakinkan (Reverte et al., 2016; Marín et al., 2012; Melo & Garrido-Morgado, 2012). Di satu

sisi, beberapa penelitian berpendapat bahwa tidak ada hubungan antara CSR dan kinerja perusahaan (Mahoney & Roberts, 2007: (McWilliams et al., 2006).

Tujuan pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah antara lain: 1) Mewujudkan struktur perekonomian nasional yang seimbang, berkembang dan berkeadilan; 2) Menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah menjadi usaha yang tangguh dan mandiri. 3) Meningkatkan peran Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi dan pengentasan rakyat dari kemiskinan. Kriteria Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Menurut UU Nomor 20 Tahun 2008, kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) digolongkan berdasarkan jumlah aset dan omset yang dimiliki oleh sebuah usaha.

Lebih lanjut, perkembangan UKM Makassar semakin berkembang setiap tahunnya, akan tetapi munculnya pandemik memberikan dampak negatif bagi UKM saat ini. Data menunjukkan kondisi UMKM Makassar sebelum dan selama pandemik.

Tabel 1.
Jumlah UMKM Makassar

Kecamatan	2018	2019
Tallo	45	30
Wajo	25	18
Tamalate	157	144
Mariso	517	365
Mamajang	81	70
Tamalanrea	25	20
Bontoala	381	155
Panakuk kang	176	121
Ujung Pandang	354	165
Makassar	149	81
Manggala	312	123
Ujung Tanah	8	7
Rappocini	385	296
Biringkanaya	63	56
Sangkarrang	5	3
Jumlah	2683	1654

Dari tabel tersebut menunjukkan adanya penurunan jumlah UMKM makassar saat ini secara signifikan, dalam hal ini semakin memperburuk kondisi perekonomian Makassar. Oleh karena itu, dianggap perlu untuk mengukur penerapan Corporate Social Responsibility (CSR), Inovasi, dan Kinerja Perusahaan pada UMKM di Makassar.

METODE

Penelitian eksplanatori ialah suatu studi yang dilakukan untuk menggambarkan hubungan antar variabel melalui uji hipotesis. Hair et al., (2019) menjelaskan bahwa penelitian eksplanatori berkaitan dengan hubungan sebab akibat antar variabel melalui pengujian hipotesis. Pengumpulan data yang digunakan dalam hal ini menggunakan pendekatan kuantitatif, analisis data, dan interpretasi berdasarkan hasil analisis data secara statistik maupun numerik (Sekaran & Bougie, 2011).

Hair et al., (2019) menyatakan bahwa jumlah sampel tidak bisa dianalisis faktor jika jumlahnya kurang dari 50, sampel harus berjumlah 100 atau lebih Sebagai aturan umum, jumlah sampel minimal adalah setidaknya 5 kali dan akan lebih diterima apabila jumlah sampelnya 10 kali dari jumlah variabel yang akan diteliti dan dianalisis, sehingga sampelnya berjumlah 23 indikator dikali 7 sebanyak 161 responden.

Data dianalisis menggunakan Smart PLS 3 (Richter et al., 2016). Selanjutnya, penelitian kami bersifat eksplanatori; oleh karena itu, PLS SEM paling cocok untuk penelitian ini (Markovic et al., 2017). Pengukuran item dari Corporate social responsibility bersumber dari (Popa et al., 2017; (Guerrero-Villegas et al., 2018). Sementara itu, untuk pengukuran item dari inovasi dari (Akman & Yilmaz, 2008), kemudian kinerja perusahaan (Rettab et al., 2009; Fombrun et al., 2000).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Indikator reliabilitas dapat dilihat dari nilai factor loading (outer loadings). Factor loading merupakan korelasi antara indikator dengan konstruk. Semakin tinggi korelasinya, menunjukkan tingkat validitas yang lebih baik. Nilai factor loading diatas 0,7 dapat dikatakan ideal, artinya bahwa indikator tersebut dapat dikatakan valid sebagai indikator yang mengukur konstruk. Dapat dilihat pada Tabel 2 dan 3 hasil nilai outer loadings.

Tabel 2.
Hasil Outer Loadings

Variabel	Item	Outer Loadings	Keterangan
CSR	x1.1	0.753	Tetap
	x1.2	0.847	Tetap
	x1.3	0.864	Tetap
	x1.4	0.725	Tetap
	x1.5	0.603	Hapus
	x1.6	0.670	Hapus
	x1.7	0.752	Tetap
	x1.8	0.845	Tetap
	x1.9	0.879	Tetap
	x1.10	0.745	Tetap
	x1.11	0.879	Tetap
Inovasi	x2.1	0.806	Tetap
	x2.2	0.788	Tetap
	x2.3	0.763	Tetap
	x2.4	0.827	Tetap
Kinerja	x3.1	0.835	Tetap
	x3.2	0.747	Tetap
	x3.3	0.649	Hapus
	x3.4	0.711	Tetap
	x3.5	0.750	Tetap
	x3.6	0.825	Tetap

Berdasarkan Tabel tersebut bahwa indikator X1.5, X1.6, dan X3.3 memiliki nilai outer loadings kurang dari 0,70 maka indikator tersebut harus dihapus dari model. Setelah indikator dihapus, kemudian di calculate ulang pada SmartPLS 3.0. Setelah di calculate ulang, sudah tidak terdapat indikator yang memiliki nilai kurang dari 0,70. Berikut hasil setelah dilakukan calculate ulang.

Tabel 3.
Perbaikan Hasil Outer Loadings

Variabel	Item	Outer Loadings	Keterangan
CSR	x1.1	0.760	Tetap
	x1.2	0.868	Tetap
	x1.3	0.869	Tetap
	x1.4	0.712	Tetap
	x1.7	0.760	Tetap
	x1.8	0.866	Tetap
	x1.9	0.886	Tetap
	x1.10	0.728	Tetap
	x1.11	0.886	Tetap
Inovasi	x2.1	0.805	Tetap
	x2.2	0.783	Tetap
	x2.3	0.764	Tetap
	x2.4	0.830	Tetap
Kinerja	x3.1	0.838	Tetap
	x3.2	0.768	Tetap
	x3.4	0.732	Tetap
	x3.5	0.754	Tetap
	x3.6	0.825	Tetap

Uji Reliabilitas konstruk yang diukur dengan 2 kriteria yaitu : Cronbach's Alpha dan Composite Reliability. Nilai ini mencerminkan reliabilitas semua indikator dalam model. Setiap variabel laten harus dapat menjelaskan varian indikator masing-masing setidaknya sebesar 50% (Solihin & Ratmono, 2013). Menurut Sofyan Yamin & Heri Kurniawan (2011) bahwa bila Cronbach Alpha kurang dari 0,70 tetapi nilai composite reliability lebih besar dari 0,70 maka tetap dikatakan reliable.

Tabel 4.
Hasil Reabilitas Konstruk

Variabel	Composite Reliabilities	Cronbach Alpha	Keterangan
CSR	0.874	0.807	Reliabel
Inovasi	0.948	0.937	Reliabel
kinerja	0.889	0.843	Reliabel

Nilai AVE lebih dari 0,50 merupakan convergent validity yang baik (Yamin & Kurniawan, 2011). Berdasarkan Tabel AVE bahwa semua variabel laten lebih dari 0,50. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel laten tersebut memiliki convergent validity yang baik.

Tabel 5.

Hasil nilai AVE	
Variabel	AVE
CSR	0.634
INOVASI	0.669
KINERJA	0.615

Uji validitas diskriminan adalah suatu tahap yang dilakukan untuk mengetahui apakah variabel-variabel atau indikator dalam penelitian yang kita lakukan memiliki nilai yang unik dan hanya terkait dengan variabel atau indikatornya sendiri dan bukannya dari variabel atau indikator-indikator di luar yang diharapkan atau direpresentasikan.

Tabel 6.

Fornell Larcker Criterion			
	CSR	INOVASI	KINERJA
CSR	0.818		
INOVASI	0.796	0.950	
KINERJA	0.784	0.972	0.980

Evaluasi Model Struktural (Inner Model) Evaluasi model struktural (inner model) dilakukan dengan melihat nilai koefisien determinasi (R-square) terhadap variabel eksogen yang diteliti. Nilai R square mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi dari variabel dependen. R-Square menjelaskan seberapa jauh data dependen dapat dijelaskan oleh data indepenen. Menurut Chin (1998), nilai R-Square memiliki tiga klasifikasi yaitu nilai R-Square 0.67,0.33, dan 0.19 sebagai substansial, moderat, dan lemah.

Tabel 7.

Hasil Uji Evaluasi Model Struktural (Inner Model)		
Variabel	R-Square	Keterangan
CSR	0.903	Moderat
KINERJA	0.978	Moderat

Berdasarkan dari nilai R square variabel keputusan pembelian (Y1) dan kepuasan konsumen (Y2) maka dapat ditentukan nilai Q2 predictive relevance sebagai berikut:

Tabel 8.

Goodness of Fit	
Variable	R2
INOVASI	0.903
KINERJA	0.978
Q2 = 1- (1 - R12) (1- R22)	
1 - (1- 0.903) (1- 0.978) = 0.99	

Hasil dari perhitungan nilai Q2 adalah sebesar 0.99, artinya nilai observasi yang dihasilkan oleh model struktural memiliki relevansi prediksi yang layak digunakan dalam penelitian. Menurut Haryono (2015), pengujian lain dalam pengukuran struktural adalah Q2 predictive relevance yang berfungsi untuk memvalidasi model pengukuran ini cocok jika variabel laten endogen memiliki model pengukuran reflektif. Hasil Q2 predictive relevance dikatakan baik jika nilainya > 0 yang menunjukkan variabel laten eksogen baik (sesuai) sebagai variabel penjelas yang mampu memprediksi variabel endogennya. Besaran Q2 memiliki nilai dengan rentang $0 < Q2 < 1$, dimana semakin mendekati 1 berarti model semakin baik.

Uji hipotesis bertujuan untuk mengetahui hubungan parsial antara variabel eksogen (X) terhadap variabel endogen (Y). Pengujian hipotesis dapat dilihat dari t-hitung pada path coefficients di masing-masing path yang telah dilakukan bootstrapping. Hipotesis dikatakan signifikan apabila nilai t-hitung $>$ t-tabel. Hasil uji hipotesis dapat dilihat pada Tabel 9.

Table 9.
Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Hubungan	Original Sample (O)	t Statistics (O/STERR)	Keterangan
H1	Csr -> Inovasi	0.950	93.392	Signifikan
H2	Csr -> Kinerja	0.579	12.534	Signifikan
H3	Inovasi -> Kinerja	0.423	8.706	Signifikan
H4	Csr -> Kinerja -> Inovasi	0.402	8.520	Signifikan

Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Inovasi

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dipaparkan sebelumnya menjelaskan bahwa variabel Corporate Social Responsibility dapat digunakan untuk memprediksi variabel inovasi sehingga hipotesis dalam penelitian ini diterima.

Dalam hal ini, usaha UKM yang ada di Makassar memanfaatkan teknologi dan meningkatkan pengetahuan sebagai bagian dari CSR dimana berguna sebagai strategi perusahaan untuk bersaing dalam dunia bisnis ditengah pandemi covid-19 Menurut Surroca et al., (2010) CSR sebagai saluran untuk memperoleh informasi, pengetahuan, dan sumber daya keuangan dari lingkungan eksternal yang dapat digunakan untuk investasi internal pada berbagai tahap inovasi. Didukung pula oleh Rexhepi et al., (2013) CSR dan inovasi adalah dasar dari kompetensi bisnis.

Lebih lanjut, Porter & Kramer, (2006) secara eksplisit berpendapat bahwa perusahaan yang menghubungkan CSR dan inovasi menciptakan efek sinergis dan menghasilkan inovasi dan pertumbuhan yang lebih besar.

Dalam tambahannya, UKM Makassar yang telah menerapkan CSR akan mampu mempertahankan karyawan yang memiliki kualitas kerja yang baik demi meningkatkan inovasi usaha yang mana sangat dibutuhkan ditengah badai Covid-19. Seperti yang dikemukakan oleh Donate & Guadamillas, (2011), dan Surroca & Josep, (2010) mengadopsi praktik CSR dapat membantu perusahaan untuk mempertahankan karyawan mereka yang paling berkualitas, yang diperlukan untuk mempertahankan posisi kepemimpinan dan meningkatkan kapasitas inovatif.

Begitu pula diperkuat oleh penelitian terdahulu yang menunjukkan adanya hubungan kuat antara CSR dan inovasi (Ji & Miao, 2020; Ruggiero & Cupertino, 2018; (Bocquet et al., 2017; Ratajczak & Szutowski, 2016).

Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dipaparkan sebelumnya menjelaskan bahwa variabel Corporate Social Responsibility memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan, sehingga hipotesis dalam penelitian ini diterima.

UKM termotivasi untuk melakukan kegiatan CSR ketika mereka merasakan manfaat dan nilai bisnis bagi perusahaan. Tanggung jawab lingkungan juga dapat menghasilkan kinerja keuangan yang lebih baik dalam bentuk pengurangan biaya (DiSegni, et al., 2015). CSR yang berorientasi lingkungan dan berorientasi ekonomi memengaruhi kinerja perusahaan, sehingga CSR yang berorientasi sosial memiliki efek kinerja yang paling kuat, sementara yang berorientasi ekonomi memiliki efek kinerja yang paling sedikit. dengan inisiatif berorientasi lingkungan yang berada di antara dua dimensi.

Membahas temuan kami dalam kaitannya dengan literatur, pertama-tama harus dinyatakan bahwa hasil meta-analitik mengkonfirmasi studi yang menemukan hubungan positif dan signifikan antara CSR

dan kinerja UKM (Ikram et al., 2020; Herrera Madueño et al., 2016; Saeidi et al., 2015; Janggu et al., 2014; Eccles & Serafeim, 2013). Juga, perlu disebutkan bahwa CSR berorientasi ekonomi memiliki kinerja dampak terkuat dibandingkan dengan dimensi lain (Torugsa et al., 2013). Selanjutnya, (Torugsa et al., 2013) Choongo, et al., (2017) bahwa CSR berorientasi lingkungan meningkatkan kinerja keuangan dan non-keuangan.

CSR berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan (Chen & Wang, 2011; Michelon et al., 2013; Weber, 2017). Demikian pula, Michelon et al., (2013) mengemukakan bahwa perusahaan dapat mencapai kinerja perusahaan yang lebih tinggi jika mereka mengejar inisiatif CSR yang terkait dengan preferensi pemangku kepentingan mereka dan secara strategis mengalokasikan sumber daya untuk CSR untuk memenuhi harapan pemangku kepentingan

Pengaruh Inovasi terhadap kinerja perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dipaparkan sebelumnya menjelaskan bahwa variabel inovasi memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan, sehingga hipotesis dalam penelitian ini diterima.

UKM Makassar memiliki kemampuan inovasi yang kuat sehingga mampu mendapatkan keunggulan kompetitif terhadap pesaing ditengah kencangnya serangan covid-19, sehingga hal ini memungkinkan mereka untuk mencapai kinerja yang unggul. Dalam tambahannya, UKM umumnya menghadapi kelangkaan sumber daya yang cukup besar (Terziovski, 2010), mereka sering menjadi inovator yang sukses (Rosenbusch et al., 2011; Verhees & Meulenbergh, 2004). Hal ini karena UKM kecil dan gesit, sehingga memungkinkan mereka untuk fleksibel dan dapat memperkenalkan produk baru dengan cepat ke pasar untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang terus berubah.

Bukhamsin, (2015) menunjukkan bahwa dua aspek penting dari kapabilitas inovasi, proses inovasi, dan manajemen kepemimpinan, secara langsung dan positif terkait dengan kinerja keuangan dan operasional. Peneliti lain memiliki menemukan hubungan positif yang kuat antara inovasi perusahaan dan kinerja perusahaan (Low et al., 2007; Calantone et al., 2002).

Lebh lanjut, UKM Makassar terus melakukan inovasi melalui proses yang saling terkait yang dimiliki perusahaan untuk memfasilitasi dan mengimplementasikan pengembangan, evolusi, dan pelaksanaan inovasi produk yang sukses. Rosenbusch et al., (2011) mengatakan bahwa UKM dengan kemampuan inovasi yang kuat akan memperoleh keunggulan kompetitif terhadap persaingan.

Pengaruh CSR dan kinerja dimediasi oleh inovasi

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dipaparkan sebelumnya menjelaskan bahwa variabel CSR memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan melalui variabel inovasi. sehingga hipotesis dalam penelitian ini diterima.

Secara khusus, analisis menunjukkan bahwa peran inovasi, meskipun parsial, penting dalam hal mediasi antara csr dan kinerja perusahaan. Kegiatan inovasi dapat dianggap sebagai upaya manajemen strategis yang diarahkan untuk mengkatalisasi sumber daya perusahaan untuk mencapai nilai bersama yang berkelanjutan yang lebih tinggi, mengaktifkan dan mempertahankan siklus yang baik antara csr dan kinerja. (Zhang et al., 2016).

Hasil ini juga diperkuat oleh Surroca & Josep, (2010) menunjukkan bahwa sumber daya tidak berwujud, termasuk inovasi, merupakan mata rantai yang hilang untuk menjelaskan hubungan antara CSR dan kinerja keuangan. Oleh karena itu, inovasi menjadi penguat bagi para UKM Makassar ditengah pandemic covid-19 untuk terus bertahan dan terus eksis demi tercapainya kinerja perusahaan. Diperkuat pula oleh para peneliti terdahulu yang mengatakan bahwa inovasi adalah cara di mana perusahaan yang bertanggung jawab sosial dapat meningkatkan kinerja mereka (Ruggiero & Cupertino, 2018; Bocquet & Mothe, 2015; Blanco et al., 2013; Surroca & Josep, 2010).

SIMPULAN

Berdasarkan hasil dari analisis data menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi. Ketika penerapan csr diterapkan dengan baik maka akan semakin bagus inovasi yang dilakukan oleh UKM Makassar.

Berdasarkan hasil dari analisis data menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Hal ini menyiratkan bahwa CSR memengaruhi konsistensi kinerja perusahaan.

Berdasarkan hasil dari analisis data menunjukkan bahwa inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Hal ini berarti bahwa UKM yang melakukan inovasi akan memberikan dampak positif terhadap kinerja perusahaan.

Berdasarkan hasil dari analisis data menunjukkan bahwa inovasi memiliki peran mediasi antara CSR dan kinerja perusahaan. Bermakna bahwa inovasi yang dilakukan perusahaan memperkuat penerapan CSR sehingga secara otomatis akan meningkatkan kinerja perusahaan

DAFTAR PUSTAKA

- Aguilera-Caracuel, J., Guerrero-Villegas, J., Vidal-Salazar, M. D., & Delgado-Márquez, B. L. (2015). International Cultural Diversification and Corporate Social Performance in Multinational Enterprises: The Role of Slack Financial Resources. *Management International Review*, 55(3), 323–353. <https://doi.org/10.1007/s11575-014-0225-4>
- Ait Sidhoum, A., & Serra, T. (2017). Corporate social responsibility and dimensions of performance: An application to U.S. electric utilities. *Utilities Policy*, 48, 1–11. <https://doi.org/10.1016/j.jup.2017.06.011>
- Akman, G., & Yilmaz, C. (2008). Innovative capability, innovation strategy and market orientation: An empirical analysis in Turkish software industry. *International Journal of Innovation Management*, 12(1), 69–111. <https://doi.org/10.1142/S1363919608001923>
- Bear, S., Rahman, N., & Post, C. (2010). The Impact of Board Diversity and Gender Composition on Corporate Social Responsibility and Firm Reputation. *Journal of Business Ethics*, 97(2), 207–221. <https://doi.org/10.1007/s10551-010-0505-2>
- Blanco, B., Guillamón-Saorín, E., & Guiral, A. (2013). Do Non-socially Responsible Companies Achieve Legitimacy Through Socially Responsible Actions? The Mediating Effect of Innovation. *Journal of Business Ethics*, 117(1), 67–83. <https://doi.org/10.1007/s10551-012-1503-3>
- Boccia, F., & Sarnacchiaro, P. (2018). The Impact of Corporate Social Responsibility on Consumer Preference: A Structural Equation Analysis. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25(2), 151–163. <https://doi.org/10.1002/csr.1446>
- Bocquet, R., Le Bas, C., Mothe, C., & Poussing, N. (2017). CSR, Innovation, and Firm Performance in Sluggish Growth Contexts: A Firm-Level Empirical Analysis. *Journal of Business Ethics*, 146(1), 241–254. <https://doi.org/10.1007/s10551-015-2959-8>
- Bocquet, R., & Mothe, C. (2015). Can a governance structure foster cluster ambidexterity through knowledge management? An empirical study of two French SME clusters. *Knowledge Management Research and Practice*, 13(3), 329–343. <https://doi.org/10.1057/kmrp.2013.53>
- Bukhamsin, M. (2015). Investigating the Relationship between Organizational Innovation Capability and Firm Performance with Irish SMEs. 89. <http://arrow.dit.ie/scschcomdis/61/>
- Calantone, R. J., Cavusgil, S. T., & Zhao, Y. (2002). Learning orientation, firm innovation capability, and firm performance. *Industrial Marketing Management*, 31(6), 515–524. [https://doi.org/10.1016/S0019-8501\(01\)00203-6](https://doi.org/10.1016/S0019-8501(01)00203-6)
- Chen, H., & Wang, X. (2011). Corporate social responsibility and corporate financial performance in China: An empirical research from Chinese firms. *Corporate Governance*, 11(4), 361–370. <https://doi.org/10.1108/14720701111159217>
- Choongo, P. (2017). A longitudinal study of the impact of corporate social responsibility on firm performance in SMEs in Zambia. *Sustainability (Switzerland)*, 9(8). <https://doi.org/10.3390/su9081300>
- DiSegni, D. M. (2015). Corporate Social Responsibility, Environmental Leadership, and Financial Performance. *Social Responsibility Journal*, 11(1), 1–32. <https://doi.org/10.3390/ijfs8040076>
- Donate, M. J., & Guadamillas, F. (2011). Organizational factors to support knowledge management and innovation. *Journal of Knowledge Management*, 15(6), 890–914. <https://doi.org/10.1108/13673271111179271>

- Eccles, R. G., & Serafeim, G. (2013). A Tale of Two Stories: Sustainability and the Quarterly Earnings Call. *Journal of Applied Corporate Finance*, 25(3), 8–19. <https://doi.org/10.1111/jacf.12023>
- Fombrun, C. J., Gardberg, N. A., & Sever, J. M. (2000). The Reputation QuotientSM: A multi-stakeholder measure of corporate reputation. *Journal of Brand Management*, 7(4), 241–255. <https://doi.org/10.1057/bm.2000.10>
- Garg, P. (2016). CSR and corporate performance: evidence from India. *Decision*, 43(4), 333–349. <https://doi.org/10.1007/s40622-016-0131-7>
- Guerrero-Villegas, J., Sierra-García, L., & Palacios-Florencio, B. (2018). The role of sustainable development and innovation on firm performance. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25(6), 1350–1362. <https://doi.org/10.1002/csr.1644>
- Guzman, G. M., Castro, S. Y. P., & Torres, G. C. L. (2016). Corporate Social Responsibility and Business Performance: The Role of Mexican SMEs. *International Journal of Asian Social Science*, 6(10), 568–579. <https://doi.org/10.18488/journal.1/2016.6.10/1.10.568.579>
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Herrera Madueño, J., Larrán Jorge, M., Martínez Conesa, I., & Martínez-Martínez, D. (2016). Relationship between corporate social responsibility and competitive performance in Spanish SMEs: Empirical evidence from a stakeholders' perspective. *BRQ Business Research Quarterly*, 19(1), 55–72. <https://doi.org/10.1016/j.brq.2015.06.002>
- Hou, T. C. T. (2019). The relationship between corporate social responsibility and sustainable financial performance: firm-level evidence from Taiwan. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 26(1), 19–28. <https://doi.org/10.1002/csr.1647>
- Hur, W. M., Kim, H., & Woo, J. (2014). How CSR Leads to Corporate Brand Equity: Mediating Mechanisms of Corporate Brand Credibility and Reputation. *Journal of Business Ethics*, 125(1), 75–86. <https://doi.org/10.1007/s10551-013-1910-0>
- Ikram, M., Sroufe, R., Mohsin, M., Solangi, Y. A., Shah, S. Z. A., & Shahzad, F. (2020). Does CSR influence firm performance? A longitudinal study of SME sectors of Pakistan. *Journal of Global Responsibility*, 11(1), 27–53. <https://doi.org/10.1108/JGR-12-2018-0088>
- Jalilvand, M. R., Nasrolahi Vosta, L., Kazemi Mahyari, H., & Khazaei Pool, J. (2017). Social responsibility influence on customer trust in hotels: mediating effects of reputation and word-of-mouth. *Tourism Review*, 72(1), 1–14. <https://doi.org/10.1108/TR-09-2016-0037>
- Janggu, T., Darus, F., Zain, M. M., & Sawani, Y. (2014). Does Good Corporate Governance Lead to Better Sustainability Reporting? An Analysis Using Structural Equation Modeling. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 145, 138–145. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.06.020>
- Ji, H., & Miao, Z. (2020). Corporate social responsibility and collaborative innovation: The role of government support. *Journal of Cleaner Production*, 260, 121028. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.121028>
- Kull, A. J., Mena, J. A., & Korschun, D. (2016). A resource-based view of stakeholder marketing. *Journal of Business Research*, 69(12), 5553–5560. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.03.063>
- Lopatta, K., Jaeschke, R., & Chen, C. (2017). Stakeholder Engagement and Corporate Social Responsibility (CSR) Performance: International Evidence. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 24(3), 199–209. <https://doi.org/10.1002/csr.1398>
- Low, D. R., Chapman, R. L., & Sloan, T. R. (2007). Inter-relationships between innovation and market orientation in SMEs. *Management Research News*, 30(12), 878–891. <https://doi.org/10.1108/01409170710833321>

- Luo, X., & Bhattacharya, C. B. (2009). The debate over doing good: Corporate social performance, strategic marketing levers, and firm-Idiosyncratic risk. *Journal of Marketing*, 73(6), 198–213. <https://doi.org/10.1509/jmkg.73.6.198>
- Mahoney, L., & Roberts, R. W. (2007). Corporate social performance, financial performance and institutional ownership in Canadian firms. *Accounting Forum*, 31(3), 233–253. <https://doi.org/10.1016/j.accfor.2007.05.001>
- Marín, L., Rubio, A., & de Maya, S. R. (2012). Competitiveness as a Strategic Outcome of Corporate Social Responsibility. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 19(6), 364–376. <https://doi.org/10.1002/csr.1288>
- Markovic, M. R., Farooq, M. S., & Vujicic, S. (2017). IMPACT OF BUSINESS SIMULATION GAMES ON ENTREPRENEURIAL INTENTIONS OF BUSINESS GRADUATES: A PLS-SEM APPROACH. 151–151.
- 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.
- Melo, T., & Garrido-Morgado, A. (2012). Corporate Reputation: A Combination of Social Responsibility and Industry. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 19(1), 11–31. <https://doi.org/10.1002/csr.260>
- Michelon, G., Boesso, G., & Kumar, K. (2013). Examining the Link between Strategic Corporate Social Responsibility and Company Performance: An Analysis of the Best Corporate Citizens. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 20(2), 81–94. <https://doi.org/10.1002/csr.1278>
- Nazari, J. A., Hrazdil, K., & Mahmoudian, F. (2017). Assessing social and environmental performance through narrative complexity in CSR reports. *Journal of Contemporary Accounting and Economics*, 13(2), 166–178. <https://doi.org/10.1016/j.jcae.2017.05.002>
- Oikonomou, I., Brooks, C., & Pavelin, S. (2012). The Impact of Corporate Social Performance on Financial Risk and Utility: A Longitudinal Analysis. *Financial Management*, 41(2), 483–515. <https://doi.org/10.1111/j.1755-053X.2012.01190.x>
- Park, E., Kim, K. J., & Kwon, S. J. (2017). Corporate social responsibility as a determinant of consumer loyalty: An examination of ethical standard, satisfaction, and trust. *Journal of Business Research*, 76, 8–13. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.02.017>
- Petersons, A., & King, G. J. (2009). Corporate social responsibility in Latvia: A benchmark study. *Baltic Journal of Management*, 4(1), 106–118. <https://doi.org/10.1108/17465260910930485>
- Popa, S., Soto-Acosta, P., & Martinez-Conesa, I. (2017). Antecedents, moderators, and outcomes of innovation climate and open innovation: An empirical study in SMEs. *Technological Forecasting and Social Change*, 118, 134–142. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2017.02.014>
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2006). Porter Business Case for CSR. *Harvard Business Review*, 84(12), 78–92. www.fsg-impact.org
- Prado-Lorenzo, J. M., Gallego-Álvarez, I., García-Sánchez, I. M., & Rodríguez-Domínguez, L. (2008). Social responsibility in Spain. Practices and motivations in firms. *Management Decision*, 46(8), 1247–1271. <https://doi.org/10.1108/00251740810901417>
- Preuss, L., Barkemeyer, R., & Glavas, A. (2016). Corporate Social Responsibility in Developing Country Multinationals: Identifying Company and Country-Level Influences. *Business Ethics Quarterly*, 26(3), 347–378. <https://doi.org/10.1017/beq.2016.42>
- Raharjo, K. (2019). The role of green management in creating sustainability performance on the small and medium enterprises. *Management of Environmental Quality: An International Journal*, 30(3), 557–577. <https://doi.org/10.1108/MEQ-03-2018-0053>

- 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>
- Rettab, B., Brik, A. Ben, & Mellahi, K. (2009). A study of management perceptions of the impact of corporate social responsibility on organisational performance in emerging economies: The case of Dubai. *Journal of Business Ethics*, 89(3), 371–390. <https://doi.org/10.1007/s10551-008-0005-9>
- Reverte, C., Gómez-Melero, E., & Cegarra-Navarro, J. G. (2016). The influence of corporate social responsibility practices on organizational performance: Evidence from Eco-Responsible Spanish firms. *Journal of Cleaner Production*, 112, 2870–2884. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2015.09.128>
- Rexhepi, G., Kurtishi, S., & Bexheti, G. (2013). Corporate Social Responsibility (CSR) and Innovation—The Drivers of Business Growth? *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 75, 532–541. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.04.058>
- Richter, N. F., Cepeda, G., Roldán, J. L., & Ringle, C. M. (2016). European management research using partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). *European Management Journal*, 34(6), 589–597. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2016.08.001>
- Rosenbusch, N., Brinckmann, J., & Bausch, A. (2011). Is innovation always beneficial? A meta-analysis of the relationship between innovation and performance in SMEs. *Journal of Business Venturing*, 26(4), 441–457. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2009.12.002>
- Ruggiero, P., & Cupertino, S. (2018). CSR strategic approach, financial resources and corporate social performance: The mediating effect of innovation. *Sustainability (Switzerland)*, 10(10). <https://doi.org/10.3390/su10103611>
- Saeidi, S. P., Sofian, S., Saeidi, P., Saeidi, S. P., & Saeidi, S. A. (2015). How does corporate social responsibility contribute to firm financial performance? The mediating role of competitive advantage, reputation, and customer satisfaction. *Journal of Business Research*, 68(2), 341–350. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2014.06.024>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2011). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*, 6th Edition.
- SURROCA, J., & JOSEP A. TRIB ´O, and S. W. (2010). CORPORATE RESPONSIBILITY AND FINANCIAL PERFORMANCE: THE ROLE OF INTANGIBLE RESOURCES. *Business*, 920(October), 1–43. <https://doi.org/10.1002/smj>
- Terziovski, M. (2010). Innovation-based Differentiators of High Performing Small to Medium Enterprises (SMEs): A Resource-based View. *Strategic Management Journal*, 31(8), 892–902. https://espace.curtin.edu.au/bitstream/handle/20.500.11937/14395/197010_197010.pdf?isAllowed=y&sequence=2
- Torugsa, N. A., O'Donohue, W., & Hecker, R. (2013). Proactive CSR: An Empirical Analysis of the Role of its Economic, Social and Environmental Dimensions on the Association between Capabilities and Performance. *Journal of Business Ethics*, 115(2), 383–402. <https://doi.org/10.1007/s10551-012-1405-4>
- Verhees, F. J. H. M., & Meulenbergh, M. T. G. (2004). Market Orientation, Innovativeness, Product Innovation, and Performance in Small Firms. *Journal of Small Business Management*, 42(2), 134–154.
- Weber, O. (2017). Corporate sustainability and financial performance of Chinese banks. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 8(3), 358–385. <https://doi.org/10.1108/SAMPJ-09-2016-0066>

Zhang, K., Su, J., Xiong, X., Wu, X., Wu, C., & Liu, J. (2016). Microplastic pollution of lakeshore sediments from remote lakes in Tibet plateau, China. *Environmental Pollution*, 219, 450–455. <https://doi.org/10.1016/j.envpol.2016.05.048>