

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Inovasi UMKM Di Kecamatan Alok Timur

Maria Kristina Liu Wea,¹ Wilhelmina Mitan,² Pipit Niken Aurelia³

^{1,2,3} Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nusa Nipa

Jl. Kesehatan No.3, Beru, Kec. Alok Timur Kabupaten Sikka, Nusa Tenggara Timur 86094

Email: Liuwea7@gmail.com,¹ w.mitan@yahoo.com,² pipitniken81@gmail.com³

Abstract This research aims to determine the influence of corporate social responsibility on the innovation performance of MSMEs in East Alok District. The method used in this research is a quantitative method. The population in this study were MSME actors in the Alok Timur District with a total of 1,548 MSME actors. The sampling technique used simple random sampling technique with a total sample of 94 respondents. In this study the types of data used are primary data and secondary data. The data collection procedure uses a questionnaire that is measured by a Likert scale. The data analysis technique used in this research uses a simple linear analysis method with descriptive statistical tests, data quality tests, classical assumption tests, and hypothesis tests. The research results show that partially corporate social responsibility has a positive effect on the innovation performance of MSMEs in East Alok District.

Keywords: Corporate Social Responsibility and Innovation Performance of SMEs

Abstrak Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *corporate social responsibility* terhadap kinerja inovasi UMKM di Kecamatan Alok Timur. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM yang terdapat di wilayah Kecamatan Alok Timur dengan jumlah 1.548 pelaku UMKM. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan teknik *simple random sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 94 responden. Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Prosedur pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner yang diukur dengan *skala likert*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode analisis linear sederhana dengan uji statistik deskriptif, uji kualitas data, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap kinerja inovasi UMKM di Kecamatan Alok Timur.

Kata Kunci: Corporate Social Responsibility Dan Kinerja Inovasi UMKM

PENDAHULUAN

Pada saat ini perusahaan ditekankan untuk terlibat dalam kegiatan *corporate social responsibility*. *Corporate social responsibility* sebagai salah satu strategi perusahaan untuk meningkatkan citra perusahaan yang akan turut mempengaruhi kinerja perusahaan tersebut (Gantino, 2016) ini adalah mengapa banyak perusahaan menerapkan *corporate social responsibility*. Di Indonesia, praktik *corporate social responsibility* semakin menguat terutama setelah diberlakukannya Undang – Undang Nomor 40 pasal 74 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (PT) pasal 1 point 3 yang menyebutkan bahwa PT yang menjalankan usaha dibidang dan atau / yang bersangkutan dengan sumber daya alam wajib menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan. *Corporate social responsibility* merupakan salah satu kewajiban yang harus dilakukan oleh perusahaan dan perseroan terbatas.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peranan yang sangat strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. Pertumbuhan usaha mikro kecil dan menengah telah menempatkan beberapa warna dalam perkembangan ekonomi nasional yang telah diwujudkan kedalam berbagai jenis usaha seperti kuliner, fashion, toko kelontong, kerajinan tangan, dan laundry. Dengan perkembangan teknologi saat ini kesadaran masyarakat terhadap kepedulian lingkungan membuat banyak pihak kini memperhatikan akan makna atau kualitas produk yang digunakan. UMKM harus bisa memanfaatkan *corporate social responsibility* untuk mendapatkan keunggulan kompetitif karena *corporate social responsibility* memberikan kontribusi dalam pertumbuhan perusahaan dan menjamin keberlangsungan UMKM dalam meningkatkan kinerja UMKM.

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

Inovasi merupakan sebuah gagasan yang akan membuat suatu perusahaan atau usaha dapat bertahan menghadapi pangsa pasar, tekanan ekonomi, dan tren masa kini. Inovasi dalam UMKM yang berdasarkan pada *corporate social responsibility* akan membantu pelaku UMKM dalam menjalankan bisnisnya, Hubungan *corporate social responsibility* dengan kinerja inovasi adalah adanya peningkatan yang signifikan terhadap kinerja perusahaan ketika sebuah perusahaan melakukan investasi pada program *corporate social responsibility*, karena program *corporate social responsibility* dapat membantu perusahaan dalam mencapai kinerja perusahaan.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Lauw Mita (2019) dengan judul Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Inovasi dan Kinerja Usaha Kecil dan Menengah di Semarang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap kinerja inovasi UMKM di Semarang.

Kecamatan Alok Timur merupakan salah satu kecamatan yang ada di wilayah Kabupaten Sikka Nusa Tenggara Timur. Kecamatan Alok Timur adalah kecamatan yang pertumbuhan ekonominya tidak terlepas dari kontribusi UMKM. Hal ini dapat dilihat dari jumlah UMKM yang cukup banyak dengan jumlah 1.548. Usaha yang diteliti dalam penelitian

ini yaitu usaha kuliner, toko kelontong, kerajinan tangan, fashion, laundry dan usaha lainnya yang ada di kecamatan Alok Timur.

Adapun penelitian menggunakan objek penelitian pada UMKM Kecamatan Alok Timur dikarenakan beberapa alasan yaitu, penelitian terhadap *corporate social responsibility* biasanya lebih cenderung pada perusahaan – perusahaan besar dan masih sedikit literature *corporate social responsibility* pada UMKM, ingin melihat bagaimana *corporate social responsibility* membantu dalam meningkatkan kinerja inovasi UMKM. Dengan demikian penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Inovasi UMKM di Kecamatan Alok Timur.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Stakeholder

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 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).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No.2 Tahun 2018 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah pasal 1 dari UU tersebut, diungkapkan bahwa:

1. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi criteria usaha mikro.
2. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan dan suatu badan usaha yang bukan anak perusahaan atau bukan milik untuk dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha tersebut.
3. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian langsung dan tidak dengan usaha kecil dengan jumlah kekayaan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang.

Klasifikasi Usaha Mikro Kecil Menengah

Berdasarkan perkembangannya, UMKM di Indonesia dapat dibedakan dalam 4 kriteria, diantaranya:

1. *Livelihood activities*, yaitu UMKM yang dimanfaatkan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum dikenal sebagai sektor informal. Misalnya adalah pedagang kaki lima.
2. *Micro enterprise*, yaitu UMKM yang punya sifat pengrajin namun belum punya sifat kewirausahaan.
3. *Smaal dynamic enterprise*, yaitu UMKM yang telah memiliki jiwa enterpreneurship dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.
4. *Fast moving enterprise*, yaitu UMKM yang mempunyai jiwa kewirausahaan dan akan bertransformasi menjadi sebuah usaha besar.

Ciri – ciri Usaha Mikro Kecil Menengah

1. Jenis komoditi atau barang yang ada pada usahanya tidak tetap, atau bisa berganti sewaktu – waktu.
2. Tempat menjalankan usahanya bisa berpindah sewaktu – waktu.
3. Usahanya belum menerapkan administrasi, bahkan keuangan pribadi dan keuangan usaha masih distukan.
4. Sumber daya manusia didalamnya belum mempunyai jiwa wirausaha yang mampu.
5. Biasanya tingkat pendidikan SDM nya masih rendah.
6. Biasanya pelaku UMKM belum memiliki akses perbankan, namun sebagian telah memiliki akses ke lembaga keuangan non bank.
7. Pada umumnya belum punya surat izin usaha atau legalitas, termasuk NPWP.

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 (Rolstadas,2013).

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.*, 2016)

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 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).

Kinerja Inovasi

Menurut Anning Darson (2016) menawarkan bahwa inovasi di perusahaan jasa dapat berasal dari berbagai sumber dan perusahaan jasa mencari inovasi dari dalam operasi, dari pasar dan pelanggan. Kinerja inovasi merupakan kunci untuk keunggulan kompetitif dalam lingkungan dan juga sebagai pendorong utama bagi pertumbuhan ekonomi suatu Negara.

Kinerja inovasi dapat dijelaskan sebagai kombinasi asset dan sumber daya. Parkman, Holloway, & Sebastiao (2012) menemukan bahwa kemampuan inovasi dari perusahaan yang tergolong ke dalam industri mampu secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap keberhasilan suatu produk yang dihasilkan perusahaan dan keunggulan kompetitifnya.

Corporate Social Responsibility

Corporate social responsibility adalah suatu tindakan atau konsep yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab mereka terhadap sosial atau lingkungan sekitar di mana perusahaan ini berada (Mahyarudin, 2012:17).

. *Corporate social responsibility* berguna untuk mendefinisikan korelasi *corporate social responsibility* UMKM kepada pelanggan, pembeli, dan masyarakat sekitar (Martinez-Conesa et al., 2017). Penerapan *corporate social responsibility* pada perusahaan yang apabila dilaksanakan sesuai dengan tujuan perusahaan, maka *corporate social responsibility* juga bertujuan untuk menjadi publisitas jangka panjang bagi perusahaan.

Undang-Undang No. 47 tahun 2012 mengatakan bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat maupun masyarakat pada umumnya.

Corporate social responsibility dapat dibedakan menjadi 3 jenis yaitu:

1. *Ethical corporate social responsibility* adalah perusahaan memiliki tanggung jawab untuk menghindari terjadinya kerusakan lingkungan atau sosial kemasyarakatan akibat kegiatan bisnis perusahaan.
2. *Altruistic corporate social responsibility* adalah aktivitas sosial perusahaan yang ditujukan untuk meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan masyarakat tanpa terkait langsung dengan keputusan perusahaan.

3. *Strategic corporate social responsibility* adalah aktivitas perusahaan ditujukan untuk meningkatkan citra perusahaan pada target pasarnya guna meningkatkan pendapatan perusahaan.

Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya dilakukan oleh Tia surya Ningsih (2020) dengan judul pengaruh *corporate social responsibility* Terhadap Kinerja Inovasi dan Kinerja UMKM di Yogyakarta. Dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja inovasi, kinerja perusahaan serta kinerja inovasi berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja perusahaan.

Setiawan, Lauw Mita (2019). Dengan judul Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Inovasi Dan Kinerja Usaha Kecil Dan Menengah Di Semarang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap kinerja inovasi UMKM di Semarang.

Hipotesis

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Inovasi UMKM

Corporate social responsibility dan kinerja inovasi memiliki hubungan linear yang positif sehingga memiliki suatu nilai yang baik bagi perusahaan maupun industri dari setiap yang dilakukan pada UMKM serta mendapatkan keuntungan dari setiap kegiatan *corporate social responsibility*. Penelitian yang dilakukan oleh Ningsih (2020), Mita (2019), Sari & Achmad (2021), Alputra (2017), Naufalia (2016) menyatakan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap kinerja inovasi UMKM.

Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu di atas maka hipotesis yang diambil sesuai dengan pemikiran penulis yaitu : *Corporate Social Responsibility* Berpengaruh Positif Terhadap Kinerja Inovasi UMKM

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Pendekatan ini menggunakan metode kuantitatif. Dalam penelitian kuantitatif ini peneliti merumuskan masalah dengan mengidentifikasi melalui hipotesis yaitu jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian

Tempat Dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitiannya di Wilayah Kecamatan Alok Timur, beralamat di Jl. Waioti, Kelurahan Waioti, Kecamatan Alok Timur, Kabupaten Sikka, Nusa Tenggara Timur. Waktu pelaksanaan penelitian ini terjadi selama dua minggu (14 juli- 27 juli 2023).

Populasi Dan Sampel

Populasi

Populasi dalam penelitian ini sebanyak 1.548 pelaku UMKM.

Sampel

Kriteria sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik *simple random sampling*. Dikatakan simple karena pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak, tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut. Sampel yang ada di dalam penelitian ini sebanyak 94 pelaku UMKM.

Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari:

1. Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh melalui kuesioner dari responden pelaku UMKM di Kecamatan Alok Timur Kabupaten Sikka.

2. Data Sekunder

Data ini di peroleh dari Dinas Perdagangan Dan Koperasi UMKM Di Kabupaten Sikka.

Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan secara tertulis kepada responden untuk memberikan jawabannya kemudian diberikan skor untuk dianalisis secara kuantitatif.

2. Studi pustaka

Penelitian ini dengan mengumpulkan teori dan data secara relevan terhadap permasalahan yang akan diteliti

Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2019:132) skala likert yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat responden tentang fenomena sosial. Penelitian ini menggunakan skala *likert*.

Teknik Analisis Data

Uji Kualitas Data

Uji Validitas

Dasar analisis yang digunakan adalah sebagai berikut:

1.1. Jika $\text{sig} > 0.05$ maka butir atau variabel tersebut tidak valid

1.2. jika $\text{sig} < 0.05$ maka butir atau variabel tersebut valid

Uji Reliabilitas

Variabel dinyatakan reliabel dengan kriteria berikut:

Jika $r - \alpha$ positif dan lebih besar dari $r - \text{tabel}$ maka pernyataan tersebut reliabel.

Jika $r - \alpha$ negatif dan lebih kecil dari $r - \text{tabel}$ maka pernyataan tersebut tidak reliabel.

- 1) Jika nilai *cronbach's Alpha* $> 0,6$ maka reliabel
- 2) Jika nilai *cronbach's Alpha* $< 0,6$ maka tidak reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Penelitian ini menggunakan uji statistik non- parametik *kolmogrovsmirnov* (K-S). Uji statistik kolmogrovsmirnov, apabila nilai signifikan $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal dan sebaliknya apabila nilai signifikan $> 0,05$ maka data berdistribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas

Dengan asumsi jika nilai signifikan lebih besar dari $0,05$ maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Sebaliknya, jika nilai signifikan lebih kecil dari $0,05$ maka kesimpulannya adalah terjadi gejala heteroskedastisitas.

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji - t)

Pengujian ini bertujuan untuk menguji bagaimana pengaruh secara parsial dari variabel bebas terhadap variabel terikat (Ghozali, 2018:178) yaitu dengan membandingkan t_{tabel} dan t_{hitung} . Masing - masing t hasil perhitungan ini kemudia dibandingkan dengan t_{tabel} yang diperoleh dengan menggunakan taraf nyata $0,05$.

Uji Kelayakan Modal

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai koefisien determinasi berada diantara 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil menunjukkan variabel dependen terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pembahasan

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Inovasi UMKM

Hasil statistik menunjukkan bahwa nilai Sig. dari *Corporate Social Responsibility* adalah $0,000 < 0,05$ dengan nilai t hitung positif $10,315$, sehingga dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh Positif terhadap Kinerja inovasi UMKM. Artinya jika *Corporate Social Responsibility* meningkat maka Kinerja Inovasi UMKM juga akan meningkat. Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* yang lebih baik oleh UMKM

kemungkinan akan berdampak positif pada kinerja inovasi UMKM, dengan menerima perekrutan karyawan di suatu perusahaan atau tempat kerja dapat mengurangi pengangguran dan juga dapat meningkatkan perekonomian keluarga.

Dengan demikian, mendorong dan meningkatkan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* yang lebih baik oleh UMKM dapat menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan kinerja inovasi. Adapun masalah yang terjadi di lokasi penelitian yaitu kurangnya kepedulian perusahaan atau tempat usaha tersebut terhadap lingkungan sosial seperti perekrutan karyawan, memberikan bimbingan serta pelatihan terhadap karyawan di wilayah atau sekitar perusahaan tersebut. Dengan menerapkan teori *stakeholder* dapat memperkuat hubungan antar kelompok eksternal dan internal perusahaan agar dapat meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan.

Corporate Social Responsibility dan kinerja inovasi memiliki hubungan linear yang positif sehingga memiliki suatu nilai yang baik bagi perusahaan maupun industri dari setiap yang dilakukan pada UMKM serta mendapatkan keuntungan dari setiap kegiatan *Corporate Social Responsibility*. Hasil penelitian ini sejalan dengan Penelitian yang dilakukan oleh Ningsih (2020), Mita (2019), Sari & Achmad (2021), Alputra (2017), Naufalia (2016) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap kinerja inovasi UMKM.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif antara *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Inovasi UMKM dengan menunjukkan hubungan yang signifikan antara kedua variabel tersebut.

Saran

1. Untuk Pelaku UMKM.
 - a) UMKM dapat lebih memperkuat dan meningkatkan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* mereka,
 - b) UMKM harus memiliki jumlah produk atau layanan baru yang diluncurkan ke pasar sehingga dapat menguntungkan perusahaan dengan begitu dapat meningkatkan citra dan kinerja inovasi UMKM,
 - c) UMKM dapat menjalin kemitraan dan kolaborasi dengan pihak eksternal, seperti pemerintah, organisasi nirlaba, atau perusahaan besar, untuk meningkatkan efektivitas dan dampak dari program *Corporate Social Responsibility*.

2. Untuk Peneliti selanjutnya dapat menggunakan metode penelitian yang berbeda, seperti studi kasus, eksperimen, atau pendekatan kualitatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Alputra, R. Prima. (2017). Analisis Pengaruh Corporate *Social Responsibility* Terhadap Kinerja Inovasi Bisnis UMKM Dengan Inovasi Sebagai Variabel Mediasi di Kota Padang Industry Kuliner.
- Aurelia, Pipit Niken., Romario, Fransiskus De., dan Weni, Theodora Hedayana Ine. (2021). Analisis Dampak Covid – 19 Terhadap Praktis Bisnis UMKM di Kabupaten Sikka. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 7 (7), (<https://doi.org/10.5281/zenodo.5707228>).
- 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.
- Gantino,.R. (2016). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Periode 2008- 2014.*Jurnal Dinamika Akuntansi Dan Bisnis*. Universitas Esa Unggul Jakarta.3(2). Pp 18-31.
- Ghozali, P. D. H. I., & Latan, H. (2018). Partial Least Squares : Konsep, Teknik, 48 dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 (Dedi (ed.); 2nd ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- 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>
- Mita, Setiawan Lauw. (2019). Pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap Kinerja Inovasi dan Kinerja Usaha Kecil dan Menengah di Semarang.Other Thesis, Unika SoegijapranataSemarang
- Mitan, Wilhelmina., Pagan, Yohana Oktaviana Oncu Lid., Y. D. P. R. (2023). Strategi Peningkatan Kinerja Karyawan melalui Pelayanan Anggota pada KSP kopdit Sube Huter. *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi (JUMA)*, 1 (1), 205-223.<https://ejournal.stietrianandra.ac.id/index.php/jumia/viw/1146>
- Naufalia, Viani. (2016). Pengaruh *Corporate Sosial Responsibility* Terhadap Citra Perusahaan Di PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk.
- Ningsih, T. Surya. (2020) .Pengaruh *Corpotate Sosial Responsibility* Terhadap Kinerja Inovasi dan Kinerja UKM. *Journal of Management studies*. 2020;57(2):314-350.
- 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>
- Rolstadås, A. (2013). Enterprise Performance Measurement. *International Journal of Operations & Production Management*, 18(9), 989–999. https://doi.org/10.1007/978-1-349-01255-8_6
- Sari, Ayu Dita., Suharno., dan Achmad, Gusti Noorlitaria. (2021). Pengaruh Inovasi Pemasran Terhadap Kinerja Inovatif dan Kinerja Pemasaran pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Bontang

- Sofyan. (2017). Pendahuluan Tinjauan Pustaka dan Pengembangan Hipotesis. *JbrmTirtayasa*, 1(1), 65-80.
- 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. (2016). Performance measures in English small and medium enterprises: Survey results. *Benchmarking*, 13(1–2), 120–134.