

Pengaruh Penerapan CSR terhadap Kinerja Usaha melalui *Green Product* pada Sektor Industri Kecil dan Mikro (IKM) Berbasis Makanan di Puduk Payung Kota Semarang

Bonifatus Junianto Wibowo*

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Prodi Manajemen, Soegijapranata Catholic University
Jl. Pawiyatan Luhur IV/1 Bendan Duwur, Semarang, Indonesia
yunianto@unika.ac.id

Veronica Kusdiartini

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Prodi Manajemen, Soegijapranata Catholic University
Jl. Pawiyatan Luhur IV/1 Bendan Duwur, Semarang, Indonesia
vero@unika.ac.id

Dyah Titisari Anugraheni

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Prodi Manajemen, Soegijapranata Catholic University
Jl. Pawiyatan Luhur IV/1 Bendan Duwur, Semarang, Indonesia
dyah@unika.ac.id

Ignatius Supriyanto

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Prodi Manajemen, Soegijapranata Catholic University
Jl. Pawiyatan Luhur IV/1 Bendan Duwur, Semarang, Indonesia
igsupri@unika.ac.id

(* Penulis Korespondensi

Diterima: 15-09-2023 | Disetujui: 02-11-2023 | Dipublikasi: 10-11-2023



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](#).

ABSTRAK

Saat ini, CSR banyak dilakukan oleh UKM. Namun, bagi IKM olahan makanan, hal itu belum diketahui bagaimana pengaruhnya terhadap kinerja usahanya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh CSR terhadap kinerja usaha melalui *green product*. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh IKM olahan makanan di Puduk Payung, Banyumanik, Semarang. Sampel yang dipergunakan 43, yaitu yang usahanya lebih dari 5 tahun (*quota sampling*). Data penelitian berupa data primer, yaitu mengenai CSR, *green product* dan kinerja usaha, yang diperoleh melalui kuesioner yang disebarakan kepada 43 IKM tersebut. Data terkumpul, dianalisis dengan menggunakan regresi linear sederhana dan uji Sobel. Hasil analisis mengungkapkan bahwa dengan menggunakan regresi linear sederhana, CSR berpengaruh terhadap *green product* maupun kinerja usaha, sedangkan *green product* tidak berpengaruh terhadap kinerja usaha. Hal itu menunjukkan bahwa CSR berpengaruh langsung terhadap kinerja usaha. Hasil temuan tersebut diperkuat dengan uji Sobel yang menunjukkan *green product* tidak memediasi hubungan CSR dengan kinerja usaha. Untuk membuktikan *green product* memediasi hubungan pengaruh CSR dengan kinerja usaha, maka penelitian terhadap IKM olahan makanan jenis tertentu atau seluruh pelaku IKM olahan makanan di Banyumanik perlu dilakukan.

Kata Kunci:

Corporate Social Responsibility; Green Product; Kinerja Usaha dan IKM

ABSTRACT

SMEs now conduct CSR. However, for food-processed SMEs, CSR has yet to be discovered how this will affect its Performance. This research aims to know the influence of CSR on the Performance through Green Products. The population in this study were all food processing SMEs in Puduk Payung, Banyumanik, and Semarang. The sample used was 43, whose business was over 5 years old (quota sampling). The primary data, CSR, Green Products, and Performance, was obtained through questionnaires distributed to the 43 SMEs. The data was analyzed using simple linear regression and the Sobel test. The analysis results reveal that using simple linear regression, CSR affects Green Products and their Performance, while Green Products do not affect their Performance. This shows that CSR has a direct effect on their Performance. The Sobel test strengthens these, which shows that Green Products do not mediate the relationship between CSR and their Performance. Research on certain types of food processing SMEs or all food processing SMEs in Banyumanik needs to be conducted to prove that Green Products mediate the relationship between the influence of CSR and Business Performance.

Keywords:

Corporate Social Responsibility; Green Product; Business Performance and SMEs

PENDAHULUAN

Saat ini, cukup banyak UKM yang memiliki tanggung jawab sosial terhadap lingkungan sekitarnya, seperti terlibat dalam kegiatan sosial, menjaga lingkungan, memberi sumbangan, dan sebagainya. Sikap itu didasari dengan gagasan bahwa perusahaan berdiri tidak hanya bertanggung jawab terhadap keuangan saja, namun juga terhadap permasalahan sosial dan lingkungan disekitarnya supaya perusahaan dapat berkembang secara berkelanjutan (Kalsum, 2017). Aktivitas usaha yang menjaga lingkungan akan menghasilkan produk ramah lingkungan, yang selanjutnya dapat berpengaruh terhadap kinerjanya (Untung & Murni, 2020).

Penelitian ini akan mengkaji kembali pengaruh *corporate social responsibility* terhadap kinerja perusahaan yang dimediasi dengan *green product*. Penelitian dilakukan terhadap usaha Industri Kecil dan Mikro (IKM) sektor olahan makanan di Kelurahan Pudak Payung Kota Semarang. Daerah ini dikenal sebagai kampung jajanan pasar yang menjadi andalan kota Semarang. Produk makanan yang dihasilkan bervariasi. Sebagai andalan pemerintah kota Semarang, pelaku usaha jajanan pasar dituntut untuk menghasilkan produk makanan yang ramah lingkungan. Namun, seberapa jauh tanggung jawab sosial pelaku IKM dalam menghasilkan produk jajanan pasar ramah lingkungan yang dapat menentukan kinerja usahanya hingga kini belum diketahui secara pasti, sehingga perlu untuk diteliti. Diharapkan hasil penelitian tersebut dapat meningkatkan tanggung jawab sosial pelaku Industri Kecil dan Mikro sektor olahan makanan di kelurahan Pudak Payung terhadap lingkungan usahanya.

Perumusan masalah dalam penelitian ini :

1. Apakah terdapat pengaruh *corporate social responsibility* terhadap *green product* sektor Industri Kecil dan Mikro olahan makanan di Pudak Payung kota Semarang.
2. Apakah terdapat pengaruh *corporate social responsibility* terhadap kinerja usaha sektor Industri Kecil dan Mikro olahan makanan di Pudak Payung kota Semarang.
3. Apakah terdapat pengaruh *green product* terhadap kinerja usaha sektor Industri Kecil dan Mikro olahan makanan di Pudak Payung kota Semarang.
4. Apakah *green product* memediasi hubungan antara *corporate social responsibility* dengan kinerja usaha sektor Industri Kecil dan Mikro olahan makanan di Pudak Payung kota Semarang.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui:

1. Pengaruh *corporate social responsibility* terhadap *green product* sektor Industri Kecil dan Mikro olahan makanan di Pudak Payung Kota Semarang.
2. Pengaruh *corporate social responsibility* terhadap kinerja usaha sektor Industri Kecil dan Mikro olahan makanan di Pudak Payung Kota Semarang.
3. Pengaruh *green product* terhadap kinerja usaha sektor Industri Kecil dan Mikro olahan makanan di Pudak Payung Kota Semarang.

4. *Green product* sebagai variabel yang memediasi hubungan antara *corporate social responsibility* dengan kinerja usaha sektor Industri Kecil dan Mikro olahan makanan di Puduk Payung kota Semarang.

Corporate Social Responsibility, Green Product, Kinerja Usaha dan IKM

Corporate social responsibility merupakan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan usaha sekitarnya. Tanggung jawab sosial tersebut berupa upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat yang memberikan dampak positif bagi lingkungannya (Husen, 2022). Meskipun *corporate social responsibility* itu tergolong masih baru, namun sejumlah perusahaan di Indonesia sudah cukup banyak yang menjalankannya, termasuk sektor UKM (Annisa, 2021). Selain itu, penerapan *corporate social responsibility* dalam usaha dapat mendatangkan peluang, inovasi maupun keunggulan kompetitif bagi Perusahaan seperti kinerja keuangan, merk dan pemecahan masalah (Leki & Christiawan, 2013).

Green product merupakan produk bersifat ramah lingkungan yang dihasilkan untuk mencegah kerusakan lingkungan sekitarnya. Artinya, produk yang dibuat tidak mencemarkan dan membahayakan manusia, hewan maupun alam sekitarnya secara terus menerus. Selain itu, *green product* didesain dan dibuat untuk mengurangi pemakaian sumber daya alam secara berlebihan pada saat proses produksi dan diupayakan meminimalkan dampak lingkungan yang merugikan selama proses produksi (Rusniati & Rini (2019). Chen & Chai dalam Budiyanto & Prasaja (2020) mengemukakan mengenai produk ramah lingkungan, yaitu suatu produk yang memadukan strategi daur ulang serta mengurangi kemasan atau memakai bahan yang tidak membahayakan seperti bahan tidak beracun guna meminimalkan dampak merugikan pada lingkungan sekitarnya. Pendapat itu diperkuat oleh Kasali dalam Abdillah & Agung (2018) yang menyatakan bahwa produk hijau (*green product*) itu produk yang menimbulkan rasa aman dan tidak membahayakan kesehatan manusia serta tidak merusak lingkungan sekitarnya. Produk ramah lingkungan ditandai antara lain bahan yang dipergunakan tidak membahayakan lingkungan, produk dan kemasannya dapat di daur ulang, memanfaatkan bahan kemasan yang ramah lingkungan dari daur ulang serta penggunaan energi dan sumber daya lainnya rendah. Selain itu, selama proses uji coba tidak menggunakan hewan (Despasya, 2020).

Performance atau kinerja usaha merupakan hasil dari suatu proses kegiatan (Nurlaila dalam Muchlisin, 2014). Penilaian kinerja dilakukan secara periodik, yaitu mengenai aktivitas operasional dari suatu organisasi, bagian organisasi dan karyawan berdasarkan pada sasaran, standar dan kriteria yang sudah ditetapkan sebelumnya (Mudjiarto & Vimesa (2020). Menurut Beaver dalam Tutik (2020), kinerja perusahaan merupakan tolok ukur keberhasilan suatu perusahaan, baik terkait dengan keuntungan, investasi, pertumbuhan tenaga kerja dan perkembangan perusahaan secara umum.

Industri Kecil dan Mikro dalam penelitian ini merupakan kelompok Industri Kecil dan Mikro sektor olahan makanan dengan kriteria kepemilikan modal usaha paling banyak Rp.5.000.000.000,- dengan nilai penjualan paling banyak Rp.15.000.000.000,- setahun (Peraturan Pemerintah no.7 tahun

2021). Dari uraian diatas, maka penerapan *corporate social responsibility* oleh IKM dalam kegiatan usahanya dapat mempengaruhi *business performance* melalui *green product*.

Penelitian Terdahulu dan Hipotesis Penelitian

Hadih et al. (2020) dalam penelitiannya, mengungkapkan bahwa CSR berpengaruh terhadap *green product innovation* industri batik kreatif di Sidoarjo dan Bangkalan. Hasil penelitian tersebut dapat disusun hipotesis penelitian: *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap *green product* IKM olahan makanan di Puduk Payung Semarang (H₁)

Suaidah & Putri (2020) dalam penelitiannya mengenai industri makanan dan minuman menunjukkan adanya pengaruh *corporate social responsibility* terhadap kinerja perusahaan. Hal itu didukung oleh hasil penelitian Nurhidayah & Ni'am (2022), yang membuktikan adanya pengaruh *corporate social responsibility* terhadap kinerja usaha pada UMKM penjual bunga kopeng. Dari hasil tersebut dapat disusun hipotesis penelitian: CSR berpengaruh terhadap kinerja usaha IKM olahan makanan di Puduk Payung Semarang (H₂)

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sumiati & Romi (2021) menunjukkan bahwa *green product* berpengaruh terhadap kinerja usaha kecil dan mikro di Sumatera Barat. Penelitian senada juga dilakukan oleh Sari & Sari (2020) mengenai adanya pengaruh *green product* terhadap kinerja perusahaan manufaktur yang terdapat di Indonesia. Hal senada juga ditunjukkan hasil penelitian Fitriani (2015) bahwa *green process innovation* dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Dari hasil tersebut dapat disusun hipotesis penelitian. *Green product* berpengaruh terhadap kinerja usaha IKM olahan makanan di Puduk Payung Semarang (H₃)

Hasil penelitian Hadih et al. (2020) memperlihatkan bahwa *green product* memediasi hubungan pengaruh CSR terhadap kinerja usaha. Berdasarkan hasil tersebut dapat disusun hipotesis penelitian: *Green product* memediasi hubungan antara CSR dengan kinerja usaha IKM olahan makanan di Puduk Payung Semarang (H₄)

METODE RISET

Objek penelitian ini adalah pengelolaan usaha industri kecil dan mikro sektor olahan makanan. Populasinya berupa seluruh pelaku industri kecil dan mikro sektor olahan makanan pada kampung pusat jajanan di Puduk Payung, Banyumanik, Semarang. Pengambilan sampel menggunakan *quota sampling*, yaitu ditetapkan sebanyak 43. Alasan pemilihan 43 pelaku industri dan mikro sebagai responden, karena usahanya yang sudah cukup lama, yakni lebih dari 5 tahun.

Data yang diperlukan berupa data primer, yaitu mengenai variabel *social corporate responsibility*, *green product* dan kinerja usaha. Data tersebut diperoleh melalui kuesioner berupa pernyataan yang disusun dengan skala *likert*. Sebelum kuesioner disebarkan ke 43 responden, pernyataan dalam kuesioner diuji terlebih dahulu untuk mengetahui reliabilitas dan validitasnya.

Variabel dikatakan *reliable* apabila nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60. Sedangkan, suatu pernyataan itu dikatakan valid, apabila *r* hitung atau korelasi antara skor butir pernyataan dengan total skor konstruk > *r* tabel (Gozali, 2017). Pengujian dilakukan dengan menggunakan 30 orang pelaku usaha mikro. Hasil pengujian variabel *corporate social responsibility* yang semula 23 pernyataan menjadi 15 pernyataan dengan uji *Cronbach's Alpha* 0,851>0,60 dan *r* hitung masing-masing pernyataan >0,361. Sementara, untuk variabel *green product* yang semula 12 pernyataan menjadi 9 pernyataan dengan uji *Cronbach Alpha* 0,851>0,60 dan *r* hitung masing-masing pernyataan >0,361. Sedangkan, hasil uji variabel kinerja usaha yang semula 20 pernyataan menjadi 18 pernyataan dengan uji *Cronbach Alpha* 0,857>0,60 dan *r* hitung masing-masing pernyataan >0,361.

Selanjutnya, data terkumpul dianalisis dengan teknik deskriptif kuantitatif, yaitu menggunakan regresi linier sederhana (Singgih, 2014). Regresi ini untuk menguji pengaruh *corporate social responsibility* terhadap *green product*, pengaruh *corporate social responsibility* terhadap kinerja usaha dan pengaruh *green product* terhadap kinerja usaha dengan penjelasannya sebagai berikut:

$$\text{Green Product} = b_0 + b_1 \text{ Corporate Social Responsibility}$$

- b_0 : Konstanta
- b_1 : Koefisien dari variabel *corporate social responsibility*
- H_{10} : *Corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap *green product*. H_{10} diterima, apabila tingkat signifikansinya >5%
- H_{11} : *Corporate social responsibility* berpengaruh terhadap *green product*. H_{11} diterima, apabila tingkat signifikansinya <5%.

$$\text{Kinerja Usaha} = b_0 + b_1 \text{ Corporate Social Responsibility}$$

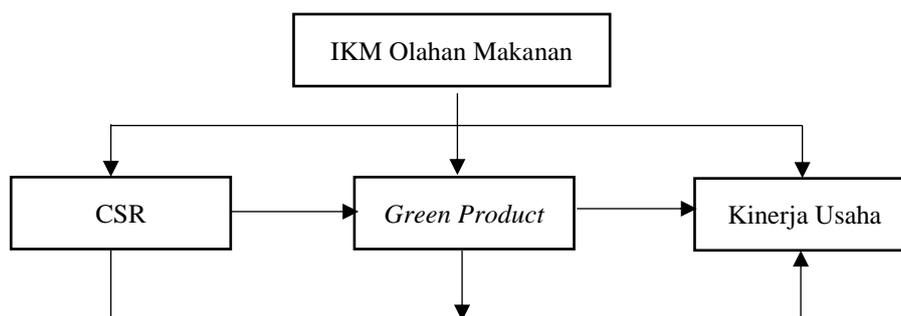
- b_0 : Konstanta
- b_1 : Koefisien dari variabel *corporate social responsibility*
- H_{20} : *Corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap kinerja usaha. H_{20} diterima, apabila tingkat signifikansinya >5%.
- H_{21} : *Corporate social responsibility* berpengaruh terhadap kinerja usaha. H_{21} diterima, apabila tingkat signifikansinya <5%.

$$\text{Kinerja Usaha} = b_0 + b_1 \text{ Green Product}$$

- b_0 : Konstanta
- b_1 : Koefisien dari variabel *green product*
- H_{30} : *Green product* tidak berpengaruh terhadap kinerja usaha. H_{30} diterima, apabila tingkat signifikansinya >5%.
- H_{31} : *Green product* berpengaruh terhadap kinerja usaha. H_{31} diterima, apabila tingkat signifikansinya <5%.

Sedangkan, untuk mengetahui peran *green product* dalam memediasi hubungan *corporate social responsibility* dengan kinerja usaha menggunakan uji Sobel (Bambang, 2021). Dengan tingkat signifikansi sebesar 5%, apabila nilai $Z > 1,96$, *green product* merupakan variabel yang memediasi hubungan *corporate social responsibility* dengan kinerja usaha (H_{41}). Sebaliknya, apabila nilai $Z < 1,96$,

green product bukan variabel yang memediasi hubungan *corporate social responsibility* dengan kinerja usaha (H_{40}). Dari uraian diatas dapat disusun kerangka analisis penelitian pada **Gambar 1**.



Gambar 1. Kerangka Analisis Penelitian

Sumber: Hasil olah data peneliti (2023)

Keterangan :

1. Menguji pengaruh variabel CSR terhadap *green product* dengan uji t melalui persamaan linear sederhana.
2. Menguji pengaruh variabel CSR terhadap kinerja usaha dengan uji t melalui persamaan linear sederhana.
3. Menguji pengaruh variabel *green product* terhadap kinerja usaha dengan uji t melalui persamaan linear sederhana.
4. Menguji variabel *green product* memediasi hubungan antara CSR dengan kinerja usaha dengan Uji Sobel.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Data terkumpul mengenai variabel *corporate social responsibility*, *green product* dan kinerja usaha selanjutnya diolah dengan menggunakan program SPSS dengan analisis regresi linier sederhana. Analisis regresi linier sederhana dimaksudkan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel *corporate social responsibility* terhadap variabel *green product*.(uji H_1) maupun terhadap variabel kinerja usaha (uji H_2) maupun ada atau tidaknya pengaruh variabel *green product* terhadap kinerja usaha (uji H_3). Selanjutnya dari hasil uji regresi tersebut dapat ditentukan statistik uji Sobel, yaitu untuk mengetahui ada atau tidaknya variabel *green product* sebagai variabel yang mediasi pengaruh variabel *corporate social responsibility* terhadap variabel kinerja usaha (uji H_4).

Uji H_1 mengenai Pengaruh Variabel *Corporate Social Responsibility* terhadap Variabel *Green Product* IKM Olahan Makanan di Puduk Payung

Hasil uji regresi linier sederhana mengenai seberapa jauh pengaruh variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap variabel *green product* dapat dilihat pada **Tabel 1**, bahwa variabel CSR berpengaruh terhadap variabel *green product*. Hal itu ditunjukkan dengan significant sebesar $0,011 <$

0,05. Dari hasil uji tersebut, maka hipotesis penelitian (H_1) yang menyatakan bahwa CSR berpengaruh terhadap *green product* IKM olahan makanan di Puduk Payung Semarang diterima.

Tabel 1. Koefisien Korelasi Variabel CSR dengan Green Product

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.324	0.459		5.064	0
CSR	.365	0.137	0.383	2.658	0.011

Dependent Variable: Green Product

Sumber: Hasil olah data peneliti (2023)

Uji H_2 Mengenai Pengaruh Variabel Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Usaha IKM Olahan Makanan di Puduk Payung

Hasil uji regresi linier mengenai seberapa jauh pengaruh variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap variabel kinerja usaha dapat dilihat pada **Tabel 2**, bahwa variabel CSR berpengaruh terhadap variabel kinerja. Hal itu ditunjukkan dengan signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Dari temuan ini, maka hipotesis (H_2) yang menyatakan bahwa CSR berpengaruh terhadap kinerja usaha IKM olahan makanan di Puduk Payung Semarang diterima.

Tabel 2. Koefisien Korelasi Variabel CSR dengan Kinerja Usaha

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	0.665	0.526		1.264	0.213
CSR	0.766	0.157	0.605	4.87	.000

Dependent Variable: Kinerja Usaha

Sumber: Hasil olah data peneliti (2023)

Uji H_3 Mengenai Pengaruh Variabel Green Product terhadap Variabel Kinerja Usaha IKM Olahan Makanan di Puduk Payung

Hasil uji regresi linier sederhana mengenai seberapa jauh pengaruh variabel *green product* terhadap kinerja usaha dapat dilihat pada **Tabel 3**, bahwa variabel *green product* tidak berpengaruh terhadap variabel kinerja usaha. Hal itu ditunjukkan dengan significant sebesar $0,083 > 0,05$. Dari hasil uji tersebut, maka hipotesis penelitian (H_3) yang menyatakan bahwa *green product* berpengaruh terhadap kinerja usaha IKM olahan makanan di Puduk Payung Semarang ditolak.

Tabel 3. Koefisien Korelasi Variabel Green Product dengan Kinerja Usaha

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.954	0.711		2.748	0.009
Green Product	0.356	0.2	0.267	1.777	0.083

Dependent Variable: Kinerja Usaha

Sumber: Hasil olah data peneliti (2023)

Uji H₄ mengenai Green Product memediasi hubungan antara CSR dengan Kinerja Usaha IKM olahan makanan di Puduk Payung Semarang.

Hasil uji Sobel mengenai *green product* memediasi hubungan antara *corporate social responsibility* dengan kinerja usaha IKM olahan makanan di Puduk Payung Semarang dapat dilihat pada **Tabel 4**, bahwa hasil statistik uji Sobel menunjukkan angka sebesar $0,148 < 1,96$. Dari hasil temuan tersebut, maka dapat dikemukakan apabila *green product* tidak memediasi hubungan antara *corporate social responsibility* dengan kinerja usaha. Hal itu didukung dengan hasil uji linier sederhana, yang menunjukkan apabila *green product* tidak berpengaruh terhadap kinerja usaha.

Tabel 4. Sobel Test Statistic

Keterangan	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients
Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Green Product (GP)	0,365	0,137
Pengaruh Green Product (GP) terhadap Kinerja Usaha.	0,356	0,200

Sobel Test Statistic = 0.148
Sumber: Hasil Sobel Test Statistic (2023)

Pembahasan

Berdasarkan hasil uji hipotesis penelitian diatas, dapat dikemukakan bahwa tanggung jawab sosial responden sebagai pelaku IKM sektor olahan makanan di Puduk Payung kota Semarang terhadap lingkungan sekitarnya cukup besar. Hal itu ditunjukkan antara lain dengan sikapnya yang peduli dan menjaga kebersihan disekitar usahanya dari segala kotoran maupun limbah yang dihasilkan dari proses produksi makanan. Disamping itu, untuk mencegah polusi maupun pemborosan biaya, mereka menggunakan bahan bakar sesuai kebutuhan untuk pengolahan bahan mentah menjadi produk makanan. Sikap peduli terhadap lingkungannya juga ditunjukkan melalui partisipasi aktif dalam kegiatan sosial, seperti pertemuan dengan warga sekitarnya, pemberian bantuan kepada warga yang kesusahan, keikutsertaan dalam kerja bakti dengan masyarakat sekitarnya maupun pemberian iuran uang keamanan secara rutin. Selain itu, terhadap sesama pelaku usaha, diantara mereka ada juga yang memberi bantuan modal dalam jumlah kecil, manajemen dan teknik produksi. Keikutsertaan responden dalam kegiatan sosial merupakan suatu strategi yang secara tidak langsung telah membantu dalam mempromosikan produk olahan makanan yang dihasilkan. Selanjutnya, upaya itu telah mempererat hubungan baik dengan masyarakat dan membentuk *image* positif atas keberadaan produk olahan makanan yang sehat, sehingga masyarakat sudah percaya terhadap kualitas produk makanan yang dihasilkan pelaku IKM.

Image positif tersebut telah mendorong masyarakat membeli produk olahan makanan yang ditawarkan. Masyarakat sudah percaya sepenuhnya terhadap sikap tanggung jawab pelaku IKM tanpa mempersoalkan produk makanan dan minuman yang dihasilkan. Hal itu membuat nilai IKM olahan makanan sebagai perusahaan berskala kecil dan mikro memiliki nilai yang tinggi di Masyarakat sejalan

dengan penerapan CSR (Hurhayati *et al.*, 2019). Apalagi daerah Puduk Payung oleh Pemerintah Kota Semarang telah ditunjuk sebagai Pusat Jajanan di kota Semarang.

Tanggung jawab sosial terhadap kepentingan internal usahanya juga tidak luput dari perhatian pelaku IKM. Hal itu terlihat dari kebijakan sebagian besar pelaku IKM yang memperhatikan kesejahteraan pegawainya, seperti pemberian cuti lebaran dan bantuan pinjaman. meskipun yang diberikan tidak seberapa besar. Di sisi lain, kesulitan pegawai dalam menyelesaikan aktivitasnya juga selalu diatasi dengan tepat. Kebijakan itu dilakukan agar pegawainya dapat termotivasi dalam mendukung kelancaran pelaku IKM dalam menjalankan usahanya. Dengan demikian, tanpa disadari, pelaku IKM sudah menerapkan strategi manajemen sumber daya manusia, meskipun tidak seefektif perusahaan berskala besar.

Sikap dan tanggung jawab sosial pelaku IKM tersebut mendorong sebagian besar dari mereka menghasilkan produk olahan makanan yang ramah lingkungan. Semakin baik tanggung jawab sosial pelaku IKM dalam menjalankan usahanya, maka produk yang dihasilkan juga akan semakin ramah terhadap lingkungan. Artinya, produk tersebut merupakan produk yang semakin dapat menjamin keamanan dan keselamatan konsumen maupun kepentingan masyarakat umum.

Produk makanan yang bersifat ramah lingkungan disebabkan karena pelaku IKM dalam memproduksi makanan mengikuti standar yang ditetapkan oleh Dinas Kesehatan, seperti pemakaian bahan baku sayuran, buah-buahan, ikan maupun daging, dan sebagainya. Sebagian besar diantaranya memilih bahan-bahan yang segar dan tidak mengandung formalin. Disamping itu, mereka juga berupaya menjaga ekosistem sekitarnya tetap baik dengan menghasilkan produk yang dapat didaur ulang dan tidak merusak tatanan lingkungan sekitarnya.

Keberhasilan pelaku IKM dalam menerapkan rasa tanggung jawab sosial, selain terlihat dari produk makanan yang bersifat ramah lingkungan juga dapat terlihat dari kinerja usahanya. Semakin baik dan efektif pelaku IKM dalam menerapkan tanggung jawab sosial perusahaan, maka semakin baik pula kinerja usahanya, baik dari aspek aspek pemasaran, produksi, sumber daya manusia, maupun keuangan.

Namun demikian, kondisi produk yang ramah lingkungan tidak menentukan kinerja usahanya. Artinya seberapa kondisi produk ramah lingkungan yang dihasilkan tidak menentukan kondisi kinerja usaha pelaku IKM. Oleh karena itu, kondisi produk ramah lingkungan yang dihasilkan pelaku IKM tersebut tidak dapat disebut sebagai variabel yang menjembatani hubungan antara rasa tanggung jawab sosial dengan kinerja usahanya. Dengan demikian, rasa tanggung jawab sosial pelaku IKM produk olahan makanan berpengaruhnya secara langsung terhadap kinerja usahanya

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil pembahasan diatas, dapat disimpulkan bahwa *corporate social responsibility* terbukti berpengaruh terhadap *green product* maupun kinerja usaha. Hasil temuan tersebut mengindikasikan bahwa kondisi produk olahan makanan ramah lingkungan maupun kinerja usaha tergantung dari bagaimana pelaku IKM olahan makanan di Puduk Payung kota Semarang mengimplementasi praktek *corporate social responsibility* dalam usahanya. Semakin efektif pelaku IKM tersebut dalam menerapkan praktek *corporate social responsibility*, maka hal itu akan diikuti dengan semakin ramahnya produk olahan makanan yang dihasilkan dan semakin baiknya kinerja usahanya. Sebaliknya, *green product* tidak berpengaruh terhadap kinerja usaha. Hasil temuan tersebut menunjukkan bahwa kinerja usaha tidak ditentukan oleh kondisi produk olahan makanan. Artinya, meskipun produk olahan makanan yang dihasilkan itu semakin ramah, namun kinerja usahanya belum tentu semakin baik. Dengan demikian *green product* tidak memediasi hubungan pengaruh *corporate social responsibility* dan kinerja usaha pelaku IKM olahan makanan di Puduk Payung kota Semarang.

Implikasi manajerial dari hasil penelitian ini adalah agar CSR dapat disusun dalam perencanaan usaha sektor IKM olahan makanan yang di dalamnya memuat kegiatan maupun besaran dana CSR, sehingga dapat dipergunakan sebagai pedoman dalam pelaksanaan kegiatan CSR. Selain itu, CSR yang sudah disusun dalam perencanaan usaha dapat berfungsi sebagai alat untuk mengawasi pelaksanaan CSR.

Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian ini berupa *scope*-nya yang sempit, yaitu hanya pada IKM olahan makanan di wilayah kampung jajanan, Puduk Payung, kecamatan Banyumanik, kota Semarang, padahal IKM di wilayah kecamatan Banyumanik cukup banyak. Selain itu, penelitiannya tidak fokus pada IKM olahan makanan jenis tertentu. Dengan demikian, hasil penelitian ini belum menunjukkan pengaruh penerapan CSR terhadap kinerja usaha melalui *green product* pada seluruh IKM olahan makanan di kecamatan Banyumanik maupun pada jenis olahan makanan tertentu.

Saran

Saran yang dapat dikemukakan antara lain pelaku IKM olahan makanan di Puduk Payung agar menjaga, sekaligus meningkatkan aktivitas CSR supaya produk yang dihasilkan semakin ramah lingkungan sehingga konsumen tetap membeli dan menjadi pelanggan setia. Untuk membuktikan bahwa *green product* merupakan variabel yang memediasi hubungan pengaruh CSR dengan Kinerja Usaha, maka perlu dilakukan penelitian pada IKM olahan makanan jenis tertentu. Disamping itu, penelitian terhadap hal yang sama dapat diperluas kepada IKM olahan makanan di seluruh wilayah di Banyumanik.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, F. M., & Agung, U. (2018). Pengaruh green product dan corporate social responsibility terhadap keputusan pembelian yang dimediasi oleh minat beli (studi pada konsumen lampu philip LED Jogjakarta). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 15(2) 2018. <http://dx.doi.org/10.21831/jim.v15i2.34759>
- Annisa, A (2021). *Corporate social responsibility*. Dikutip dari <https://ukmindonesia.id> (7 Agustus 2022)
- Budiyanto, B., & Prasaja, G. M. (2020). Pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dengan pemodelan green product dan green advertising terhadap keputusan pembelian di Kabupaten Purworejo Provinsi Jawa Tengah. *Segmen Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 16(3), Juli 2020. <http://ejournal.umpwr.ac.id/index.php/segmen/article/view/6043>
- Despasya, Y. (2020). *Berbagai macam produk ramah lingkungan yang dapat anda coba untuk lestarian lingkungan*. Dikutip dari www.cleanipedia.com (9 Agustus 2022)
- Fitriani, L. K. (2015). Analisis green innovation dampaknya terhadap keunggulan bersaing produk dan kinerja pemasaran (studi empiris pada UKM Batik Ciwaringin Kabupaten Cirebon). *Journal of Management and Business Review*, 12(2), 105-125. <https://doi.org/10.34149/jmbr.v12i2.41>
- Ghozali, I. (2017). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 19*, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadiyah, F., Bambang, T., & Noorlailie, S., (2020). Peran Green Product Innovation Dalam Memediasi Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Bisnis Industri Kreatif. *Journal of Accounting Science*, 4(1), 12-28. <https://doi.org/10.21070/jas.v4i1.397>.
- Handoko, L. B. (2021). *Sobel test untuk menguji variable mediasi*. Dikutip dari <https://accounting.binus.ac.id/2021/11/16/sobel-test-untuk-menguji-variable-moderasi/> (7 Oktober 2022).
- Husen, M. (2022). CSR adalah tanggung jawab perusahaan, ini jenis dan manfaatnya. Dikutip dari <https://katadata.co.id>. (9 Agustus 2022).
- Kalsum, Umi. (2017). Pengaruh pengungkapan corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan dengan pofitabilitas sebagai variabel moderasi studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2012-2015. *Thesis*. Universitas Lampung, Bandar Lampung.
- Kementrian Sekretaris Negara RI. (2021). *Peraturan pemerintah republik indonesia nomor 7 tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. Dikutip dari <https://jdih.setkab.go.id> (10 Agustus 2022).
- Leki, R. & Christiawan, J. Y. (2013). Pengaruh corporate social responsibility (CSR) terhadap penjualan dan biaya operasional perusahaan di Bursa Efek Indonesia Tahun 2007-2011. *Business Accounting Review*, 1(2), 2013.
-

- Muchlisin, R. (2014). *Pengertian, indikator dan faktor yang mempengaruhi kinerja*. Dikutip dari <https://www.kajianpustaka.com>. (10 Agustus 2022)
- Mudjiarto & Vimesa, Y.A. (2020). Pengaruh faktor kemampuan terhadap kinerja UMKM peserta program PKT di Wilayah Kebayoran Lama Jakarta Selatan. *Jurnal Manajemen*, 16(2), Juli, 2020. <http://journal.unas.ac.id/oikonamia/article/view/1124>
- Nurhayati, N., Eliana, E., & Jusniarti, N. (2021). Pengaruh corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan dengan menggunakan profitabilitas sebagai variabel moderating (studi kasus pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2016-2018). *Jihbiz: Global Journal of Islamic Banking and Finance*. 3(1), (2021). <https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/jihbiz/article/view/9633>
- Nurhidayah, E., & Ni'am, I. (2022). Pengaruh CSR Terhadap kemampuan inovasi dan kinerja UMKM (studi kasus penyaluran dana CSR PT SPHC pada UMKM Bunga Kopeng). *Jurnal CAPITAL, Kebijakan Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 4(2), 11-26. <https://doi.org/10.33747/capital.v4i2.150>
- Rusniati & Rini, R. (2019). Green product: Pengaruh pengetahuan produk, pengetahuan pembelian dan pengetahuan pemakaian terhadap keputusan pembelian. *Jurnal INTEKNA*, 19(1), Mei 2019, 1-68. <https://doi.org/10.21776/ub.jtp.2020.021.01.1>
- Sari, P. N. & Sari, H. (2020). Pengaruh pengungkapan green product innovation dan green process innovation terhadap kinerja perusahaan. *Jurnal Akuntansi Unesa*, Vol.09, No.01, September 2020. <http://jurnal mahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jurnal-akuntansi>
- Singgih, S. (2014). *Panduan lengkap SPSS versi 20 edisi revisi*. Jakarta : PT.Elex Media Komputindo.
- Suaidah, M. Y., & Putri, A.C.K. (2020). Pengaruh kinerja lingkungan dan corporate social responsibility terhadap kinerja keuangan perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan Dewantara*, 3(2), Juli (2020) – Desember 2020. <https://doi.org/10.26533/jad.v3i2.666>
- Sumiati & Romi, S. (2021). Kontribusi GHRM, green input, green process dan green product terhadap economic performance. *Jurnal Menara Ekonomi*, VII(2), Oktober. <https://jurnal.umsb.ac.id/index.php/menaraekonomi/article/view/2870>
- Tutik, S. (2020). Analisis pengaruh faktor internal dan eksternal terhadap kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal Bisnis dan Akuntansi Unsurya*, 5(2), Juni 2020. <https://doi.org/10.35968/jbau.v5i2.430>
- Untung, U & Murni, W. A. (2020). Strategi green product guna meningkatkan kinerja usaha kecil menengah berbasis ramah lingkungan. *Journal of Research and Technology*, 6(1), 33–40. <https://journal.unusida.ac.id/index.php/jrt/article/view/138>
-