

**LAPORAN AKHIR PENELITIAN:**



**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*  
TERHADAP KINERJA USAHA DENGAN *GREEN PRODUCT*  
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI  
PADA IKM SEKTOR OLAHAN MAKANAN  
DI PUDAK PAYUNG KOTA SEMARANG**

Ketua : Drs.B.Junianto Wibowo, MBM NIDN : 0625065901

Anggota : 1. Veronica Kusdiartini, SE, MSi NIDN : 0601016701

2. Dyah Titisari Anugraheni, SE, MM NIDN : 0611068704

3. Ir. Ignatius Supriyanto, -

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
2023**

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**LAPORAN PENELITIAN INTERNAL UNIKA SOEGIJAPRANATA**

1. Judul Penelitian : Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Usaha dengan *Green Product* sebagai Variabel Mediasi pada IKM Sektor Olahan Makanan di Puduk Payung Kota Semarang.
2. Kode>Nama Rumpun Ilmu : Manajemen
3. Ketua Peneliti
  - a. Nama Lengkap : Drs.B.Junianto Wibowo,MBM
  - b. NIDN : 0625065901
  - c. Jabatan Fungsional : Lektor Kepala
  - d. Program Studi : Manajemen
  - e. Nomor HP : 085865527607
  - f. Alamat surel (e-mail) : [yunianto@unika.ac.id](mailto:yunianto@unika.ac.id)
4. Anggota Peneliti (1)
  - a. Nama Lengkap : Veronica Kusdiartini,SE, MSi
  - b. NIDN : 0601016701
  - c. Perguruan Tinggi : Universitas Katolik Soegijapranata
5. Anggota Peneliti (2)
  - a. Nama Lengkap : Dyah Titisari Anugraheni, SE,MM
  - b. NIDN : 0601016701
  - c. Perguruan Tinggi : Universitas Katolik Soegijapranata
6. Anggota Peneliti (3)
  - a. Nama Lengkap : Ir.Ignatius Supriyanto, Sp.Agr
  - b. NIDN : -
  - c. Perguruan Tinggi : Uniersitas Katolik Soegijapranata
7. Lama Penelitian Keseluruhan : 6 Bulan
6. Biaya Penelitian Keseluruhan : Rp. 7.500.000,00
7. Biaya Penenlitian
  - Dana internal PT : Rp. 7.500.000,00
  - Dana Institusi lain : Rp. -

Mengetahui  
Dekan

Drs.Theodorus Sudimin,MS  
NIDN 0608116102

Semarang, Mei 2023

Ketua Peneliti

  
Drs.B.Junianto Wibowo. MBM  
NIDN 0625065901

Menyetujui,  
Kepala LPPM

Dr. Y. Trihoni Nalesti Dewi, MH  
NIDN. 0630116902

## IDENTITAS DAN URAIAN UMUM

1. Judul Penelitian : Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Usaha dengan *Green Product* sebagai Variabel Mediasi pada IKM sektor Olahan Makanan di Puduk Payung Semarang.
2. Tim Peneliti :

No	Nama	Jabatan	Bidang Keahlian	Instansi	Alokasi Waktu (Jam/minggu)
1	B.Junianto Wibowo	Ketua	Manajemen Keuangan	Unika Soegijapranata	6
2	Ignatius Supriyanto	Anggota 1	MSDL	Unika Soegijapranata	6
2	Veronica Kusdiartini	Anggota 1	Manajemen Operasi	Unika Soegijapranata	6
3	Dyah Titis Anugraheni	Anggota 2	Manajemen Pemasaran	Unika Soegijapranata	6

3. Objek Penelitian : Pengelolaan Usaha Makanan dan Minuman
4. Masa Pelaksanaan : 2022/2023
5. Usulan Biaya : Rp 7.500.000
6. Lokasi Penelitian : Kelurahan Puduk Payung Kota Semarang
7. Luaran yang ditargetkan adalah rekomendasi dari tim peneliti yang bersifat membantu pengelolaan usaha IKM terutama berkaitan tanggung jawab sosial pelaku usaha terhadap lingkungannya. Selain itu juga artikel dari laporan akhir penelitian ini untuk dimuat di jurnal ilmiah.
8. Dampak dari hasil temuan penelitian ini adalah usaha olahan makanan dikelola dengan memperhatikan tanggung jawab terhadap lingkungannya dengan baik sehingga produk yang dihasilkan selalu ramah lingkungan dan menghasilkan kinerja usaha yang lebih baik.
9. Jurnal ilmiah yang menjadi sasaran :  
Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Perpajakan (JEMAP)

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	I
HALAMAN PENGESAHAN	ii
IDENTITAS DAN URAIAN UMUM	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
RINGKASAN	vii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah.	2
1.3. Tujuan Penelitian	2
1.4. Manfaat Penelitian	3
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1. <i>Corporate Social Responsibility</i>	4
2.2. <i>Green Product</i>	5
2.3. <i>Business Performance</i>	5
2.4. Usaha Kecil dan Mikro Sektor Olahan Makanan	6
2.5. <i>Corporate Social Responsibility, Green Product, dan Kinerja Usaha IKM.</i>	7
2.6. Penelitian Terdahulu	7
2.7. Kerangka Pikir Penelitian	8
2.8. Definisi Operasional	9
2.9. Hipotesis Penelitian	10
BAB III. METODE PENELITIAN	11
3.1. Obyek Penelitian	11
3.2. Populasi, Sampel dan Metode Pengambilan Sampel.	11
3.3. Data dan Metode Pengumpulan Data.	11
3.4. Tehnik Analisa Data	14
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	16
4.1. Gambaran Umum IKM	16
4.2. Uji Hipotesis Penelitian	21
4.3. Pembahasan	24
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	30
5.1. Kesimpulan.	30
5.2. Rekomendasi	30
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Kriteria Usaha Kecil dan Mikro	6
Tabel 3.1. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel <i>Corporate Social Reliability</i>	12
Tabel 3.2. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel <i>Green Product</i> .	13
Tabel 3.3. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel <i>Business Performance</i> .	14
Tabel 4.1. Jenis Kelamin Responden	16
Tabel 4.2. Usia Responden	17
Tabel 4.3. Pendidikan Responden	18
Tabel 4.4. Lama Usaha Responden	19
Tabel 4.5. Pengalaman Usaha Sebelumnya	20
Tabel 4.6. Pelatihan Usaha yang Diikuti.	21
Tabel 4.7. Coefficients of Linear Regression	22
Tabel 4.8. Coefficient of Multiple Regression	23
Tabel 4.9. Sobel Test Statistic	24

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Pikir Penelitian	8

## RINGKASAN

*Corporate Social Responsibility (CSR)* saat ini menjadi suatu keharusan bagi perusahaan dalam menjalankan usahanya. Tanggung jawab sosial tersebut dilakukan baik terhadap lingkungan didalam maupun diluar perusahaan. Pada awalnya, *CSR* hanya terbatas dilakukan pada perusahaan besar saja, namun sekarang lebih meluas, yaitu dilakukan oleh semua perusahaan, baik besar, menengah, kecil dan mikro.

Penelitian ini akan dilakukan di pusat jajanan di daerah Puduk Payung Semarang. Obyek penelitiannya adalah pengelolaan usaha olahan makanan yang dilakukan IKM mengenai tanggung jawab sosial terhadap lingkungan usahanya. Data yang diperlukan berupa data primer, yaitu mengenai *Corporate Social Responsibility*, *Green Product* dan kinerja usaha IKM olahan makanan di Puduk Payung Semarang. Data tersebut berasal dari 43 IKM menyangkut ketiga variabel tersebut.

Semua data tersebut diperoleh melalui kuesioner dengan pertanyaan bersifat tertutup dan interview untuk melengkapi data terkumpul. Selanjutnya, dari data terkumpul dapat diperoleh gambaran umum responden yang dianalisis dengan tehnik deskriptif kualitatif melalui tabel frekuensi. Selanjutnya, tehnik analisa deskriptif kuantitatif, yaitu menggunakan regresi linier dan regresi berganda. Penggunaan regresi linier untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Green Product*. Sementara, penggunaan regresi berganda untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Green Product* terhadap kinerja usaha (*Business Performance*). Sedangkan, Uji Sobel dipergunakan untuk menguji apakah *Green Product* itu memediasi hubungan pengaruh *Corporate Social Responsibility* dengan *Business Performance* ataukah tidak. Analisa kualitatif juga dipergunakan untuk melengkapi hasil uji regresi linier dan regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan apabila *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap *Green Product* dan *Business Performance*. Namun demikian, *Green Product* tidak memediasi hubungan pengaruh *Corporate Social Responsibility* dengan *Business Performance*.

Rekomendasinya adalah agar pelaku IKM olahan makanan di Puduk Payung lebih meningkatkan aktivitas penerapan *Corporate Social Responsibility* supaya konsumen yang membeli produk olahan makanan yang dihasilkan semakin meningkat. Disamping itu, untuk membuktikan apakah *Green Product* memediasi hubungan pengaruh *Corporate Social Responsibility* dengan *Business Performance*, maka perlu dilanjutkan penelitian terhadap pelaku IKM olahan makanan jenis tertentu.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Pada saat ini hampir semua perusahaan dituntut untuk memiliki tanggung jawab sosial terhadap lingkungan usahanya (*Corporate Social Responsibility*). Tanggung jawab tersebut antara lain ditunjukkan melalui produk yang ramah lingkungan, yaitu produk yang dibuat untuk mengantisipasi kerusakan lingkungan sekitarnya. (Fitriyah, dkk, 2019). Menurut Yonada (2022), produk ramah lingkungan merupakan barang yang diproduksi berdasarkan prinsip ramah lingkungan, antara lain menggunakan bahan dan kemasan tidak berbahaya dan dapat didaur ulang. Selain itu, pemakaian energi dan sumber daya lainnya rendah. Sedangkan, untuk produk makanan dan minuman yang ramah lingkungan, ditandai antara lain penggunaan bahan baku yang alami dan tidak mengandung bahan pengawet, proses pembuatan secara organik, kemasan dapat didaur ulang dan dipergunakan kembali (Puspa, 2019). Tanggung jawab sosial lain terhadap lingkungannya juga harus dilakukan perusahaan seperti peningkatan kualitas hidup pekerja dan keluarga pekerja. Selain itu, perusahaan perlu memperhatikan kehidupan masyarakat sekitarnya, misalnya dengan memberikan bantuan dana kebersihan, pengobatan, sembako maupun tindakan kepedulian lainnya (Mulachela, 2017).

Tanggung jawab sosial perusahaan juga berlaku bagi ukm. Pada saat ini sudah cukup banyak ukm yang peduli terhadap lingkungan sekitarnya, seperti terlibat dalam kegiatan sosial, menjaga lingkungan tetap bersih, memberi sumbangan untuk pembangunan dan keamanan, dsbnya. Pelaku usaha yang memiliki tanggung jawab sosial, akan menjaga produk yang dihasilkan bersifat ramah lingkungan. Hal itu dapat mempengaruhi kinerja usahanya menjadi lebih baik. Penelitian yang dilakukan Fitriyah dkk (2020) menunjukkan bahwa *Green Product Innovation* memediasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja usaha industri kreatif batik. Hal yang hampir sama ditunjukkan oleh hasil penelitian Usada (2020), yaitu terdapat pengaruh *Green Product* terhadap kinerja UKM berbasis ramah lingkungan. Sebaliknya, pada perusahaan makanan dan minuman berskala besar yang tercatat di BEI, *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif terhadap kinerja keuangan, akibat dari pengeluaran biaya yang cukup besar (Mujati dan Ayuprilia, 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 sektor olahan makanan di kelurahan Puduk Payung, kota Semarang. Sektor usaha Industri Kecil dan Mikro olahan makanan di Puduk Payung tersebut cukup berkembang pesat. Daerah ini dikenal sebagai kampung jajanan pasar yang kreatif dan inovatif sehingga menjadi andalan kota Semarang. Usaha produk makanan sudah berlangsung cukup lama dan dilakukan secara turun temurun. Produk makanan yang dihasilkan bervariasi. Sebagai daerah yang menjadi andalan pemerintah kota Semarang, maka pelaku usaha jajanan pasar dituntut untuk dapat menghasilkan produk makanan yang ramah lingkungan. Namun, seberapa jauh tanggung jawab sosial pelaku usaha Industri Kecil dan Mikro dalam menghasilkan produk jajanan pasar ramah lingkungan yang dapat menentukan performance usahanya hingga kini belum diketahui secara pasti.

## **1.2. Perumusan Masalah**

Dari latar belakang di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini :

1. Apakah terdapat pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Green Product* sektor Industri Kecil dan Mikro olahan makanan di Puduk Payung kota Semarang.
2. Apakah terdapat pengaruh *Green Product* terhadap Kinerja Usaha sektor Industri Kecil dan Mikro olahan makanan di Puduk Payung kota Semarang.
3. Apakah terdapat pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Usaha sektor Industri Kecil dan Mikro olahan makanan di Puduk Payung kota Semarang.
4. Apakah *Green Product* memediasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan kinerja usaha sektor Industri Kecil dan Mikro olahan makanan di Puduk Payung kota Semarang.

## **1.3. Tujuan Penelitian.**

Adapun tujuan penelitian ini untuk mengetahui :

1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Green Product* sektor Industri Kecil dan Mikro olahan makanan di Puduk Payung kota Semarang.
2. Pengaruh *Green Product* terhadap Kinerja Usaha sektor Industri Kecil dan Mikro olahan makanan di Puduk Payung kota Semarang.

3. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Usaha sektor Industri Kecil dan Mikro olahan makanan di Puduk Payung kota Semarang.
4. *Green Product* memediasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan kinerja sektor Industri Kecil dan Mikro olahan makanan di Puduk Payung kota Semarang.

#### 1.4. **Manfaat Penelitian.**

1. Bagi sektor Industri Kecil dan Mikro olahan makanan di Puduk Payung dapat dipergunakan untuk meningkatkan tanggung jawab sosialnya terhadap lingkungan usahanya terutama dalam menghasilkan produk ramah lingkungan.
2. Bagi Perguruan Tinggi, khususnya Universitas Katolik Soegijapranata, hasil penelitian ini dapat dikembangkan untuk bahan penelitian lebih lanjut, terkait dengan Usaha Industri Kecil dan Mikro olahan makanan di Puduk Payung.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. *Corporate Social Responsibility***

*Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan sekitarnya dalam menjalankan aktivitas usahanya. Tanggung jawab sosial tersebut berupa upaya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang memberikan dampak positif bagi lingkungannya. (Mulachela, 2022). Meskipun CSR itu tergolong masih baru, namun sejumlah perusahaan di Indonesia sudah cukup banyak yang mempraktekan CSR dalam menjalankan kegiatan usahanya, termasuk sektor UKM. (Anastasya, 2021).

Dengan menerapkan *CSR*, diharapkan perusahaan dapat mengurangi dampak negatif dari kegiatan usahanya, memberi bantuan kepada pihak yang membutuhkannya serta membentuk citra positif bagi perusahaan. Artinya, perusahaan dalam menjalankan kegiatan usahanya menekankan pada kegiatan ekonomi berkelanjutan, yaitu memiliki tanggung jawab dan akuntabilitas terhadap lingkungannya sekitarnya, khususnya masyarakat (Marnelly, 2012).

Penerapan *CSR* pada perusahaan saat ini sepertinya menjadi suatu keharusan. Hal itu didasarkan pada argumentasi bahwa sebelumnya banyak perusahaan dalam menjalankan usahanya mengabaikan rasa tanggung jawab sosial, antara lain melakukan perusakan lingkungan maupun eksploitasi terhadap sumber daya alam (Salim, 2010). Kondisi itu menyebabkan masyarakat menderita kerugian, khususnya masyarakat sekitarnya. Melalui penerapan *CSR* diharapkan hal itu tidak akan terjadi. Secara spesifik, tujuan penerapan *CSR* dalam kegiatan usaha antara lain untuk menyelaraskan kegiatan sosial dan lingkungan perusahaan selaras dengan tujuan maupun nilai bisnisnya. Selain itu, tujuan lain dari *CSR* untuk berkontribusi dalam pelesarian lingkungannya, peduli terhadap masyarakat, menjalin hubungan baik dengan pemegang kepentingan, membangun citra baik perusahaan, mengurangi pembayaran pajak, dan memudahkan pengembangan perusahaan berkelanjutan. (Nurul dan Gischa, 2021). Menurut Astri (2012), melalui penerapan *CSR*, diharapkan perusahaan dapat membantu dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat dengan melaksanakan program-program *CSR* yang berkelanjutan dan dapat menyentuh langsung semua aspek kehidupan masyarakat.

## **2.2. Green Product**

*Green product* merupakan produk bersifat ramah lingkungan yang dihasilkan untuk mencegah kerusakan lingkungan sekitarnya secara berkelanjutan. 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 dan Rahmawati, 2019). Perusahaan yang menghasilkan produk ramah lingkungan menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah bertanggung jawab dalam memikirkan keselamatan maupun kelestarian lingkungan sekitarnya. Dilain sisi, meningkatnya masyarakat dalam mengkonsumsi produk ramah lingkungan mengindikasikan adanya kesadaran yang semakin tinggi dikalangan masyarakat untuk menjaga lingkungan hidup disekitarnya.

Karakteristik produk ramah lingkungan antara lain bahan yang dipergunakan tidak membahayakan lingkungan, produk dan kemasannya dapat didaur 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. (Yonada, 2022).

## **2.3. Business Performance**

*Performance* atau kinerja merupakan hasil atau keluaran dari suatu proses melakukan kegiatan. (Nurlaila dalam Riadi, 2014). Sementara, menurut Luthans dalam Riadi (2014), kinerja merupakan suatu kuantitas atau kualitas yang dihasilkan dari aktivitas pekerjaan yang dijalankan oleh seseorang. Dari uraian tersebut, maka kinerja dapat diartikan sebagai suatu hasil kegiatan usaha yang dilakukan oleh seseorang. Seseorang itu dapat seorang pengusaha, manajer atau pemimpin dari suatu organisasi.

Terdapat berbagai kinerja untuk melihat hasil suatu kegiatan yang telah dilakukan oleh pengusaha. Salah satunya adalah dengan mengukur kinerja usaha, yaitu kinerja keuangan usahanya. Pengukuran kinerja keuangan suatu usaha yang dilakukan oleh berbagai perusahaan dapat berupa rasio keuangan, *cross section*, maupun *time series* atau dikenal dengan analisa tren. (Hanafi, 2016). Menurut Lee dan Tsang dalam Sarwoko (2013), indikator atau ukuran kinerja dari suatu usaha, khususnya yang dilakukan oleh sektor usaha kecil dan mikro (UKM) dapat diketahui dari pertumbuhan penjualan, pertumbuhan laba dan pertumbuhan modal. Semakin

positif dan besar pertumbuhannya, maka semakin baik kinerja usahanya. Sebaliknya, semakin rendah dan negative, maka semakin buruk pertumbuhannya.

Pengukuran kinerja usaha juga dapat diketahui dari bukan keuangan, antara lain berbagai hal terkait dengan pemasaran, kualitas produk, sumber daya manusia serta penggunaan waktu.(Aleandro, 2017).

#### 2.4. Usaha Kecil dan Mikro Sektor Olahan Makanan

Menurut Peraturan Pemerintah nomer 7 tahun 2021, yang dimaksud dengan pelaku usaha berskala mikro dan kecil adalah pelaku usaha yang menghasilkan maupun menjual barang atau jasa dengan kriteria sebagaimana pada tabel 2.1.

**Tabel 2.1**  
**Kriteria Usaha Kecil dan Mikro**

	Usaha Miro	Usaha Kecil
Nilai Modal Usaha	≤ Rp.1.000.000.000,-	>Rp.1.000.000.000,- dan ≤ Rp.5.000.000.000,-
Nilai Penjualan Setahun	≤Rp.2.000.000.000,-	>Rp.2.000.000.000,- dan≤ Rp.15.000.000.000,-

Sumber : Peraturan Pemerintah nomor 7 Tahun 2021.

Yang dimaksud dengan modal usaha adalah modal yang berhubungan dengan usahanya dan nilainya tidak termasuk tanah serta bangunan tempat usaha maupun rumah tinggal.

Pangan olahan atau olahan makanan merupakan suatu makanan atau minuman yang dihasilkan melalui suatu proses dengan menggunakan cara atau metode tertentu, baik dengan menambah bahan lain ataupun tidak. (Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan, no.27 tahun 2017).

Dari hal tersebut diatas, maka pelaku UKM (Usaha Kecil dan Mikro) disebut sebagai IKM (Industri Kecil dan Mikro) yang bergerak di sektor usaha olahan makanan adalah pengusaha yang memproses makanan dengan modal usaha paling tinggi Rp.5.000.000.000,- dan nilai penjualan setahun paling banyak Rp.15.000.000.000,-

## **2.5. Corporate Social Responsibility, Green Product dan Business Performance IKM**

Dari uraian diatas dapat dikemukakan bahwa penerapan *Corporate Social Responsibility* pada IKM dapat menentukan kualitas produk ramah lingkungan (*Green Product*). Selanjutnya hal itu dapat mempengaruhi kinerja usahanya (*Business Performance*). Dengan kata lain, implementasi *Corporate Social Responsibility* oleh IKM dalam kegiatan usahanya akan mempengaruhi *Business Performance* melalui *Green Product*.

## **2.6 Penelitian Terdahulu**

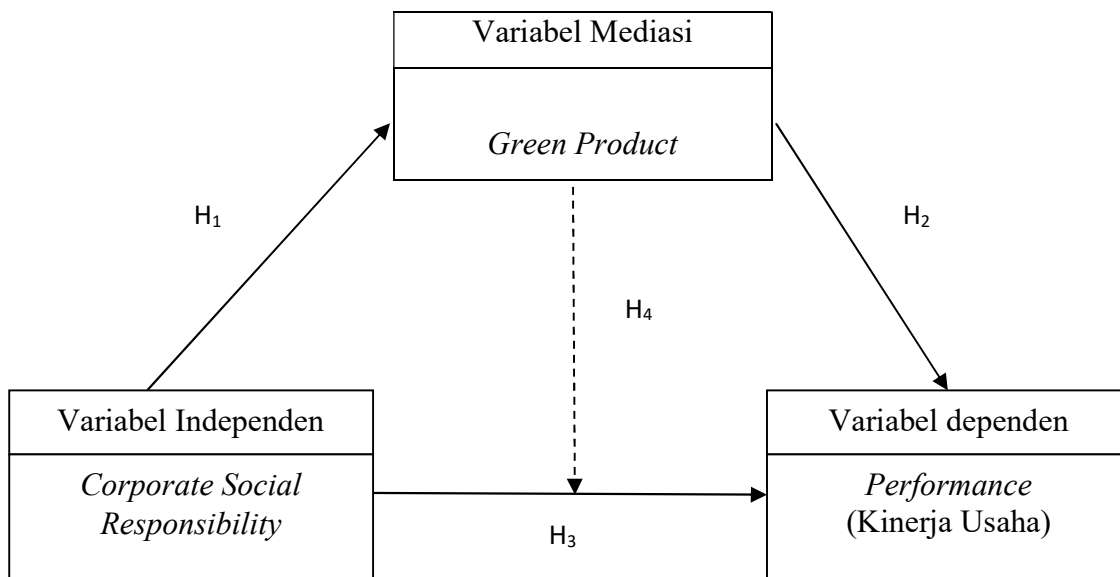
1. Hasil penelitian Usada dan Widya (2020) mengenai *green product* dan kinerja usaha kecil di kabupaten Sidoarjo menunjukkan bahwa *green product* berpengaruh terhadap kinerja usahanya, sebagaimana ditunjukkan dengan signifikan  $0,045 < 0,05$ . Kebijakan yang telah dilakukan pelaku usaha kecil tersebut antara lain pemakaian sedikit bahan baku dan dapat didaur ulang serta penggunaan bahan bakar yang tidak berlebihan,
2. Hal yang sama ditunjukkan oleh penelitian Sumiati dan Susanto (2021) mengenai *green product* dan kinerja industri Kecil dan Mikro di Sumatera Barat yang menunjukkan adanya pengaruh *green product* terhadap kinerja usaha dengan signifikan  $0,000 < 0,05$ . Hal itu tidak terlepas dari kesadaran masyarakat pentingnya menjaga kesehatan maupun beralihnya penggunaan produk yang sehat dan ramah lingkungan.
3. Penelitian senada juga dilakukan oleh Perucha dan Handayani (2020) mengenai *green product* dan kinerja emiten dari perusahaan manufaktur yang terdapat di Indonesia. Hasil temuan menunjukkan bahwa *green product innovation* berpengaruh terhadap kinerja perusahaan dengan signifikan  $0,000 < 0,05$ . Fenomena tersebut tidak terlepas dari kondisi tingkat polusi udara maupun pencemaran lingkungan yang berdampak pada *global warming*.
4. Hasil penelitian mengenai *Corporate Social Responsibility* dan kinerja emiten pada perusahaan makanan dan minuman yang dilakukan oleh Mujati dan Ayuprilia (2020) menunjukkan adanya pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja perusahaan dengan signifikan  $0,038 < 0,05$ . Temuan tersebut berkaitan dengan limbah beracun yang dihasilkan perusahaan makanan dan minuman yang dapat mempengaruhi kualitas lingkungan udara, air maupun tanah sehingga hal itu akan mengganggu kehidupan sosial masyarakat.
5. Hasil penelitian yang dilakukan Amalia dan Ni'am (2022) membuktikan adanya pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja usaha pada UMKM penjual bunga kopeng

dengan signifikan  $0,000 < 0,05$ . Hasil temuan tersebut disebabkan karena *Corporate Social Responsibility* dapat dipergunakan sebagai alat organisasi untuk menghasilkan sumber daya efektif yang berdampak terhadap kinerja.

6. Penelitian yang dilakukan Fitriyah dkk (2020) mengenai *Corporate Social Responsibility*, *Green Product Innovation* dan kinerja usaha pada usaha industri batik kreatif di Sidoarjo dan Bangkalan menunjukkan adanya pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Green Product Innovation* dengan signifikan  $0,000 < 0,05$ . Temuan itu juga diikuti dengan berpengaruhnya *Green Product Innovation* terhadap kinerja usahanya dengan signifikan  $0,000 < 0,05$ . Selanjutnya dari hal tersebut dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja usaha yang dimediasi oleh *Green Product Innovation* dengan signifikan  $0,007 < 0,05$

## 2.7. Kerangka Pikir Penelitian

Berdasarkan tinjauan pustaka dan penelitian terdahulu dapat disusun kerangka pikir penelitian sebagai berikut:



Gambar 2.1. Kerangka Pikir Penelitian

## 2.8. Definisi Operasional:

1. *Corporate Social Responsibility* merupakan sikap dan tindakan dari pelaku usaha olahan makanan terhadap lingkungan sekitarnya, seperti mengelola usaha dengan bahan makanan maupun minuman yang bersih dan tidak tercemar serta tidak mengandung bahan pengawet, penggunaan peralatan yang tidak membahayakan, hemat bahan bakar, selalu bersih, meletakkan peralatan secara rapi dan teratur, menjaga saluran tetap bersih dan tidak mencemarkan, sampah secara rutin diangkut ke tempat pembuangan dengan kendaraan, serta selalu memberi kontribusi secara rutin seperti uang sosial, keamanan, sampah kepada lingkungannya. Selain itu, pelaku juga peduli terhadap permasalahan warga sekitarnya, selalu berpartisipasi dalam pertemuan dengan warga, mematuhi peraturan lingkungan dan melaporkan kondisi usahanya kepada aparat setempat.
2. *Green Product* merupakan produk makanan dan minuman yang dihasilkan tidak membahayakan konsumen seperti aman ketika dikonsumsi dan tidak menyebabkan sakit perut. Selain itu, produk tersebut tidak menimbulkan bau tidak sedap dan mudah terurai apabila dibuang serta tidak tercemar kotoran maupun polusi udara.
3. Kinerja Usaha merupakan prestasi yang dihasilkan pelaku usaha makanan dan minuman, baik dilihat dari kinerja keuangan maupun bukan keuangan. Kinerja keuangan ditunjukkan dari pertumbuhan penjualan, perubahan laba, perubahan aset, perubahan modal, perubahan periode pengumpulan piutang, perubahan kemampuan dalam memenuhi hutang lancar, perubahan periode perputaran persediaan barang. Sedangkan kinerja bukan keuangan ditunjukkan dari bertambahnya daerah penjualan, bertambahnya jumlah konsumen, bertambahnya pedagang pengecer, kepuasan konsumen meningkat, lingkungan usaha semakin bersih, penghargaan masyarakat, karyawan semakin nyaman dan aman, meningkatnya dukungan masyarakat.

## 2.9. Hipotesis Penelitian

Dari tujuan penelitian dan penelitian terdahulu dapat disusun hipotesis penelitian sebagai berikut:

H<sub>1</sub> : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap *Green Product* IKM olahan makanan di Puduk Payung Semarang.



- H<sub>2</sub> : *GP* berpengaruh terhadap *Performance* IKM olahan makanan di Puduk Payung Semarang  
ikm olahan makanan di Puduk Payung Semarang.
- H<sub>3</sub> : *CSR* berpengaruh terhadap *Performane* IKM olahan makanan di Puduk Payung Semarang  
ikm olahan makanan di Puduk Payung Semarang.
- H<sub>4</sub> : *GP* memediasi hubungan antara *CSR* dengan *Performance* IKM olahan makanan di Puduk  
Payung Semarang.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Obyek Penelitian.**

Obyek penelitian ini adalah pengelolaan usaha olahan makanan oleh IKM di daerah Puduk Payung Semarang, yaitu mengenai tanggung jawabnya terhadap lingkungan usaha. Usaha ini telah berkembang baik dan daerah tersebut telah ditetapkan sebagai pusat jajanan di kota Semarang.

#### **3.2. Populasi, Sampel dan Pengambilan Sampel**

Populasi dari penelitian ini adalah semua pelaku IKM olahan makanan (jajanan) di daerah Puduk Payung yang masih aktif dan dijalankan secara kontinu. Usaha olahan makanan yang dijalankan oleh pelaku IKM bervariasi, yang jumlahnya untuk masing-masing sub sektor sulit diketahui secara pasti. Oleh karena itu, sampelnya ditetapkan secara kuota (*Quota Sampling*), yaitu sebanyak 45 pelaku IKM.

#### **3.3. Data dan Metode Pengumpulan Data**

Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data primer, terkait dengan *Corporate Social Responsibility*, *Green Product*, dan kinerja usaha IKM olahan makanan di Puduk Payung.

Data tersebut diperoleh melalui kuesioner yang disebarakan kepada 42 pelaku IMK olahan makanan. Pernyataan diajukan dalam kuesioner yang bersifat tertutup.

Pernyataan tertutup diajukan untuk menjawab perumusan masalah pertama. Jawaban responden berupa pendapat yang dipilih dari berbagai jawaban yang telah tersedia dan diukur dengan skala Likert. Skala Likert terdiri dari 5 pilihan skala yang memiliki gradasi dari sangat setuju hingga sangat tidak setuju. (Ghozali, 2015). Penelitian ini menggunakan 4 pilihan skala, yaitu sangat setuju dengan score 4, setuju dengan score 3, tidak setuju dengan score 2 dan sangat tidak setuju dengan score 1. Sedangkan, pilihan netral dihilangkan karena dikawatirkan pernyataan dengan pilihan ini akan banyak dipilih.

Sebelum responden memilih pernyataan, terlebih dahulu dilakukan uji reliabilitas dan uji validitas terhadap pernyataan yang terdapat pada kuesioner. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur kuesioner sebagai indikator dari suatu konstruk. (Gozali, 2017). Suatu konstruk atau

variabel dapat dikatakan reliable apabila menghasilkan nilai Cronbach Alpha  $> 0,60$  (Nunnally dalam Gozali, 2017). Sementara, uji validitas dilakukan untuk mengukur valid atau tidaknya kuesioner. Suatu pernyataan di kuesioner itu dikatakan valid, apabila  $r$  hitung atau korelasi antar skor butir pernyataan dengan total skor konstruk  $> r$  tabel. Dalam penelitian ini uji reliabilitas maupun validitas dilakukan dengan meminta 30 orang untuk mengisi pernyataan yang terdapat pada kuesioner.

Hasil uji validitas dan reliabilitas terhadap seluruh jawaban atas pernyataan dari 30 kuesioner dapat diketahui pada tabel 3.1, tabel 3.2 dan tabel 3.3.

**Tabel 3.1.**  
**Uji Validitas dan Reliabilitas**  
**Variabel *Corporate Social Reliability* (CSR)**

Uji yang	Hasil	Keterangan
Pertama	Hasil uji Reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh 23 pernyataan CSR reliabel, karena nilai <i>Cronbach Alpha</i> $0,847 > 0,60$ Hasil Uji Validitas menunjukkan apabila dari 23 pernyataan CSR, sebanyak 16 yang valid, karena $r$ hitung masing-masing dari 16 pernyataan $> 0,361$ , sedangkan sebanyak 7 pernyataan tidak valid, karena $r$ hitung masing-masing dari 7 pernyataan $< 0,361$ .	Pernyataan yang dapat dipergunakan sebanyak 15.
Kedua	Hasil uji Reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh 16 pernyataan CSR reliabel, karena nilai <i>Cronbach Alpha</i> $0,847 > 0,60$ Hasil Uji Validitas menunjukkan apabila dari 16 pernyataan CSR, sebanyak 15 yang valid, karena $r$ hitung masing-masing dari 15 pernyataan $> 0,361$ , sedangkan sebanyak 1 pernyataan tidak valid, karena $r$ hitung pernyataannya $< 0,361$ .	
Ketiga	Hasil uji Reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh 15 pernyataan CSR reliabel, karena nilai Cronbach Alpha $0,851 > 0,60$ Hasil Uji Validitas menunjukkan apabila seluruh 15 pernyataan CSR, valid, karena $r$ hitung masing-masing dari 15 pernyataan $> 0,361$ .	

Sumber : Data Primer yang diolah.

Pernyataan *Corporate Social Reliability* pada kuesioner semula ada 23, kemudian melalui uji Reliabilitas dan uji Validitas sebanyak tiga kali, akhirnya seluruh pernyataan *Corporate Social Reliability* yang memenuhi uji Reliabilitas dan uji Validitas sebanyak 15. (tabel 3.1)

**Tabel 3.2.**  
**Uji Validitas dan Reliabilitas**  
**Variabel *Green Product (GP)***

Uji yang	Hasil	Keterangan
Pertama	Hasil uji Realibilitas menunjukkan bahwa seluruh 12 pernyataan <i>GP</i> reliabel, karena nilai Cronbach Alpha 0,800>0,60 Hasil Uji Validitas menunjukkan apabila dari 12 pernyataan <i>GP</i> , sebanyak 11 yang valid, karena r hitung masing-masing dari 16 pernyataan > 0,361, sedangkan sebanyak 1 pernyataan tidak valid, karena r hitungnya <0,361.	Pernyataan yang dapat dipergunakan sebanyak 9
Kedua	Hasil uji Realibilitas menunjukkan bahwa seluruh 11 pernyataan <i>GP</i> reliabel, karena nilai <i>Cronbach Alpha</i> 0,805>0,60 Hasil Uji Validitas menunjukkan apabila dari 11 pernyataan <i>GP</i> , sebanyak 10 yang valid, karena r hitung masing-masing dari 10 pernyataan > 0,361, sedangkan sebanyak 1 pernyataan tidak valid, karena r hitung pernyataannya <0,361.	
Ketiga	Hasil uji Realibilitas menunjukkan bahwa seluruh 10 pernyataan <i>GP</i> reliabel, karena nilai <i>Cronbach Alpha</i> 0,851>0,60 Hasil Uji Validitas menunjukkan apabila dari 10 pernyataan <i>GP</i> , sebanyak 9 yang valid, karena r hitung masing-masing dari 9 pernyataan>0,361, sedangkan sebanyak 1 pernyataan tidak valid, karena r hitungnya <0,361.	
Keempat	Hasil uji Realibilitas menunjukkan bahwa seluruh 9 pernyataan <i>GP</i> reliabel, karena nilai <i>Cronbach Alpha</i> 0,851>0,60 Hasil Uji Validitas menunjukkan apabila seluruh 9 pernyataan <i>GP</i> , valid, karena r hitung masing-masing dari 9 pernyataan > 0,361	

Sumber : Data Primer yang diolah.

Sementara, pernyataan *Green Product* pada kuesioner semula ada 12, kemudian melalui uji Reliabilitas dan uji Validitas sebanyak empat kali, akhirnya seluruh pernyataan *Green Product* yang memenuhi uji Reliabilitas dan uji Validitas sebanyak 9. (tabel 3.2)

**Tabel 3.3.**  
**Uji Validitas dan Reliabilitas**  
**Variabel *Business Performance* (BP)**

Uji yang	Hasil	Keterangan
Pertama	Hasil uji Realibilitas menunjukkan bahwa seluruh 20 pernyataan <i>BP</i> reliabel, karena nilai Cronbach Alpha $0,857 > 0,60$ Hasil Uji Validitas menunjukkan bahwa dari 20 pernyataan <i>BP</i> , sebanyak 18 yang valid, karena $r$ hitung masing-masing dari 18 pernyataan $> 0,361$ , sedangkan sebanyak 2 pernyataan tidak valid, karena $r$ hitungnya $< 0,361$ .	Pernyataan yang dipergunakan sebanyak 18
Kedua	Hasil uji Realibilitas menunjukkan bahwa seluruh 18 pernyataan <i>BP</i> reliabel, karena nilai <i>Cronbach Alpha</i> $0,857 > 0,60$ Hasil Uji Validitas menunjukkan bahwa seluruh 18 pernyataan <i>GP</i> valid, karena $r$ hitung masing-masing dari 18 pernyataan $> 0,361$	

Sumber : Data Primer yang diolah.

Sedangkan, pernyataan *Business Performance* pada kuesioner semula ada 20, kemudian melalui uji Reliabilitas dan uji Validitas sebanyak dua kali, akhirnya seluruh pernyataan *Business Performance* yang memenuhi uji Reliabilitas dan uji Validitas sebanyak 18. (tabel 3.3)

Wawancara dipergunakan untuk melengkapi data primer yang diperoleh melalui kuesioner.

### 3.4. Tehnik Analisa Data

#### 1. Gambaran Umum Responden

Untuk gambaran umum responden dianalisa dengan menggunakan tehnik Deskriptif Kualitatif, yaitu melalui tabel frekuensi

#### 2. Hipotesis Penelitian

Untuk menguji hipotesis penelitian, tehnik Analisa yang dipergunakan tehnik Deskriptif Kuantitatif, yaitu :

1. Menggunakan regresi linier sederhana untuk menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Green Product* (GP)

$$GP = b_0 + b_1 \text{ CSR}$$

$b_0$  : konstanta.

$b_1$  : koefisien dari variabel *CSR*

*CSR* : variabel independen

*GP* : variabel dependen

H<sub>10</sub> : *CSR* tidak berpengaruh terhadap *GP*.

H<sub>11</sub> : *CSR* berpengaruh terhadap *GP*.

Dengan taraf kesalahan, yaitu  $\alpha$  sebesar 5%, maka:

H<sub>10</sub> diterima dan menolak H<sub>11</sub>, apabila  $T_{hitung} < T_{tabel}$  dan tingkat signifikansinya  $>5\%$ .

H<sub>11</sub> diterima dan menolak H<sub>10</sub>, apabila  $T_{hitung} > T_{tabel}$  dan tingkat signifikansinya  $<5\%$ .

2. Menggunakan regresi linier berganda untuk menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan *Green Product* terhadap Kinerja Usaha (*Business Performance*).

$$Business\ Performance = b_0 + b_1\ CSR + b_2\ GP$$

$b_0$  : konstanta.

$b_1$  : koefisien dari variabel *CSR*

$b_2$  : koefisien dari variabel *GP*

*CSR* dan *GP* : variabel independen

*Performance* : variabel dependen

H<sub>20</sub> : *CSR* tidak berpengaruh terhadap *Business Performance*.

H<sub>21</sub> : *CSR* berpengaruh terhadap *Business Performance*.

Dengan taraf kesalahan, yaitu  $\alpha$  sebesar 5%, maka:

H<sub>20</sub> diterima dan menolak H<sub>21</sub>, apabila  $T_{hitung} < T_{tabel}$  dan tingkat signifikansinya  $>5\%$ .

H<sub>21</sub> diterima dan menolak H<sub>20</sub>, apabila  $T_{hitung} > T_{tabel}$  dan tingkat signifikansinya  $<5\%$ .

H<sub>30</sub> : *GP* tidak berpengaruh terhadap *Business Performance*.

H<sub>31</sub> : *GP* berpengaruh terhadap *Business Performance*.

Dengan taraf kesalahan, yaitu  $\alpha$  sebesar 5%, maka:

H<sub>30</sub> diterima dan menolak H<sub>31</sub>, apabila  $T_{hitung} < T_{tabel}$  dan tingkat signifikansinya  $>5\%$ .

H<sub>31</sub> diterima dan menolak H<sub>30</sub>, apabila  $T_{hitung} > T_{tabel}$  dan tingkat signifikansinya  $<5\%$ .

3. Uji Sobel untuk menguji *Green Product (GP)* sebagai variabel yang memediasi hubungan *Corporate Social Responsibility* dengan *Performance*. (Leo, 2021)

Dengan tingkat signifikansi sebesar 5%, maka apabila nilai  $Z > 1,96$ , *Green Product (GP)* merupakan variabel yang memediasi hubungan *Corporate Social Responsibility* dengan *Performance*. (H<sub>41</sub>). Sebaliknya, apabila nilai  $Z < 1,96$ , *Green Product (GP)* bukan variabel yang memediasi hubungan *Corporate Social Responsibility* dengan *Performance*. (H<sub>40</sub>).

Analisis kualitatif dipergunakan untuk menginterpretasi hasil analisis kuantitatif.

## BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1. Gambaran Umum Responden

Data terkumpul dari 43 pelaku Industri Kecil dan Mikro (IKM) sektor olahan makanan di Puduk Payung kota Semarang dapat diketahui gambaran umum responden menurut jenis kelamin, usia responden, pendidikan, lama usaha, pengalaman usaha dan pelatihan yang diikuti.

#### Jenis Kelamin

Responden menurut jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 4.1

Tabel 4.1  
Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Prosentase
Laki-Laki	6	13.95
Perempuan	37	86.05
Jumlah	43	100.00

Sumber : Data primer yang diolah

Dari tabel 4.1.dapat diketahui bahwa sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan (86,05%). Jenis kelamin perempuan yang mendominasi usaha olahan makanan dan minuman tersebut sesuai dengan kebanyakan usaha makanan dan minuman yang selalu ditangani kaum perempuan. Selain alasan membantu keuangan rumah tangga, sikap dan karakter perempuan sesuai untuk bidang usaha makanan dan minuman, yang memerlukan ketekunan, kesabaran, kebersihan, keramahan dan kedisiplinan.

#### Usia Responden

Pada umumnya, usia pelaku IKM menentukan kemampuannya dalam mengelola usahanya. Semakin muda usianya, maka pelaku usaha akan cenderung energik dalam mengelola usahanya. Terkait dengan hal itu, maka untuk mengetahui usia responden sebagai pelaku umkm sektor makanan di Puduk Payung, perlu dikualifikasikan terlebih dahulu usia responden menurut kelompok usia (tabel 4.2).

Tabel 4.2  
Usia Responden

Kelompok Usia	Frekuensi	Prosentase
31 – 40	8	18.60
41-50	19	44.19
> 50	16	37.21
Jumlah	43	100.00

Sumber: Data primer yang diolah.

Dari tabel 4.1 nampak bahwa sebanyak 27 responden ( 62,79%) berusia 50 tahun kebawah. Sebagian besar didominasi oleh kelompok responden berusia 41 sampai dengan 50 tahun, yaitu sebanyak 19 (44,19%). sisanya 8 (18,60%) berusia 31 sampai dengan 40 tahun. Pada usia ini, pelaku IKM semangatnya cukup besar, penuh energik dan mobilitasnya tinggi dalam menjalankan usahanya. Hampir seluruhnya aktif dalam mencari peluang pasar, mempertahankan relasi maupun mencari solusi ketika menghadapi permasalahan usaha. Pada hakekatnya, mereka secara rutin berupaya memperoleh pasokan bahan baku dengan kualitas yang memadai. Begitu juga, mereka trampil memproses bahan baku dengan baik, sehingga dapat menghasilkan produk makanan berkualitas dengan tampilan menarik dan harga terjangkau. Hal itu menyebabkan mereka tidak mengalami kesulitan apabila ada pesanan yang banyak. Meskipun demikian, kelompok pelaku IKM diatas 50 tahun ternyata tidak sedikit (37,21%). Pada kelompok usia ini, mereka juga bersemangat dalam berusaha karena tuntutan hidup. Sebagian besar dari mereka ikut aktif mempromosikan produknya dengan mengikuti berbagai even pameran khususnya berskala lokal maupun regional.

### **Pendidikan**

Pendidikan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku dan sikap pelaku IKM dalam menjalankan usahanya. Pelaku IKM sebagai responden ditinjau dari tingkat pendidikannya dapat dilihat pada tabel 4.3



Tabel 4.3  
Pendidikan Responden

Pendidikan	Frekuensi	Prosentase
SD	1	2.33
SLTP	3	6.98
SLTA	25	58.14
D3	5	11.63
SARJANA (S1)	9	20.93
Jumlah	43	100.00

Sumber : Data primer yang diolah

Sebagian besar responden berlatar belakang pendidikan SLTA (58,14%). Setelah lulus SLTA, mereka menekuni kewirausahaan dengan tujuan untuk memperoleh penghasilan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari yang semakin meningkat. Keterbatasan sarana prasarana untuk melanjutkan studi ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi akibat keterbatasan keuangan mengharuskan mereka untuk mencari nafkah guna memenuhi kebutuhan hidup keluarga. Meskipun berlatar belakang pendidikan SLTA, mereka sudah cukup mampu untuk mengelola usaha. Hal itu ditunjukkan dari ketrampilannya untuk melakukan proses produksi, mengelola keuangan, pemasaran, komunikasi dengan berbagai pihak terkait, maupun penyelesaian masalah bisnis. Namun demikian, terdapat sejumlah responden dengan pendidikan D3 dan Sarjana yang tidak sedikit sekali (32,56%). Kebanyakan mereka mengambil bidang ekonomi dan manajemen. Dengan pendidikan bidang ekonomi dan manajemen, mereka terbantu dalam mengelola usaha maupun dalam memanfaatkan peluang usaha dibandingkan dengan mereka yang berpendidikan lebih rendah. Hal itu disebabkan karena mereka memiliki bekal pengetahuan dan wawasan yang lebih luas mengenai berbagai hal terkait dengan pengelolaan usaha maupun kondisi ekonomi dan moneter.

### **Lama Usaha**

Pada umumnya, lama usaha sangat menentukan keberhasilan seseorang dalam mengelola usahanya. Semakin lama, pelaku usaha dalam menekuni usahanya, maka kemampuannya semakin matang, sehingga hal itu dapat mendukung kelancaran maupun kemajuan usahanya. Lamanya responden sebagai pelaku usaha dapat dilihat pada tabel 4.4.

Tabel 4.4  
Lama Usaha Responden

Lama Usaha (Tahun)	Frekuensi	Prosentase
< 1	1	2.33
1 – 5	19	44.19
6 – 10	13	30.23
11 – 15	3	6.98
16 – 20	5	11.63
21 – 25	1	2.33
26 – 30	1	2.33
Jumlah	43	100.00

Sumber : Data primer yang diolah

Tabel 4.4 menunjukkan bahwa sebagian besar usaha responden ditekuni 1 sampai dengan 5 tahun. (44,19%). Kebanyakan mereka melanjutkan usaha keluarganya, seperti . usaha ceriping ketela, getuk, jajan pasar, tape sehingga usaha ini semakin berkembang. Selain itu, dari kelompok ini, terdapat sejumlah pengusaha pemula, terutama setelah tidak bekerja di institusi, sebagai akibat dari pemutusan hubungan kerja maupun yang sudah pensiun. Untuk usaha pemula, yaitu kaum generasi muda, mereka memutuskan tidak melanjutkan studi, tetapi memilih berwirausaha. Pada awalnya, kebanyakan dari mereka ikut usaha orang lain, kemudian menekuni usaha sendiri. Yang lama usahanya 6 sampai 10 tahun juga tidak begitu sedikit, yakni mencapai 30,23%. Dengan lama usaha 6 sampai 10 tahun, diharapkan kemampuannya cukup diandalkan untuk memperlancar kemajuan usahanya.

### **Pengalaman Usaha Sebelumnya**

Pengalaman usaha merupakan bekal yang berguna untuk mendukung ketrampilan seseorang dalam mengelola suatu usaha. Seorang pelaku usaha yang sebelumnya berpengalaman dibidang usaha tertentu akan memiliki ketrampilan yang dapat mendukung efektifitasnya dalam mengelola usahanya yang ditekuni saat ini. Pengalaman usaha responden sebelumnya dapat diketahui pada tabel 4.5

Tabel 4.5  
Pengalaman Usaha Sebelumnya

Pengalaman Usaha Sebelumnya	Frekuensi	Prosentase
Usaha Makanan	4	9.30
Usaha Pakaian	3	6.98
Usaha Obat-Obatan	1	2.33
Usaha Alat Kesehatan	1	2.33
Usaha Jasa	3	6.98
Usaha Aksesoris	1	2.33
Usaha Lainnya	1	2.33
Belum Pernah	29	67.44
Jumlah	43	100.00

Sumber : Data primer yang diolah

Dari tabel 4.5, dapat diketahui bahwa sebagian besar (67,44%) belum pernah melakukan usaha. Hal itu disebabkan mereka sebelumnya bekerja sebagai karyawan pada institusi, seperti di perusahaan garment, supermarket, perusahaan jamu, perusahaan ban, bank perkreditan, dll. Alasan melakukan wirausaha disebabkan karena sebagian dari mereka di berhentikan dari pekerjaan pada perusahaan sebelumnya. Hal itu terjadi sebagai akibat sebagian besar perusahaan sudah tidak beroperasi lagi. Selain itu, beberapa perusahaan mengalami kerugian yang cukup besar sehingga untuk mengurangi beban tetapnya, sejumlah karyawannya dikurangi. Meskipun sebelumnya, tidak pernah menekuni usaha, namun mereka sudah memiliki pengalaman kerja dan ketrampilan seperti pemahaman terhadap sistim kerja antara lain alur proses produksi, pencatatan usaha, quality control, pemasaran, pengiriman barang, negosiasi, dsbnya. Pengalaman tersebut sangat penting mendukung kelancaran dalam menjalankan usahanya. Sementara, sisanya, yakni sebesar 32,56% sudah pernah melakukan usaha. Pengalaman usaha sebelumnya tersebut dapat membantu pelaku umkm dalam menguasai informasi usaha, khususnya pasar, mendukung kemampuan usaha, terutama dalam memasarkan produk makanan, melakukan inovasi produk makanan, memperkirakan permintaan konsumen, terutama menjelang hari raya.

### **Pelatihan Usaha**

Pelatihan usaha merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan kemampuan seseorang dalam mengelola usahanya. Pelatihan usaha yang diikuti responden sebagai pelaku ukm dapat diketahui pada tabel 4.6

Tabel 4.6  
Pelatihan Usaha yang Diikuti

Pelatihan yang Pernah Diikuti	Frekuensi	Prosentase
Pengolahan Makanan	13	30.23
Manajemen	1	2.33
Administrasi Usaha	4	9.30
Belum Pernah Mengikuti	25	58.14
Jumlah	43	100.00

Sumber : Data primer yang diolah

Sebagian besar responden, yakni 58,14% sebagaimana nampak pada tabel 4.6 belum pernah mengikuti pelatihan. Kondisi itu disebabkan mereka belum dapat informasi terkait dengan pelatihan. Sebenarnya sebagian besar dari mereka ingin mengikuti pelatihan, namun kendalanya waktu yang tidak memungkinkan. Selain itu, diantara mereka merasa dirinya belum siap dan belum mampu mengikuti program pelatihan.

Meskipun demikian, pelaku umkm yang pernah mengikuti pelatihan cukup besar, yakni 41,86%. Alasan, mereka mengikuti pelatihan karena sebagian diantaranya menginginkan kemajuan usaha. Selain itu, mereka juga ingin lebih termotivasi dan memiliki pengetahuan usaha. Program pelatihan usaha yang pernah diikuti adalah program pelatihan yang diadakan Kementerian Keuangan melalui Institusi Perbankan yang ditunjuk, Kementerian Perdagangan dan Koperasi, Kementerian BUMN dan pihak perusahaan swasta nasional. Jenis pelatihannya meliputi program program AMT (*Achievment Motivation Training*), EMT (*Entrepreneur Motivation Trainer*), Pelatihan tentang Koperasi dan Keuangan. Dalam hubungannya dengan pengolahan makanan, program pelatihan yang pernah diikuti antara lain peningkatan produktivitas UMKM dibidang makanan, pelatihan mengenai memanfaatkan bahan mentah dengan tepat, efisiensi proses produksi, kualitas produksi, menekan penggunaan bahan kimia, produk yang ramah lingkungan, pemanfaatan limbah, penciptaan nilai tambah (*end pipe*) kearah *product life cycle*.

### 3.2. Uji Hipotesis Penelitian

Uji hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji regresi linier sederhana , uji regresi linier berganda dan uji sobel. Data terkumpul mengenai variabel *Corporate Social Responsibility*, *Green Product* dan *Business Performance* selanjutnya dolah dengan menggunakan program SPSS. Program SPSS digunakan untuk uji regresi linier

seederhana maupun uji regresi linier berganda. Uji regresi linier sederhana untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel *Corporate Social Responsibility* terhadap variabel *Green Product*.(uji H<sub>1</sub>) Sedangkan, uji regresi linier berganda untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel *Corporate Social Responsibility* dan *Green Product* terhadap variabel *Business Performance*. (uji H<sub>2</sub> dan H<sub>3</sub>) Selanjutnya dari hasil uji melalui dua 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 *Business Performance* (Uji H<sub>4</sub>).

Berdasarkan uraian diatas, selanjutnya diperoleh hasil uji hipotesis penelitian sebagai berikut :

**Uji H<sub>1</sub> 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 4.7.

Tabel 4.7.  
Coefficients<sup>a</sup> of  
Linear Regression

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.324	.459		5.064	.000
	CSR	.365	.137	.383	2.658	.011

a. Dependent Variable: GP

Dari tabel 4.7, nampak 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<sub>1</sub>) yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap *Green Product* IKM olahan makanan di Puduk Payung Semarang diterima.

## Uji H<sub>2</sub> mengenai pengaruh variabel *Corporate Social Responsibility* terhadap *Business Performance*

Hasil uji regresi berganda mengenai seberapa jauh pengaruh variabel *Corporate Social Responsibility* (*CSR*) dan *Green Product* terhadap variabel *Green Product* dapat dilihat pada tabel 4.8

Tabel 4.8  
Coefficients<sup>a</sup> of  
Multiple Regression

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.664	.619		1.072	.290
	CSR	.711	.157	.607	4.517	.000
	GP	.039	.165	.031	.233	.817

a. Dependent Variable: Performance

Dari tabel 4.8, nampak bahwa variabel *CSR* berpengaruh terhadap variabel *Business Performance*. Hal itu ditunjukkan dengan significant sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dari temuan ini, maka hipotesisi(H<sub>2</sub>) yang menyatakan bahwa *CSR* berpengaruh terhadap *Business Performance* IKM olahan makanan di Puduk Payung Semarang diterima.

## Uji H<sub>3</sub> mengenai pengaruh variabel *Green Product* terhadap variabel *Business Performance* ikm olahan makanan di Puduk Payung

Dari tabel 4.8, juga dapat diketahui bahwa variabel *Green Product* ternyata tidak berpengaruh terhadap variabel *Business Performance*. Hal itu ditunjukkan dengan significant sebesar  $0,817 > 0,05$ . Dari temuan tersebut, maka hipotesis (H<sub>3</sub>) yang menyatakan bahwa *Green Product* berpengaruh terhadap *Business Performance* IKM olahan makanan di Puduk Payung Semarang ditolak.

## Uji H<sub>4</sub> mengenai *GP* memediasi hubungan antara *CSR* dengan *Performance* ikm olahan makanan di Puduk Payung Semarang.

Hasil uji Sobel mengenai *Green Product* memediasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan performance ikm olahan makanan di Puduk Payung Semarang dapat dilihat pada tabel 4.9

Tabel 4.9  
Sobel Test Statistic

Keterangan	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients
Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> terhadap <i>Green Product (GP)</i>	0,383	0,137
Pengaruh <i>Green Product (GP)</i> terhadap <i>Performance (Business Performance)</i>	0,031	0,165
Sobel Test Statistic = 0. 187		

Sumber : Hasil *Sobel Test Statistic*

Dari tabel nampak bahwa hasil statistik uji Sobel menunjukkan angka sebesar  $0,187 < 1,96$ . Dari hasil temuan tersebut, maka dapat dikemukakan apabila *Green Product* tidak memediasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan *business performance*. Hal itu didukung dengan hasil uji linier berganda, yang menunjukkan apabila *Green Product* tidak berpengaruh terhadap *business performance*

### 3.3. Pembahasan

#### Analisis Hasil Penelitian

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 tehnik produksi. (Lampiran 6). 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. 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. (lampiran 7).



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, dsbnya. 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. (lampiran 8)

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 berpengaruh secara langsung terhadap kinerja usahanya

### **Kaitan dengan Hasil Penelitian Sebelumnya.**

Berdasarkan hasil uji hipotesis penelitian diatas, dapatlah dikemukakan bahwa hasil penelitian ini mendukung penelitian Fitriyah dkk (2020) mengenai adanya pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Green Product*, namun tidak mendukung adanya pengaruh *green product* terhadap *business performance*.

Hal yang sama menunjukkan apabila hasil temuan penelitian ini juga tidak mendukung penelitian Usada dan Widya (2020), Sumiati dan Susanto (2021), Perucha dan Handayani (2020) mengenai adanya pengaruh *green product* terhadap *business performance*.

Uji hipotesis penelitian lainnya yang memperlihatkan adanya pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *business performance*, mendukung hasil penelitian Mujati dan Ayupriilia (2020) dan Fitriyah dkk (2020).

Meskipun demikian, uji hipotesis penelitian yang hasilnya menunjukkan bahwa *Green Product* tidak memediasi hubungan pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *business performance* tidak mendukung hasil penelitian Fitriyah dkk (2020), yang membuktikan bahwa *Green Product* memediasi hubungan pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *business performance*.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

#### 5.1. Kesimpulan

Dari hasil pembahasan sebagaimana pada bab IV, dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. *Corporate Social Responsibility* terbukti berpengaruh terhadap *Green Product* maupun *Business Performance*. 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 dan baik pelaku IKM tersebut dalam menerapkan praktek *Corporate Social Responsibility* dalam usahanya, maka hal itu akan diikuti dengan semakin ramahnya produk olahan makanan yang dihasilkan. Demikian halnya, kinerja usahanya juga akan semakin baik.
2. Sebaliknya, *Green Product* tidak berpengaruh terhadap *Business Performance*. 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.
3. Berdasarkan hal tersebut diatas, maka dapat dikemukakan *Corporate Social Responsibility* pelaku IKM olahan makanan merupakan faktor utama dalam menentukan kondisi produk olahan makanan maupun kinerja usahanya.
4. Dari hal-hal diatas dapatlah dikemukakan apabila *Green Product* tidak memediasi hubungan pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Business Performance* pelaku IKM olahan makanan di Puduk Payung kota Semarang.

#### 5.2. Rekomendasi.

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka rekomendasi yang dapat diberikan antara lain:

1. Pelaku IKM olahan makanan di wilayah Puduk Payung kota Semarang supaya lebih menjaga dan meningkatkan aktivitas *Corporate Social Responsibility* maupun Produk olahan makanan yang ramah lingkungan (*Green Product*) agar konsumen terutama yang berminat untuk membeli produk olahan makanan yang dihasilkan semakin meningkat.

2. Melanjutkan penelitian dengan membatasi pada pelaku IKM olahan makanan jenis tertentu di wilayah Pudak Payung untuk membuktikan bahwa produk olahan makanan yang ramah lingkungan (*Green Product*) merupakan variabel yang memediasi hubungan pengaruh *Corporate Social Responsibility* dengan Kinerja Usaha (*Business Performance*).

## DAFTAR PUSTAKA

- Amalia Evinta Nurhidayah dan Ni'am Infjarun, 2022, **Pengaruh CSR Terhadap Kemampuan Inovasi dan Kinerja UMKM (Studi Kasus Penyaluran Dana CSR PT SPHC Pada UMKM Bunga Kopeng)**, Jurnal CAPITAL, Volume.4 No.2 Desember 2022.
- Anastasya Annisa, 2021. *Corporate Social Responsibility*. dikutip dari <https://ukmindonesia.id> (7 Agustus 2022)
- Aleandro Sonny Wijaya, 2017. **Apa yang dimaksud dengan Nonfinancial Performance Measure**. dikutip dari <https://www.dictio.id/> (8 Agustus 2022)
- Astri Herlina. 2012, **Pemanfaatan Corporate Social Responsibility (Csr) Bagi Peningkatan Kualitas Hidup Manusia Indonesia**. Jurnal Aspira, Vol. 3, No.2, Desember 2012.
- Fitriyah Hadiyah, Tjahjadi Bambang dan Soewarno Noorlailie. 2020, **Peran Green Product Innovation Dalam Memediasi Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Bisnis Industri Kreatif**. Journal of Accounting Science, Januari 2020, Volume 4, Issue 1.
- Ghozali Imam, 2017, **Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19**, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanafi Mamduh M dan Halim Abdul, 2016, **Analisa Laporan Keuangan**, Yogyakarta: UPP Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN
- 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).
- Leo Bambang Handoko. (2021). **Sobel Test untuk Menguji Variable Mediasi**. Dikutib dari <https://accounting.binus.ac.id/2021/11/16/sobel-test-untuk-menguji-variable-moderasi/> (7 Oktober 2022).
- Mujati Yuniep Suaidah dan Ayuprilia Citra Kartini Putri. 2020, **Pengaruh Kinerja Lingkungan dan Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan**. Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan Dewantara, Vol.3, No.2, Juli (2020) – Desember 2020.
- Mulachela Husen, 2022. **CSR Adalah Tanggung Jawab Perusahaan, Ini Jenis dan Manfaatnya** dikutip dari <https://katadata.co.id>. (9 Agustus 2022).

- Marnelly Romi T. 2012. ***Corporate Social Responsibility, Tinjauan Teori dan Praktek di Indonesia.*** Jurnal Aplikasi Bisnis, Vol.2, No.2. April 2012.
- Nurul Silmi Utami dan Gischa Serafica. 2021, **CSR: Pengertian, Tujuan, Manfaat, dan Bentuknya.** dikutip dari <https://www.kompas.com> (8 Agustus 2022)
- Perucha Nurila Sari dan Handayani Susi. 2020, **Pengaruh Pengungkapan Green Product Innovation Dan Greenprocess Innovation Terhadap Kinerja Perusahaan.** Jurnal Akuntansi Unesa, Vol 09, No 01, September 2020
- Rusniati dan Rahmawati Rini, 2019. **Green Product : Pengaruh Pengetahuan Produk, Pengetahuan Pembelian dan Pengetahuan Pemakaian terhadap Keputusan Pembelian.** Jurnal INTEKNA, volume 19, No.1, Mei 2019 : 1-68
- Riadi Muchlisin, 2014, **Pengertian, Indikator dan Faktor yang Mempengaruhi Kinerja,** dikutip dari <https://www.kajianpustaka.com>. (10 Agustus 2022)
- Salim Agus Harahap. 2010, Pengaturan ***Corporate Social Responsibility di Indonesia.*** Lex Jurnalica Volume 7, Nomer 3 Agustus 2010.
- Sarwoko, Endi dkk. 2013. **Entrepreneurial Characteristics and Competency as Determinants of Business Performance in SMEs.** Journal of Business and Management. Volume 7, Issue 3.
- Sumiati dan Susanto Romi. 2021, **Kontribusi Ghrm, Green Input, Green Process Dan Green Product Terhadap Economic Performance,** Jurnal Menara Ekonomi, ISSN:2407-8565;E-ISSN:2579-5295 VolumeVII No.2–Oktober202.
- Sugiyono, 2017. **Statistika untuk Penelitian. Bandung :** Alfabeta
- Usada Untung dan Widya Arie Murni. 2020, **Strategi Green Product Guna Meningkatkan Kinerja Usaha Kecil Menengah Berbasis Ramah Lingkungan,** Journal of Research and Technology, Vol.6, No.1, Juni 2020.
- Yonada Despasya. 2020, **Berbagai Macam Produk Ramah Lingkungan Yang Dapat Anda Coba Untuk Lestarkan Lingkungan.** :dikutib dari [www.cleanipedia.com](http://www.cleanipedia.com) (9 Agustus 2022)

**Lampiran 1. Kuesioner.**

**I. IDENTITAS RESPONDEN**

1. Nama .....:.....
2. Alamat .....:.....
3. Nama Perusahaan .....:.....
4. Jenis Kelamin .....
5. Usia  
a). <21 tahun            b). 21 – 30 tahun.      c). 31 – 40 tahun  
d). 41 – 50 tahun.      e). > 50 tahun.
6. Pendidikan Terakhir.  
a). SD                      b). SLTP                  c). SLTA  
d). D3                      e). Sarjana (S1).      f). Pasca Sarjana (S2-S3).
7. Lama Usaha..... tahun.
8. Produk Makanan dan Minuman yang dihasilkan :  
.....
9. Sebutkan pengalaman usaha sebelumnya, jika ada  
.....  
.....
10. Sebutkan latihan yang pernah diikuti untuk menunjang kemampuan usaha.  
.....  
.....

*Berikutnya Halaman 2*

**II. Pilihlah jawaban pernyataan dibawah ini dengan memberi tanda V pada salah satu kolom jawaban yang tersedia, yaitu STS (SANGAT TIDAK SETUJU), TS (TIDAK SETUJU), S (SETUJU) dan SS (SANGAT SETUJU)**

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) sebagai variabel Independen.

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1	Saya menggunakan bahan bakar yang tidak berlebihan untuk membuat makanan dan minuman.				
2	Saya selalu menjaga saluran pembuangan limbah tetap bersih dan tidak mencemarkan lingkungan disekitarnya.				
3	Saya selalu membuang sampah pada tempat pembuangan sampah yang sudah ditetapkan.				
4	Saya selalu memberi biaya pengobatan kepada karyawan yang sedang sakit				
5	Saya memberi pinjaman kepada karyawan yang sedang mengalami kesulitan keuangan.				
6	Saya memberi cuti kepada karyawannya yang sedang merayakan lebaran.				
7	Saya selalu memberi solusi kepada karyawan dalam menyelesaikan masalah.				
8	Saya memberi iuran uang keamanan secara rutin kepada lingkungan sekitarnya.				
9	Saya berpartisipasi dalam pertemuan dengan warga sekitarnya				
10	Saya memberi bantuan kepada masyarakat sekitarnya yang sedang kesusahan.				
11	Saya memberi kontribusi kepada masyarakat sekitarnya dalam acara Halal Bihalal.				
12	Saya berpartisipasi aktif dalam kegiatan kerja bakti dengan masyarakat sekitarnya.				
13	Saya membantu pelaku usaha yang memerlukan bantuan modal				
14	Saya membantu sesama pelaku usaha yang mengalami kesulitan dalam melakukan proses produksi.				
15	Saya membantu sesama pelaku usaha yang memerlukan bantuan manajemen				

*Berikutnya Halaman 3*



Produk Ramah Lingkungan (*Green Product*) sebagai Variabel Mediasi.

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1	Konsumen tidak sakit perut apabila mengkonsumsi produk makanan dan minuman yang saya hasilkan.				
2	Produk makanan dan minuman yang saya hasilkan dibungkus dengan pembungkus yang mudah terurai apabila di buang di tanah.				
3	Produk makanan dan minuman yang saya hasilkan dibungkus dengan pembungkus yang tidak mencemarkan produk makanan dan minuman itu sendiri.				
4	Produk makanan maupun minuman yang saya hasilkan mudah terurai apabila berada di tanah				
5	Produk makanan maupun minuman yang saya hasilkan tidak menggunakan bahan pengawet yang membahayakan kesehatan.				
6	Produk makanan maupun minuman yang saya hasilkan tidak menggunakan pewarna buatan yang membahayakan.				
7	Produk makanan maupun minuman yang saya hasilkan selalu diletakkan di tempat yang bersih.				
8	Produk makanan maupun minuman yang saya hasilkan mengandung vitamin dan gizi yang bermanfaat bagi kesehatan.				
9	Sisa produk makanan dan minuman yang saya hasilkan dapat diolah kembali.				

*Berikutnya Halaman 4*

Kinerja Usaha sebagai variabel dependen.

No.	PERNYATAAN	STS	TS	S	SS
1	Nilai penjualan dari hasil produksi usaha saya menunjukkan peningkatan.				
2.	Laba usaha yang diperoleh semakin meningkat.				
3.	Laba yang saya peroleh dapat untuk menutup beban tetap seperti untuk membayar bunga pinjaman, dan masih terdapat sisa laba yang cukup besar.				
4.	Uang kas untuk usaha semakin meningkat dan nilainya masih lebih besar dari nilai pinjaman saya yang segera dibayar.				
5,	Perputaran total asset usaha saya semakin tinggi, yang menunjukkan bahwa total asset untuk usaha semakin intensif dipergunakan untuk menunjang peningkatan penjualan hasil produksi.				
6.	Perputaran Piutang usaha saya semakin tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa piutang usaha dari hasil penjualan barang hasil produksi saya semakin cepat tertagih.				
7.	Perputaran persediaan barang usaha saya semakin tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa barang hasil produksi semakin laku terjual.				
8.	Total asset yang saya miliki untuk usaha semakin meningkat				
9.	Pemakaian bahan baku untuk memproduksi makanan dan minuman sudah sesuai standar yang berlaku.				
10.	Bahan pembantu yang dipergunakan sudah sesuai standar yang berlaku.				
11.	Proses produksi makanan dan minuman semakin teratur dengan komposisi pemakaian bahan sesuai ketentuan yang berlaku.				
12.	Karyawan saya semakin trampil dalam bekerja, a.l. mampu memproduksi barang lebih banyak, dan dapat menggunakan peralatan produksi lebih efektif.				
13.	Pengiriman barang hasil produksi makanan dan minuman kepada pembeli semakin tepat dan tidak terlambat.				
14.	Masyarakat semakin puas dengan membeli dan mengkonsumsi produk makanan dan minuman yang saya hasilkan.				
15.	Jumlah konsumen yang membeli produk makanan dan minuman yang saya hasilkan semakin bertambah.				
16.	Daerah pemasaran (penjualan) barang hasil produksi makanan dan minuman yang saya hasilkan semakin luas.				
17.	Terdapat beberapa instansi pemerintah maupun swasta yang mengajak bekerja sama dalam memasarkan produk makanan dan minuman yang saya hasilkan.				
18.	Saya pernah mendapat penghargaan dari pemerintah daerah maupun swasta.				

*-Terima Kasih-*

Lampiran 2 Rata-rata score Jawaban masing-masing variabel dari masing-masing Responden.

Responden	CSR	GP	BP
Responden 1	2.6	3.33	2.61
Responden 2	3.33	4	2.78
Responden 3	2.87	3	2.89
Responden 4	3.27	3.78	3.06
Responden 5	3.07	2.89	2.83
Responden 6	3.4	4	2.83
Responden 7	2.93	3	2.89
Responden 8	3.47	3.78	3.89
Responden 9	3.07	2.78	2.94
Responden 10	3.27	3.78	3.78
Responden 11	3	3.56	3
Responden 12	4	3.33	3.44
Responden 13	3.8	4	3.72
Responden 14	3.2	3.33	3.06
Responden 15	3.67	4	3.72
Responden 16	3.13	2.78	2.89
Responden 17	3.13	3.33	2.94
Responden 18	3.6	3.33	3.22
Responden 19	3.67	3.56	3.89
Responden 20	3.67	3.56	3.89
Responden 21	3.13	2.78	2.89
Responden 22	3	3.44	3.17

Responden 22	3	3.44	3.17
Responden 23	3.27	3.33	2.83
Responden 24	2.6	3.33	2.56
Responden 25	2.93	3.56	3
Responden 26	3.47	3.56	3.06
Responden 27	2.8	3.78	3
Responden 28	3.6	3.67	2.5
Responden 29	3.87	3.78	3.28
Responden 30	3	3.78	3.28
Responden 31	2.93	3.78	2.17
Responden 32	3.53	3.89	3.39
Responden 33	2.93	3.78	2.89
Responden 34	3.73	3.67	3.22
Responden 35	3.27	3.78	3.11
Responden 36	3.67	3.56	3.72
Responden 37	3.4	3.44	3.17
Responden 38	3.33	3.67	3.33
Responden 39	3.4	3.67	2.94
Responden 40	3.93	4	3
Responden 41	3.6	3.56	3.78
Responden 42	3.67	3.56	3.72
Responden 43	3.73	3.56	3.72

Lampiran 3 Hasil Olahan SPSS Regresi Linier.

```
GET
  FILE='G:\Lap Penelitian P3M-th 2023\Data CSR-GP-Perf.sav'.
DATASET NAME DataSet1 WINDOW=FRONT.
REGRESSION
  /MISSING LISTWISE
  /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
  /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
  /NOORIGIN
  /DEPENDENT GP
  /METHOD=ENTER CSR.
```

**Regression**

Notes		
Output Created		19-APR-2023 17:35:04
Comments		
Input	Data	G:\Lap Penelitian P3M-th 2023\Data CSR-GP-Perf.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	43
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on cases with no missing values for any variable used.
Syntax		REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT GP /METHOD=ENTER CSR.
Resources	Processor Time	00:00:00.00
	Elapsed Time	00:00:00.00
	Memory Required	2640 bytes
	Additional Memory Required for Residual Plots	0 bytes

[DataSet1] G:\Lap Penelitian P3M-th 2023\Data CSR-GP-Perf.sav

**Variables Entered/Removed<sup>a</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	CSR <sup>b</sup>	.	Enter

- a. Dependent Variable: GP  
 b. All requested variables entered.

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.383 <sup>a</sup>	.147	.126	.31723

- a. Predictors: (Constant), CSR

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.711	1	.711	7.063	.011 <sup>b</sup>
	Residual	4.126	41	.101		
	Total	4.837	42			

- a. Dependent Variable: GP  
 b. Predictors: (Constant), CSR

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.324	.459		5.064	.000
	CSR	.365	.137	.383	2.658	.011

- a. Dependent Variable: GP

## Lampiran 4 Hasil Olahan SPSS Regresi Berganda.

```

REGRESSION
  /MISSING LISTWISE
  /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
  /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
  /NOORIGIN
  /DEPENDENT Performance
  /METHOD=ENTER GP CSR.
  
```

### Regression

		Notes
Output Created		19-APR-2023 17:39:12
Comments		
Input	Data	G:\Lap Penelitian P3M-th 2023\Data CSR-GP-Perf.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	43
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on cases with no missing values for any variable used.
Syntax		REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT Performance /METHOD=ENTER GP CSR.
Resources	Processor Time	00:00:00.00
	Elapsed Time	00:00:00.08
	Memory Required	3088 bytes
	Additional Memory Required for Residual Plots	0 bytes

**Variables Entered/Removed<sup>a</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	CSR, GP <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: Performance

b. All requested variables entered.

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.620 <sup>a</sup>	.384	.353	.33590

a. Predictors: (Constant), CSR, GP

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2.812	2	1.406	12.462	.000 <sup>b</sup>
	Residual	4.513	40	.113		
	Total	7.325	42			

a. Dependent Variable: Performance

b. Predictors: (Constant), CSR, GP

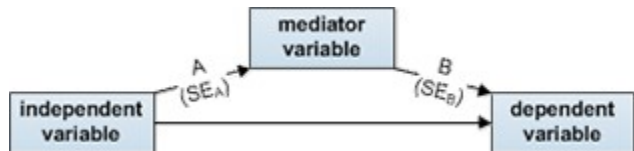
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.664	.619		1.072	.290
	GP	.039	.165	.031	.233	.817
	CSR	.711	.157	.607	4.517	.000

a. Dependent Variable: Performance

## Lampiran 5 Hasil Uji Sobel.

4/19/2023 Free Sobel Test Calculator for the Significance of Mediation - Free Statistics Calculators



A: 0.383

B: 0.031

SE<sub>A</sub> = 0,137

SE<sub>B</sub> = 0,165

Calculate!

Sobel test statistic: 0.18745595

One-tailed probability : 0.42565158

Two-tailed probability : 0.85130316

Related Resources

[Calculator](#) [Formulas](#) [References](#) [Related Calculators](#) [Search](#)



Lampiran 6: Pernyataan *Corporate Social Responsibility* Responden

No.	Pernyataan	STS	TS	S	SS	Jumlah
1.	Saya menggunakan bahan bakar yang tidak berlebihan untuk membuat makanan dan minuman.	-	-	41,86%	58,14	100%
2.	Saya selalu menjaga saluran pembuangan limbah tetap bersih dan tidak mencemarkan lingkungan disekitarnya.	-	-	32,56%	67,44%	100%
3.	Saya selalu membuang sampah pada tempat pembuangan sampah yang sudah ditetapkan.	-	-	34,88%	65,12%	100%
4.	Saya selalu memberi biaya pengobatan kepada karyawan yang sedang sakit	-	4,65%	58,14%	37,12%	100%
5.	Saya memberi pinjaman kepada karyawan yang sedang mengalami kesulitan keuangan.	-	16,28%	72,09%	11,63%	100%
6.	Saya memberi cuti kepada karyawannya yang sedang merayakan lebaran.	-	4,65%	69,77%	25,58%	100%
7.	Saya selalu memberi solusi kepada karyawan dalam menyelesaikan masalah.	-	4,65%	81,40%	13,95%	100%
8.	Saya memberi iuran uang keamanan secara rutin kepada lingkungan sekitarnya.	-	4,65%	55,81%	39,53%	100%
9.	Saya berpartisipasi dalam pertemuan dengan warga sekitarnya	-	-	48,84%	51,16%	100%
10.	Saya memberi bantuan kepada masyarakat sekitarnya yang sedang kesusahan.	-	-	55,81%	44,19%	100%
11.	Saya memberi kontribusi kepada masyarakat sekitarnya dalam acara Halal Bihalal.	-	2,33%	62,79%	34,88%	100%
12.	Saya berpartisipasi aktif dalam kegiatan kerja bakti dengan masyarakat sekitarnya.	-	-	58,14%	41,86%	100%
13.	Saya membantu pelaku usaha yang memerlukan bantuan modal.	-	13,95%	79,07%	6,98%	100%
14.	Saya membantu sesama pelaku usaha yang mengalami kesulitan dalam melakukan proses produksi.	-	6,98%	69,77%	23,26%	100%
15.	Saya membantu sesama pelaku usaha yang memerlukan bantuan manajemen.	-	4,65%	69,77%	25,58%	100%

Sumber : Data primer yang diolah.

Lampiran 7 : Pernyataan *Green Product* Responden

No.	Pernyataan	STS	TS	S	SS	Jumlah
1.	Konsumen tidak sakit perut apabila mengkonsumsi produk makanan dan minuman yang saya hasilkan.	-	-	16,28%	83,72%	100%
2.	Produk makanan dan minuman yang saya hasilkan dibungkus dengan pembungkus yang mudah terurai apabila dibuang di tanah.	2,33%	16,28%	46,51%	34,88%	100%
3.	Produk makanan dan minuman yang saya hasilkan dibungkus dengan pembungkus yang tidak mencemarkan produk makanan dan minuman itu sendiri.	-	2,33%	34,88%	62,79%	100%
4.	Produk makanan maupun minuman yang saya hasilkan mudah terurai apabila berada di tanah.	-	2,33%	51,16%	46,51%	100%
5.	Produk makanan maupun minuman yang saya hasilkan tidak menggunakan bahan pengawet Yang membahayakan Kesehatan.	-	-	13,95%	86,05%	100%
6.	Produk makanan maupun minuman yang saya hasilkan tidak menggunakan pewarna buatan yang membahayakan.	-	-	13,95%	86,05%	100%
7.	Produk makanan maupun minuman yang saya hasilkan selalu diletakkan di tempat yang bersih.	-	-	13,95%	86,05%	100%
8.	Produk makanan maupun minuman yang saya hasilkan mengandung vitamin dan gizi yang bermanfaat bagi Kesehatan.	-	-	39,53%	60,47%	100%
9.	Sisa produk makanan dan minuman yang saya hasilkan dapat diolah kembali.	11,63%	37,21%	30,23%	20,93%	100%

Sumber : Data primer yang diolah.

Lampiran 8 : Pernyataan *Business Performance* Responden

No.	Pernyataan	STS	TS	S	SS	Jumlah
1.	Nilai penjualan dari hasil produksi usaha saya menunjukkan peningkatan.	-	2,33%	60,47%	37,21%	100%
2.	Laba usaha yang diperoleh semakin meningkat.	-	4,65%	67,44%	27,91%	100%
3.	Laba yang saya peroleh dapat untuk menutup beban tetap seperti untuk membayar bunga pinjaman, dan masih terdapat sisal aba cukup besar.	-	27,91%	51,16%	20,93%	100%
4.	Uang kas untuk usaha semakin meningkat dan nilainya masih lebih besar dari nilai pinjaman saya yang segera dibayar.	2,33%	27,91%	46,51%	23,26%	100%
5.	Perputaran total asset usaha saya semakin tinggi, yang menunjukkan bahwa total asset untuk usaha semakin intensif dipergunakan untuk menunjang peningkatan penjualan hasil produksi.	-	9,30%	65,12%	25,58%	100%
6.	Perputaran Piutang usaha saya semakin tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa piutang usaha dari hasil penjualan barang hasil produksi saya semakin cepat tertagih.	2,33%	37,21%	55,81%	4,65%	100%
7.	Perputaran persediaan barang usaha saya semakin tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa barang hasil produksi semakin laku terjual.	-	6,98%	65,12%	27,91%	100%
8.	Total asset yang saya miliki untuk usaha semakin meningkat.	-	6,98%	65,12%	27,91%	100%
9.	Pemakaian bahan baku untuk memproduksi makanan dan minuman sudah sesuai standar yang berlaku.	-	-	53,49%	46,51%	100%
10.	Bahan pembantu yang dipergunakan sudah sesuai standar yang berlaku.	-	-	65,12%	34,88%	100%
11.	Proses produksi makanan dan minuman semakin teratur dengan komposisi pemakaian bahan sesuai ketentuan yang berlaku.	-	2,33%	58,14%	39,53%	100%
12.	Karyawan saya semakin trampil dalam bekerja,a.l. mampu memproduksi barang lebih banyak dan dapat menggunakan peralatan produksi lebih efektif.	-	13,95%	69,77%	16,28%	100%
13.	Pengiriman barang hasil produksi makanan dan minuman kepada pembeli semakin tepat. .	-	2,33%	60,47%	37,21%	100%
14.	Masyarakat semakin puas dengan membeli produk makanan dan minuman yang saya hasilkan.	-	2,33%	48,84%	48,84%	100%.
15.	Jumlah konsumen yang membeli produk makanan dan minuman yang saya hasilkan bertambah.	-	2,33%	53,49%	44,19%	100%
16.	Daerah pemasaran barang hasil produksi makanan dan minuman yang saya hasilkan semakin luas.	-	6,98%	44,19%	48,84%	100%.
17.	Terdapat beberapa instansi pemerintah maupun swasta yang mengajak bekerja sama dalam memasarkan produk makanan dan minuman yang saya hasilkan.	-	23,26%	41,86%	34,88%	100%
18.	Saya pernah mendapat penghargaan dari pemerintah daerah maupun swasta.	2,33%	69,77%	20,93%	6,98%	100%

Sumber : Data primer yang diolah.

Lampiran 9 : Performance Keuangan Pelaku IKM Sebagai Responden

No.	Nama Responden	Penjualan per bulan (x Rp.1,000,-)		Laba Usaha (dalam % dari Penjualan)		Laba Usaha Terhadap Beban Bunga (dalam %)		Perputaran Aset Usaha		Perputaran Piutang Usaha (dalam hari)		Perputaran Persediaan Barang (dalam hari)	
		Tahun Lalu	Sekarang	Tahun Lalu	Sekarang	Tahun Lalu	Sekarang	Tahun Lalu	Sekarang	Tahun Lalu	Sekarang	Tahun Lalu	Sekarang
1	Nita Kristiana	9,500	11,000	15	16	200	300	7	8	5	3	3	2
2	Siska Alexandra R	9,200	10,200	15	15,50	210	290	6	6,50	5	4	3	1
3	Risnawati	9,500	11,500	14	15,50	200	320	7	7,25	4	3	2	1
4	Suranti	8,500	10,500	13	13,25	190	310	6	6,25	5	2	3	2
5	Herlina Kusuma Wardani	10,100	11,500	12,75	13	200	330	8	8,25	4	3	3	3
6	Surami	8,250	10,300	14	14	180	310	6,20	7,50	3	2	3	1
7	Isrowiyah	9300	9500	15	15,25	180	190	6,25	6,30	5	4	2	1
8	Widiningsih	9250	9400	12,50	12,75	210	325	6,50	6,60	4	3	2	1
9	Sri Rahayu Retnowati	8000	9000	13	13,25	200	300	6,25	6,75	4	3	3	2
10	Dyah Puspitasari	8250	8650	12,50	13	190	290	6,25	6,70	5	4	3	2
11	Margi Tri Wahyuni	9100	9800	13,25	13,75	190	290	7	7,20	3	2	3	1
12	Sri Wahyuni	9250	10000	12,50	12,75	180	300	7,15	7,50	3	2	2	1
13	Lina Marlina	8500	8900	12,50	13	200	320	6,30	6,50	3	2	2	1
14	Citra Paramita	8650	9150	14	14,25	210	340	6,75	7	5	3	2	1
15	Dwi Rini Yogyakarta	9150	9500	12,75	13	200	330	7,25	7,50	4	3	3	2
16	Sri Asih	10150	10750	15	15,25	190	295	7,90	8,10	3	2	2	1
17	Tri Susilo Warih	9450	10100	15	15,30	200	300	6,60	7,80	5	3	4	2
18	Ida Listiyaningsih	8750	9250	14	14,25	210	295	6,75	7	4	2	4	2
19	Vera	7500	8150	13	13,50	220	325	6	6,25	4	3	3	2
20	Jawariyah	8900	9300	14	14,20	190	300	6,80	7,15	5	4	3	2
21	Sri Pamuji	10450	10700	15	15,50	180	290	8	8,25	3	2	4	3
22	Suratmi	9600	9950	15	15	185	295	7,40	7,50	3	2	2	1
23	Minatun	10100	10250	15,25	15,40	200	310	8	8,25	3	2	2	1
24	Sudirman	9750	9900	13,75	13,80	200	315	7,60	8	3	2	4	2
25	Ita Rikiana	10200	10450	14	14,15	210	320	7,90	8,25	5	4	3	2
26	Intafa'ah	8500	8750	12,75	12,80	190	315	6,75	7,25	5	3	3	1
27	Lilik Umatul LM	8600	8900	13,50	13,60	175	300	6,80	7	3	2	4	3
28	Rina Rosiana	9150	9500	13,75	13,90	180	330	8	8,10	3	2	3	2
29	Nur Hidayah	10050	10400	14	14,10	200	310	7,50	8	4	3	3	1
30	Tri Dewiani	8750	9500	12,80	12,90	210	340	7	7,20	5	3	2	1
31	Veronika Sapti W.	9300	9900	13,75	14	215	340	6,80	7,15	5	4	3	2
32	Ira Soesianty	9750	10350	13,80	13,90	190	335	8	8,40	5	4	3	1
33	Hastuti Kusdiningsih	10100	10600	14	14,25	185	315	7	7,25	4	2	4	2
34	Pandu Hascaryo Adi	9850	10300	13,95	14	220	350	8	8,25	3	2	4	3
35	Nunung Widasi	10100	10400	15	15,10	210	320	7,15	7,30	5	3	3	2
36	Yuli	9900	10350	14	14,25	200	295	8	8,20	4	3	2	1
37	HS Muhammad Taufik	10400	10800	15	15	215	310	7,75	8,15	5	3	3	2
38	Sri Edi Sulistiyaningsih.Dra	10600	11000	14	14,25	195	325	8	8,25	4	2	4	2
39	Sari IsmaRWati, S.E.	9500	10300	13,95	14,25	200	325	7	8	4	3	3	2
40	Suparti	8400	9350	13,25	13,80	215	315	6,75	7,20	3	2	3	1
41	Novi Sauti Putri	8900	9150	13,60	13,90	195	320	7	7,15	3	2	2	1
42	Kiswati	8750	9200	13,50	13,90	200	335	6,90	7,20	4	3	4	2
43	Wiji	9100	9450	14	14,25	195	320	6,80	7,15	3	2	3	2

