

## **Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap *Family Firm Performance* Di Jakarta Dengan *Entrepreneurial Orientation* Sebagai Variabel Moderasi**

**Desmond dan Hetty Karunia Tunjungsi**

*Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara,  
Jakarta*

*Email: [desmond.115150333@stu.untar.ac.id](mailto:desmond.115150333@stu.untar.ac.id)*

**Abstract:** *The purpose of this research is to examine whether 1) Corporate Social Responsibility has an effect on Family Firm Performance 2) Entrepreneurial Orientation moderates the effect of Corporate Social Responsibility on Family Firm Performance. Sampel was selected using judgement sampling method amounted to 70 Family Firm. The result of this study show that Corporate Social Responsibility has significant effect on Family Firm Performance, and Entrepreneurial Orientation as moderates variable has not impact the effect of Corporate Social Responsibility on Family Firm Performance.*

**Keywords:** *Corporate Social Responsibility, Family Firm Performance, Entrepreneurial Orientation, Moderating Effect*

**Abstrak:** Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji apakah 1) *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh terhadap *Family Firm Performance* 2) *Entrepreneurial Orientation* dapat memoderasi *Corporate Social Responsibility* terhadap *Family Firm Performance*. Sampel dipilih dengan menggunakan *judgement sampling* dengan total jumlah 70 bisnis keluarga. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* memiliki efek yang signifikan terhadap *Family Firm Performance*, dan *Entrepreneurial Orientation* sebagai variabel moderasi menunjukkan hasil tidak signifikan untuk memoderasi *Corporate Social Responsibility* terhadap *Family Firm Performance*.

**Kata Kunci:** *Corporate Social Responsibility, Family Firm Performance, Entrepreneurial Orientation, Moderating Effect*

### **LATAR BELAKANG**

Bisnis keluarga merupakan bisnis yang banyak di dunia ini, dimana bisnis keluarga merepresentasikan model bisnis yang paling tangguh di dunia. Banyak bisnis keluarga di dunia yang mendapatkan keberhasilan yang berkelanjutan dari generasi ke generasi dengan memilih generasi penerus yang memiliki motivasi untuk melanjutkan dan membuat bisnis keluarga lebih berkembang dari generasi sebelumnya. Bisnis keluarga memiliki budaya yang kuat untuk mengeksekusi.

Orang tua atau generasi sebelumnya akan berusaha untuk menyeleksi generasi penerus yang memiliki rasa tanggung jawab atas bisnis keluarga dan mampu untuk menghadapi tantangan. Adanya generasi penerus dari bisnis keluarga dapat membuat bisnis keluarga tersebut berkembang dengan mengikuti perkembangan zaman yang ada, serta adanya generasi penerus yang tepat dari suatu bisnis keluarga akan membuat bisnis keluarga tersebut dapat memiliki target yang ambisius. Bisnis keluarga adalah salah satu bisnis yang kuat dan tak lekang oleh waktu, dalam hal ini bisnis keluarga merupakan salah satu bisnis yang bertahan lama. Hal ini ditunjukkan dengan banyaknya bisnis keluarga yang bermunculan dan masih bertahan baik di dunia maupun di Indonesia.

Menurut John Davis dari Harvard Business School, sekitar dua pertiga bisnis di seluruh dunia dimiliki oleh keluarga. Sekitar 70% hingga 80% Pendapatan Domestik Bruto (PDB) di seluruh dunia disumbangkan oleh bisnis-bisnis keluarga. Antara 50% hingga 80% lapangan kerja di sebagian besar negara-negara di dunia disumbangkan oleh bisnis keluarga. Sekitar 85% bisnis-bisnis rintisan di dunia ternyata dimodali dari uang milik keluarga. Di sebagian besar negara-negara di dunia, sekitar 70% hingga 95% dimiliki oleh keluarga. Di Indonesia sendiri bisnis keluarga merupakan salah satu bisnis yang menciptakan banyak lapangan pekerjaan dikarenakan bisnis keluarga memiliki jumlah yang banyak di Indonesia. Dikutip dari [cnnindonesia.com](http://cnnindonesia.com), dimana perusahaan Price Water House (PwC) asal Amerika Serikat, melakukan survei dan didapatkan bahwa 95 persen dari jumlah usaha yang terdapat di Indonesia merupakan usaha keluarga dengan total kekayaan US\$ 134 miliar atau 25% dari total PDB Indonesia.

Bisnis keluarga merupakan bisnis yang memiliki peranan penting dan memiliki jumlah yang banyak di Indonesia akan tetapi bisnis keluarga memiliki masalah utama yaitu dalam hal kinerja dalam bisnis keluarga dari generasi sebelumnya ke generasi berikutnya. Tantangan terbesar adalah generasi berikutnya harus mampu membawa bisnis keluarga yang sudah dibangun oleh generasi pertama untuk lebih sukses dan berkembang. Generasi penerus akan terus mencari cara dan berinovasi demi kinerja yang lebih baik untuk bisnis keluarga. Kinerja dalam bisnis keluarga juga menjadi masalah sejak awal bisnis keluarga karena rawan sekali perusahaan keluarga yang didirikan oleh generasi pertama dengan susah payah harus hilang oleh generasi berikutnya. Walaupun kinerja dalam bisnis keluarga terlihat sulit untuk tetap dimiliki walaupun sudah berganti generasi tetapi jika dikelola dengan cara yang benar maka bukanlah hal yang mustahil kinerja dalam bisnis keluarga akan tetap terjaga dengan baik dan bahkan generasi selanjutnya akan membuat kinerja dari bisnis keluarga terus bertumbuh.

## **KAJIAN TEORI**

Bisnis keluarga merupakan suatu perusahaan yang memiliki perbedaan dengan usaha atau organisasi lainnya, dimana bisnis keluarga adalah bisnis yang dibangun oleh anggota keluarga dan dilanjutkan oleh generasi berikutnya dari keluarga tersebut. Bisnis keluarga memiliki dua jenis pada dasarnya dalam kepemilikan dan dalam pengelolaan bisnis keluarga.

Menurut John L. Ward dan Craig E. Aronoff perusahaan keluarga merupakan yang terdiri dari dua atau lebih anggota keluarga yang mengawasi keuangan perusahaan, sedangkan menurut Robert G. Donnelley, suatu organisasi dinamakan perusahaan keluarga apabila paling sedikit ada keterlibatan dua generasi dalam keluarga itu dan mereka mempengaruhi kebijakan perusahaan (Susanto et al., 2007).

***Corporate Social Responsibility.*** Menurut World Business Council for Sustainable Development mengemukakan bahwa *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan komitmen berkesinambungan dari kalangan bisnis untuk berperilaku etis dan memberi kontribusi bagi pembangunan ekonomi, seraya meningkatkan kualitas kehidupan karyawan dan keluarganya, serta komunitas lokal dan masyarakat luas pada umumnya.

Menurut (Kotler dan Nancy, 2005) *Corporate Social Responsibility (CSR)* didefinisikan sebagai “komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas melalui praktik bisnis yang baik dan mengkontribusikan sebagian sumber daya perusahaan.”

(Sukada, et al., 2006) mendefinisikan *Corporate Social Responsibility (CSR)* sebagai segala upaya manajemen yang dijalankan entitas bisnis untuk mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan berdasar pilar ekonomi, sosial dan lingkungan, dengan meminimumkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif di setiap pilar.

***Entrepreneurial Orientation .*** (Miller, 1983) menyatakan bahwa *entrepreneurial orientation (EO)* dapat ditentukan berdasarkan pada tiga dimensi, yaitu proactive, innovative dan risk – Taking.

(Covin dan Slevin, 1989) menekankan *entrepreneurial orientation (EO)* pada metode maupun pengambilan keputusan meliputi inovasi, proaktif dan keberanian dalam pengambilan risiko.

(Timmons dan Spinelli, 2007) mendefinisikan *Entrepreneurial Orientation (EO)* sebagai berikut:

“*entrepreneurial orientation refers to the set of personal psychological traits, values, attributes, and attitudes strongly associated with a motivation to engage in entrepreneurial activities.*”

Menurut (Ginsberg, 2011), pengertian *entrepreneurial orientation (EO)* sebagai kecenderungan individu untuk melakukan inovasi, proaktif, dan mau mengambil risiko untuk memulai mengelola usaha.

***Family Firm Performance.*** Kinerja merupakan capaian atau hasil akhir dari suatu proses dan sistem manajemen. Sebuah sistem pengukuran kinerja dapat didefinisikan sebagai suatu yang formal, prosedur dan rutinitas yang berbasis pada informasi yang digunakan manajer untuk mempertahankan atau merubah pola di dalam aktivitas perusahaan (Simons, 2000).

Menurut (Cho and Lee, 2018), “*Business performance can be defined as many different ways depending on purposes. An organization has a set of goals. Business performance can be defined as how much an organization achieves these goals.*”

Menurut (Atalay *et al.*, 2013) kinerja perusahaan merupakan konsep yang berkaitan dengan produksi, keuangan atau pemasaran atau konsekuensi yang berkaitan dalam pertumbuhan dan keuntungan perusahaan.

**Kaitan antara *Corporate Social Responsibility* dan *Family Firm Performance*.**

Pada dasarnya *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah komitmen dari suatu perusahaan terhadap tiga elemen yaitu ekonomi, sosial, dan lingkungan. Namun, saat ini *Corporate Social Responsibility* (CSR) bukan hanya sekedar komitmen bagi perusahaan, melainkan kewajiban yang sudah diatur dalam undang-undang untuk melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Semakin tinggi kesadaran perusahaan akan tiga elemen dari *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadikan ekonomi, sosial, dan lingkungan tetap terjaga untuk generasi berikutnya.

Menurut (Kotler dan Nancy, 2005) *Corporate Social Responsibility* (CSR) didefinisikan sebagai

“komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas melalui praktik bisnis yang baik dan mengkontribusikan sebagian sumber daya perusahaan.” Dengan adanya kewajiban bagi perusahaan keluarga untuk melakukan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan memperhatikan tiga elemen dasar dari *Corporate Social Responsibility* (CSR)

H1 : *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki pengaruh positif terhadap *Family Firm Performance*

**Kaitan *Entrepreneurial Orientation* (EO) sebagai moderasi dari *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Family Firm Performance***

(Covin dan Slevin, 1989; Miller dan Friesen, 1982; Vesper, 1980), dan lain-lain. Para peneliti EO setuju tentang pendapat mengenai EO ini yang dapat dibuktikan melalui kecenderungan sikap kewirausahaan yang cenderung ke arah *innovativeness*, *proactiveness* dan *risk taking*.

(Kasali, 2010) mengatakan bahwa Inovasi adalah kemampuan untuk melihat segala sesuatu dengan cara yang baru dan kadang di luar kebiasaan (*out of the box thinking*).

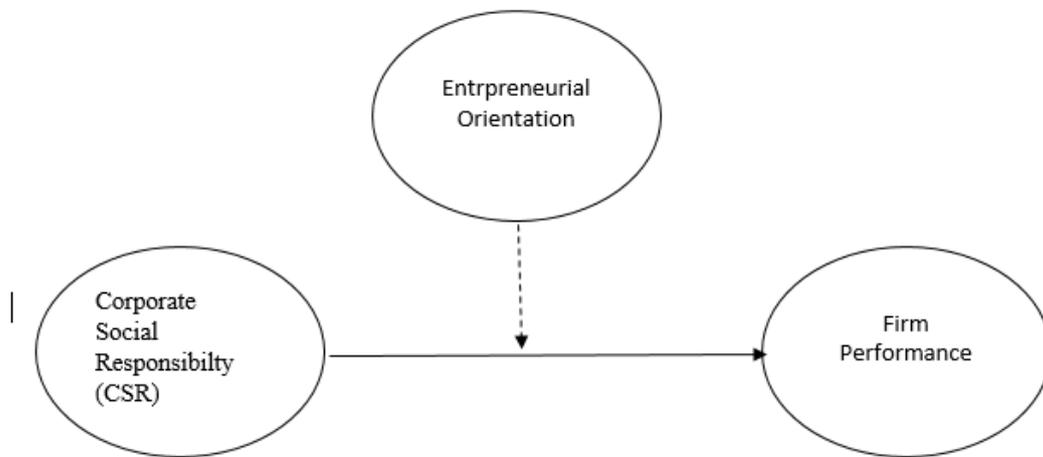
Menurut (Lumpkin dan Dess, 1996) dalam (Davis *et al.*, 2010), keproaktifan dapat menghasilkan keuntungan dikarenakan usaha tersebut bisa jadi penggerak pertama dan hal ini dapat dijadikan sebagai sumber dari pertumbuhan usaha.

(Naldi *et al.*, 2007) menyatakan bahwa bisnis keluarga cenderung melakukan pengambilan risiko yang lebih rendah dibandingkan dengan bisnis non-keluarga, hal ini dikarenakan bisnis keluarga memiliki tekanan dan motivasi yang lebih rendah untuk melakukan pencarian peluang.

Bisnis keluarga yang menggunakan *entrepreneurial orientation* (EO) dengan kecenderungan ke arah *innovativeness*, *proactiveness* dan *risk taking* dapat meningkatkan dan memperkuat kinerja dari bisnis keluarga.

H2 : *Entrepreneurial orientation* (EO) memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Family Firm Performance*.

Berdasarkan uraian kaitan antar variabel di atas, maka model penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.



**Gambar 1.** Model Penelitian

## **METODOLOGI**

Penelitian ini menggunakan design penelitian deskriptif yang dilakukan untuk mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa dan kejadian yang terjadi secara faktual, sistematis, dan akurat. Penelitian ini menggunakan metode *cross sectional* dimana penelitian ini dilakukan dengan pengumpulan data pada kurun waktu tertentu yang dilakukan hanya sekali yang dapat berupa jangka waktu dalam tahun, bulan, minggu, atau hari tertentu untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Dalam penelitian ini populasinya adalah pemilik bisnis keluarga yang terdapat di Jakarta.

Penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* sebagai tehnik pemilihan sampel dimana setiap anggota populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel.

Dalam penelitian ini, peneliti memilih dan mengambil sampel dengan menggunakan teknik *judgement sampling* yang tujuannya agar pengumpulan data dapat dilakukan dengan mudah dan cepat. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 70 sampel yang merupakan pemilik bisnis keluarga.

Pengukuran variabel-variabel dalam penelitian ini mengacu pada penelitian sebelumnya antara lain sebagai berikut:

Variabel	Indikator	Acuan
<i>Corporate Social Responsibility</i>	11 item	<i>Global Reporting Initiative</i>
<i>Entrepreneurial Orientation</i>	9 item	(Covin dan Slevin, 1989)
<i>Family Firm Performance</i>	4 item	(Wiklund dan Speherd, 2005)

## HASIL UJI STATISTIK

Analisis validitas, baik *convergent validity* maupun *discriminant validity*, telah dilakukan dengan menggunakan analisis *average variance extracted*, *loading factors*, *Fornell-Larcker* dan *cross loadings*. Hasilnya seluruh variabel dan indikator dalam penelitian ini *valid* untuk digunakan. Keempat variabel yang digunakan dalam penelitian ini juga dinyatakan reliabel, karena memiliki nilai *composite reliability* diatas 0,60 (Malthora, 2009) dan nilai *cronbach's alpha* diatas 0,60 (Malthora, 2009).

$R^2$  digunakan untuk mengukur seberapa besar variabel *Corporate Social Responsibility* dapat menjelaskan variabel *Family Firm Performance*. *R square* sebesar 0,593 menjelaskan bahwa sebesar 59,3% dari variabel independen yaitu *Corporate Social Responsibility* dapat dijelaskan oleh variabel-variabel yang terdapat pada penelitian ini. Berdasarkan hasil pengujian di atas dapat disimpulkan bahwa nilai *R-Square* dalam penelitian ini tergolong *moderate* (Hair *et al.*, 2011). Selanjutnya, hasil pengujian  $Q^2$  menunjukkan nilai sebesar 0,423 untuk *Family Firm Performance* yang artinya nilai *predictive relevance* ( $Q^2$ ) dalam penelitian ini lebih besar dari 0 (nol).

**Tabel 1.** Hasil Pengujian Hipotesis

Variabel	Path Coefficient	t-statistics	p-values
<i>Corporate Social Responsibility</i> => <i>Family Firm Performance</i>	0,501	5,219	0,000
<i>Entrepreneurial Orientation</i> => <i>Corporate Social Responsibility</i> => <i>Family Firm Performance</i>	-0,050	0,560	0,576

Berdasarkan pada hasil dari pengujian *bootstrapping* yang ditampilkan Tabel 1, maka persamaan yang dapat disimpulkan. Pertama adalah persamaan untuk variabel *Family Firm Performance* yang dapat dijelaskan sebagai berikut :

$$FFP : 0,501CSR$$

Berdasarkan persamaan di atas, dapat dijelaskan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* memberikan pengaruh terhadap *Family Firm Performance* dengan nilai sebesar 0,501.

Pengujian *effect size* juga dilakukan untuk mengetahui seberapa besar efek yang menunjukkan variabel tertentu tidak diikutsertakan dalam model penelitian. Hasilnya menunjukkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* memiliki dampak yang besar pada nilai *R Square* variabel *Family Firm Performance* yaitu sebesar 0,387. Selanjutnya, Variabel *Entrepreneurial Orientation* memiliki dampak yang sedang pada nilai *R Square* variabel *Family Firm Performance* yaitu sebesar 0,251. Dan Variabel Moderating memiliki dampak yang kecil pada nilai *R Square* variabel *Family Firm Performance* yaitu sebesar 0,005. Selain itu, dilakukan pula pengujian *goodness of fit* (GoF) untuk menggambarkan seberapa besar nilai variabel dependen dapat memprediksi keseluruhan model. Hasil perhitungan menunjukkan hasil yang menyatakan model yang digunakan dalam penelitian ini memiliki nilai GoF sebesar 0,6591. Menurut (Wetzels *et al.*, 2009) menyatakan bahwa model yang digunakan dalam penelitian ini memiliki kecocokan atau (*Goodness of Fit*) yang tergolong besar 0,6591 (> 0,36).

## DISKUSI

Hasil dari pengujian hipotesis tersebut sesuai dengan penelitian (Felipe Hernandez-Perlines dan Nina Rung-Hoch, 2016) yang mengungkapkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki pengaruh terhadap *Family Firm Performance*. Hal ini juga sejalan dengan penelitian sebelumnya dikarenakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang diberikan dapat digunakan dan valid untuk *Family Firm Performance* dalam melakukan *Corporate Social Responsibility* (CSR). *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang berfokus pada tiga dimensi yaitu *Social dimension*, *Economic dimension*, dan *Enviromental dimension* memiliki kontribusi terhadap *Family Firm Performance*.

Selanjutnya, berdasarkan hasil pengujian hipotesis kedua (H<sub>2</sub>) menjeleaskan bahwa *Entrepreneurial Orientation* tidak dapat memoderasi *Corporate Social Responsibility* terhadap *Family Firm Performance* sehingga dapat disimpulkan bahwa H<sub>2</sub> tidak dapat ditolak. Hal ini tidak sejalan dengan penelitian sebelumnya dikarenakan *Entrepreneurial Orientation* (EO) sebagai variabel moderasi tidak memberikan pengaruh secara signifikan.

## KESIMPULAN

Dari hasil uraian dan analisis yang telah dilakukan, dapat dilihat bahwa *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap *Family Firm Performance* di Jakarta. Sementara, *Entrepreneurial Orientation* tidak dapat memoderasi *Corporate Social Responsibility* terhadap *Family Firm Performance* di Jakarta. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar memperluas jangkauan pengambilan sampel dan wilayah yang dicakupi, sehingga penelitian selanjutnya dapat memperkuat dan melengkapi penelitian

sebelumnya dengan karakteristik responden yang berbeda beda. Terakhir, untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk menambah dan mengembangkan variabel-variabel lain yang dapat memprediksi jauh lebih baik lagi terhadap *Family Firm Performance* seperti *Attitude*, *leadership*, dan *Subjective Norm* sebagai contohnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Simons, A. (2000). Arti Definisi/Pengertian Budaya Kerja Dan Tujuan/Manfaat Penerapannya Pada Lingkungan Sekitar, *Jurnal Sosiologi*.
- Atalay, M., N. Anafartand., F. Sarvan. (2013). The relationship Between Innovation And Firm Performance: An Empirical Evidence From Turkish Automotive Supplier Industry. *Procedia-Social and Behavioral Sciences* 75, pp: 226-235.
- Covin, J.G.; Slevin, D.P. Strategic management of small firms in hostile and benign environments. *Strateg. Manag. J.* 1989, 10, 75–87.
- Davis, J.L.; Greg Bell, R.; Tyge Payne, G.; Kreiser, P.M. Entrepreneurial orientation and firm performance: The moderating role of managerial power. *Am. J. Bus.* 2010, 25, 41–54.
- Ginsberg L. (2011). *Lecture Note : Neurologi*. Alih bahasa Indah Retno Wardhani. Jakarta: Penerbit Erlangga. Hlm 117.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., and Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a Silver Bullet. *Journal of Marketing Theory & Practice*, 19 (2), 139-151.
- Jeffrey Timmons and Stephen Spinelli. *New Venture Creation, Entrepreneurship for the 21st Century*. 7th ed., McGraw-Hill Education, International, 2007.
- Kasali, Renald dan kawan-kawan, (2010), *Modul Kewirausahaan Untuk Program strata 1*, Penerbit Hikmah (PT Mizan Publika), Jakarta
- Kotler, and Lee, N. (2005). *Corporate Social Responsibility : Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*. John Wiley & Sons, Inc. New Jersey.
- Lumpkin, G.T. and Dess, G.G. (1996). “Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance”, *Academy of Management Review*, Vol. 21 No. 1, pp. 135-172. Danny Miller, (1983) The Correlates of Entrepreneurship in Three Types of Firms. *Management Science* 29(7):770-791. <http://dx.doi.org/10.1287/mnsc.29.7.770>
- Malhotra, N. K. (2009). *Marketing Research: An Applied Orientation*. New Jersey: Perason Pretince Hall.
- Miller, D. (1983), “The correlatives of entrepreneurship in three types of firms”, *Management Science*, Vol. 29 No. 7, pp. 770-791.
- Naldi, L., Nordqvist, M., Sjöberg, K. and Wiklund, J. (2007), “Entrepreneurial orientation, risk taking, and performance in family firms”, *Family Business Review*, Vol. 20 No. 1, pp. 33-47.
- Sukada S, Wibowo P, Ginano K, Jalal, Kadir I dan Rahman T. (2007). *Membumikan Bisnis Berkelanjutan. Memahami Konsep dan Pratik Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*. Jakarta: Indonesia Business Links
- Susanto, A.B. (2005). *World Class Family Business*. Jakarta: *Quantum Bisnis & Manajemen*. PT Mizan Pustaka.

- Wetzels, M., Odekerken-Schroder, G., and Oppen, C. V. (2009). Using PLS Path Modeling For Assesing Hierarchical Construct Models: Guidelines and Empirical Illustration. *MIS Quarterly*, 33 (1), 177-195, Regional Development, Vol. 22 Nos 3-4, pp. 265-291.
- Yun Hee Cho, Joo-Heon Lee, (2018) "*Entrepreneurial orientation, entrepreneurial education and performance*", *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*