

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan bagian terbesar dalam perekonomian nasional dalam berbagai sektor kegiatan ekonomi. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) mampu memberikan kontribusi yang lebih kepada lingkungan eksternal maupun internal sehingga pemerintah lebih menggalakkan potensi bisnis karena makin banyak masyarakat berwirausaha. Melesatnya perkembangan UMKM, memiliki sebuah kelebihan dan kekurangan yang memungkinkan UMKM dapat berkembang dan bertahan dalam krisis, tetapi faktanya bahwa tidak semua usaha kecil dapat bertahan menghadapi krisis ekonomi.

Tujuan utama yang ingin dicapai dalam dunia bisnis adalah untuk mendapatkan laba, selain itu keberlanjutan usaha merupakan prioritas dalam bisnis. *Chief Executive Officer* (CEO) hanya berorientasi pada sebatas keuntungan, karena belum adanya aturan pasti mengenai etika dalam berbisnis. Kegiatan bisnis tentu harus memperhatikan pihak-pihak lain yang sekiranya terkena dampak dari aktivitas bisnis. Namun, keberlanjutan tanpa adanya kepedulian terhadap aspek lingkungan dan sosial, berpotensi menimbulkan kendala-kendala dalam menjalankan usaha, maka tentunya akan menghambat pencapaian keuntungan bisnis.

Telah diketahui pertumbuhan jumlah UMKM yang semakin meningkat akan berdampak pada persaingan yang semakin ketat. Menurut data Dinas Koperasi, Usaha

Kecil dan Menengah Provinsi Bali (Panjaitan et al.) tahun 2020-2023, jumlah UMKM sektor pertanian di Kabupaten Bangli sebagai berikut.

Tabel 1. 1 UMKM Pertanian Kabupaten Bangli Tahun 2020-2023

Transformasi	2020	2021	2022	2023
Formal	433	457	457	610
Informal	21,672	21,672	5,022	4,945
Total	22,105	22,129	5,479	5,555

Sumber data: diolah, 2024

Sebagai pelaku usaha juga tidak luput dari berbagai permasalahan yang berdampak pada usaha. Keterbatasan yang dihadapi UMKM, seperti akses kepada sumber daya produktif, permodalan, teknologi dan pasar. Bersamaan dengan itu, penguasaan manajemen, teknologi, informasi dan pasar masih jauh dari memadai dan relatif memerlukan biaya besar untuk dikelola secara mandiri oleh UMKM.

Tidak hanya itu, di Indonesia mempunyai permasalahan sosial dan ekologi, termasuk masalah ketenagakerjaan dan hak asasi manusia serta pencemaran lingkungan. Prioritas bisnis yang baik tidak hanya berfokus untuk mendapatkan keuntungan, akan tetapi juga memperhatikan lingkungan, sosial, ekonomi, serta masyarakat di mana bisnis tersebut berdiri. Kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga kelestarian lingkungan mendorong industri untuk berusaha meningkatkan keuntungan dengan tetap memperhatikan kondisi lingkungan dan sosial. Tidak hanya industri skala besar tetapi juga industri skala kecil seperti UMKM diharapkan sadar akan tanggung jawab sosial terhadap lingkungan sekitar.

Permasalahan tersebut tentunya dapat berdampak pada turunnya kepercayaan konsumen dan berpengaruh terhadap *Word of Mouth* konsumen. Hal inilah yang

mendorong pelaku usaha untuk memenuhi tanggung jawab sosialnya. Dengan mengupayakan keberlanjutan usaha untuk tetap efektif mengatur operasi UMKM dengan baik secara internal dan eksternal merupakan tantangan utama bagi pelaku bisnis di tengah banyaknya tantangan-tantangan yang dihadapi. Untuk mengatasi hal tersebut maka diperlukan sebuah strategi yang tepat agar dapat menarik minat konsumen. Salah satunya adalah dengan cara memanfaatkan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Tanggung jawab sosial atau yang dikenal dengan istilah *Corporate Social Responsibility* merupakan salah satu bentuk dari kepedulian perusahaan terhadap masyarakat. Sebagian besar CSR dilakukan dalam konteks perusahaan-perusahaan besar berdasarkan standar sosial, kode etik, dan pengalaman. Selain perusahaan-perusahaan besar, UMKM juga perlu melakukan sebuah CSR ke dalam usahanya, UMKM juga merupakan fasilitator penting dalam perekonomian bagi negara maju dan berkembang. Diharapkan dalam penerapan CSR, maka UMKM dapat melangsungkan usahanya dalam jangka panjang.

Sebagian besar pelaku UMKM saat ini sudah menerapkan CSR dalam kegiatan bisnisnya walaupun secara sederhana. CSR yang sederhana adalah memberikan dukungan atau berdonasi kepada masyarakat, membangun ruang publik atau tempat ibadah dan gotong royong. Namun para UMKM mungkin kurang sadar akan isu-isu keberlanjutan sosial dan keterbatasan yang dimiliki dalam melakukan praktik CSR. Berdasarkan hasil observasi awal di lapangan yang dilakukan di daerah Kintamani yang dilakukan pada Ibu Ketut bahwa:

“Secara pasti saya belum mengenal istilah tanggung jawab sosial, namun secara sederhana saya sering melakukan kegiatan-kegiatan sosial kepada lingkungan sekitar walaupun jumlah dan rentang waktunya tidak pasti mulai dari gotong royong, pemasaran produk organik, dan saya disini ada program kerja sama dengan perusahaan sebelumnya yaitu menukarkan beberapa bungkus produk kemasan A dengan menerima satu buah produk pertanian sehingga disini terciptanya sebuah kegiatan promosi produk dan menjaga lingkungan”.

Pernyataan tersebut juga di dukung oleh pernyataan yang di sampaikan oleh Bapak Wayan selaku salah satu CEO dari toko pertanian di Kintamani yang menyatakan bahwa:

“Bantuan-bantuan sosial yang saya lakukan pada daerah setempat seperti bantuan sembako kepada lansia, beasiswa kepada siswa berprestasi di Sekolah Dasar (SD). Tentunya kegiatan ini tidak rencana setiap tahunnya tergantung dari penjualan yang diperoleh, bahkan kegiatan ini pernah terputus terutama di masa pandemi karena penjualan yang saya terima menurun jadi disini saya lebih fokus untuk ke penjualan dan solusi yang dapat dilakukan mungkin salah satunya adalah mulai memasarkan pupuk-pupuk organik kepada petani tapi perlu disadari bahwa organik itu prosesnya lama namun hasilnya pasti dan bagus dan untuk harga masih bisa di kembangkan di tengah-tengah masa itu untuk kebaikan lingkungan kedepannya”.

Dapat dikatakan bahwa ada beberapa pelaku usaha di bidang pertanian sudah menerapkan tanggung jawab sosial, dengan berbagai kegiatan yang dilakukan seperti turut serta dalam kegiatan sosial dan keagamaan di lingkungan sekitar, terjun dalam kegiatan gotong royong, menyumbangkan bantuan sembako kepada lansia, memberikan beasiswa kepada siswa berprestasi di bangku sekolah dasar, mencoba memasarkan produk-produk organik ke para petani, mengurangi sampah plastik dan polusi akibat pembakaran menjaga lingkungan, sekaligus meningkatkan citra usaha kepada para konsumen sehingga meningkatkan loyalitas dan kepercayaan konsumen untuk kedepannya. Pernyataan ini juga di dukung oleh pernyataan dari Ibu Bina dan Bapak Resman selaku pemilik usaha toko pertanian di Kintamani. CSR yang dilakukan oleh pemilik usaha pertanian tentunya mampu menjaga keharmonisan dengan tenaga kerja dan lingkungannya.

Penelitian ini mengacu pada penelitian (Le, 2023) mengenai CSR dan kinerja UMKM. Penelitian ini mencakup kumpulan data 482 responden yang dilakukan di Vietnam dengan tujuan mengevaluasi peran penting tanggung jawab sosial perusahaan terhadap kinerja UMKM dengan mengeksplorasi peran mediasi citra perusahaan, reputasi perusahaan, dan loyalitas pelanggan. Hasil penelitian menyatakan bahwa adanya hubungan dan signifikan antara CSR dengan kinerja perusahaan yang dimediasi oleh citra perusahaan, reputasi perusahaan, dan loyalitas pelanggan untuk UMKM negara berkembang. Dan pada penelitian dan penelitian (Ngo & Le, 2023) mengenai peran CSR terhadap kinerja perusahaan di negara berkembang untuk menyelidiki data UMK di Vietnam pada tahun 2020 dengan

tujuan mengetahui dampak CSR berdasarkan kinerja perusahaan yang dimediasi oleh akses keuangan dan inovasi model bisnis. Hasil dari penelitian ini memberikan mekanisme bagaimana CSR perusahaan menghasilkan kinerja perusahaan dengan praktik CSR yang lebih baik akan memiliki posisi yang lebih baik untuk keuangan dan inovasi model bisnis, yang berarti peningkatan daya saing untuk meningkatkan kinerja perusahaan ke arah keberlanjutan.

Corporate Social Responsibility merupakan instrumen strategis yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya saing UMKM melalui peningkatan loyalitas dan kepuasan pelanggan, motivasi pekerja yang lebih tinggi, dan peningkatan akses dana publik karena peningkatan citra dan peningkatan penjualan. Sejalan dengan penelitian (Juniarti, 2023) yang menyatakan bahwa pengukuran dan pelaporan dampak positif terhadap masyarakat dan lingkungan menjadi landasan kuat untuk memperoleh kepercayaan konsumen, investor, dan masyarakat umum. Temuan penelitian menyoroti bahwa implementasi CSR, yang terfasilitasi oleh akuntansi keberlanjutan, bukan hanya menjadi strategi efektif untuk menciptakan citra positif di tengah masyarakat, tetapi juga berperan penting dalam meningkatkan kepercayaan pemangku kepentingan terhadap bisnis. UMKM terkadang mengalami kesulitan dalam menerapkan standar sosial dalam kegiatan produksi karena perbedaan budaya setiap daerah karena bentuk CSR bervariasi dari satu daerah ke daerah lainnya, dari kalangan organisasi kecil hingga organisasi besar, serta dari negara maju ke negara berkembang.

Praktik CSR beserta pengungkapannya dari suatu organisasi bisnis mampu menaikkan citra baik organisasi bisnis menurut perspektif sosial dan juga pemangku kepentingan. Berbeda dengan hasil penelitian dari (Aini et al., 2023) yang menyatakan bahwa hasil dari penelitiannya tidak mendukung teori stakeholders yang menjelaskan bahwa perusahaan akan mengungkapkan informasi mengenai aktivitas operasi serta aktivitas sosialnya secara sukarela untuk memenuhi ekspektasi dan kepentingan para stakeholdersnya, mengingat bahwa kegiatan operasi perusahaan tidak boleh hanya mementingkan kepentingan sendiri namun harus memperhatikan dan memberikan manfaat kepada para stakeholdersnya. Namun semakin banyak informasi mengenai aktivitas sosial perusahaan yang diungkapkan justru tidak membuat reputasi perusahaan semakin meningkat pula seiring dengan itu.

Tanggung jawab sosial tidak hanya menjadi suatu kewajiban moral, melainkan sebuah paradigma baru dalam dunia bisnis yang menuntut UMKM untuk mengadopsi prinsip keberlanjutan. Di tengah tuntutan ini, akuntansi keberlanjutan muncul sebagai alat yang esensial dalam mengukur, melaporkan, dan mengelola dampak sosial, lingkungan, dan ekonomi UMKM. Akuntansi berkelanjutan bukan sekedar pencatatan akuntansi keuangan, melainkan juga mengenai bagaimana UMKM mampu dan mengelola risiko serta peluang dari keberlanjutan. Integrasi akuntansi keberlanjutan ke dalam praktik bisnis tidak hanya memenuhi tuntutan etika dan tanggung jawab sosial, tetapi juga menjadi bagian integral dari strategi bisnis yang cerdas. (Bahta et al., 2021) mengenai CSR meningkatkan kinerja keuangan UMKM yang dilakukan pada UMKM di Eritrea, sebuah Negara di Afrika Timur

menyatakan bahwa keterlibatan CSR harus dianggap sebagai sarana untuk mengembangkan aset tidak berwujud seperti reputasi, yang juga bermanfaat bagi kinerja keuangan yang unggul. UMKM yang mampu mengukur dan mengelola dampaknya terhadap masyarakat dan lingkungan tidak hanya membangun reputasi yang baik tetapi juga meningkatkan daya saing jangka panjang.

Kinerja UMKM merupakan salah satu indikator keberhasilan UMKM dalam kehidupan usahanya. Salah satu faktor UMKM agar dapat bertahan adalah harus memiliki daya saing yang kuat untuk dapat bersaing. Kinerja UMKM menjadi tolak ukur bagi setiap UMKM dan cara pengukuran kinerja setiap unit usaha berbeda-beda tergantung unit usaha yang dijalankan. Daya saing UMKM tercipta ketika pemilik atau pelaku usaha memahami segmentasi, tujuan dan posisi UMKM yang dituju. Permasalahan yang terjadi di lapangan bahwa masih banyak UMKM belum mampu memahami usahanya sehingga terjadi permasalahan bahkan kebangkrutan pada usahanya. Sejalan dengan itu, Ibu Ketut selaku pemilik usaha pertanian menyatakan bahwa

“Permasalahan di bisnis sebenarnya banyak dari sistem keuangan dan pengelolaan usaha yang tidak sesuai akan berakibat fatal yang hampir saja membangkrunkat usahanya, kemudian persaingan yang tekat dimana para pesaing saya mulai menghancurkan harga pasaran bahwa di bawah harga beli jadinya saya harus memutar otak untuk menghadapi hal serupa, dan ternyata tidak saya saja yang merasakan hal tersebut ternyata beberapa toko pelaku

toko pertanian mengalami hal tersebut terutama *resseler* pegangan saya bahkan sampai mengalami kebangkrutan”.

Pernyataan tersebut di dukung oleh pernyataan yang di sampaikan oleh Ibu Bina yang menyatakan bahwa:

“Contoh dari permasalahan yang saya hadapi dalam usaha seperti dalam keuangan dan pembukuan, ya saat ini saya sudah menggunakan komputer dan program sehingga membantu usaha saya. Tahun sebelumnya saya hanya menganalisis semuanya tanpa ada data yang jelas bahkan saya mulai banyak di datang permasalahan”.

Lewat inovasi model bisnis UMKM dapat menciptakan nilai lebih bagi konsumen baik melalui inovasi dalam hal target pasar, produk yang ditawarkan maupun rantai nilai industrinya. Diharapkan inovasi model bisnis dapat menuju model bisnis sebagai platform yang adaptif dimana inovasi dilakukan bersama-sama melibatkan mulai dari pemasok bahan baku, proses produksi, saluran distribusi serta konsumen akhir. Namun, walau inovasi model bisnis penting, banyak UMKM mengalami kesulitan melakukannya. (Ngo & Le, 2023) menyatakan bahwa CSR yang dilakukan dengan baik dapat membantu memfasilitasi akses keuangan dan inovasi model bisnis yang akan menghasilkan peningkatan kinerja perusahaan. Untuk itu dibutuhkan suatu studi deskripsi dan eksplanasi terhadap perusahaan yang berhasil untuk menjelaskan bagaimana dan mengapa mereka dapat melakukan inovasi model bisnis.

Inovasi dalam dunia bisnis sangat dibutuhkan seperti inovasi produk, teknologi, dan manajemen karena banyak ditemui UMKM yang belum mau melakukan inovasi pada bisnisnya, UMKM cenderung berada pada zona nyaman sehingga belum mau melakukan inovasi. Berbeda dengan hasil penelitian (Aini et al., 2023) yang menyatakan bahwa kegiatan CSR berpengaruh negatif atas inovasi perusahaan. Kondisi ini terjadi dikarenakan tidak setiap kegiatan CSR membuat nilai untuk perusahaan itu sendiri, bahkan terkadang dapat membengkakkan pengeluaran pembiayaan sehingga bisa menjadikan turunan nilai saham dan menurunkan minat investor untuk menanamkan modal. Perusahaan dituntut melakukan perubahan dalam usahanya agar tidak kalah bersaing dengan perusahaan lain.

Dari temuan riset dan data mengenai hubungan CSR terhadap kinerja keuangan UMKM masih rendah dengan adanya beberapa perbedaan hasil penelitian dari penelitian terdahulu karena adanya perbedaan budaya, model, lokasi, waktu, dan jenis bisnis yang diteliti. Sebagian besar pelaku UMKM saat ini sudah menerapkan CSR dalam kegiatan bisnisnya walaupun secara sederhana yang terkesan *do good to look good*, namun belum semua UMKM menerapkan CSR dalam usahanya. Penelitian ini dilakukan dengan mengadopsi dari penelitian negara-negara maju maupun berkembang untuk diterapkan di Indonesia terkait dengan praktiknya, karena pada konsepnya bisa diterapkan namun bagaimana secara praktiknya. Penelitian ini berjudul **Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja UMKM: Peran Citra Perusahaan dan Inovasi Model Bisnis sebagai Pemediasi.**

Penelitian ini diujikan di UMKM bidang pertanian Kecamatan Kintamani dengan alasan mayoritas penduduk di Kintamani berprofesi sebagai petani, dan pengamatan di lingkungan sekitar bahwa pertanian tidak akan pernah mati dan selalu relevan sehingga banyak UMKM yang tumbuh dan berkembang di lingkungan Kintamani. Disisi lain ada permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku UMKM terhadap kinerja usahanya sehingga menimbulkan naik turunnya pengelolaan dan berimbas pada pertumbuhan UMKM pertanian. Pelaku UMKM di Kecamatan Kintamani belum sepenuhnya menyadari bahwa memperhatikan lingkungan sekitar dalam bentuk CSR dapat memberikan manfaat terhadap kinerja keuangan UMKM. Selain itu permasalahan terkait dengan ketatnya persaingan UMKM di Kintamani, pelaku UMKM dituntut harus kreatif dalam berinovasi. Seperti yang kita ketahui UMKM sangat erat hubungannya dengan konsumen dan masyarakat sekitar penelitian.

Secara umum penelitian terkait dengan CSR di Indonesia sudah didominasi oleh perusahaan-perusahaan besar, dengan kata lain penelitian terkait dengan CSR pada usaha kecil atau UMKM masih minim dengan mediator yang terintegrasi antara citra perusahaan dan inovasi model bisnis ke dalam satu model penelitian konseptual masih langka. Disisi lain peneliti menyadari bahwa kondisi perekonomian mempunyai peran penting dalam menjalankan bisnis dan perlu dilakukan penelitian baru mengenai CSR dan kinerja UMKM dengan model konseptual baru, kondisi ekonomi yang berbeda, sektor industri yang berbeda, dan budaya atau kelembagaan. Penelitian ini akan mencoba menutupi celah dengan kembali menguji hubungan

peran CSR terhadap kinerja keuangan dengan mengadopsi penelitian dari Negara maju.

1.2 Identifikasi Masalah

Corporate Social Responsibility merupakan salah satu bentuk tanggung jawab sosial UMKM terhadap pemangku kepentingan dan lingkung. CSR bentuk kepedulian UMKM terhadap lingkungan eksternal melalui berbagai kegiatan yang dilakukan dalam rangka menjaga lingkungan, norma-norma masyarakat, partisipasi pembangunan, serta berbagai bentuk tanggung jawab sosial lainnya. Namun tanpa disadari banyak UMKM yang tidak menyadari akan tindakan yang dilakukannya itu merupakan salah satu bentuk tanggung jawab sosial terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar yang terkesan *do good to look good*.

1.3 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang di atas terdapat beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap kinerja UMKM?
2. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap citra perusahaan UMKM?
3. Apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap kinerja UMKM?
4. Apakah citra perusahaan memediasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dan kinerja UMKM?

5. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap inovasi model bisnis UMKM?
6. Apakah inovasi model bisnis berpengaruh terhadap kinerja UMKM?
7. Apakah inovasi model bisnis memediasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dan kinerja UMKM?

1.4 Pembatasan Masalah

Dalam penelitian ini pembahasan masalah dilakukan untuk menghindari penyimpangan dari pokok masalah yang terlalu luas dan keluar dari persoalan, maka peneliti membatasi:

1. Luas lingkup hanya meliputi praktik tanggung jawab sosial dan kinerja UMKM yang dilakukan oleh pemilik UMKM di Kintamani terhadap citra UMKM.
2. Lokasi penelitian dilakukan di lingkungan Kintamani

1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap seberapa besar pengaruh *corporate social responsibility* terhadap kinerja UMKM melalui citra perusahaan dan inovasi model bisnis.

1. Untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja perusahaan UMKM
2. Untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap citra perusahaan UMKM

3. Untuk mengetahui hubungan dan pengaruh citra perusahaan dengan kinerja UMKM
4. Untuk mengetahui pengaruh citra perusahaan dalam memediasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan kinerja UMKM
5. Untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap inovasi model bisnis UMKM
6. Untuk mengetahui pengaruh inovasi model bisnis terhadap kinerja UMKM
7. Untuk mengetahui pengaruh inovasi model bisnis dalam memediasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan kinerja UMKM

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini dapat dilihat berdasarkan pada manfaat teoritis dan manfaat praktis:

1.6.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberi sumbangsih pemikiran ilmiah dalam melengkapi kajian-kajian yang mengarah pada pengembangan ilmu pengetahuan khususnya pada ilmu administrasi publik yang menyangkut pada masalah efektivitas program *Corporate Social Responsibility*.

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Peneliti

Hasil dari penelitian ini dapat memperluas dan menambah wawasan peneliti yang selama ini hanya didapat secara teoritis di bangku perkuliahan, dan diharapkan menjadi bekal untuk mengimplementasikan.

2. Bagi UMKM

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan atau saran kepada pelaku usaha UMKM atas program tanggung jawab sosial atau *corporat social responsibility* dapat dilakukan sebaik mungkin untuk keberlangsungan usaha dan lebih memperhatikan dan mengembangkan usahanya dengan baik.

3. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan kepada masyarakat bahwa tanggung jawab sosial penting untuk dilakukan untuk keberlangsungan usaha dalam jangka waktu yang panjang. Dan penelitian ini berkontribusi terhadap perluasan pengetahuan yang masih terbatas dengan menegaskan hubungan antara reputasi dan kinerja keuangan dalam konteks UMKM dan situasi tertentu

1.7 Penjelasan Istilah

1. *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Corporate Social Responsibility merupakan suatu bentuk tanggung jawab yang dilakukan oleh suatu perusahaan kepada semua pemangku kepentingan yang ada di dalamnya.

2. Kinerja Perusahaan

Kinerja perusahaan merupakan kinerja perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam mencapai tujuannya dengan memanfaatkan sumber daya secara efisien serta efektif. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk

tetap terus mengukur performa perusahaan agar proses bisnisnya dapat berjalan dengan baik.

3. Citra Perusahaan

Citra perusahaan merupakan kumpulan kesan, perasaan, gambaran atau persepsi publik atau konsumen terhadap organisasi atau perusahaan yang berhubungan dengan nama bisnis, arsitektur, variasi dari produk, tradisi, ideologi dan kualitas yang sengaja diciptakan sebagai cerminan dari identitas sebuah organisasi atau perusahaan. Citra perusahaan diperlukan untuk mempengaruhi pikiran pelanggan melalui kombinasi dari periklanan, humas, bentuk fisik, kata-mulut, dan berbagai pengalaman aktual selama menggunakan barang dan jasa.

4. Inovasi Model Bisnis

Tujuan dari inovasi bisnis adalah untuk meningkatkan *value* dari bisnis tersebut. Tujuan dari inovasi bisnis adalah untuk meningkatkan *value* dari bisnis tersebut.

5. Mediasi

Mediasi berkaitan dengan variabel ketiga yang berfungsi sebagai perantara dalam hubungan antara variabel X dan Y. Dalam kasus ini, kita mencari tahu apakah variabel ketiga ini menjelaskan sebagian atau seluruh hubungan antara kedua variabel yang diamati.

1.8 Rencana Publikasi

Untuk penyelesaian studi, mahasiswa program magister (S2) Pascasarjana Undiksha wajib untuk melakukan penyusunan tesis dan artikel ilmiah. Tesis dan artikel ilmiah ditulis berdasarkan kaidah dan standar penulisan karya ilmiah. Artikel ilmiah selanjutnya akan dipublikasikan pada jurnal nasional atau internasional.

