

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.4 Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Teknik ini digunakan untuk menentukan umum variabel penelitian. Untuk mengetahui kecenderungan rata-rata dari variabel X dan variabel Y, dilakukan dengan cara menghitung jumlah dari setiap variabel, yaitu dengan menggunakan rumus Weight Means Score (WMS) sebagai berikut:

$$WMS = \frac{\text{Nilai Aktual}}{\text{Nilai Ideal}}$$

Keterangan:

WMS : nilai rata-rata skor responden

Nilai Aktual : jumlah skor dari jawaban responden

N :  $\sum$  indikator pertanyaan x  $\sum$  responden x 5

Perhitungan teknis WMS ini dimaksudkan untuk menentukan kedudukan setiap item sesuai dengan kriteria/tolak ukur yang telah ditentukan.

Tanggung Jawab Sosial terbagi dalam 4 indikator, yaitu sebagai berikut:

#### 4.1.1 Jangkauan Kepada Orang Miskin dan Minoritas

Dalam bagian ini jangkauan kepada orang miskin dan minoritas atau (CSR 1) dijelaskan oleh 4 indikator yaitu BPR dapat diakses oleh masyarakat miskin, masyarakat terkecil, wanita, dan masyarakat yang tidak berpendidikan; BPR memberikan pinjaman kepada nasabah yang berada di desa tertinggal; BPR memberikan pinjaman kepada pekerja informal (buruh harian lepas, penyewa yang tidak memiliki lahan, dll); BPR memberikan pinjaman kepada nasabah yang hanya memiliki jaminan sosial (rekomendasi dari pihak ketiga atau jaminan yang memiliki nilai yang rendah). Berikut adalah hasil perhitungannya:

Tabel 4.1

#### Hasil Perhitungan WMS

#### Jangkauan Kepada Orang Miskin dan Minoritas

Indikator	No. Item						Jumlah	Rata-rata	Kategori
		5	4	3	2	1			

		F	X	F	X	F	X	F	X	F	X	F	X	X/F	
Jangkauan Kepada Orang Miskin dan Minoritas	1	5	25	17	68	4	12	3	6	1	1	30	112	3,73	Baik
	2	4	20	15	60	5	15	5	10	1	1	30	106	3,53	Baik
	3	4	20	14	56	2	6	8	16	2	2	30	100	3,33	Baik
	4	5	25	10	40	9	27	6	12	0	0	30	104	3,47	Baik
	Total indikator												422	3,52	Baik

Sumber: Data hasil olahan peneliti (2015)

$$WMS = \frac{\text{Nilai Aktual}}{\text{Nilai Ideal}}$$

$$WMS = \frac{422}{600}$$

$$WMS = 0,70$$

Dalam mengumpulkan data tentang jangkauan kepada orang miskin dan minoritas diwakili oleh 4 sub indikator. Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan WMS menunjukkan jumlah sebesar 0,70. Setelah dikonsultasikan pada tabel konsultasi WMS maka kondisi indikator jangkauan kepada orang miskin dan minoritas dinyatakan dalam kriteria Baik.

#### 4.1.2 Jangkauan Pelayanan

Selanjutnya dalam bagian ini jangkauan pelayanan atau (CSR 2) dijelaskan oleh 8 indikator yaitu BPR menyediakan pinjaman dengan berbagai jangka waktu (1, 6, 12 bulan); BPR menyediakan pinjaman bagi kebutuhan darurat; BPR menyediakan tabungan sukarela; BPR menyediakan produk asuransi; BPR pinjaman dengan pembayaran yang fleksibel; lokasi BPR yang dekat dengan tempat tinggal nasabah; BPR memberikan pinjaman dengan prosedur yang cepat dan mudah; BPR melakukan survey tentang kepuasan nasabah. Berikut adalah hasil perhitungannya:

**Tabel 4.2**  
**Hasil Perhitungan WMS**  
**Jangkauan Pelayanan**

Indikator	No. Item											Jumlah		Rata-rata X/F	Kategori
		5		4		3		2		1		F	X		
		F	X	F	X	F	X	F	X	F	X				
Jangkauan Pelayanan	1	11	55	14	56	3	9	2	4	0	0	30	124	4,13	Sangat Baik
	2	3	15	18	72	3	9	4	8	2	2	30	106	3,53	Baik
	3	3	15	13	52	4	12	7	14	3	3	30	96	3,2	Baik
	4	1	5	12	48	1	3	11	22	5	5	30	83	2,77	Cukup
	5	5	25	11	44	6	18	8	16	0	0	30	103	3,43	Baik
	6	7	35	15	60	6	18	2	4	0	0	30	117	3,9	Baik
	7	7	35	23	92	0	0	0	0	0	0	30	127	4,23	Sangat Baik
	8	8	40	14	56	5	15	1	2	2	2	30	115	3,83	Baik
Total indikator												871	3,63	Baik	

Sumber: Data hasil olahan peneliti (2015)

$$\text{WMS} = \frac{\text{Nilai Aktual}}{\text{Nilai Ideal}}$$

$$\text{WMS} = \frac{871}{1200}$$

$$\text{WMS} = 0,73$$

Dalam mengumpulkan data tentang jangkauan pelayanan diwakili oleh 8 sub indikator. Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan WMS menunjukkan jumlah sebesar 0,73. Setelah dikonsultasikan pada tabel konsultasi WMS maka kondisi indikator jangkauan pelayanan dinyatakan dalam kriteria Baik.

#### 4.1.3 Peningkatan Modal Sosial dan Politik Nasabah

Dalam bagian ini peningkatan modal sosial dan politik nasabah atau (CSR 3) dijelaskan oleh 6 indikator yaitu BPR memberikan laporan pinjaman yang membedakan antara jumlah pinjaman dan jumlah bunga serta biaya yang harus dibayar untuk memberikan informasi yang jelas kepada peminjam; BPR memberikan laporan

tertulis setiap transaksi pinjaman; BPR memberikan laporan tertulis setiap transaksi tabungan; BPR memberikan akses nasabah kepada laporan tahunan BPR; BPR memiliki kegiatan yang dapat memperkuat ikatan sosial dengan komunitas yang dilayaninya; BPR menyanggarakan pelatihan untuk meningkatkan kepemimpinan bagi nasabahnya. Berikut adalah perhitungannya:

**Tabel 4.3**  
**Hasil Perhitungan WMS**  
**Peningkatan Modal Sosial dan Politik Nasabah**

Indikator	No. Item											Jumlah		Rata-rata X/F	Kategori
		5		4		3		2		1		F	X		
		F	X	F	X	F	X	F	X	F	X				
Peningkatan Modal Sosial dan Politik Nasabah	1	11	55	16	64	3	9	0	0	0	0	30	128	4,27	Sangat Baik
	2	12	60	15	60	3	9	0	0	0	0	30	129	4,3	Sangat Baik
	3	11	55	17	68	1	3	1	2	0	0	30	128	4,27	Sangat Baik
	4	9	45	14	56	5	15	2	4	0	0	30	120	4	Sangat Baik
	5	7	35	12	48	9	27	1	2	1	1	30	113	3,77	Baik
	6	5	25	10	40	6	18	6	12	3	3	30	98	3,27	Baik
Total indikator											716	3,98	Sangat Baik		

Sumber: Data hasil olahan peneliti (2015)

$$\text{WMS} = \frac{\text{Nilai Aktual}}{\text{Nilai Ideal}}$$

$$WMS = \frac{716}{900}$$

$$900$$

$$WMS = 0,80$$

Dalam mengumpulkan data tentang peningkatan modal sosial dan politik nasabah diwakili oleh 6 sub indikator. Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan WMS menunjukkan jumlah sebesar 0,80. Setelah dikonsultasikan pada tabel konsultasi WMS maka kondisi indikator peningkatan modal sosial dan politik nasabah dinyatakan dalam kriteria Sangat Baik

#### **4.1.4 Tanggung Jawab Institusi**

Dalam bagian ini tanggung jawab institusi atau (CSR 4) dijelaskan oleh 9 indikator yaitu BPR melakukan studi sosial ekonomi untuk menilai kondisi nasabah; BPR menyediakan anggaran tahunan untuk pelatihan karyawan; BPR melibatkan karyawan dalam pengambilan keputusan; BPR memberikan akses nasabah kepada laporan tahunan BPR; BPR memberikan jaminan kesehatan bagi karyawannya; BPR menyediakan asuransi yang membebaskan keluarga dari kewajiban membayar hutang apabila terjadi kasus kematian; BPR memberikan penjadwalan utang bila terjadi bencana

alam atau kejadian khusus; BPR menghormati budaya lokal yang berlaku; BPR memiliki pekerja yang dapat berbicara dengan bahasa setempat dan memahami budaya setempat. Berikut adalah hasil perhitungannya:

**Tabel 4.4**  
**Hasil Perhitungan WMS**  
**Tanggung Jawab Institusi**

Indikator	No. Item											Jumlah		Rata-rata X/F	Kategori
		5		4		3		2		1		F	X		
		F	X	F	X	F	X	F	X	F	X				
Tanggung Jawab Institusi	1	8	40	12	48	6	18	3	6	1	1	30	113	3,77	Baik
	2	14	70	14	56	2	6	0	0	0	0	30	132	4,4	Sangat Baik
	3	6	30	18	72	5	15	1	2	0	0	30	119	3,97	Baik
	4	10	50	11	44	5	15	4	8	0	0	30	117	3,9	Baik
	5	16	80	12	48	2	6	0	0	0	0	30	134	4,47	Sangat Baik
	6	11	55	11	44	4	12	3	6	1	1	30	118	3,93	Baik
	7	5	25	19	76	6	18	0	0	0	0	30	119	3,97	Baik
	8	10	50	18	72	2	6	0	0	0	0	30	128	4,27	Sangat Baik
	9	9	45	19	76	1	3	1	2	0	0	30	126	4,2	Sangat Baik
Total indikator												1106	4,10	Sangat Baik	

Sumber: Data hasil olahan peneliti (2015)

$$WMS = \frac{\text{Nilai Aktual}}{\text{Nilai Ideal}}$$

$$WMS = \frac{1106}{1350}$$

$$\text{WMS} = 0,82$$

Dalam mengumpulkan data tentang tanggung jawab institusi diwakili oleh 9 sub indikator. Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan WMS menunjukkan jumlah sebesar 0,82. Setelah dikonsultasikan pada tabel konsultasi WMS maka kondisi indikator tanggung jawab institusi dinyatakan dalam kriteria Sangat Baik

Nilai rata-rata tertinggi pada variabel X (Tanggung Jawab Sosial) yang terjadi pada Bank Perkreditan Rakyat di Bandung Raya dan Sumedang ini berada pada indikator tanggung jawab institusi dan nilai rata-rata terendah terdapat pada indikator jangkauan orang miskin dan minoritas. Hal tersebut memberikan gambaran bahwa secara umum pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial pada Bank Perkreditan Rakyat di Bandung Raya dan Sumedang telah dilaksanakan dengan baik.

#### **4.5 Keunggulan Bersaing Perusahaan**

Untuk mengetahui gambaran mengenai variabel Y, peneliti menggunakan perhitungan *Weighted Mean Scored* (WMS) dan program Microsoft Excel 2010 sebagai alat bantu. Keunggulan Bersaing terbagi dalam 3 indikator, yaitu sebagai berikut:

#### 4.2.1 Cost Leadership

Dalam bagian ini cost leadership atau (CA 1) dijelaskan oleh 4 indikator yaitu BPR menyediakan layanan keuangan yang lebih murah kepada nasabah di pasar; BPR menawarkan bunga pinjaman yang bersaing; BPR menawarkan bunga simpanan yang bersaing; Produk BPR lebih murah dibanding dengan BPR lainnya. Berikut adalah hasil perhitungannya:

**Tabel 4.5**  
**Hasil Perhitungan WMS**  
**Cost Leadership**

Indikator	No. Item											Jumlah		Rata-rata X/F	Kategori
		5		4		3		2		1		F	X		
		F	X	F	X	F	X	F	X	F	X				
Cost Leadership	1	7	35	15	60	7	21	1	2	0	0	30	118	3,93	Baik
	2	8	40	18	72	4	12	0	0	0	0	30	124	4,13	Sangat Baik
	3	9	45	17	68	4	12	0	0	0	0	30	125	4,17	Sangat Baik
	4	9	45	14	56	7	21	0	0	0	0	30	122	4,07	Sangat Baik
Total indikator												489		4,08	Sangat Baik

Sumber: Data hasil olahan peneliti (2015)

$$\text{WMS} = \frac{\text{Nilai Aktual}}{\text{Nilai Ideal}}$$

$$\text{WMS} = \frac{489}{600}$$

$$= 0,82$$

$$\text{WMS} = 0,82$$

Dalam mengumpulkan data tentang cost leadership oleh 4 sub indikator. Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan WMS menunjukkan jumlah sebesar 0,82. Setelah dikonsultasikan pada tabel konsultasi WMS maka kondisi indikator cost leadership dinyatakan dalam kriteria Sangat Baik

#### 4.2.2 Product Differentiation

Dalam bagian ini product differentiation atau (CA 2) dijelaskan oleh 8 indikator yaitu fleksibilitas layanan merupakan salah satu sumber keunggulan kompetitif BPR; nasabah BPR mendapatkan manfaat yang banyak dari layanan yang diberikan oleh BPR; BPR menyediakan layanan tepat waktu dibandingkan perusahaan lain dalam industri; BPR dikenal untuk layanan diversifikasi di industri BPR; BPR dikenal untuk layanan yang strategis dalam industri BPR; BPR terkenal karena jasa atau produk; BPR menyediakan produk-produk

husus untuk pelanggan; BPR memiliki strategi pasar terbaik di industri BPR. Berikut adalah hasil perhitungannya:

**Tabel 4.6**  
**Hasil Perhitungan WMS**  
**Product Differentiation**

Indikator	No. Item											Jumlah		Rata-rata X/F	Kategori
		5		4		3		2		1		F	X		
		F	X	F	X	F	X	F	X	F	X				
Product Differentiation	1	10	50	18	72	2	6	0	0	0	0	30	128	4,27	Sangat Baik
	2	7	35	21	84	2	6	0	0	0	0	30	125	4,17	Sangat Baik
	3	5	25	18	72	7	21	0	0	0	0	30	118	3,93	Baik
	4	5	25	14	56	10	30	1	2	0	0	30	113	3,77	Baik
	5	4	20	17	68	9	27	0	0	0	0	30	115	3,83	Baik
	6	6	30	18	72	5	15	1	2	0	0	30	119	3,97	Baik
	7	5	25	18	72	4	12	3	6	0	0	30	115	3,83	Baik
	8	5	25	17	68	6	18	2	4	0	0	30	115	3,83	Baik
		Total indikator										948	3,95	Baik	

Sumber: Data hasil olahan peneliti (2015)

$$WMS = \frac{\text{Nilai Aktual}}{\text{Nilai Ideal}}$$

$$WMS = \frac{948}{1200}$$

$$= 0,79$$

$$WMS = 0,79$$

Dalam mengumpulkan data tentang product differentiation diwakili oleh 8 sub indikator. Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan WMS menunjukkan jumlah sebesar 0,79. Setelah dikonsultasikan pada tabel konsultasi WMS maka kondisi indikator product differentiation dinyatakan dalam kriteria Baik.

#### **4.2.3 Outreach Levels**

Dalam bagian ini outreach levels atau (CA 3) dijelaskan oleh 8 indikator yaitu BPR memiliki pangsa pasar yang baik di industri BPR; kerjasama antara BPR dan pelanggan cukup menjanjikan; pasar BPR telah berkembang; jangkauan BPR selama ini cukup baik di pasar; produk BPR sangat populer di pasar; mayoritas pelanggan datang untuk layanan karena kepercayaan terhadap perusahaan; BPR menempati posisi kunci dalam industri BPR; BPR selalu diberikan prioritas oleh pelanggan di industri BPR. Berikut adalah hasil penilaiannya:

**Tabel 4.7**  
**Hasil Perhitungan WMS**  
**Outreach Levels**

Indikator	No. Item											Jumlah		Rata-rata X/F	Kategori
		5		4		3		2		1		F	X		
		F	X	F	X	F	X	F	X	F	X				
Outreach Levels	1	9	45	15	60	5	15	1	2	0	0	30	122	4,07	Sangat Baik
	2	7	35	18	72	5	15	0	0	0	0	30	122	4,07	Sangat Baik
	3	7	35	20	80	2	6	1	2	0	0	30	123	4,10	Sangat Baik
	4	10	50	15	60	5	15	0	0	0	0	30	125	4,17	Sangat Baik
	5	6	30	18	72	6	18	0	0	0	0	30	120	4,00	Sangat Baik
	6	8	40	19	76	3	9	0	0	0	0	30	125	4,17	Sangat Baik
	7	1	5	18	72	9	27	1	2	1	1	30	107	3,57	Baik
	8	6	30	16	64	8	24	0	0	0	0	30	118	3,93	Baik
Total indikator												962	4,01	Sangat Baik	

Sumber: Data hasil olahan peneliti (2015)

$$WMS = \frac{\text{Nilai Aktual}}{\text{Nilai Ideal}}$$

$$WMS = \frac{962}{1200}$$

$$WMS = 0,80$$

Dalam mengumpulkan data tentang outreach levels diwakili oleh 8 sub indikator. Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan WMS menunjukkan jumlah sebesar 0,80. Setelah dikonsultasikan pada

tabel konsultasi WMS maka kondisi indikator outreach levels dinyatakan dalam kriteria Sangat Baik.

Nilai rata-rata tertinggi pada variabel Y (Keunggulan Bersaing) dari hasil penelitian menunjukkan bahwa keunggulan bersaing pada Bank Perkreditan Rakyat di Bandung Raya dan Sumedang berdasarkan teknik WMS berada pada kategori outreach levels (CA 1) dengan nilai rata-rata 0,82. Hal ini menunjukkan bahwa keunggulan bersaing pada Bank Perkreditan Rakyat di Bandung Raya dan Sumedang dapat dikatakan sangat baik dilihat dari indikator cost leadership, product differentiation, dan outreach levels.

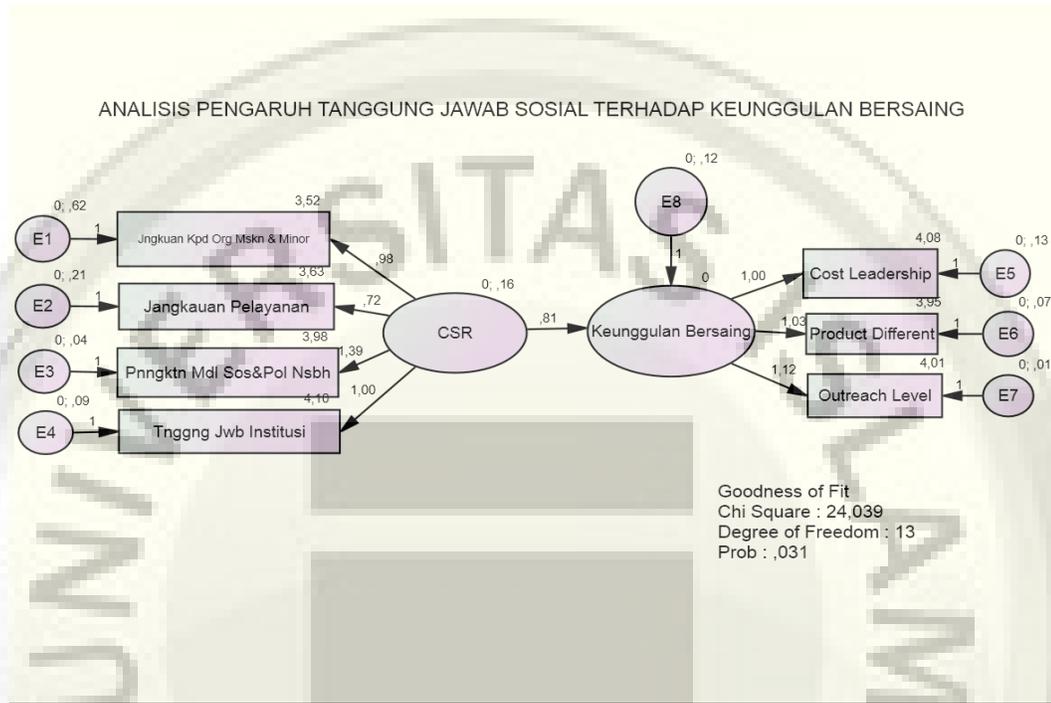
#### **4.6 Pengaruh Tanggung Jawab Sosial terhadap Keunggulan Bersaing**

##### **4.3.1 Hasil Uji Analisis Berdasarkan Model Grafis**

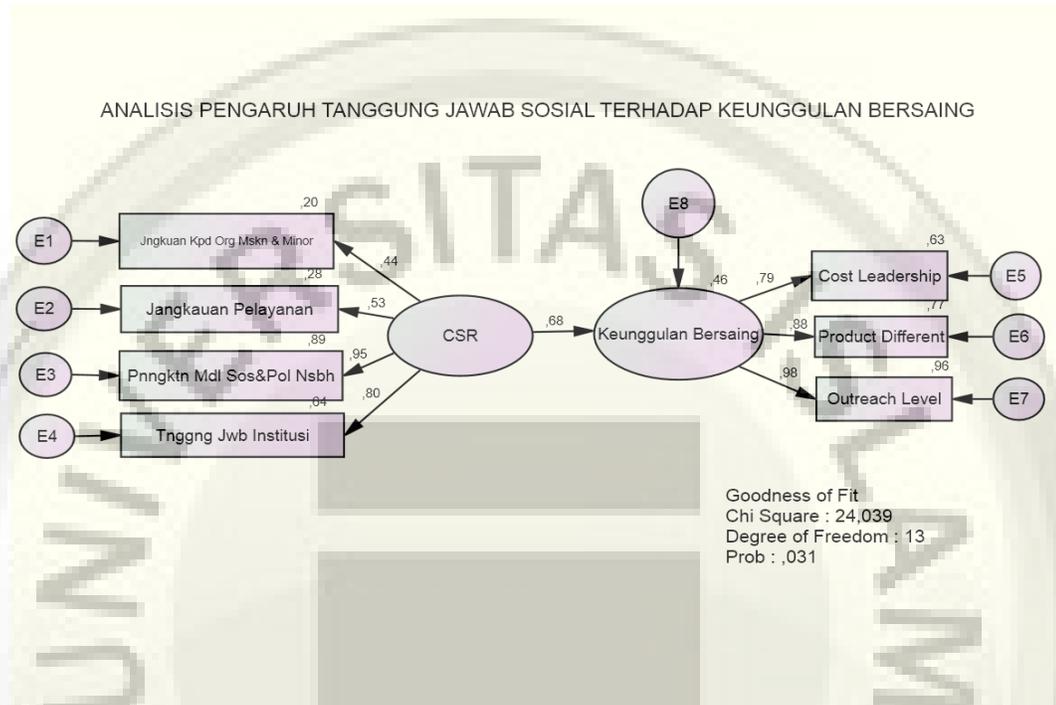
Untuk mengetahui kelayakan dan keandalan dari hasil survey tersebut, maka dilakukan pengujian dengan uji validitas dan uji realibilitas. Model sebab akibat (causal modeling) atau disebut juga analisis jalur (path analysis), yang menyusun hipotesis hubungan-hubungan sebab akibat (causal relationships) diantara variabel-variabel dan menguji model-model sebab akibat (causal models) dengan menggunakan sistem persamaan linier. Model-model sebab akibat dapat mencakup variabel-variabel manifes (indikator), variabel-variabel laten atau keduanya.

**GAMBAR 4.1**

**UNSTANDARDIZED ESTIMATES**



**GAMBAR 4.2**  
**STANDARDIZED ESTIMATES**



Model dalam unstandardized estimate menunjukkan bobor regresi dalam unstandardized (koefisien tidak standar), model dalam standardized estimate menunjukkan bobot regresi dalam bentuk standardized (koefisien telah standar).

**a. Uji Goodness of fit – overall fit**

Secara grafis dapat di interpretasi bahwa model secara keseluruhan fit dengan probabilitas sebesar  $0,031 > 0,05$ .

**b. Validitas Konstruk**

Nilai faktor loading dalam model standarized estimates dapat interpretasi sebagai uji validitas konstruk. Nilai factor loading Jangkauan kepada orang miskin dan kaum minoritas (CSR 1) sebesar  $0,44 \geq 0,5$  (CSR → Jangkauan Kepada Orang Miskin dan Kaum Minoritas) menunjukkan bahwa indikator jangkauan kepada orang miskin dan kaum minoritas merupakan bagian dari CSR, nilai faktor loading jangkauan pelayanan (CSR 2) sebesar  $0,53 \geq 0,5$  (CSR → Jangkauan Pelayanan) menunjukkan bahwa indikator jangkauan pelayanan merupakan bagian dari CSR, Nilai factor loading peningkatan modal sosial dan politik nasabah (CSR 3) sebesar  $0,95 \geq 0,5$  (CSR → Peningkatan Modal Sosial Dan Politik Nasabah) menunjukkan bahwa indikator peningkatan modal sosial dan politik nasabah merupakan bagian dari CSR, Nilai factor loading tanggung jawab institusi (CSR 4) sebesar  $0,80 \geq 0,5$  (CSR → Tanggung jawab institusi) menunjukkan bahwa indikator tanggung jawab institusi merupakan bagian dari CSR.

Nilai faktor loading cost leadership (CA 1) sebesar  $0,79 \geq 0,5$  (Keunggulan Bersaing → Cost Leadership) menunjukkan bahwa indikator cost leadership merupakan bagian dari keunggulan bersaing, Nilai faktor loading product differentiation (CA 2) sebesar  $0,88 \geq 0,5$  (Keunggulan Bersaing → Product Differentiation) menunjukkan bahwa indikator product differentiation merupakan bagian dari keunggulan

bersaing, Nilai factor loading outreach levels (CA 3) sebesar  $0,98 \geq 0,5$  (Keunggulan Bersaing  $\rightarrow$  Outreach Levels) menunjukkan bahwa indikator outreach levels merupakan bagian dari keunggulan bersaing.

### c. Reliabilitas Nilai

Reliabilitas konstruk dari indikator jangkauan kepada orang miskin dan minoritas (CSR 1) sebesar  $1-0,20 = 0,80$  , reliabilitas konstruk dari indikator jangkauan pelayanan (CSR 2) sebesar  $1-0,28 = 0,72$  , reliabilitas konstruk dari indikator peningkatan modal sosial dan politik nasabah (CSR 3) sebesar  $1-0,89 = 0,11$  , reliabilitas konstruk dari indikator tanggung jawab institusi (CSR 4) sebesar  $1-0,64 = 0,36$ .

Reliabilitas konstruk dari indikator cost leadership (CA 1) sebesar  $1-0,63 = 0,37$ , reliabilitas konstruk dari indikator product differentiation (CA 2) sebesar  $1-0,77 = 0,23$  , reliabilitas konstruk dari indikator outreach levels (CA 3) sebesar  $1-0,96 = 0,4$ .

### 4.3.2 Analisis Kuualitas Variabel

Pengaruh CSR terhadap Keunggulan Bersaing dengan koefisien beta sebesar 0,68. Analisis SEM tidak menghindari autokorelasi karena model menjelaskan keterkaitan diantara variabel secara kompleks.

### 4.3.3 Analisis Berdasarkan Model Text

a. **Model Fit**

**TABEL 4.8**

**CMIN**

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	22	24,039	13	,031	1,849
Saturated model	35	,000	0		
Independence model	7	143,963	28	,000	5,142

**Sumber: Data hasil olahan peneliti (2015)**

Salah satu bagian yang menjadi perhatian utama untuk mengukur fit model dengan melihat besarnya nilai probabilitas pada text default model yaitu sebesar 0,031. Hal ini berarti model yang dianalisis fit secara keseluruhan (overall fit) yang berarti tidak ada perbedaan model secara teoritis dengan data empiris (lapangan).

b. **Estimates**

**TABEL 4.9**

**Estimates (Group number 1 - Default model)**

**Scalar Estimates (Group number 1 - Default model)**

**Maximum Likelihood Estimates**

**Regression Weights: (Group number 1 - Default model)**

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
CompetitiveAdvantages	<--- Tanggungjawabsosial	,810	,253	3,200	,001	par_6
CSR4	<--- Tanggungjawabsosial	1,000				
CSR3	<--- Tanggungjawabsosial	1,392	,249	5,583	***	par_1
CSR2	<--- Tanggungjawabsosial	,725	,257	2,819	,005	par_2
CSR1	<--- Tanggungjawabsosial	,982	,431	2,277	,023	par_3
CA1	<--- CompetitiveAdvantages	1,000				
CA2	<--- CompetitiveAdvantages	1,034	,185	5,575	***	par_4
CA3	<--- CompetitiveAdvantages	1,115	,177	6,301	***	par_5

Sumber: Data hasil olahan peneliti (2015)

Nilai bobot regresi menunjukkan bahwa nilai nadir (critical ratio) yang lebih besar dari dua kali standar kesalahan (standard error) yang berarti semua butir pada penelitian sah terhadap setiap variabel penelitian secara konvergen.

Nilai signifikansi atau nilai probabilitas  $< 0,05$

Untuk variabel X indikator jangkauan kepada orang miskin dan minoritas (CSR 1) diperoleh nilai signifikan  $0,023 < 0,05$ . Untuk indikator jangkauan pelayanan (CSR 2) diperoleh nilai signifikan  $0,005 < 0,05$ . Untuk indikator peningkatan modal sosial dan politik nasabah (CSR 3) diperoleh nilai  $*** < 0,05$  yang berarti nilai signifikan yang sangat kecil.

Untuk indikator product differentiation (CA 2) diperoleh nilai signifikan  $*** < 0,05$  yang berarti nilai signifikan yang sangat kecil.

Untuk indikator outreach levels (CA 3) diperoleh nilai \*\*\*  $< 0,05$  yang berarti nilai signifikan yang sangat kecil.

Pada tabel diatas terlihat hasil perhitungan data untuk tanggung jawab sosial terhadap keunggulan bersaing diperoleh nilai signifikan  $0,01 < 0,05$ . Dapat dilihat bahwa probability tanggung jawab sosial atau CSR berpengaruh baik terhadap competitive advantages atau keunggulan bersaing