

## **Analisis Faktor Kesiediaan UKM Batik Di Kota Pekalongan Melakukan CSR**

**Leni Susanti**

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis  
Universitas S1 Muhammadiyah Pekajangan Pekalongan

**Muhammad Fithrayudi Triatmaja**

Program Studi S1 Akuntansi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Pekajangan Pekalongan

**Teguh Purwanto**

Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Pekajangan Pekalongan

**Moegiri**

Program Studi S1 Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomika dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Pekajangan Pekalongan  
e-mail korespondensi: [lenisusanti2612@gmail.com](mailto:lenisusanti2612@gmail.com)

### **ABSTRAK**

Isu mengenai kerusakan lingkungan akibat perilaku manusia menjadi perhatian luas belakangan ini. Salah satu penyumbang dari masalah ini adalah limbah produksi UKM batik. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana kesiediaan UKM untuk melakukan CSR berdasarkan ukuran UKM, umur UKM, pertumbuhan UKM dan etika dalam berbisnis UKM. Penelitian ini dilakukan di Kota Pekalongan. Tahap-tahap dalam penelitian ini diawali dari persiapan untuk survey kemudian pelaksanaan survey yang bertujuan untuk mengumpulkan data melalui kuesioner kemudian tahap analisis data dan yang terakhir adalah tahap pembuatan hasil. Pemberian skor yang digunakan dalam kuesioner penelitian ini adalah teknik skala Likert. Data dalam penelitian ini menggunakan data primer. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan SPSS sebagai alat analisis dengan objek penelitian yaitu UKM Batik. Hasil dari penelitian ini adalah etika bisnis dan pertumbuhan UKM berpengaruh terhadap kemauan UKM untuk melakukan CSR. Sedangkan usia UKM, ukuran UKM dan tipe UKM tidak berpengaruh terhadap kemauan UKM untuk melakukan CSR

Kata Kunci : pencemaran lingkungan, UKM, batik, CSR

### **ABSTRACT**

*The issue of environmental damage due to human behavior has become a widespread concern lately. One contributor to this problem is the waste of production of batik SMEs. The purpose of this study is to determine the extent of SMEs' willingness to carry out CSR based on the size of SMEs, the age of SMEs, the growth of SMEs and the ethics of doing SME business. This research was conducted in Pekalongan. The stages in this study begin with the preparation for the survey and then the implementation of the survey which aims to collect data through a questionnaire then the stage of data analysis and finally the stage of making results. The scoring used in this research questionnaire was a Likert scale technique. The data in this study use primary data. This research is a quantitative study with PLS as an analysis tool with the object of research is Batik SMEs. The results of this study are business ethics and the growth of SMEs influencing the willingness of*

*SMEs to carry out CSR. While the age of SMEs, the size of SMEs and types of SMEs do not affect the willingness of SMEs to carry out CSR.*

*Key word: environmental damage, SMEs, Batik, CSR*

## **LATAR BELAKANG**

Pada abad 21 kelestarian lingkungan adalah masalah utama bagi masyarakat di seluruh dunia. Semua negara perlu mengamankan kualitas lingkungan yang cukup untuk jangka pendek dan jangka panjang seperti sumber daya alam, ekosistem, keanekaragaman tanaman dan hewan, termasuk lingkungan hidup manusia (Vlek & Steg, 2007). Kerusakan lingkungan yang terjadi saat ini sebagian besar merupakan hasil dari perilaku manusia. Tingkat konsumsi manusia saat ini memiliki dampak negatif yang signifikan terhadap lingkungan. Kerusakan lingkungan yang terjadi bukan hanya semata-mata karena perilaku manusia secara individu saja tetapi juga dari sektor industri juga menyumbang kerusakan lingkungan yang tidak sedikit. Kampanye Green Peace memberikan tekanan pada bisnis yang memberikan dampak kerusakan yang tinggi pada lingkungan. Hal ini juga sampai pada Negara-negara berkembang seperti Indonesia, dimana ancaman lingkungan ini memberikan isyarat bagi pemerintahan setempat dan warganya. Kondisi lingkungan di Indonesia memburuk dari hari ke hari. Penyebab utama dari kerusakan ini adalah kelalaian manusia dan perusahaan terhadap lingkungan. Indonesia menjadi salah satu Negara dengan tingkat pencemaran udara tertinggi ketiga di dunia (Adawiyah, 2017). Salah satu kota yang ada di Indonesia dengan tingkat kerusakan lingkungan yang besar adalah Kota Pekalongan yang merupakan pusat industri kain batik di Indonesia. Beberapa sungai yang berada di Kota Pekalongan dinyatakan sudah tercemar dikarenakan pencemaran limbah pewarna tekstil. Pabrik kain yang ada di Kota Pekalongan membuang limbahnya secara langsung ke sungai. Hal ini menjadikan sungai yang ada di Kota Pekalongan menjadi sangat memprihatinkan dilihat dari warnanya yang hitam dan bau yang menyengat (Susanto, 2018). Jika hal ini tidak segera ditangani dikhawatirkan akan dapat membahayakan generasi masa depan karena akan semakin tercemar. Pemerintah harus melakukan peraturan yang lebih ketat untuk melindungi lingkungan dari kerusakan lebih lanjut. Salah satu hal yang bisa dilakukan untuk mencegah adanya pencemaran lingkungan secara berkelanjutan, dapat dilakukan dengan adanya program *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada UKM yang ada di Kota Pekalongan. Tujuannya adalah untuk melindungi lingkungan, memberikan kesadaran bagi pelaku bisnis untuk tidak mencemari lingkungan dan menjaga lingkungan. CSR adalah perilaku responsive dari setiap bisnis selain untuk tujuan pencapaian ekonomi juga berkontribusi terhadap peningkatan kualitas hidup di tempat kerja. CSR merupakan keterlibatan perusahaan dalam bisnis dimana perusahaan akan terus bertindak secara etis dan bermoral dalam tujuan bisnisnya. Selama proses bisnisnya, perusahaan akan terus meningkatkan kualitas kehidupan di tempat kerja, pekerja, keluarga pekerja dan masyarakat sekitar (Zafar & Farooq, 2014). CSR menjadi penting di Indonesia terutamanya di Kota Pekalongan khususnya bagi UKM dikarenakan masih banyaknya UKM batik yang belum menyadari jika proses bisnisnya berpotensi merusak lingkungan. Sudah ada penelitian mengenai CSR akan tetapi kebanyakan dilakukan di kota besar dan perusahaan besar saja (Andreas & Lawer, 2011; Blomback & Wigren, 2009; Sari, 2012; Waluyo, 2017)[8] akan tetapi sedikit sekali penelitian mengenai CSR di kota kecil dan perusahaan skala kecil (Giovanna, Massis, & Lucio, 2012).

Penelitian ini akan memberikan kontribusi pemahaman UKM tentang CSR dan pentingnya melakukan CSR. Mengingat pentingnya menjaga lingkungan yang bukan hanya kewajiban dari pemerintah tetapi juga masyarakat dan perusahaan, maka perlu dilaksanakan pengimplementasian CSR pada UKM.

## KAJIAN PUSTAKA

### ***Corporate Social Responsibility (CSR)***

*Corporate Social Responsibility (CSR)* atau tanggung jawab sosial perusahaan adalah kegiatan bisnis perusahaan sebagai tanggung jawab kepada masyarakat disekitar bisnisnya (Azra & Gustina, 2012). CSR terkait erat dengan tujuan perusahaan untuk mencapai kegiatan ekonomi yang berkelanjutan. Keberlangsungan kegiatan ekonomi tidak hanya sebagai tanggung jawab sosial tetapi juga akuntabilitas dari perusahaan kepada masyarakat dan bangsa (Marnelly, 2012). Ide dasar dari CSR adalah bahwa bisnis dan masyarakat terjalin bukan entitas yang berbeda, oleh karena itu masyarakat memiliki harapan tertentu untuk perilaku dan hasil bisnis yang sesuai (Branco & Rodrigues, 2007).

CSR menggambarkan komitmen perusahaan untuk bertanggung jawab kepada para pemangku kepentingannya. CSR adalah tentang bagaimana bisnis menyelaraskan nilai-nilai dan perilaku mereka dengan harapan dan kebutuhan pemangku kepentingan tidak hanya pelanggan dan investor, tetapi juga karyawan, pemasok, masyarakat, regulator, kelompok minat khusus dan masyarakat secara keseluruhan. CSR menuntut perusahaan untuk mengelola dampak ekonomi, sosial dan lingkungan pada operasi mereka untuk memaksimalkan keuntungan dan meminimalisir penurunan. CSR adalah kewajiban perusahaan untuk bertanggung jawab kepada semua pemangku kepentingan dalam semua operasi dan kegiatannya dengan tujuan mencapai pembangunan berkelanjutan tidak hanya dalam dimensi ekonomi tetapi juga dalam dimensi sosial dan lingkungan (Nikam & Bhola, 2011).

*The World Business Council for Sustainable Development* atau Dewan Bisnis Dunia untuk Pembangunan Berkelanjutan (2015) mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* sebagai upaya berkelanjutan kelompok bisnis untuk menerapkan perilaku beretika dan berkontribusi pada pembangunan ekonomi dan menciptakan kesejahteraan masyarakat. Masalah tanggung jawab sosial perusahaan relevan dengan masalah etika dan perilaku moral dalam pengambilan keputusan (Agoes & Ardana, 2009; Giovanna, Massis, & Lucio, 2012; Waluyo, 2017; Hapsoro & Suryanto, 2017).

Vo (2011) mendefinisikan CSR bukanlah tugas yang mudah karena pendekatannya beragam dan terkadang kontroversial. Penggunaan yang berlebihan dari akronim CSR bukan istilah yang lengkap dan actual, tidak hanya dilebih-lebihkan tetapi juga menunjukkan bahwa makna dan nilai intrinsiknya diabaikan atau terdistorsi. Menurut Castka *et al* (2004) ada juga kebingungan dan makna yang tumpang tindih dengan istilah dan definisi yang sama yang digunakan dalam bidang terkait, seperti keberlangsungan perusahaan, kinerja social perusahaan, respon social perusahaan, dan perilaku social yang bertanggung jawab (*triple bottom line*). Dahlsrud (2006) menggarisbawahi “tantangan untuk bisnis mendefinisikan CSR tidak begitu banyak seperti untuk memahami bagaimana CSR secara social dibangun dalam konteks spesifik dan bagaimana mempertimbangkan hal ini ketika strategi bisnis dikembangkan. Pendekatan topic CSR yang paling sering digunakan mengacu pada upaya organisasi untuk menemukan keseimbangan antara persyaratan ekonomi, lingkungan, sosial dan hukum, untuk mempertimbangkan para pemangku kepentingan dan memberikan sesuatu sebagai imbalan kepada

masyarakat (Gosling dan Vocht, 2007). Pendekatan CSR melalui *stakeholder* menurut Jones (2005) menyatakan bahwa baik keterlibatan sukarela dari manajemen terhadap ketiga/pemangku kepentingan atau sebagai perilaku bisnis, mempertimbangkan bahwa kepatuhan sukarela terhadap prinsip-prinsip ini dan keterlibatan karyawan, pelanggan, pemasok, masyarakat membawa tambahan manfaat bagi perusahaan. (Vo, 2011) (Castka, Balzarova, Bamber, & Sharp, 2004) (Dahlsrud, 2006)

Dalam hal organisasi dan perencanaan, aktifitas CSR pada UKM terutama diperlakukan sebagai masalah *ad hoc* (Jenkins, 2006) dan tidak secara mendasar didefinisikan sebagai “deskripsi pekerjaan” dari orang-orang tertentu seperti menjadi tanggung jawab manajer/pemilik atau anggota staff yang berpengalaman (Sweeney, 2007; Vo, 2011).

Pada kebanyakan kasus, kegiatan CSR di UKM terkait dengan masyarakat local yang dianggap sebagai pemangku kepentingan paling penting (Besser & Miller, 2001; Longo, Mura, & Bonoli, 2005) melalui proyek-proyek masyarakat dan tindakan lingkungan (misalnya sukarela, sumbangan amal, daur ulang) (Jenkins, 2006; Longo, Mura, & Bonoli, 2005; Sweeney, 2007). Bagi UKM, CSR berarti keterlibatan perusahaan dalam memecahkan masalah dan harapan masyarakat setempat untuk mendukung acara local, menciptakan lapangan kerja, pertumbuhan ekonomi, pelatihan dan efek *spin-off* (Jenkins, 2006), kepedulian terhadap keberlangsungan lingkungan, praktik terbaik dan model untuk generasi muda serta pengusaha local yang potensial (Toudas & Bellas, 2014).

### **UKM (Usaha Kecil dan Menengah)**

Usaha kecil dan menengah (UKM) didefinisikan dengan berbagai cara yang berbeda tergantung pada negara dan aspek-aspek lainnya. Oleh karena itu, perlu dilakukan tinjauan khusus terhadap definisi-definisi tersebut agar dapat diperoleh pengertian yang sesuai tentang UMKM, yakni menganut ukuran kuantitatif yang sesuai dengan kemajuan ekonomi. Usaha kecil dan menengah (UKM) merupakan salah satu kekuatan pendorong terdepan dan pembangunan ekonomi. Gerak sektor UKM amat vital untuk menciptakan pertumbuhan dan lapangan pekerjaan. UKM cukup fleksibel dan dapat dengan mudah beradaptasi dengan pasang surut dan arah permintaan pasar. Mereka juga menciptakan lapangan pekerjaan lebih cepat dibandingkan sektor usaha lainnya, dan mereka juga cukup terdiversifikasi dan memberikan kontribusi penting dalam ekspor dan perdagangan (Bank Dunia, 2005). UKM adalah istilah holistik yang menyiratkan ambiguitas dalam kaitannya dengan perusahaan kategorisasi dan penentuan posisi, karena ukuran perusahaan dinyatakan dengan berbagai cara (Atkins & Lowe, 1997; Keasey & Watson, 1993). Istilah "UKM" mengaburkan fakta bahwa ukuran perusahaan juga terkait dengan sektor industri, sama seperti usia perusahaan harus dianggap relatif terhadap usia sektor tersebut. Kata "ukuran" menyatakan jumlah karyawan atau jumlah omset (Abouzeedan, 2011).

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) adalah jenis usaha yang paling banyak jumlahnya di Indonesia, tetapi saat ini batasan mengenai usaha kecil di Indonesia masih beragam. Pengertian kecil dalam usaha kecil bersifat relatif, sehingga perlu ada batasan yang dapat menimbulkan definisi-definisi usaha kecil dari berbagai segi (Dewi dan Firdaus, 2018). Menurut M. Tohar dalam bukunya yang berjudul *Membuat Usaha Kecil* (1992), definisi usaha kecil dapat dilihat dari berbagai segi, diantaranya adalah: berdasarkan Total Aset, yang dimaksudkan dengan pengusaha kecil adalah pengusaha yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp.200.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan tempat membuka usaha; berdasarkan Total Penjualan, yang dimaksudkan dengan pengusaha kecil adalah pengusaha yang memiliki hasil total penjualan bersih

per tahun paling banyak Rp.1.000.000.000,- ; berdasarkan Status Kepemilikan , yang dimaksudkan dengan pengusaha kecil adalah usaha berbentuk perseorangan yang bisa berbadan hukum atau tidak berbadan hukum yang di dalamnya termasuk koperasi.

Departemen Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UU No. 9 Tahun 1995), yang dimaksud dengan Usaha Kecil (UK), termasuk Usaha Mikro (UMI) adalah entitas usaha yang mempunyai memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, dan memiliki penjualan tahunan paling banyak Rp 1.000.000.000,- . Sementara itu, Usaha Menengah (UM) merupakan entitas usaha milik warga negara Indonesia yang memiliki kekayaan bersih antara Rp 200.000.000 s.d. Rp10.000.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan.

Badan Pusat Statistik memberikan definisi UKM berdasarkan kuantitas tenaga kerja. Usaha kecil merupakan entitas usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 5 s.d. 19 orang, sedangkan usaha menengah merupakan entitas usaha yang memiliki tenaga kerja 20 s.d. 99 orang.

Menurut Bank Indonesia, UKM adalah perusahaan atau industri dengan karakteristik berupa: modalnya kurang dari Rp. 20 juta, untuk satu putaran dari usahanya hanya membutuhkan dana Rp 5 juta, memiliki aset maksimum Rp 600 juta di luar tanah dan bangunan, dan omzet tahunan  $\leq$  Rp 1 miliar.

Menurut Keppres No. 16/1994 UKM adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih maksimal Rp. 400 juta. Departemen Perindustrian dan Perdagangan mendefinisikan dapat dikatakan UMKM jika memiliki criteria perusahaan memiliki aset maksimal Rp 600 juta di luar tanah dan bangunan dan perusahaan memiliki modal kerja di bawah Rp 25 juta.

Peran usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dalam perekonomian Indonesia paling tidak dapat dilihat dari: (1) kedudukannya sebagai pemain utama dalam kegiatan ekonomi di berbagai sektor; (2) penyedia lapangan kerja yang terbesar; (3) pemain penting dalam pengembangan kegiatan ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat; (4) pencipta pasar baru dan sumber inovasi; serta (5) sumbangannya dalam menjaga neraca pembayaran melalui kegiatan ekspor. Peran koperasi, usaha mikro, kecil dan menengah sangat strategis dalam perekonomian nasional, sehingga perlu menjadi fokus pembangunan ekonomi nasional pada masa mendatang (Kuncoro, 2008).

## **PERUMUSAN HIPOTESIS**

Untuk mengukur ukuran sebuah perusahaan, beberapa proksi dapat digunakan seperti total asset, jumlah tenaga kerja dan tingkat penjualan (Waluyo, 2017). Pada penelitian yang dilakukan oleh Andreas dan Chrystina (2011) ditemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap CSR. Hasil yang sama juga ditemukan oleh Sari (2012) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh pada CSR. Dari keterangan diatas, maka dapat dibuat hipotesis:

H1: Ukuran UKM berpengaruh terhadap kemauan UKM melaksanakan CSR

Umur perusahaan merupakan indicator yang menunjukkan keberadaan dan kemampuan perusahaan dalam persaingan. Perusahaan dapat bertahan dalam persaingan dalam jangka waktu yang panjang akan memiliki banyak pengalaman. Penelitian yang dilakukan oleh Michelon, Pilonato dan Ricceri (2015) menunjukkan bahwa perusahaan yang sudah lama berdiri, memiliki banyak pengalaman. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Waluyo (2017) yang menunjukkan bahwa umur perusahaan berpengaruh terhadap CSR. Dari keterangan diatas, maka dapat dibuat hipotesis:

H2: Umur UKM berpengaruh terhadap kemauan UKM melaksanakan CSR

Pertumbuhan perusahaan mengindikasikan kenaikan performa perusahaan, sehingga ini merupakan salah satu pertimbangan dalam keputusan investasi. Pertumbuhan yang tinggi pada perusahaan akan mendatangkan banyak peluang untuk melakukan CSR (Ulfa, 2009). Dari keterangan diatas, maka dapat dibuat hipotesis:

H3: Pertumbuhan UKM berpengaruh terhadap kemauan UKM melaksanakan CSR

Bisnis yang beretika dalam bentuk CSR sangat dibutuhkan. Sector yang dianggap anti lingkungan seperti industry bahan bakar, dalam sebuah makalah yang ditulis pada International Petroleum Industry Environmental Conservation Association (IPIECA) menegaskan bahwa perlunya kebijakan dan praktik hak asasi manusia yang baik (Owens & Richard, 2009). Pada penelitian yang dilakukan oleh Jariyah dan Solihah (2015) yang menerangkan bahwa sebuah bisnis juga terlibat dengan masyarakat setempat. Itulah mengapa CSR menjadi sebuah keharusan bagi perusahaan untuk bertanggung jawab kepada masyarakat. Dari keterangan diatas, maka dapat dibuat hipotesis:

H4: Etika bisnis berpengaruh terhadap kemauan UKM melaksanakan CSR

Tipe dari industry dapat diasumsikan sebagai aspek penampakan social dan dapat mempengaruhi bentuk tanggung jawab dari perusahaan. Masyarakat mempersepsikan bentuk tanggung jawab yang dapat dilakukan oleh perusahaan dapat bervariasi di berbagai cabang industry. Bagi perusahaan-perusahaan yang berada pada sector industry yang berpotensi pencemaran intrinsic yang signifikan, dampak lingkungan yang lebih tinggi melekat pada mereka, tidak dapat dihindarkan dan dapat memunculkan anggapan negative serta pemantauan yang lebih ketat dari masyarakat dan pemangku kepentingannya. Perusahaan dengan dampak yang tinggi terhadap lingkungan akan lebih bertanggung jawab menemukan legitimasi dan mungkin akan lebih banyak tekanan untuk mengatasi legitimasi mereka terhadap lingkungan (Waluyo, 2017).

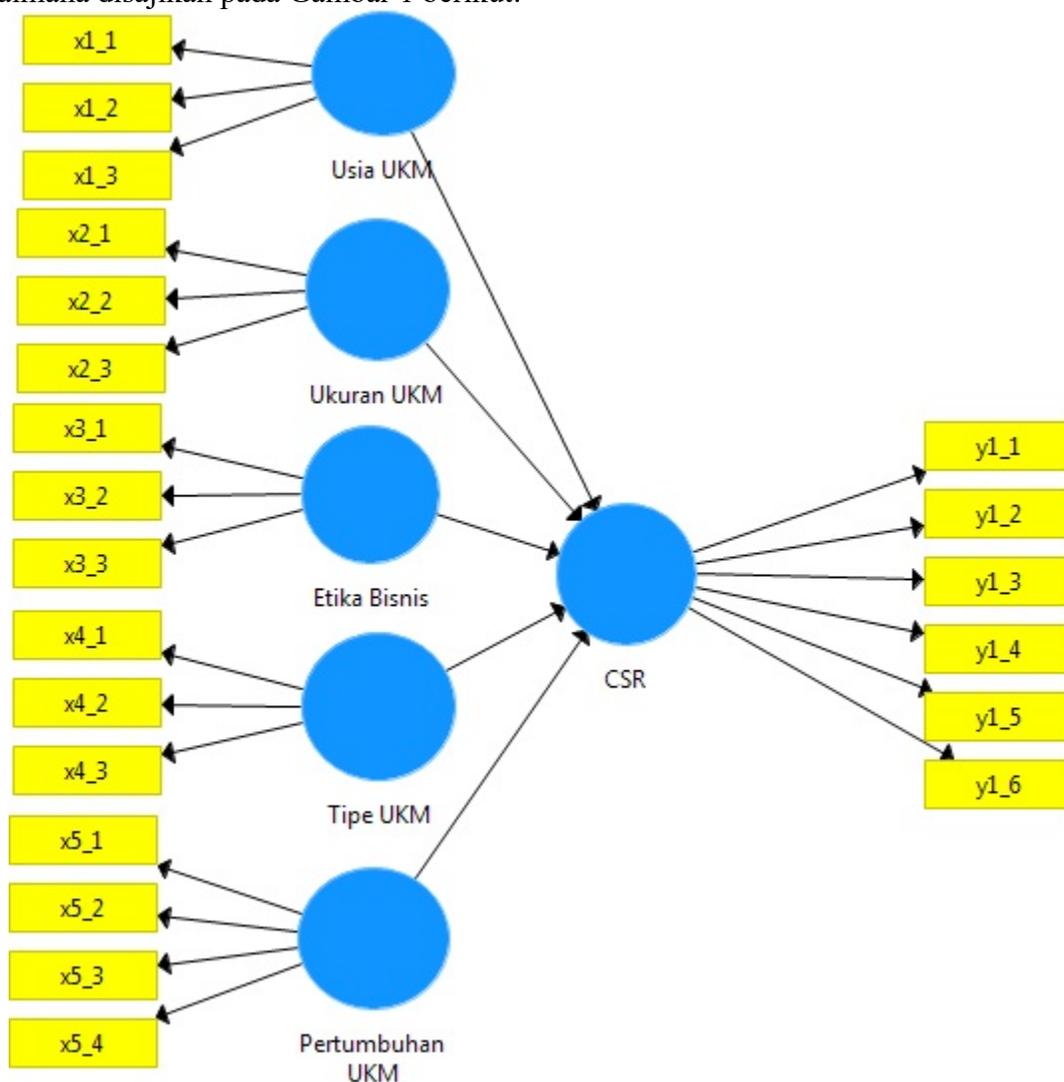
H5: Tipe industry berpengaruh terhadap kemauan UKM melaksanakan

## METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan di UKM Batik yang ada di Kota Pekalongan. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Pengumpulan data primer dilakukan dengan menggunakan metode curvei melalui penyebaran kuesioner terhadap pemilik UKM Batik. Skala pengukuran pada kuesioner menggunakan skala Likert. Data sekunder dilakukan dengan melakukan studi pustaka dari berbagai sumber. Prosedur pengambilan sampel menggunakan sensus yaitu menggunakan keseluruhan populasi menjadi sampel. Jumlah responden yang digunakan adalah sebanyak 60 UKM Batik. Penelitian ini menggunakan 22 indikator. Pengolah data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *software* SmartPLS, MS Excel dan *software* SPSS. Data yang telah dikumpulkan dikonversi menggunakan SPSS menjadi CSV, kemudian dianalisis menggunakan *software* SmartPLS yang diharapkan dapat diperoleh hasil analisis data yang akurat, lengkap dan menyeluruh.

Alat analisis yang digunakan adalah PLS-SEM (*Partial Least Square-Structural Equation Model*). SEM adalah suatu teknik modeling statistic yang bersifat sangat *cross sectional*, linear dan umum (Sarwono & Narimawati, 2015). Termasuk dalam SEM ini adalah analisis factor, analisis jalur dan regresi. SEM dapat menyelesaikan analisis dengan sekali estimasi dimana yang lain diselesaikan dengan beberapa persamaan sekaligus. Tujuan utama menggunakan PLS-SEM adalah memaksimalkan varian variable *latent endogenous* yang dijelaskan. Dengan menggunakan *software* ini dapat dilakukan analisis model struktural (*inner model*) yang menunjukkan kekuatan estimasi antar variable laten/konstruk dan analisis evaluasi model pengukuran (*outer model*) yang menunjukkan bagaimana variable manifest merepresentasi variable laten untuk diukur. Evaluasi

*outer model* terlebih dahulu menganalisis *loading factor*, *composite reliability*, *average variance extracted* (AVE), dan *Cronbach's Alpha* (Ghozali, 2008). Evaluasi terhadap *inner model* terdiri dari enam variable laten yaitu usia UKM, ukuran UKM, etika bisnis, tipe UKM, pertumbuhan UKM dan CSR. Metode analisis digunakan untuk mengetahui secara keseluruhan pengaruh positif langsung secara signifikan pada variabel laten eksogen yakni usia UKM, ukuran UKM, etika bisnis, tipe UKM dan pertumbuhan UKM terhadap variabel laten endogen yaitu CSR. Konstruk yang dibangun terdiri dari usia UKM yang memiliki 3 indikator (Waluyo, 2017), ukuran UKM yang memiliki 3 indikator (Udayansankar, 2007; Waluyo, 2017), etika bisnis yang memiliki 3 indikator (Goel & Ramanathan, 2014), tipe UKM memiliki 3 indikator (Waluyo, 2017), pertumbuhan UKM yang memiliki 4 indikator (Waluyo, 2017) sebagai variable independen dan CSR yang memiliki 6 indikator (Marnelly, 2012) sebagai variable dependen. Model penelitian sebagaimana disajikan pada Gambar 1 berikut:



Gambar 1. Model Penelitian

Dari model penelitian diatas dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H1 : Usia UKM berpengaruh terhadap kesediaan UKM untuk melakukan CSR

H2 : Ukuran UKM berpengaruh terhadap kesediaan UKM untuk melakukan CSR

- H3 : Etika bisnis berpengaruh terhadap kesediaan UKM untuk melakukan CSR  
 H4 : Tipe UKM berpengaruh terhadap kesediaan UKM untuk melakukan CSR  
 H5 : Pertumbuhan UKM berpengaruh terhadap kesediaan UKM untuk melakukan CSR

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Evaluasi model PLS dilakukan dengan mengevaluasi *outer model* dan *inner model* (Abdillah & Hartono, 2015). *Outer model* merupakan model pengukuran untuk menilai validitas dan reliabilitas model. Melalui proses iterasi algoritma, parameter model pengukuran (validitas konvergen, validitas diskriminan, *composite reliability* dan *cronbach's alpha*) diperoleh, termasuk nilai R<sup>2</sup> sebagai parameter ketepatan model prediksi. *Inner model* merupakan model struktural untuk memprediksi hubungan kausalitas antar variabel laten.

**Outer Model**

Pada penelitian ini dilakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap indicator-indikator variable laten dengan menggunakan *software SmartPLS*. Table 1 menampilkan *output outer model*.

Table 1. *Outer Model*

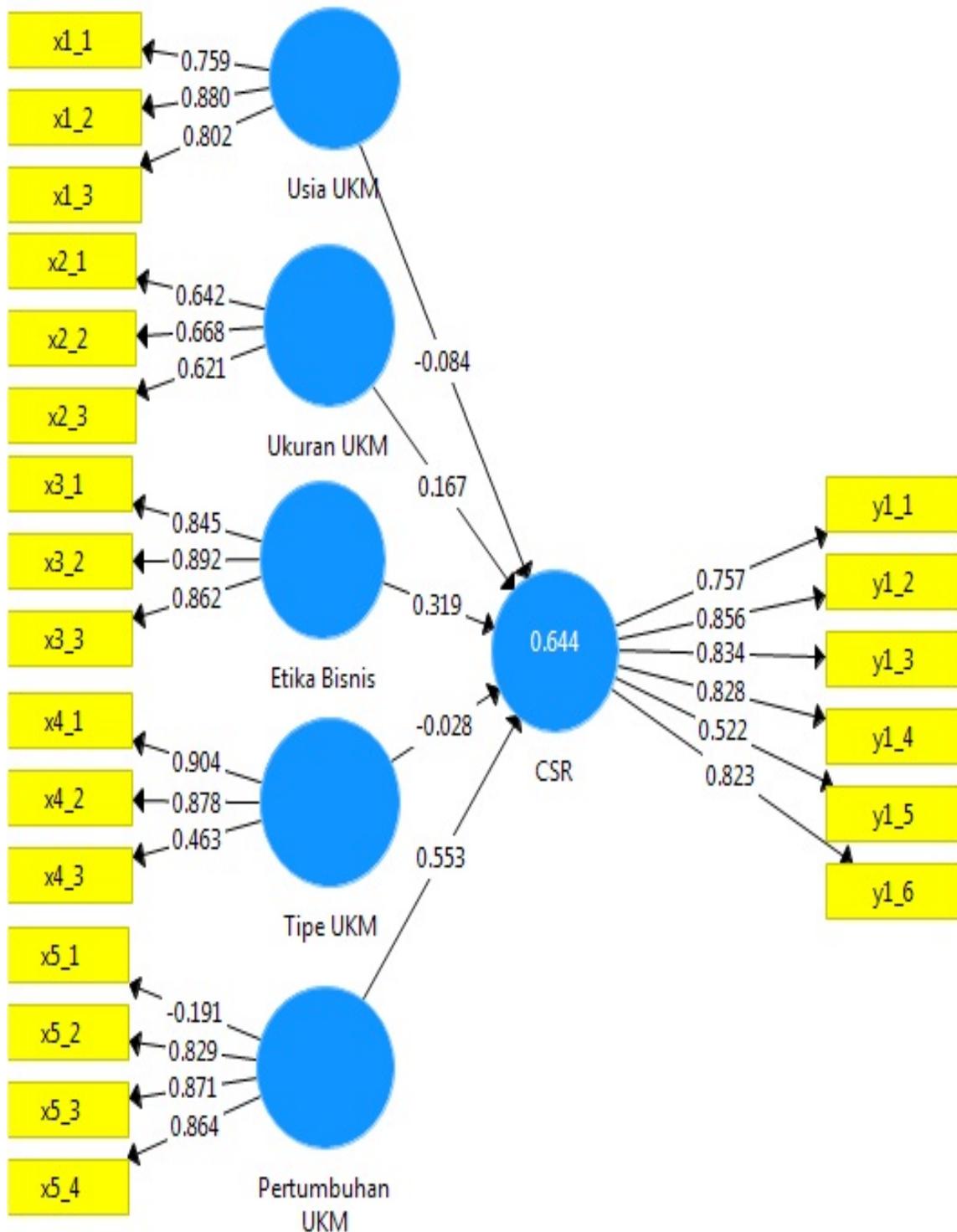
	CSR	Usia UKM	Ukuran UKM	Etika Bisnis	Tipe UKM	Pertumbuhan UKM
Y1_1	0,757					
Y1_2	0,856					
Y1_3	0,834					
Y1_4	0,828					
Y1_5	0,522					
Y1_6	0,823					
X1_1		0,759				
X1_2		0,880				
X1_3		0,802				
X2_1			0,642			
X2_2			0,668			
X2_3			0,621			
X3_1				0,845		
X3_2				0,892		
X3_3				0,862		
X4_1					0,904	
X4_2					0,878	
X4_3					0,463	
X5_1						-0,191
X5_2						0,829
X5_3						0,871
X5_4						0,864

Dari data Table 1 diketahui bahwa *loading factor* untuk usia UKM dan etika bisnis sangat ideal karena >0,7. Artinya semua indicator dalam konstruk usia UKM dan etika bisnis memiliki korelasi yang sangat kuat diantara konstruk dengan item-item pertanyaannya. Sedangkan *loading*

*factor* untuk ukuran UKM semua indicator yang dimiliki memiliki nilai < 0,7. Tipe UKM memiliki satu indicator < 0,7 yaitu x4\_3 (0,463). Pertumbuhan UKM memiliki satu indicator yang < 0,7 yaitu x5\_1 (-0,919). Indicator yang bernilai < 0,7 yaitu y1\_5, x2\_1, x2\_2, x2\_3, x4\_3 dan x5\_1 harus dikeluarkan dari model karena tidak signifikan. Kemudian, model dihitung kembali dengan membuang indicator-indikator tersebut. Hasil output perhitungan menjadi seperti terlihat pada Tabel 2.

	CSR	Usia UKM	Etika Bisnis	Tipe UKM	Pertumbuhan UKM
Y1_1	0,757				
Y1_2	0,856				
Y1_3	0,834				
Y1_4	0,828				
Y1_6	0,823				
X1_1		0,759			
X1_2		0,880			
X1_3		0,802			
X2_1					
X2_2					
X2_3					
X3_1			0,845		
X3_2			0,892		
X3_3			0,862		
X4_1				0,904	
X4_2				0,878	
X5_2					0,829
X5_3					0,871
X5_4					0,864

Model structural dalam PLS dievaluasi dengan menggunakan R<sup>2</sup> untuk *variable dependen* dan nilai koefisien pada *path* untuk *variable independen* yang kemudian dinilai signifikansinya berdasarkan nilai *T-statistic* setiap *path*. Adapun model struktural penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 2. Tampilan Output Model Structural

Untuk menilai signifikansi model prediksi dalam pengujian model structural, dapat dilihat dari nilai *T-statistic* antara *variable independen* ke *variable dependen* dalam table koefisien jalur pada output SmartPLS di bawah ini:

	Original Sampl...	Sample Mean (...)	Standard Devia...	T Statistics ( O...	P Values
Etika Bisnis -> CSR	0.319	0.310	0.139	2.288	0.023
Pertumbuhan UKM -> CSR	0.553	0.540	0.159	3.487	0.001
Tipe UKM -> CSR	-0.028	-0.007	0.103	0.272	0.786
Ukuran UKM -> CSR	0.167	0.178	0.130	1.283	0.200
Usia UKM -> CSR	-0.084	-0.069	0.124	0.681	0.496

Table 1. Koefisien Jalur

Berdasarkan nilai beta koefisien dan nilai T-statistik diatas, maka hasil uji untuk masing-masing hipotesis adalah sebagai berikut:

Hipotesis 1 yang menyatakan factor usia UKM mempengaruhi kemauan UKM untuk melakukan CSR. Hasil perhitungan *software* SmartPLS menunjukkan bahwa factor usia UKM tidak didukung dengan nilai koefisien beta -0.084 dan *t-value* 0.681.

Hipotesis 2 yang menyatakan ukuran UKM mempengaruhi kemauan UKM untuk melakukan CSR. Hasil perhitungan *software* SmartPLS menunjukkan bahwa ukuran UKM tidak berpengaruh terhadap kemauan UKM untuk melakukan CSR dengan nilai koefisien beta 0.167 dan *t-value* 1.283.

Hipotesis 3 menyatakan bahwa etika bisnis mempengaruhi UKM untuk melakukan CSR. Hasil perhitungan *software* SmartPLS menunjukkan *path* antara etika bisnis dengan kemauan UKM melakukan CSR memiliki nilai koefisien beta 0.319 dan *t-value* 2.288. hal ini menunjukkan bahwa factor etika bisnis berpengaruh positif terhadap kemauan UKM untuk melakukan CSR.

Hipotesis 4 menyatakan bahwa tipe UKM mempengaruhi UKM untuk melakukan CSR. Hasil perhitungan *software* SmartPLS menunjukkan bahwa H4 tidak didukung dengan nilai koefisien beta -0.028 dan *t-value* 0.272.

Hipotesis 5 menyatakan bahwa pertumbuhan UKM mempengaruhi UKM untuk melakukan CSR. Hasil perhitungan *software* SmartPLS menunjukkan bahwa H5 didukung dengan nilai koefisien beta 0.553 dan *T-value* 3.487.

## KESIMPULAN

Dari pembahasan diatas maka diketahui bahwa etika bisnis dan pertumbuhan UKM berpengaruh terhadap kemauan UKM untuk melakukan CSR. Sedangkan usia UKM, ukuran UKM dan tipe UKM tidak berpengaruh terhadap kemauan UKM untuk melakukan CSR. Pada tahap wawancara yang dilakukan dengan responden dapat diambil kesimpulan jika UKM sesungguhnya mau untuk melakukan CSR. Namun, bukan dengan membuang limbah dengan cara yang benar supaya tidak mencemari lingkungan. Akan tetapi UKM mau untuk melakukan CSR dalam hal yang lain seperti perbaikan jalan, sumbangan ke sekolah dan masjid.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (PLS) alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Abouzeedan, A. (2011). *SME Performance and Its Relationship to Innovation*. Department of Management and Engineering Linköpings universitet. Sweden: Linköping.
- Adawiyah, W. R. (2017). *Determinant of Green Marketing Quality Practices among Small Medium Enterprises (SMEs)*. Ekuitas: Jurnal Ekonomi dan Keuangan.
- Agoes, S., & Ardana, I. C. (2009). *Business Ethics and Professions*. Jakarta: Salemba Four.
- Andreas, & Lawer, C. (2011). *The Influence of Corporate Characteristics on the Disclosure of Social Responsibility*. *Journal of Economics* Vol. 19 No. 2.
- Atkins, M. H., & Lowe, J. F. (1997). *Sizing up the small firm: UK and Australian experience*. *International Small Business Journal*, 15(3), 42-56.
- Azra, T., & Gustina. (2012). *The Implementation of Corporate Social Responsibility (CSR) in Indonesia*. *Polibisnis*, Vol. 4, No. 1, ISSN 1858 - 3717.
- Besser, T. L., & Miller, N. (2001). *Is the good corporation dead? The community social responsibility of small business operators*. *J. Socio-Econ*, 33, 221–241.
- Blomback, A., & Wigren, C. (2009). *Challenging the importance of size as determinant for CSR activities*. *Management Environment Quality International Journal* , 255–270.
- Branco, M. C., & Rodrigues, L. L. (2007). *Positioning Stakeholder Theory within the Debate on Corporate Social Responsibility*. *Electronic Journals of Business Ethics and Organizations Studies*, Vol. 12, No.1, page 5 - 15.
- Castka, P., Balzarova, M. A., Bamber, C. J., & Sharp, J. M. (2004). *How can SME's effectively implement the CSR agenda? A UK case study perspective*. *Corp. Soc. Responsib. Environ. Manag*, 11,140-149.
- Dahlsrud, A. (2006). *How Corporate Social Responsibility is Defined: An Analysis of 37 Definitions*. *Corp. Soc. Responsib. Environ Manag*, 15, 1–13.
- Ghozali, I. (2008). *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 16.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Giovanna, C., Massis, A. D., & Lucio, C. (2012). *Corporate Social Responsibility: A Survey among SMEs in Bergamo*. *Procedia - Social and Behavioral Science*, 325-341.
- Goel, M., & Ramanathan, P. E. (2014). *Business Ethics and Corporate Social Responsibility - is there a dividing line?* *Procedia Economics and Finance* 11 , 49 - 59.
- Hapsoro, D., & Suryanto, T. (2017). *Consequences of Going Concern Opinion for Financial Reports of Business Firms and Capital Markets with Auditor Reputation as a Moderation Variable: An Experimental Study*. *European Research Studies Journal*, 20(3), 3-20.
- Jariyah, & Solikhah, B. (2018). *Corporate Social Responsibility (CSR), a Contribution from Business towards Environment and Society*. Electronic copy available at: <https://ssrn.com/abstract=3164027>.
- Jenkins, H. (2006). *Small Business Champions for Corporate Social Responsibility*. *J. Bus. Ethics*, 67, 241–256.
- Keasey, K., & Watson, R. (1993). *Small firm management: Ownership, finance and performance*. UK: Blackwell Publishers.
- Longo, M., Mura, M., & Bonoli, A. (2005). *Corporate social responsibility and corporate*

- performance: The case of Italian SMEs. *Corp. Gov. Int. J. Bus. Soc.*, 5, 28–42.
- Marnelly, R. T. (2012). Corporate Social Responsibility: Review of Theory and Practice in Indonesia. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, Vol. 2 No. 2, page 49-59.
- Michelon, G., Pilonato, S., & Ricceri, F. (2015). Corporate Social Responsibility Reporting Practices and Quality of Disclosure: An Empirical Analysis. *Critical Perspective on Accounting*, 33, 59-78.
- Nikam, S. R., & Bhola, S. S. (2011). Corporate Social Responsibility by Small and Medium Enterprise. *Business Excellence through Innovative Industrial Practices*, ISBN: 978-81-909897-1-8.
- Owens, J., & Richard, S. R. (2009). Paper by The International Petroleum Industry Environmental Conservation Association social responsibility working group and human rights. UNESCO.
- Sari, R. (2012). The Influence of Corporate Characteristics To Corporate Social Responsibility Disclosure in Manufacturing Companies Listed in Indonesia Stock Exchange . Yogyakarta: Yogyakarta State University.
- Sarwono, J., & Narimawati, U. (2015). Membuat Skripsi, Tesis, dan Disertasi dengan Partial Least Square SEM (PLS-SEM). Yogyakarta: Andi.
- Susanto, B. (2018, April 6). *TribunJateng*. Retrieved 11 23, 2018, from *TribunJateng*: <http://jateng.tribunnews.com/2018/04/06/pencemaran-air-sungai-di-kota-pekalongan-semakin-mengkhawatirkan>
- Sweeney, L. (2007). Corporate social responsibility in Ireland: Barriers and opportunities experienced by SMEs when undertaking CSR. *Corp. Gov. Int. J. Bus. Soc.*, 7, 516–523.
- Toudas, K., & Bellas, A. (2014). Corporate Governance and its Effect on Firm Value and Stock Returns of Listed Companies on the Athens Stock Exchange. *European Research Studies Journal*, 17(2), 58-80.
- Udayansankar, K. (2007). Corporate Social Responsibility and Firm Size. *Journal of Business Ethics*, DOI 10.1007/s10551-007-9609-8.
- Ulfa, M. (2009). The influence of Corporate characteristics on Corporate Social Responsibility Disclosure. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Vlek, C., & Steg, L. (2007). Human Behavior and Environmental Sustainability Problems, Driving Forces, and Research Topics. *Journal of Social Issues* Vol. 63, No. 1, 1-19.
- Vo, L. C. (2011). Corporate social responsibility and SMEs: A literature review and agenda for future research. *Probl. Perspect. Manag* , 9, 89–97.
- Waluyo. (2017). Firm Size, Firm Age, and Firm Growth on Corporate Social Responsibility in Indonesia: The Case of Real Estate Companies. *European Research Studies Journal* Volume XX, Issue 4A, 360-369.
- Zafar, F., & Farooq, M. (2014). Corporate Social Responsibility in Small and Medium Enterprises to Achieve Organizational Benefits. *International Journal of Scientific & Engineering Research*, Volume 5, Issue 1, January-2014 2276 ISSN 2229-5518.

