



## ANALISIS FAKTOR KESEDIAAN UKM BATIK DI KOTA PEKALONGAN MELAKUKAN CSR

### FACTOR ANALYSIS WILLINGNESS OF BATIK SME IN PEKALONGAN TO DO CSR

Muhammad Fithrayudi Triatmaja<sup>1</sup>, Teguh Purwanto<sup>2</sup>, Moegiri<sup>3</sup>, Leni Susanti<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Akuntansi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis

<sup>2,4</sup>Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis

<sup>3</sup>Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomika dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Pekajangan Pekalongan

Jl. Raya Ambokembang No.8 Kab. Pekalongan

\*Email: fithrayudi@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 kesediaan 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 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 SME. 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.*

**Keywords** : environmental pollution, SME, batik, CSR

#### PENDAHULUAN

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).

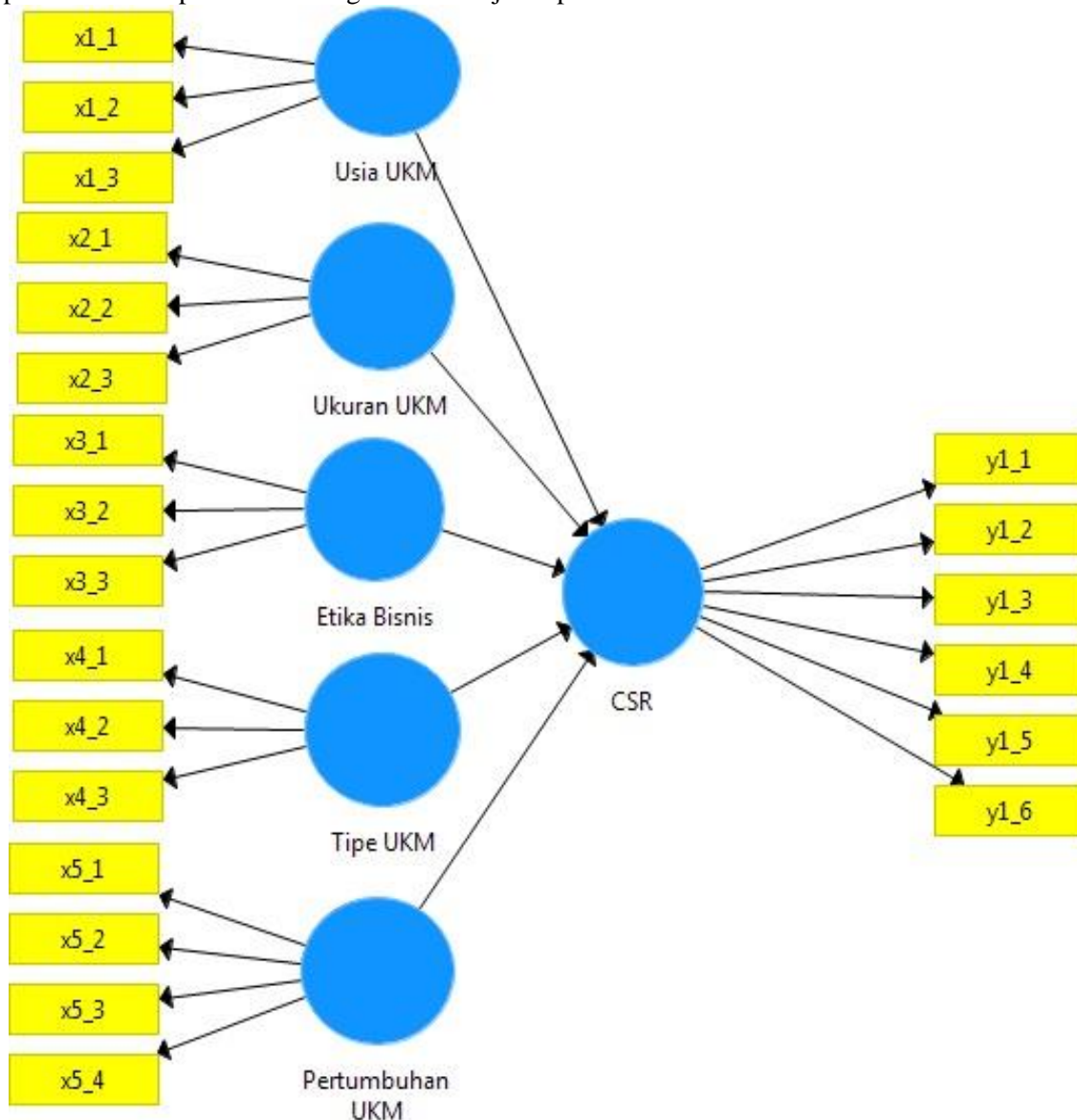
Penelitian ini akan memberikan kontribusi pemahaman UKM tentang CSR dan pentingnya melakukan CSR. Mengingat pentingnya menjaga lingkungan yang bukan hanya kewajiban dari pemerintah tetapi juga masyarakat dan perusahaan, maka perlu dilaksanakan pengimplementasian CSR pada UKM.

## **METODE**

Penelitian dilakukan bulan April sampai dengan Agustus 2019 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.

Penelitian ini menggunakan analisis 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 indikator-indikator variable laten dengan menggunakan *software SmartPLS*. Table 1 menampilkan *output outer model*.

Table 1. *Outer Model* sebelum dirubah

	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

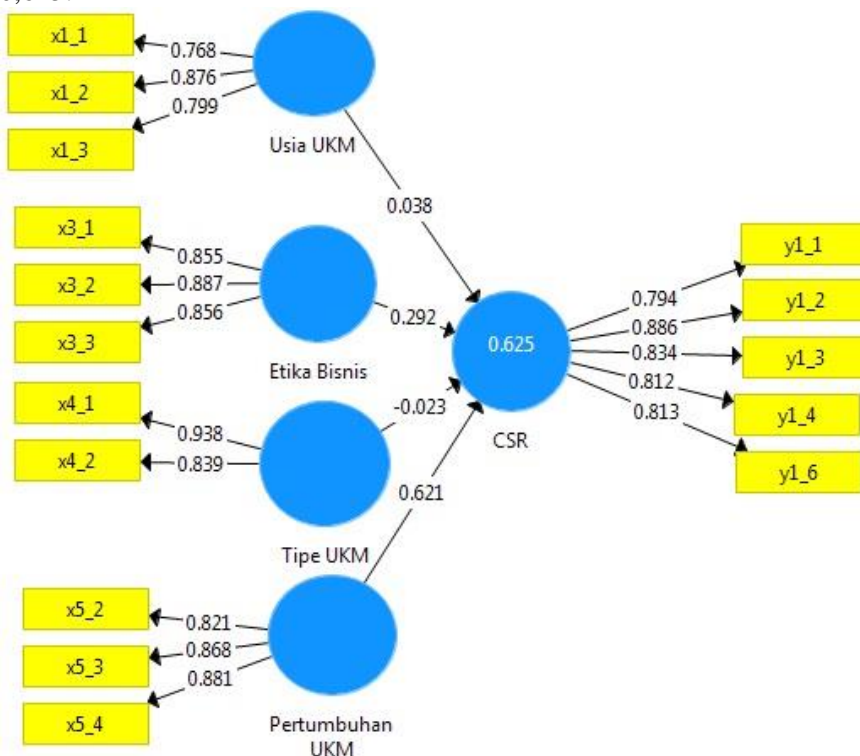
Dari data Table 1 diketahui bahwa *loading factor* untuk usia UKM dan etika bisnis sangat ideal karena >0,7. Artinya semua indikator dalam konstruk usia UKM dan etika bisnis memiliki korelasi yang sangat kuat diantara konstruk dengan item-item pertanyaannya. Sedangkan *loading factor* untuk ukuran UKM semua indikator yang dimiliki memiliki nilai < 0,7. Tipe UKM memiliki satu indikator < 0,7 yaitu x4\_3 (0,463). Pertumbuhan UKM memiliki satu indikator yang < 0,7 yaitu x5\_1 (-0,919). Indikator 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 indikator-indikator tersebut. Hasil output perhitungan menjadi seperti terlihat pada Tabel 2.

Tabel 2. *Outer Model* setelah dirubah

	CSR	Usia UKM	Etika Bisnis	Tipe UKM	Pertumbuhan UKM
Y1_1	0,794				
Y1_2	0,886				
Y1_3	0,834				
Y1_4	0,812				
Y1_6	0,813				
X1_1		0,768			
X1_2		0,876			
X1_3		0,799			

X3_1	0,855		
X3_2	0,887		
X3_3	0,856		
X4_1		0,938	
X4_2		0,839	
X5_2			0,821
X5_3			0,868
X5_4			0,881

Dari Gambar 2 dibawa ini terlihat bahwa *loading factor* nilai indicator masing-masng konstruk bernilai > 0,7 hal ini berarti sudah valid untuk digunakan. Sementara *path coefficients* dari konstruk usia UKM ke CSR sebesar 0,038; etika bisnis ke CSR sebesar 0,292; tipe UKM ke CSR sebesar -0,023 dan pertumbuhan UKM ke CSr sebesar 0,621. R<sup>2</sup> yang dimiliki konstruk CSR sebesar 0,625.



Gambar 2. Outer Model

Uji validitas digunakan untuk mengukur seberapa kuat korelasi antara konstruk dan item-item pertanyaannya dan hubungan dengan variable lainnya. *Rule of thumb* yang biasanya digunakan untuk menilai validitas terlihat dari *loading factor* > 0,7, *AVE* > 0,5 dan *cross loading* > 0,7 dalam satu variable (Chin, 1998). Nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability* harus > 0,7.

Table 3. AVE, *cronbach's alpha* dan *composite reliability*

	AVE	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
CSR	0,686	0,885	0,916
Usia UKM	0,665	0,751	0,856
Etika Bisnis	0,750	0,834	0,900
Tipe UKM	0,792	0,749	0,884
Pertumbuhan UKM	0,735	0,824	0,92

Pada Tabel 3 ditampilkan hasil analisis data yang menunjukkan bahwa semua variable laten memiliki AVE, *cronbach's alpha* dan *composite reliability* diatas syarat yang ditetapkan, artinya bahwa model pengukuran dapat diterima, valid dan reliable.

**Inner Model (Model Struktural)**

Model struktural dalam PLS dievaluasi dengan menggunakan R<sup>2</sup> untuk variable dependen, sedang nilai *path coefficients* dan T-hitung tiap jalur digunakan untuk uji signifikasi antar variabel

dalam model. Nilai  $R^2$  digunakan untuk mengukur tingkat variasi perubahan variabel independen terhadap perubahan variabel dependen. Semakin tinggi nilai  $R^2$  berarti semakin baik model prediksi dari model penelitian (Abdillah & Hartono, 2015). *Rule of thumb* nilai  $R^2$  sebesar 0,75 dianggap kuat, 0,50 dianggap moderat dan 0,25 dianggap lemah.

Table 4.  $R^2$

Variabel Dependen	$R^2$	Interpretasi
CSR	0,625	Moderat

Dari Tabel 5 dapat diketahui bahwa  $R^2$  variabel dependen CSR dapat dikatakan moderat. Table 4 menunjukkan bahwa nilai  $R^2$  0,625 berarti bahwa variabel independen mampu menjelaskan kemauan UKM Batik untuk melakukan CSR sebesar 62,5% dan sisanya 37,5% dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

Pengujian hipotesis dilakukan dengan melihat hasil *bootstrapping* pada koefisien jalur yaitu dengan membandingkan t-hitung dengan t-tabel (1,96). Bila t-hitung > t-tabel maka hipotesis diterima. Hasil analisis data dengan alpha 5% disajikan pada Table 6.

Table 5. Hasil Uji Hipotesis

Jalur	Koefisien Jalur	t-hitung	Hipotesis
Etika Bisnis → CSR	0,292	2,076	Diterima
Pertumbuhan UKM → CSR	0,621	4,948	Diterima
Tipe UKM → CSR	-0,023	0,249	Ditolak
Usia UKM → CSR	0,038	0,329	Ditolak

Berdasarkan nilai beta koefisien dan nilai t-hitung 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 perhitungannya *software* SmartPLS menunjukkan bahwa factor usia UKM tidak didukung dengan nilai koefisien beta 0.038, t-hitung 0.329 dan *p-value* atau tingkat signifikansi sebesar 0,743. Tingkat signifikansi sebesar 0,743 berarti bahwa hasil pengujian masih memiliki kesalahan sebesar 74,3% dan kemungkinan kebenaran 25,7%. Indikator seperti UKM ini akan melakukan CSR walaupun belum berusia 5 tahun, UKM ini akan melakukan CSR walaupun jumlah karyawan kurang dari 50 orang, dan UKM ini akan melakukan CSR jika dapat persetujuan dari kepala keluarga (pimpinan atau pemilik UKM) tidak mampu untuk membuat UKM melakukan CSR.

Hipotesis 2 yang menyatakan ukuran UKM mempengaruhi kemauan UKM untuk melakukan CSR. Hasil perhitungannya *software* SmartPLS menunjukkan bahwa ukuran UKM tidak berpengaruh terhadap kemauan UKM untuk melakukan . hal ini terlihat dari semua indikator dalam variabel ukuran UKM tidak ada yang valid.

Hipotesis 3 menyatakan bahwa etika bisnis mempengaruhi UKM untuk melakukan CSR. Hasil perhitungannya *software* SmartPLS menunjukkan *path* antara etika bisnis dengan kemauan UKM melakukan CSR memiliki nilai koefisien beta 0.292 dan t-hitung 2,076 serta *p-value* atau tingkat signifikansi sebesar 0,000. Tingkat signifikansi sebesar 0,038 berarti bahwa hasil pengujian memiliki kesalahan sebesar 3,8% dan kemungkinan kebenaran sebesar 96,2%. Hal ini menunjukkan bahwa factor etika bisnis berpengaruh positif terhadap kemauan UKM untuk melakukan CSR. Indikator seperti CSR merupakan kode etik dari sebuah usaha, UKM dapat dikatakan profesional jika melakukan CSR dan UKM akan dianggap terpercaya jika mau melakukan CSR mampu untuk membuat UKM mau melakukan CSR.

Hipotesis 4 menyatakan bahwa tipe UKM mempengaruhi UKM untuk melakukan CSR. Hasil perhitungannya *software* SmartPLS menunjukkan bahwa H4 tidak didukung dengan nilai koefisien beta -0,023 dan t-hitung 0.249 serta *p-value* atau tingkat signifikansi sebesar 0,804. Tingkat signifikansi sebesar 0,804 berarti bahwa hasil pengujian memiliki kesalahan sebesar 80,4% dan kemungkinan kebenaran hanya 19,6%. Indikator seperti Walaupun UKM ini bukan perusahaan manufaktur tetapi akan tetap melakukan CSR, UKM ini termasuk dalam *low profile company* (tekstil dan produk tekstil) tetapi akan tetap melakukan CSR, dan Meskipun UKM memberikan dampak lebih banyak dari *high profile company* (pertambangan) tetapi akan tetap melakukan CSR belum mampu untuk membuat UKM mau melakukan CSR.

Hipotesis 5 menyatakan bahwa pertumbuhan UKM mempengaruhi UKM untuk melakukan CSR. Hasil perhitungannya *software* SmartPLS menunjukkan bahwa H5 terdukung dengan nilai koefisien beta 0.621 dan t-hitung 4.948 serta *p-value* 0,000 berarti bahwa hasil pengujian tidak memiliki kesalahan Indikator seperti pertumbuhan UKM merupakan gambaran kekuatan usaha untuk bertahan hidup, dengan terjaminnya kegiatan ekonomi UKM maka sesuai harapan, UKM akan meningkatkan perhatian terhadap aktivitas sosial lingkungannya, berkaitan dengan pertumbuhan UKM yang baik sehingga UKM terlihat lebih unggul dan mampu menghadapi persaingan sehingga memperoleh respon positif dari public mampu membuat UKM mau untuk melakukan CSR.

## 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. Peneliti menganjurkan untuk menambah jumlah responden untuk lebih dapat mengurangi terjadinya data yang tidak valid.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). Partial Least Square (PLS) alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis. Yogyakarta: Andi.
- Adawiyah, W. R. (2017). Determinant of Green Marketing Quality Practices among Small Medium Enterprises (SMEs). *Ekuitas: Jurnal Ekonomi dan Keuangan*.
- Andreas, & Lawer, C. (2011). The Influence of Corporate Characteristics on the Disclosure of Social Responsibility. *Journal of Economics* Vol. 19 No. 2.
- Blomback, A., & Wigren, C. (2009). Challenging the importance of size as determinant for CSR activities. *Management Environment Quality International Journal* , 255–270.
- Chin, W. (1998, January). Research Gate. Retrieved October 15, 2019, from Research Gate: <https://www.researchgate.net/publication/232569511>
- 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.
- Marnelly, R. T. (2012). Corporate Social Responsibility: Review of Theory and Practice in Indonesia. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, Vol. 2 No. 2, page 49-59.
- 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>
- Udayansankar, K. (2007). Corporate Social Responsibility and Firm Size. *Journal of Business Ethics*, DOI 10.1007/s10551-007-9609-8.



- 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.
- 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.