

PENGARUH PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP PROFITABILITAS PERUSAHAAN : STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR INDUSTRI DASAR DAN KIMIA YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA

Karina Adhitya Fatah¹ dan Melinda Haryanto²

¹Alumni Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi UPH

²Dosen Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi UPH

Abstract

This research aims to determine the effect of Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR) against Company's Profitability. Dependent variable are Return on Asset (ROA) and Return on Equity (ROE). This research uses size company, leverage and growth as control variables. Data collection method used is to take the data from the official website of the Indonesian Stock Exchange. The samples used in the study using purposive sampling of companies listed on the Indonesian Stock Exchange (BEI) for the four years of observation (2012-2015). This research used a sample of 176 companies. The analytical method used is the method of multiple regression. The result showed that Corporate Social Responsibility Disclosure has no significant effect on Return on Asset (ROA) and Return on Equity (ROE)

Keywords: *Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR), Return on Asset, Return on Equity.*

Pendahuluan

Perkembangan dunia bisnis saat ini mengalami kemajuan yang sangat pesat serta persaingan yang begitu ketat. Saat perusahaan semakin berkembang, maka tingkat kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan pun semakin tinggi karena adanya aktivitas perusahaan yang tidak terkendali terhadap berbagai sumber daya untuk meningkatkan laba perusahaan. Selain pihak yang terkait langsung dengan perusahaan, masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan pun merasakan dampak yang ditimbulkan oleh aktivitas operasi perusahaan. Oleh sebab itu, tanggung jawab perusahaan tidak hanya kepada para *shareholder*, tetapi juga kepada pihak-pihak yang memiliki kepentingan dengan perusahaan, seperti pelanggan, pemilik atau investor, *supplier*, komunitas dan juga pesaing (Nurlela dan Islahudin, 2008).

Bowen (1943) menyatakan bahwa keberhasilan dunia bisnis ditentukan oleh bagaimana kontribusinya terhadap kesejahteraan masyarakat umum, bukan hanya untuk warga bisnis itu sendiri. Suatu entitas dalam menjalankan usahanya tidak terlepas dari masyarakat dan lingkungan sekitarnya, sehingga menciptakan hubungan timbal balik antara masyarakat dan perusahaan. Survei global yang dilakukan oleh *the economist intelligence unit* menunjukkan bahwa 85% eksekutif senior dan investor dari berbagai organisasi menjadikan CSR sebagai

pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan (Warta Ekonomi, 2006 dalam Sayekti dan Wondabio, 2007).

CSR adalah gagasan yang membuat perusahaan tidak hanya bertanggungjawab dalam hal keuangannya saja, tetapi juga terhadap masalah sosial dan lingkungan sekitar perusahaan agar perusahaan dapat tumbuh secara berkelanjutan, seperti pendapat Sari (2012) yang menyatakan bahwa tanggung jawab perusahaan lebih luas lagi, sampai pada kemasyarakatan. Goessling dan Vocht (2007) mengatakan bahwa CSR dapat dipandang sebagai kewajiban dunia bisnis untuk menjadi akuntabel terhadap seluruh *stakeholder*, bukan hanya terhadap salah satu *stakeholder* saja.

Pada masa kini *Corporate Social Responsibility* menjadi *trend* dan menjadi topik hangat yang ramai diperbincangkan di Indonesia. Banyak orang yang berbicara tentang CSR dan kian banyak perusahaan raksasa maupun menengah, baik yang multinasional ataupun domestik mulai memperhatikan CSR. Praktik dunia usaha di masa lampau yang cenderung berdampak negatif membuat wacana tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR, menjadi kebutuhan untuk mengubah citra dunia usaha yang ramah lingkungan. Tampaknya terjadi pergeseran paradigma dari yang semula *profit oriented*, dimana aktivitas apapun harus dipandang dari sudut menambah keuntungan finansial atau tidak, menjadi lebih *concern* terhadap tanggung jawab yang bersifat sosial. Salah satu bentuk pertanggung jawaban perusahaan kepada masyarakat adalah dengan melakukan CSR (*Corporate Social Responsibility*).

Topik ini menjadi tambah menarik dengan diberlakukannya UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT) terhitung sejak 16 Agustus 2007 lalu, telah melahirkan berbagai macam kontroversi dan silang pendapat. Salah satunya adalah terkait dengan ketentuan Pasal 74 UUPT. Jika dibandingkan dengan Undang-Undang yang digantikannya (UU No. 1 Tahun 1995) dengan judul yang sama, dalam Undang-Undang yang lama sama sekali tidak ditemukan adanya ketentuan yang mengatur mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana diatur dalam Pasal 74 UUPT tersebut. Kontroversi ini muncul karena adanya kewajiban pelaksanaan dari CSR (Widjaja dan Pratama, 2008).

Candrayanthi dan Saputra (2013) menyatakan penerapan CSR mempunyai dampak positif terhadap kinerja keuangan perusahaan karena investor tertarik untuk menanamkan sahamnya pada perusahaan yang melakukan aktifitas CSR. Oleh karena itu perusahaan yang menggunakan CSR memiliki keunggulan di mata investor dibanding perusahaan yang tidak menerapkan CSR. Sedangkan menurut Preston (1978) dalam Rosiana, Juliarsa, dan Sari (2013), perusahaan akan semakin banyak mengungkapkan aktivitas CSR apabila tingkat

profitabilitas perusahaan tersebut semakin tinggi. Secara teoritis, semakin banyaknya aktivitas CSR yang diungkapkan oleh perusahaan, maka nilai perusahaan akan semakin meningkat karena pasar akan memberikan apresiasi positif kepada perusahaan yang melakukan CSR yang ditunjukkan dengan peningkatan harga saham perusahaan. Investor mengapresiasi praktik CSR dan melihat aktivitas CSR sebagai pedoman untuk menilai potensi keberlanjutan suatu perusahaan. Oleh sebab itu, dalam mengambil keputusan investasi, banyak investor yang cukup memperhatikan CSR yang diungkapkan oleh perusahaan (Ghoul et al., 2011).

CSR adalah suatu konsep bahwa organisasi, khususnya (namun bukan hanya) perusahaan memiliki berbagai bentuk tanggung jawab terhadap seluruh pemangku kepentingannya, yang diantaranya adalah konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas, dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan yang mencakup aspek ekonomi, sosial dan lingkungan. *Global Reporting Initiative* menyebutkan pemahaman CSR dengan 3P yaitu *profit, people, planet*. Konsep ini memuat pengertian bahwa bisnis tidak hanya sekedar mencari keuntungan (*profit*) melainkan juga kesejahteraan orang (*people*) dan menjamin keberlangsungan hidup planet (Nugroho, 2007 dalam Hermi, 2014).

Kinerja keuangan dapat menunjukkan kondisi keuangan dan masa depan perusahaan pada periode waktu tertentu. Analisis rasio keuangan digunakan untuk mengukur baik buruknya prestasi kerja dibidang keuangan. Ada beberapa cara untuk mengukur tingkat profitabilitas perusahaan salah satunya dengan ROE (*Return on Equity*). Menurut Maya (2008) dalam Rosiliana, Yuniarta, dan Darmawan (2014), ROE merupakan salah satu indikator yang sering digunakan investor untuk menilai tingkat profitabilitas perusahaan sebelum melakukan investasi. Selain itu profitabilitas perusahaan dapat diukur menggunakan ROA (*Return on Asset*). ROA adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang berasal dari aktivitas investasi. Semakin tinggi ROA maka semakin baik produktivitas aset dalam memperoleh keuntungan bersih. Akibatnya akan meningkatkan daya tarik kepada perusahaan karena tingkat pengembalian atau deviden akan semakin besar. Profitabilitas menjadi pertimbangan penting bagi investor dalam keputusan investasinya.

Telaah Literatur dan Pengembangan Hipotesis

Secara umum *shareholder* berarti pemegang saham dalam sebuah perusahaan. Para pemegang saham adalah pemilik dari perusahaan tersebut. Perusahaan yang terdaftar dalam bursa efek berusaha untuk meningkatkan harga sahamnya. Konsep pemegang saham adalah sebuah teori bahwa perusahaan hanya memiliki tanggung jawab kepada para pemegang sahamnya dan pemiliknya, dan seharusnya bekerja demi keuntungan mereka.

Pemegang saham diberikan hak khusus tergantung dari jenis saham, termasuk hak untuk memberikan suara dalam hal seperti pemilihan dewan direksi, hak untuk pembagian dari pendapatan perusahaan, hak untuk membeli saham baru yang dikeluarkan oleh perusahaan, dan hak terhadap aset perusahaan pada saat likuidasi perusahaan.

Shareholder value perspective menekankan profitabilitas di atas tanggungjawab (responsibilitas) dan melihat perusahaan sebagai alat bagi pemiliknya (Ridwan, 2014). Pendukung *shareholder value* percaya bahwa keberhasilan perusahaan bisa diukur dari harga saham, dividen dan profit ekonomi, dan manajemen melihat *stakeholder* sebagai alat, bukan tujuan itu sendiri. Pendukung *shareholder value perspective* berpendapat bahwa tanggung jawab sosial bukan urusan perusahaan. Filosofi *shareholder value* tidak menutup mata terhadap tuntutan oleh *stakeholder* lainnya terhadap perusahaan. Namun, menyadari bahwa perhatian ke *stakeholder* bukan berarti tujuan perusahaan adalah melayani mereka. Tujuan perusahaan yang paling utama adalah memaksimalkan *shareholder value*, dalam batasan diperbolehkan oleh hukum. Pendukung *shareholder value perspective* yakin bahwa masyarakat mendapatkan layanan terbaik oleh tanggungjawab untuk lapangan kerja, komunitas lokal, lingkungan, dan pengembangan sosial bukan urusan perusahaan, tetapi lebih baik ditinggalkan untuk individu dan pemerintah (Ridwan, 2014). Dengan mengejar kepentingan sendiri dan memelihara hubungan berdasarkan pasar antara perusahaan dengan seluruh *stakeholder*, maka pengejaran nilai maksimal bagi pemegang saham akan memaksimalkan kekayaan masyarakat.

Menurut Hackston dan Milne (1996), pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sering disebut juga sebagai *Corporate Social Responsibility Disclosure* yang merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Pengungkapan tanggung jawab sosial juga dapat diartikan sebagai tanggung jawab moral suatu perusahaan terhadap strategi *stakeholder*, terutama komunitas dan masyarakat sekitar wilayah kerja dan operasinya (Daniri, 2008). Chariri (2013) mengatakan bahwa CSR *disclosure* sangat besar peranannya bagi perusahaan, salah satunya digunakan untuk menarik dana investasi bagi masyarakat.

Tujuan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan menurut Gray et al (1998) adalah: 1) Untuk meningkatkan *image* perusahaan 2) Untuk meningkatkan akuntabilitas suatu organisasi, dengan asumsi bahwa terdapat kontrak sosial antara organisasi dengan masyarakat. 3) Untuk memberikan informasi kepada investor.

Pengungkapan sosial dan lingkungan menjadi salah satu strategi perusahaan untuk menunjukkan kinerja baik kepada masyarakat dan investor. Dengan melakukan pengungkapan

sosial maka perusahaan akan mendapatkan *image* dan pengakuan baik bahwa perusahaan bertanggung jawab atas sosial dan lingkungan, selain itu investor juga semakin yakin bahwa perusahaan memiliki reputasi yang baik karena telah melakukan pengungkapan sosial dan lingkungannya secara teratur dan rutin. *Image* yang baik atas kinerja perusahaan akan menjadi salah satu pertimbangan investor dalam pengambilan keputusan investasi. Karena dengan reputasi yang baik maka perusahaan memiliki kinerja ekonomi yang baik pula, maka investor tertarik untuk menanamkan modalnya pada perusahaan. Semakin banyak investor yang menanamkan modalnya maka semakin meningkat harga saham perusahaan tersebut.

Salah satu standar untuk melakukan pengukuran terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah pedoman Global Reporting Indeks (GRI) dari Global Reporting Initiatives. Pedoman dari GRI ini banyak digunakan oleh para peneliti untuk mengukur kebijakan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Pengungkapan sosial perusahaan dalam 7 kategori yang disebutkan oleh Heckston dan Milne (1996) dalam Anggraini (2006), yaitu: lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat dan umum. Ketujuh kategori tersebut terbagi dalam 90 item pengungkapan. Menurut Sembiring (2005), berdasarkan peraturan Bapepam No. VIII.G.2 tentang laporan tahunan ada 12 item dari 90 item pengungkapan yang tidak sesuai untuk diterapkan dengan kondisi di Indonesia. Selanjutnya dilakukan penyesuaian dengan cara menghapuskan 12 item pengungkapan tersebut, sehingga secara total tersisa 78 item pengungkapan.

Item pengungkapan dalam penelitian ini menggunakan GRI G4. G4 mendorong pelapor untuk memberikan gambaran komprehensif tentang dampak ekonomi, lingkungan, dan sosialnya - baik langsung maupun tidak langsung. Terdapat dua jenis pengungkapan dalam G4: Pengungkapan Standar Umum dan Pengungkapan Standar Khusus.

Profitabilitas/Kinerja Perusahaan

Profitabilitas merupakan suatu ukuran tertentu yang digunakan oleh entitas untuk mengukur keberhasilan dalam menghasilkan laba. Menurut Febryani dan Zulfadin (2003) kinerja perusahaan merupakan hal penting yang harus dicapai oleh setiap perusahaan di manapun, karena kinerja merupakan cerminan dari kemampuan perusahaan dalam mengelola dan mengalokasikan sumber dayanya. Kinerja keuangan perusahaan dapat diketahui dengan menggunakan rasio profitabilitas. Rasio ini sangat penting untuk mengetahui sampai sejauh mana kemampuan perusahaan menghasilkan laba, baik yang berasal dari kegiatan operasional maupun kegiatan non operasional.

Bagi investor, informasi profitabilitas perusahaan dapat dijadikan tolak ukur apakah investor tetap mempertahankan investasi mereka atau mencari alternatif lain. Apabila tingkat profitabilitas perusahaan terlihat baik, maka investor akan melirik perusahaan tersebut dan akan menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Semakin banyak investor yang tertarik untuk menanamkan modalnya maka semakin baik pula kinerja keuangan perusahaan. Maka dari itu untuk mengetahui profitabilitas yang telah dicapai maka dilakukan pengukuran profitabilitas yang diukur dengan beberapa rasio yaitu *Return On Equity* dan *Return On Asset*. Pengukuran profitabilitas digunakan untuk melakukan perbaikan atas kegiatan operasionalnya agar dapat bersaing dengan perusahaan lain. Tujuan dari penilaian profitabilitas adalah untuk memotivasi karyawan untuk mencapai target yang telah ditentukan dan sebagai pedoman untuk dapat berperilaku sesuai dengan aturan yang ada.

Return on Equity (ROE)

Salah satu indikator untuk menganalisis kinerja keuangan perusahaan yaitu dilihat dari tingkat profitabilitasnya. Berbagai cara untuk mengukur tingkat profitabilitas salah satunya dengan ROE. Maya (2008) dalam Indrawan (2011) menjelaskan bahwa ROE merupakan alat yang paling sering digunakan investor dalam pengambilan keputusan investasi. ROE dapat memberikan gambaran mengenai tiga hal pokok, yaitu: (a) Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba (*profitability*), (b) Efisiensi perusahaan dalam mengelola *asset (assets management)*, (c) Utang yang dipakai dalam melakukan usaha (*financial leverage*). ROE merupakan salah satu indikator yang sering digunakan investor untuk menilai tingkat profitabilitas perusahaan sebelum melakukan investasi. Hasil dari ROE merupakan perbandingan antara laba bersih setelah pajak dengan ekuitas.

Return on Asset (ROA)

ROA merupakan salah satu rasio profitabilitas yang digunakan untuk mengukur efektivitas perusahaan di dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan total aktiva yang dimilikinya (Husnan, 2013:24). Rasio Tingkat Pengembalian atas Total Aktiva (*Return on Asset*) mencerminkan keuntungan yang diperoleh perusahaan tanpa mempermasalahkan dari mana sumber modal dan menunjukkan tingkat efisiensi perusahaan dalam melaksanakan operasinya (Hartono, 2006:99). Mardiyanto (2009:196) berpendapat ROA adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang berasal dari aktivitas investasi.

Semakin tinggi ROA maka semakin baik produktivitas aset dalam memperoleh keuntungan bersih. Akibatnya akan meningkatkan daya tarik investor kepada perusahaan karena tingkat pengembalian atau deviden akan semakin besar. Hal tersebut juga akan

berdampak baik pada harga saham dari perusahaan. ROA membantu perusahaan menjalankan praktik akuntansi dengan baik karena untuk mengukur efisiensi penggunaan modal yang menyeluruh, sehingga dapat diketahui resiko dan posisi keuangan perusahaan.

Sejalan dengan teori *stakeholder* dalam Septiana dan Nur (2012) mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholder*. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut.

Perusahaan dan *stakeholder* memiliki keterkaitan satu sama lain. Pengungkapan sosial dianggap sebagai sarana untuk menjembatani antara perusahaan dengan *stakeholder*. Perusahaan harus menjaga hubungan dengan *stakeholder*, terutama *stakeholder* yang mempunyai power terhadap ketersediaan sumber daya yang digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan misalnya tenaga kerja, pasar atau produk perusahaan dan lain-lain (Danu, 2011 dalam Septiana dan Nur 2012).

Penelitian Terdahulu

Rosiliana, Yuniarta, dan Darmawan (2014) meneliti mengenai Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. Dalam penelitian ini variabel independen nya adalah *Corporate Social Responsibility* dan variabel dependen nya adalah *Return on Equity* dan *Return on Asset*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap *Return on Equity* (ROE) dan pengungkapan CSR berpengaruh positif signifikan terhadap ROA.

Husnan dan Pamudji (2013) melakukan penelitian yang berjudul Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. Sampel penelitiannya adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI (Bursa Efek Indonesia) dengan periode penelitian tahun 2008-2011. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap *Return on Asset* (ROA) dan *Return on Sales* (ROS) tetapi tidak berpengaruh signifikan terhadap *Return on Equity* (ROE) dan *Current Rasio*. Penelitian lain yang dilakukan oleh Yaparto (2013) sedikit berbeda dengan Husnan dimana hasilnya menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap ROA, ROE, serta EPS.

Selanjutnya Indrawan (2011) melakukan penelitian yang berjudul pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja perusahaan. Menunjukkan bahwa pada hipotesis pertama ditemukan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* dan variabel kontrol *leverage*, berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan (ROE), dan variabel

kontrol ukuran perusahaan (*size*) berpengaruh negatif signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan, akan tetapi variabel kesempatan pertumbuhan (*growth*) berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Sedangkan pada hipotesis kedua ditemukan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* dan variabel kontrol risiko sekuritas (*beta*) berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kinerja pasar (CAR), dan tiga variabel kontrol lainnya (*leverage, size, dan growth*) berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap kinerja pasar, akan tetapi variabel *unexpected earnings* berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja pasar.

Penelitian yang dilakukan Pramesti (2012) menunjukkan adanya pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kinerja keuangan perusahaan yaitu ROA (*Return on Asset*) dan ROE (*Return on Equity*), namun tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan pasar yaitu *Earning Per Share* (EPS).

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Dahlia dan Siregar (2008). Dahlia dan Siregar (2008) meneliti mengenai pengaruh CSR terhadap kinerja perusahaan di Indonesia. Dalam penelitiannya kinerja perusahaan dibagi menjadi dua yaitu kinerja keuangan dan kinerja pasar. CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan (ROE), tetapi tidak berpengaruh positif terhadap kinerja pasar perusahaan (CAR). CSR tidak berpengaruh positif terhadap kinerja pasar perusahaan dikarenakan (1) isu mengenai CSR merupakan hal yang relatif baru di Indonesia dan kebanyakan investor memiliki persepsi yang rendah terhadap hal tersebut, (2) kualitas pengungkapan CSR tidak mudah untuk diukur; umumnya perusahaan melakukan pengungkapan CSR hanya sebagai bagian dari iklan dan menghindari untuk memberikan informasi yang relevan, dan (3) kebanyakan investor berorientasi pada kinerja jangka pendek, sedangkan CSR dianggap berpengaruh pada kinerja jangka menengah dan jangka panjang.

Berdasarkan penelitian Pratiwi (2012), yang berjudul Pengaruh CSR Terhadap Kinerja Perusahaan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2009 -2010 didapatkan hasil bahwa CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan (ROA, ROE).

Berdasarkan telaah literatur dari penelitian sebelumnya, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Profitabilitas Perusahaan. Variabel independen dalam penelitian ini adalah pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan atau CSR *disclosure index* (CSRI). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *Return on Equity* (ROE) dan *Return on Asset* (ROA). Variabel Kontrol dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan, *leverage* perusahaan, dan *growth* perusahaan (kesempatan pertumbuhan).

Pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap ROE

Perusahaan yang melakukan aktivitas CSR tentunya memiliki tujuan khusus, selain memberikan manfaat kepada *stakeholder*, juga diharapkan mampu memberikan keuntungan bagi perusahaan yang dapat dilihat melalui profitabilitas. Profitabilitas digunakan sebagai dasar untuk mengukur kinerja keuangan perusahaan sama seperti yang dikatakan oleh Candrayanthi dan Saputra (2013). Aktivitas CSR dapat menjadi elemen yang menguntungkan sebagai strategi perusahaan, memberikan kontribusi kepada manajemen resiko dan memelihara hubungan yang dapat memberikan keuntungan jangka panjang bagi perusahaan (Heal dan Garret, 2004 dalam Indrawan, 2011).

ROE merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur profitabilitas perusahaan. Angka ROE yang tinggi akan membawa keberhasilan bagi perusahaan yang mengakibatkan tingginya harga saham dan membuat perusahaan mudah menarik dana baru (Walsh, 2004). CSR merupakan salah satu strategi perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan. Dengan melakukan aktivitas CSR perusahaan akan mendapat citra baik dari masyarakat. Jika perusahaan bisa menciptakan citra baik dan kepercayaan masyarakat maka diharapkan mampu menimbulkan loyalitas konsumen. Loyalitas konsumen akan meningkatkan penjualan yang berdampak pada kenaikan laba. Salah satu alat untuk mengukur profitabilitas dengan melihat tingkat ROE. Laba yang tinggi akan berdampak pada ROE yang tinggi. Investor akan menjadikan ROE yang tinggi sebagai salah satu pertimbangan untuk menanamkan modalnya pada perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis yang dapat dirumuskan adalah:

H1: Pengungkapan aktivitas CSR berpengaruh positif signifikan terhadap ROE.

Pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap ROA

Perusahaan yang melakukan aktivitas CSR memiliki keunggulan dimata *stakeholder* dibanding dengan perusahaan yang tidak melakukan aktivitas CSR. Aktivitas CSR diharapkan berdampak positif bagi profitabilitas perusahaan. Indikator yang sering digunakan untuk mengukur profitabilitas adalah dengan ROA. ROA adalah rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba yang berasal dari aktivitas investasi. CSR merupakan aktivitas investasi jangka panjang. Dengan melakukan CSR secara tidak langsung perusahaan melakukan investasi misalnya perusahaan memberikan pelatihan atau mendatangkan tenaga ahli, tujuannya untuk memperbaiki kinerja karyawan. Jika kinerja karyawan semakin meningkat maka akan memberikan dampak yang positif bagi perusahaan. Aktivitas CSR juga memberikan keuntungan lain yaitu pemberian ijin yang mudah atas kegiatan perusahaan,

sehingga kegiatan operasional semakin meningkat dan dapat meningkatkan penjualan kemudian laba perusahaan meningkat.

Dengan melakukan aktivitas CSR perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk perusahaan sehingga reputasi perusahaan juga meningkat dimata masyarakat. Akibatnya masyarakat semakin mengenal produk perusahaan dan berkeinginan untuk menggunakan produk perusahaan.

Semakin produk laku dipasaran maka laba perusahaan akan semakin meningkat. Dengan demikian laba yang meningkat akan mempengaruhi ROA suatu perusahaan. Semakin tinggi ROA maka semakin baik produktivitas aset dalam memperoleh keuntungan bersih. Akibatnya akan meningkatkan daya tarik investor kepada perusahaan karena tingkat pengembalian atau deviden akan semakin besar.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat dirumuskan hipotesis:

H2 : Pengungkapan aktivitas CSR berpengaruh positif signifikan terhadap ROA

Metode Penelitian

Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *Return on Equity* (ROE) dan *Return on Asset* (ROA). ROE adalah salah satu rasio profitabilitas yang membandingkan laba bersih dengan total *total equity* perusahaan (Gitman, 2006 dalam Cheng, 2011). ROA merupakan rasio profitabilitas perusahaan yang dibutuhkan investor sebagai informasi dari kinerja perusahaan. Semakin besar ROA semakin baik penilaian investor terhadap kinerja keuangan perusahaan. Rumus penghitungan ROA menurut Wijayanti et al (2011) dalam Yaparto (2013) yaitu: $(\text{Laba Usaha Setelah Pajak} / \text{Total Aset}) \times 100\%$

Variabel Independen

Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Dalam penelitian ini CSR akan dihitung dengan menggunakan Corporate Social Disclosure Index (CSDI). Informasi mengenai Corporate Social Disclosure Index (CSDI) berdasarkan Global Reporting Initiatives (GRI) yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari website www.globalreporting.org. CSDI dilakukan dengan menggunakan pendekatan dikotomi, yaitu setiap item CSR dalam instrumen penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan, dan nilai 0 jika tidak diungkapkan (Haniffa,dkk, 2005 dalam Sayekti dan Wondabio, 2007).

Selanjutnya, skor dari setiap item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan.

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

$CSRI_j$ = *Corporate Social Responsibility Disclosure* perusahaan j

X_{ij} = *dummy variabel*: 1 = jika item diungkapkan; 0 = jika item tidak diungkapkan

n_j = jumlah item untuk perusahaan j

Variabel Kontrol

Dalam penelitian ini menggunakan tiga variabel kontrol, yaitu ukuran perusahaan, *leverage* perusahaan dan *growth* perusahaan (kesempatan pertumbuhan).

Ukuran Perusahaan. Dalam penelitian ini *firm size* dihitung dengan *natural logaritma* total aset (Dahlia dan Siregar, 2008).

Leverage Perusahaan. Perhitungan *leverage* dalam penelitian ini menggunakan perbandingan antara total hutang dengan total aset (Weygandt, et al, 2013).

Growth. Dalam penelitian ini, kesempatan pertumbuhan (*growth*) diukur dengan menggunakan pertumbuhan $\Delta Sales$ (Dahlia dan Siregar, 2008).

Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Periode pengamatan adalah dari tahun 2012-2015. Penentuan sampel perusahaan dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* yang dipilih berdasarkan kriteria sebagai berikut: 1) Perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang konsisten terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode tahun 2012-2015. 2) Perusahaan yang menerbitkan laporan tahunan dan laporan keuangan yang berakhir pada tanggal 31 Desember konsisten selama periode pengamatan tahun 2012-2015. 3) Perusahaan yang memiliki data tersedia dan lengkap selama tahun pengamatan dari tahun 2012-2015 di situs Bursa Efek Indonesia, yaitu www.idx.co.id

Analisis Regresi Berganda

Untuk menguji hipotesis tentang pengaruh tingkat pengungkapan informasi CSR terhadap profitabilitas perusahaan digunakan analisis regresi berganda. Model persamaan regresi tersebut sebagai berikut:

$$ROE = \alpha + \beta_1 CSDI + \beta_2 LEV + \beta_3 SIZE + \beta_4 GROWTH + \varepsilon \quad (\text{Model 1})$$

$$ROA = \alpha + \beta_1 CSDI + \beta_2 LEV + \beta_3 SIZE + \beta_4 GROWTH + \varepsilon \quad (\text{Model 2})$$

Dimana: α = Konstanta, CSDI = Indeks pengungkapan tanggung jawab sosial, ROE = *Return on Equity*, ROA = *Return on Asset*, LEV = *Leverage*, GROWTH = Kesempatan Pertumbuhan
 SIZE = Ukuran Perusahaan, ε = *Error term*

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Deskripsi Sampel Penelitian

Berdasarkan kriteria pemilihan sampel yang dilakukan dengan metode *purposive sampling*, penelitian ini menggunakan jumlah sampel sebanyak 44 perusahaan manufaktur selama empat tahun dari tahun 2012-2015. Jumlah total observasi penelitian adalah 176 perusahaan.

Tabel 1. Deskripsi Pemilihan Sampel

Deskripsi	Jumlah
Jumlah Perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI tahun 2012-2015	58
Jumlah perusahaan yang tidak konsisten dalam menerbitkan laporan tahunan selama tahun 2012-2015	(14)
Jumlah perusahaan yang digunakan dalam sampel penelitian	44
Total sampel perusahaan yang digunakan dalam penelitian	176
Keterangan:	
Perusahaan yang dijadikan sampel harus merupakan perusahaan yang tercatat di BEI selambat-lambatnya 31 Desember 2010, karena data untuk variabel <i>Growth</i> perusahaan (kesempatan pertumbuhan), sehingga membutuhkan informasi laporan keuangan tahun 2011.	

Pemilihan Model Panel Data

Hipotesis dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan regresi panel data, akan diuji apakah menggunakan *fixed effect* atau *random effect* menggunakan Hausman test. Model *fixed effect* mengasumsikan independen variabel berkorelasi dengan *error*-nya sedangkan *random effect* sebaliknya. Hasil pengujian menunjukkan Prob>chi2 = 0.0129 yaitu kurang dari tingkat signifikansi $\alpha = 0.05$, sehingga model yang cocok digunakan adalah dengan *fixed effect*.

Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan suatu data secara statistik.

Tabel 2. Statistik Deskriptif

	Mean	Std. Dev.	Min.	Max.
CSRI	0.294701	0.1154822	0.006	0.8571429
ROE	0.0923367	0.1832218	-0.4847	1.239267
ROA	0.0370923	0.0934818	-0.2747823	0.71
LEV	0.6898996	0.8240841	0	5.576708
SIZE	14.42882	2.14397	5.260277	18.29055
GROWTH	0.0536609	0.3070597	-0.9999	1.9899

Keterangan:
 CSRI adalah *Corporate Social Responsibility Index* yang diukur dengan jumlah CSR yang diungkapkan oleh perusahaan dibagi dengan total *Global Reporting Indicator*.
 ROE merupakan perbandingan antara laba bersih setelah pajak dengan ekuitas, ROA merupakan perbandingan antara laba bersih dengan total aset (Wijayanti et al, 2011).
 Lev adalah *leverage* yang dihitung menggunakan total *liabilities* dibagi dengan total aset perusahaan i pada tahun t.
 Size adalah ukuran perusahaan yang dihitung dengan menggunakan *natural log* total aset perusahaan i pada tahun t.
 Growth adalah kesempatan pertumbuhan perusahaan yang diukur menggunakan pertumbuhan $\Delta Sales$.

Sumber: OUTPUT STATA, data sekunder yang diolah, 2016

Berdasarkan statistik deskriptif di atas, rata-rata index CSRI dari ke 176 sampel perusahaan adalah 0.294701. Hal ini lebih tinggi dari CSRI Indrawan (2010) yaitu sebesar 0.123291 yang menggunakan sampel laporan tahunan 2005 dan 2006. Peningkatan trend tingkat pengungkapan informasi CSR yang dilakukan perusahaan mengindikasikan perusahaan semakin memberi fokus pada pengungkapan CSR dalam laporan tahunan. Nilai minimum CSRI adalah 0.006 dan nilai maksimum 0.8571429 dengan standar deviasi 0.1154822. Nilai minimum ROE adalah -0.4847 dan nilai maksimum 1.239267 dengan standar deviasi 0.1832218 serta nilai rerata ROE adalah 0.0923367. Nilai minimum ROA adalah -0.2747823 dan nilai maksimum 0.71 dengan standar deviasi 0.0934818 serta nilai rerata ROA adalah 0.0370923.

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Ghozali, 2011). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen (Ghozali, 2011). Tabel 3 menunjukkan nilai mean VIF kurang dari 10. Hal ini menunjukkan tidak adanya masalah multikolinearitas.

Tabel 3. Collinearity Statistics

Collinearity Statistics		
	Tolerance	VIF
CSR	0.953440	1.05
SIZE	0.949148	1.05
LEVERAGE	0.915623	1.09
GROWTH	0.998707	1.00

Sumber: OUTPUT STATA, data sekunder yang diolah, 2016.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan Uji Modified Wald Test. Hasil pengujian menunjukkan nilai prob Chi Square ROA 0.0000 lebih kecil dari 5% dan nilai prob Chi Square ROE 0.0000 lebih kecil dari 5%. Hal ini berarti terdapat masalah heteroskedastisitas pada model regresi. Oleh karena itu, penulis melakukan *treatment* untuk mengatasi adanya masalah heteroskedastisitas dengan menggunakan metode *fixed-effect regression: regression with Driscoll-Kraay standard errors*. Dengan dilakukannya *treatment* tersebut, maka model ini sudah bebas dari masalah heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan dengan menggunakan Uji Wooldridge test. Hasil pengujian menunjukkan tidak adanya masalah autokorelasi pada model 1. Hal ini terlihat dari hasil Prob > F (ROE) sebesar 0.7931 lebih besar dari tingkat signifikansi $\alpha = 0.05$.

Selanjutnya, hasil pengujian pada model 2 menunjukkan tidak adanya masalah autokorelasi. Hal ini terlihat dari hasil Prob > F (ROA) sebesar 0.1710 lebih besar dari tingkat signifikansi $\alpha = 0.05$.

Uji *cross dependency*

Uji ini menggunakan *pesaran's test of cross sectional independence*. Pada uji *cross dependency* ROA diperoleh hasil *Pesaran's test of cross sectional independence* = 4.410; Pr = 0.0000; *Average absolute value of the off-diagonal elements* = 0.547. Selanjutnya pada uji *cross dependency* ROE diperoleh hasil *Pesaran's test of cross sectional independence* = 5.032; Pr = 0.0000; *Average absolute value of the off-diagonal elements* = 0.563. Dari kedua hasil tersebut menunjukkan bahwa didalam data yang dijadikan sampel terdapat *cross dependency*. Untuk memperbaiki masalah *cross dependency* maka digunakan xtsc dengan menggunakan regresi Driscoll Kraay standard errors.

Uji Hipotesis

Uji Koefisien Determinasi

Pada model empiris memiliki $Within^2$ ROA 0.0521 menunjukkan bahwa variabel dependen Profitabilitas Perusahaan yang diproksikan dengan ROA (*Return on Asset*) dapat dijelaskan oleh variabel independen CSR (*Corporate Social Responsibility*) index sebesar 5.21% sedangkan sisanya 94.79% diterangkan oleh variabel lain yang tidak dianalisis dalam model penelitian ini.

Selanjutnya, $Within^2$ ROE 0.0604 menunjukkan bahwa variabel dependen Profitabilitas Perusahaan yang diproksikan dengan ROE (*Return on Equity*) dapat dijelaskan

oleh variabel independen CSR (*Corporate Social Responsibility*) index sebesar 6.04% sedangkan sisanya 93.96% diterangkan oleh variabel lain yang tidak dianalisis dalam model penelitian ini.

Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Berdasarkan hasil uji simultan (Uji F) menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 7.21 dan setelah dilihat dalam tabel F *Distribution* (lampiran C), maka didapatkan nilai $2.42 < F \text{ tabel} < 2.43$, maka dapat disimpulkan bahwa F hitung lebih besar dari F tabel dan dengan tingkat signifikansi sebesar 0.0002, maka F model penelitian dinyatakan signifikan dengan level signifikan $\alpha = 0.05$. Maka dapat disimpulkan bahwa model fit dengan data dan layak untuk diuji lebih lanjut.

Berdasarkan hasil uji simultan (Uji F) menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 7.53 dan setelah dilihat dalam tabel F *Distribution* (lampiran C), maka didapatkan nilai $2.42 < F \text{ tabel} < 2.43$, maka dapat disimpulkan bahwa F hitung lebih besar dari F tabel dan dengan tingkat signifikansi sebesar 0.0001, maka F model penelitian dinyatakan signifikan dengan level signifikan $\alpha = 0.05$. Maka dapat disimpulkan bahwa model fit dengan data dan layak untuk diuji lebih lanjut.

Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Berdasarkan hasil uji t pada table 4 menunjukkan bahwa nilai t hitung CSR sebesar -0.24 dan setelah dilihat dalam tabel t *Distribution* (lampiran D), maka didapatkan nilai $1.653 < t \text{ tabel} < 1.655$ maka dapat disimpulkan bahwa t hitung lebih kecil daripada t tabel dan dengan tingkat signifikansi sebesar 0.808 maka CSR tidak signifikan pada tingkat 5% yang berarti bahwa CSR memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap ROA. Hal ini berarti H0 diterima dan H1 ditolak. Tidak adanya pengaruh signifikan pengungkapan CSR terhadap ROA sejalan dengan penelitian yang dilakukan Yaparto (2013) dan tidak sejalan dengan penelitian Husnan dan Pamudji (2013). Dalam tabel 4 terlihat bahwa variabel kontrol *size* dan *growth* memiliki pengaruh signifikan terhadap ROA yaitu masing-masing dengan nilai signifikansi sebesar 0.048 dan 0.0000.

Tabel 4 Uji Statistik t (ROA)

Variabel	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Sig.
Constant	-0.1689667	0.1020706	-1.66	0.105
CSR	-0.0133412	0.0546022	-0.24	0.808
LEV	-0.0138703	0.0160975	-0.86	0.394
SIZE	0.0150469	0.0074036	2.03	0.048
GROWTH	0.0456599	0.0099711	4.58	0.000

Sumber: OUTPUT STATA, data sekunder yang diolah, 2016

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 5 menunjukkan bahwa nilai t hitung CSR sebesar 0.33 dan setelah dilihat dalam tabel t *Distribution* (lampiran D), maka didapatlah nilai $1.655 < t \text{ tabel} < 1.658$ maka dapat disimpulkan bahwa t hitung lebih kecil daripada t tabel dan dengan tingkat signifikansi sebesar 0.740 maka CSR tidak signifikan pada tingkat 5% yang berarti bahwa CSR tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap ROE. Hal ini berarti H2 ditolak dan H0 diterima. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Husnan dan Pamudji (2013) yang menemukan tidak adanya pengaruh signifikan tingkat pengungkapan informasi CSR terhadap ROE. Dalam tabel 5 terlihat bahwa variabel kontrol *leverage* dan *size* memiliki pengaruh signifikan terhadap ROE yaitu masing-masing dengan nilai signifikansi sebesar 0.0009 dan 0.0000.

Tabel 5 Uji Statistik t (ROE)

Variabel	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Sig.
Constant	-1.047084	0.1687591	-6.20	0.000
CSR	0.046674	0.1400075	0.33	0.740
LEV	0.0365298	0.0133119	2.74	0.009
SIZE	0.076259	0.0141084	5.41	0.000
GROWTH	0.0186061	0.0289966	0.64	0.524

Sumber: OUTPUT STATA, data sekunder yang diolah, 2016

CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap ROA, karena dalam penerapan CSR ada biaya yang harus dikeluarkan, sehingga laba perusahaan otomatis mengalami penurunan yang mengakibatkan nilai ROA juga otomatis menurun. Lalu ROE menunjukkan tingkat pengembalian modal/investasi pemegang saham, dimana apabila nilai ROE tinggi hal tersebut membuat investor tertarik, kinerja CSR yang baik yaitu apabila aktivitas CSR semakin banyak dilakukan, dan bagi investor hal ini menjadi kurang efisien. Selain itu, kebanyakan investor memiliki persepsi yang rendah terhadap pengungkapan CSR karena umumnya perusahaan melakukan pengungkapan CSR hanya sebagai bagian dari iklan. Oleh karena itu, tak jarang perusahaan akan mengungkapkan hal-hal yang baik dan menutupi hal yang menurut perusahaan tidak memberikan keuntungan bagi perusahaan pada laporan tahunan sehingga memicu kualitas pengungkapan CSR masih dipertimbangkan oleh investor, sehingga pengaruhnya tidak signifikan.

Kesimpulan dan saran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan menggunakan regresi linear berganda dalam penelitian ini, maka diperoleh kesimpulan bahwa model fit dengan data dan layak untuk diuji lebih lanjut, yaitu dengan level signifikan $\alpha = 0.05$. Hasil penelitian konsisten dengan penelitian Yaparto (2013), yang menemukan tidak adanya pengaruh

signifikan pengungkapan informasi CSR terhadap ROA. Pengungkapan informasi CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap ROA, karena dalam penerapan CSR ada biaya yang harus dikeluarkan, sehingga laba perusahaan otomatis mengalami penurunan yang mengakibatkan nilai ROA juga otomatis menurun.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Husnan dan Pamudji (2013) yang menemukan tidak adanya pengaruh signifikan tingkat pengungkapan informasi CSR terhadap ROE. Namun berbeda dengan hasil penelitian Indrawan (2011) yang menemukan pengaruh positif signifikan tingkat pengungkapan CSR terhadap ROE. Perbedaan hasil penelitian diduga disebabkan karena investor belum sepenuhnya mempertimbangkan informasi CSR yang diungkapkan oleh perusahaan dalam pengambilan keputusan.

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, beberapa keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: 1) Penelitian ini hanya menggunakan *Corporate Social Responsibility Disclosure* sebagai variabel independen. 2) Penelitian ini hanya menggunakan *Return on Asset* dan *Return on Equity* sebagai variabel dependen. 3) Penelitian ini hanya menggunakan *leverage*, *size* dan *growth* sebagai variabel kontrol. 4) Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 44 perusahaan manufaktur dari perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012-2015 dan menggunakan periode selama 4 tahun.

Saran

Hasil penelitian ini memberikan beberapa saran untuk penelitian-penelitian selanjutnya, antara lain: 1) Sebaiknya penelitian selanjutnya menggunakan periode lebih dari 4 tahun. 2) Sebaiknya penelitian selanjutnya mencoba menggunakan variabel-variabel dependen lain selain ROA dan ROE, seperti CAR. 3) Penelitian ini menggunakan perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia sebagai sampel. Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan sektor dan jenis perusahaan lain sebagai sampel penelitian sehingga dapat dibandingkan hasilnya dengan penelitian ini. 4) Penelitian ini menggunakan *leverage*, *size* dan *growth* sebagai variabel kontrol. Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan variabel kontrol lain, misalnya *beta* dan *unexpected earnings*.

Referensi

- Anggraini, F.R.R. (2006). Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang terdaftar Bursa Efek Jakarta), *Simposium Nasional Akuntansi IX* Padang.
- Bowen, H.R. (1943). The Interpretation of Voting in the Allocation of Economic Resources. *The Quarterly Journal of Economics*, 58(1), 27-48.
- Candrayanthi, A.A.A., & Saputra, D.I.D.G. (2013). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan di Bursa Efek Indonesia). *E-jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 4(1), 141-158.
- Cheng, M., & Christiawan, Y.J. (2011). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Abnormal Return. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 13(1).
- Dahlia, L., & Siregar, S.V. (2008). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Perusahaan. *Simposium Nasional Akuntansi XI Pontianak*.
- Febryani, A., & Zulfadin, R. (2003). Kajian Ekonomi dan Keuangan: Analisis Kinerja Bank Devisa dan Bank Non-Devisa di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*. 7(3).
- Ghoul, S.E., Omrane G.C., Kwok, C.Y., & Mishra, D.R. (2011). Does Corporate Social Responsibility affect the cost of capital. *Journal of Banking & Finance*, 35 (9), 2388-2406.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Goessling, T., & Vocht, C. (2007). Social Role Conception and CSR Policy Success. *Journal of Business Ethics*, 74(4), 363-372.
- GRI 2013. Sustainability reporting guidelines. *Global Reporting Initiative*.
- Hermi, H.O. (2014). Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2010 dan 2011). *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 1(1), 41-59.
- Husnan, A., & Pamudji, S. (2013). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Universitas Diponegoro*. 2(2), 1-8.
- Indrawan, D.C. (2011). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Universitas Diponegoro: Semarang*.
- Kurnia, P.P., & Chariri, A. (2013). Environmental Incidents, Pemberitaan Media Dan Praktik Pengungkapan Lingkungan (Environmental Disclosures): Studi Pada Sustainability

Report Asia Pulp And Paper Co.,Ltd. *Jurnal Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro*, 2(3), 1-12.

Mardiyanto, H. (2009). *Intisari Manajemen Keuangan*. Jakarta: PT Grasindo.

Nur, M., & Priantinah, D. (2012). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility di Indonesia (Studi Empiris Pada Perusahaan Berkategori High Profile Yang Listing di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Nominal*, 1(1), 22-34.

Nurlela, R., & Islahudin. (2008). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen Sebagai Variabel Moderating. *Simposium Nasional Akuntansi XI Pontianak*.

Pramesti, D. (2012). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2008-2010. *Naskah Publikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta*.

Pratiwi, R.D. (2012). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Naskah Publikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta*.

Rosiliana, K., Yuniarta, G.A., & Darmawan, N.A.S. (2014). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *Jurnal Akuntansi*, 2(1).

Republik Indonesia. (2007). *Undang-Undang No.40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas*. Lembaran Negara RI Tahun 2007, No.66. Sekretariat Negara. Jakarta.

Rosiana, G.A.M.E., Juliarsa, G., & Sari, M.M.R. (2013). Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 5(3), 723-738.

Sari, R.A. (2012). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Nominal*, 1(1), 124-140.

Sayekti, Y., & Wondabio, L.S. (2007). Pengaruh CSR Disclosure terhadap Earning Response Coefficient. *Simposium Nasional Akuntansi ke 10 Makassar*. 26-28 Juli.

Sembiring, E. (2005). Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan tanggung Jawab Sosial: Study Empiris Pada Perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Jakarta, *Simposium Nasional Akuntansi VIII Solo*.

Septiana, R.A., & Nur, E. (2012). Pengaruh Implementasi Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Riau*, 4(2).

Walsh, C. (2004). *Key Management : Rasio-rasio Manajemen Penting Penggerak dan Pengendali Bisnis*. Jakarta : Erlangga.

Weygandt, Kimmel and Kieso.(2013). *Financial Accounting, IFRS edition*. Asia: John Wiley & Sons.

Widjaja, G.,& Pratama, Y.A. (2008). *Risiko Hukum & Bisnis Perusahaan Tanpa CSR*. Jakarta: Forum Sahabat.

Yaparto, M. (2013). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Pada Sektor Manufaktur yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 2(1).