

PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP KINERJA KEUANGAN

(studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2010-2012)

THE EFFECT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TO FINANCIAL PERFORMANCE

(empirical study on companies listed on the Stock Exchange 2010-2012)

Ibnu Dipraja

**Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Dian Nuswantara
Jl. Nakula 1 No. 5 – 11, Semarang, Phone: (024) 3567010**

ABSTRAKSI

Corporate Social Responsibility adalah tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungan dan energi, ketenagakerjaan, masyarakat, produk dan konsumen. ROA merupakan salah satu alat untuk mengukur kinerja keuangan yang diperoleh dengan cara laba bersih setelah pajak dibagi dengan total aset. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja keuangan.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2010 sampai dengan 2012. Sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan yang bergerak pada bidang manufaktur. Sampel menggunakan metode *purposive sampling* yang kemudian diperoleh 23 perusahaan manufaktur sebagai sampel. Penelitian ini menggunakan data sekunder yaitu laporan keuangan dan *annual report*. Hipotesis penelitian ini diuji menggunakan uji asumsi klasik, analisis deskriptif, regresi berganda dan pengujian hipotesis.

Hasil penelitian ini adalah terdapat pengaruh tidak signifikan antara CSR tema lingkungan dan energi terhadap ROA. Terdapat pengaruh tidak signifikan antara CSR tema ketenagakerjaan terhadap ROA. Terdapat pengaruh signifikan antara CSR produk dan konsumen terhadap ROA. Terdapat pengaruh signifikan antara CSR tema masyarakat terhadap ROA. Variabel lingkungan dan energi, produk dan konsumen, ketenagakerjaan, masyarakat secara bersama-sama berpengaruh terhadap ROA sebesar 17,5%.

Kata kunci : CSR, Lingkungan dan energi, ketenagakerjaan, produk dan konsumen, masyarakat, ROA

ABSTRACT

Corporate Social responsibility is the social responsibility of the company to the environment and energy, labor, community, and consumer products. ROA is one tool to measure the financial performance achieved by the net profit after tax divided by total assets.

This study aims to determine the effect of corporate social responsibility to financial performance.

The population used in this study are all companies listed on the Indonesian Stock Exchange (BEI) in 2010 up to 2012 samples in this study is a company engaged in the manufacturing field. Sample using purposive sampling method which then acquired 23 manufacturing companies as samples. This study uses secondary data, financial statements and annual report. This study tested the hypothesis using the classical assumption, analysis descriptive, regression and hypothesis testing.

The result of this study is that there is no significant effect between CSR theme of environmental and energy on ROA. There is no significant effect between CSR theme of employment on ROA. There is a significant effect of group should CSR and consumer products on ROA. There is a significant effect of social advance of CSR themes on ROA. Variable environment and energy, and consumer products, employment, social jointly affect the ROA of 17.5%.

Keywords: CSR, environment and energy, labor, and consumer products, social, ROA

PENDAHULUAN

Eipstein dan Freedman (1994) menemukan bahwa investor individual tertarik terhadap informasi sosial yang dilaporkan dalam laporan tahunan. Perusahaan perlu untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial. Tanggung jawab sosial (*CSR*) merupakan klaim *stakeholders* agar perusahaan tidak hanya beroperasi untuk kepentingan para pemegang saham (*shareholders*), tapi juga untuk kemaslahatan pihak *stakeholders* dalam praktik bisnis yaitu para pekerja, komunitas lokal pemerintah, Lembaga swadaya masyarakat (*LSM*), komunitas dan lingkungan (Nugroho, 2007). Suharto 2008 menjelaskan bahwa *CSR* adalah operasi bisnis yang dilakukan perusahaan yang berkomitmen untuk tidak hanya meningkatkan keuntungan secara finansial, melainkan pula untuk pembangunan sosial-ekonomi.

Gangguan pada perusahaan yang terjadi dari pihak luar mengakibatkan lingkungan kerja yang tidak kondusif bahkan dapat menghentikan kegiatan perusahaan. Masyarakat akan memberikan respon dan kesan yang positif apabila perusahaan dapat menunjukkan tanggung jawab sosial dan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar. Fenomena ini mengakibatkan perubahan orientasi di dunia bisnis yaitu dari *shareholders* ke *stakeholders*. Tanggung jawab sosial digunakan untuk menjaga hubungan yang harmonis antara perusahaan dan lingkungan di luar perusahaan.

Menurut John Elkington dalam buku yang berjudul "*Cannibals with forks :The Triple Bottom line in 21st century Business*" pada tahun 1997 menyebutkan pemahaman *CSR* dengan 3P yaitu *profit, people, planet* (Suharto, 2008). Konsep ini memuat pengertian bahwa bisnis tidak hanya sekedar mencari keuntungan (*profit*) melainkan juga kesejahteraan orang (*people*) dan menjamin keberlangsungan hidup planet. Konsep *CSR* berkaitan erat dengan keberlangsungan atau *sustainability* perusahaan. Konsep *CSR* mengharuskan perusahaan untuk mengambil keputusan dan melaksanakan aktivitas perusahaan tidak hanya mengacu pada profitabilitas saja melainkan juga berdasarkan konsensus sosial dan lingkungan untuk saat ini maupun masa yang akan datang.

Kesadaran akan pentingnya pengungkapan *CSR* oleh perusahaan di Indonesia sudah mulai terealisasi, hal ini di buktikan dengan dukungan pemerintah Indonesia pada tahun 2007 mengeluarkan Undang-undang Perseroan Terbatas No.40 Pasal 74 tahun 2007, yang pasal

(1) berbunyi Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan dan pasal (2) Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran, atau secara singkat menyiratkan bahwa perusahaan yang melakukan kegiatan usaha di bidang/berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Penelitian ini mencoba melihat hubungan antara luas pengungkapan CSR terhadap kinerja keuangan pada suatu perusahaan. Pada penelitian ini pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan diproksi kedalam 4 (empat) variabel yaitu tema lingkungan dan energi; tema konsumen dan produk; tema tenaga kerja; serta tema kemasyarakatan (Widaryanti 2007). Sedangkan kinerja keuangan direpresentasikan oleh besarnya *Return on Assets* (ROA), alasannya adalah bahwa keberhasilan pemimpin sebagai pengelola perusahaan dapat dilihat dari kinerja keuangan yang ditunjukkan oleh jumlah penjualan, tenaga kerja, asset yang dimiliki dan analisis rasio yang disajikan dalam laporan keuangan (Widaryanti 2007). Adapun rasio yang digunakan adalah rasio profitabilitas (*Return On Asset* /ROA). Karena rasio ini dipandang cukup representatif dalam mencerminkan kinerja keuangan perusahaan.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori *Stakeholder*

Konsep pertanggung jawaban sosial perusahaan telah mulai dikenal sejak awal 1970an, yang secara umum di kenal dengan *stakeholder theory* artinya sebagai kumpulan kebijakan dan praktik yang berhubungan dengan stakeholder. Nilai-nilai pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat dan lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan. *Stakeholder theory* dimulai dengan asumsi bahwa nilai (*Value*) secara eksplisit dan tak di pungkiri merupakan bagian dari kegiatan usaha. (Freeman dkk.,2004).

Dalam Kesehariannya perusahaan cenderung aktif untuk mengutamakan kepentingan dari sebagian kecil stakeholder, yaitu kepentingan *stakeholder* sehingga kepentingan dari stakeholder lainnya terabaikan. Friedman 1970 dalam (Ghozali dan Chairiri, 2007) menulis artikel di New York Times Magazine yang Mengklaim tentang perusahaan-perusahaan itu hanya berikir bagaimana memperoleh keuntungan sedangkan masalah lainya seperti halnya peningkatan kemakmuran masyarakat itu lebih baik di serahkan kepada pemerintah saja. Hal ini memunculkan gagasan yang dinamakan *stakeholder theory*. *Stakeholder theory* adalah teori yang menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri, tetapi juga harus memberikan manfaat kepada seluruh *stakeholders*-nya.

Stakeholder pada dasarnya dapat mengendalikan atau memiliki kemampuan untuk mempengaruhi pemakain sumber-sumber ekonomi yang di gunakan perusahaan. Oleh karena itu power *stakeholder* di tentukan oleh besar kecilnya power yang dimiliki *stakeholder* atas sumber tersbut (Ghozali dan Chairiri, 2007). Power tersebut dapat berupa kemampuan untuk membatasi pemakain sumber ekonomi yang terbatas (modal dan tenaga kerja), akses terhadap media berpengaruh, kemampuan untuk mengatur perusahaan, atau kemampuan untuk mempengaruhi konsumsi atas barang dan jasa yang dihasilkan perusahaan (Ghozali dan Chariri, 2007). Oleh karena itu, "ketika *stakeholder* mengendalikan sumber ekonomi yang penting bagi perusahaan, maka perusahaan akan bereaksi dengan cara-cara yang memuaskan stakeholder"(Ghozali dan Chariri, 2007).

2.1.2 Teori Legitimasi

Teori lain yang melandasi *Corporate social Responsibility* adalah teori Legitimasi. Teori legitimasi dan teori stakeholder merupakan perspektif teori yang berada dalam kerangka teori ekonomi politik. Karena pengaruh masyarakat luas dapat menentukan alokasi sumber keuangan dan sumber ekonomi lainnya, perusahaan cenderung menggunakan kinerja berbasis lingkungan dan pengungkapan informasi lingkungan untuk membenarkan atau melegitimasi aktivasi perusahaan di mata masyarakat (Gray dkk, 1995).

Legitimasi merupakan hal yang penting dalam perkembangan perusahaan kedepannya. Perlunya perusahaan memperoleh legitimasi dari seluruh stakeholders dikarenakan adanya batasan-batasan yang di buat dan di tekankan oleh norma-norma dan nilai-nilai sosial, dan reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya analisis perilaku organisasi dengan memperlihatkan lingkungan (Dowling dan Pletter dalam Adhiwardana, 2013)

Barkemeyer (2007) mengungkapkan bahwa penjelasan tentang kekuatan teori legitimasi organisasi dalam konteks tanggung jawab sosial perusahaan di negara berkembang terdapat dua hal : pertama, kapabilitas untuk menempatkan motif maksimalisasi keuntungan membuat gambaran lebih jelas tentang motivasi perusahaan memperbesar tanggung jawab sosialnya. Kedua, legitimasi organisasi dapat untuk memasukan faktor budaya yang membentuk tekanan institusi yang berbeda dalam konteks yang berbeda.

Teori legitimasi memfokuskan pada kewajiban perusahaan untuk memastikan bahwa mereka beroperasi dalam bingkai dan norma yang sesuai dalam lingkungan masyarakat dimana perusahaan itu berdiri, dimana perusahaan memastikan aktifitas yang dilakukan di terima sebagai sesuatu yang “sah” (Deegan, 2004).

Praktek *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan perusahaan bertujuan untuk menyelaraskan diri dengan norma masyarakat. Dengan adanya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang baik, maka di harapkan perusahaan akan mendapat legitimasi dari masyarakat sehingga dapat meningkatkan kinerja yang bertujuan untuk pencapaian keuntungan perusahaan.

2.2 Kinerja Keuangan

Kinerja perusahaan merupakan salah satu indikator yang penting, tidak saja bagi perusahaan, tapi juga bagi investor, Kinerja menunjukkan kemampuan manajemen perusahaan dalam mengelola modalnya. Kinerja merupakan hasil yang telah dicapai atas berbagai aktivitas yang dilakukan dengan pendayagunaan berbagai sumber-sumber yang tersedia, yang diukur dengan menggunakan ukuran tertentu yang standar (Felisia, 2011).

Penilaian kinerja perusahaan dapat dilakukan dengan cara mengukur kinerja tersebut, pengukuran kinerja perusahaan dapat dilakukan dengan menggunakan suatu metode atau pendekatan. Menurut Horngren (2009), pengkuran kinerja dapat dikelompokkan menjadi pengukuran kinerja non keuangan (*non financial pertormance measurement*) dan pengukuran kinerja keuangan (*financial performancemeasurement*).

Untuk mengukur kinerja keuangan perusahaan, biasanya dinilai dengan laba akuntansi, dengan alat ukur yang lazim digunakan untuk mengukur tingkat laba (*profitability ratios*) adalah Return on Assefs (ROA) dan *Return on Equity* (ROE) (Palepu, 2004), Selanjutnya Garrison dan Noreen (2003) mengukur rasio *profitabilitas* hanya dengan *Return on Investmenf* (ROI) saja sementara Horngren (2009) membagi rasio *profitabilitas* menjadi *Return on Investment, Residual Income, dan Return on Sales (ROS)*. Kinera keuangan juga dapat di ukur melalui *Economic Value Added (EVA)* dan *Financial Value Added (FVA)*.

ROA merupakan perbandingan antara laba bersih setelah pajak dan rata-rata total asset (Felisia, 2011). Dalam penelitian ini ROA digunakan sebagai kinerja keuangan

perusahaan. ROA menunjukkan efektivitas perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan mengoptimalkan asset yang dimiliki. Semakin tinggi ROA maka menunjukkan semakin efektif perusahaan tersebut, karena besarnya ROA dipengaruhi oleh besarnya laba yang dihasilkan perusahaan.

Perusahaan yang telah *go public* atau yang sudah tergabung dalam bursa adalah perusahaan yang dimiliki oleh masyarakat. Pihak manajemen bertanggung jawab atas aset yang ada dan menjalankannya secara semaksimal mungkin. Sedangkan hubungannya dengan *shareholder* atau *stakeholder* perusahaan wajib membuat laporan kinerja perusahaan.

Evaluasi perusahaan yang mengacu pada standar eksternal melalui *competitive benchmarking* memberikan gagasan untuk mengembangkan analisis rasio keuangan perusahaan individual dengan memepertimbangkan rasio industri (Martono, 2002). Analisis kinerja perusahaan individual dengan menggunakan pendekatan industri dinilai sangat relevan dalam persaingan industri. Hal ini disebabkan karena kegiatan yang dilakukan perusahaan tidak hanya dipengaruhi oleh faktor internal perusahaan namun juga faktor eksternal perusahaan. Salah satu indikator penting yang digunakan dalam persaingan industri adalah daya tarik bisnis (*bussines attractiveness*). Indikator ini dapat diukur dengan rasio profitabilitas industri yang seperti ROA.

2.3 *Corporate social responsibility*

Tindakan perusahaan yang bertujuan pada kebersamaan organisasi dan masyarakat dalam mendapatkan keuntungan kemudian menjadi konsep CSR. Dengan kata lain CSR adalah pengaturan praktek manajemen yang memastikan perusahaan untuk memaksimalkan dampak positif dalam operasinya pada masyarakat (Jamali dan Mirhsak, 2006).

Corporate Social Responsibility adalah mekanisme bagi suatu perusahaan untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholder*, yang melebihi tanggungjawab sosial di bidang hukum (Darwin, 2004). Pendapat Friedman dalam Suharto (2008) menyatakan bahwa tujuan utama korporasi adalah memperoleh profit semata semakin ditinggalkan. Sebaliknya konsep *triple bottom line* (*profit, planet, people*) yang digagas oleh John Elkington makin masuk ke dalam *mainstream* etika bisnis (Suharto, 2008).

Pengungkapan *Corporate social responsibility* pada laporan tahunan perusahaan seringkali dilakukan secara sukarela oleh perusahaan. Henderson dan Peirson dalam Widaryanti (2007) menguraikan beberapa alasan bagi perusahaan untuk mengungkapkan kinerja sosial secara sukarela, antara lain:

1. *Internal decision making*. Manajemen membutuhkan informasi untuk menentukan efektivitas dari informasi sosial tertentu dalam mencapai tujuan asosiasi perusahaan.
2. *Product differentiation*. Manajer dari perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial memiliki insentif untuk membedakan diri dari pesaing yang tidak bertanggung jawab secara sosial kepada masyarakat.
3. *Enlightened self interest*. Perusahaan melakukan pengungkapan untuk menjaga keselarasan sosialnya dengan para stakeholder yang terdiri dari stockholder, kreditor, karyawan, pemasok, pelanggan, pemerintah dan masyarakat karena mereka dapat mempengaruhi pendapatan penjualan dan harga saham perusahaan.

Hubungan antara kinerja keuangan dan pengungkapan *Corporate social responsibility* perusahaan telah menimbulkan pertanyaan bagi banyak pihak, sehingga timbullah berbagai pokok pikiran yang menghasilkan prediksi yang berbeda-beda. Herremans et.al (1993) dalam (Widaryanti 2007) menyebutkan beberapa pokok pikiran mengenai hubungan antara pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan kinerja keuangannya, antara lain:

1. Pokok pikiran yang menggambarkan kebijakan konvensional; berpendapat bahwa terdapat biaya tambahan yang signifikan dan akan menghilangkan peluang perolehan laba untuk melaksanakan tanggung jawab sosial yang akan menurunkan profitabilitas.
2. Biaya tambahan khusus untuk melaksanakan tanggung jawab sosial akan menghasilkan dampak netral (*balance*) terhadap profitabilitas. Hal ini disebabkan tambahan biaya yang dikeluarkan akan tertutupi oleh keuntungan efisiensi yang ditimbulkan oleh pengeluaran biaya tersebut.
3. Pokok pikiran yang memprediksikan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan berdampak positif terhadap profitabilitas; Bruyn (1987) dalam Widaryanti (2007) mengamati bahwa seluruh investasi memiliki dasar sosial, sehingga pencarian informasi mengenai faktor-faktor sosial akan menambah kemampuan para investor untuk memprediksikan hasil-hasil ekonomi (*economic outcomes*). Selain itu kebijakan sosial yang proaktif mensyaratkan manajemen yang superior. Perusahaan yang memiliki tanggung jawab sosial lebih tinggi cenderung memiliki manajemen yang terampil atau berkualitas, dan pada akhirnya akan cenderung menghasilkan kinerja ekonomi yang lebih baik.

3. PENELITIAN TERDAHULU

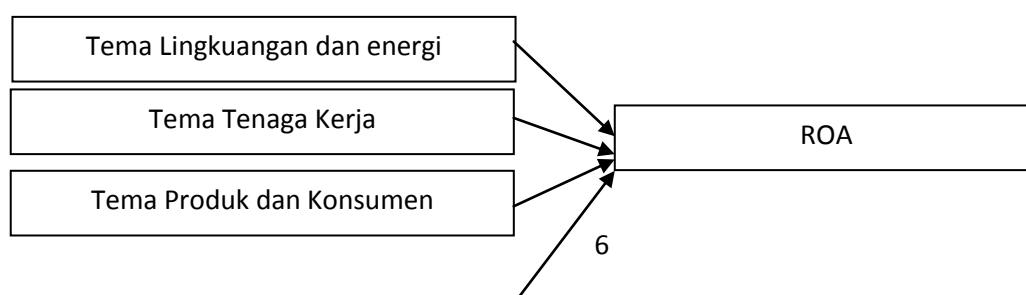
Adapun penelitian-penelitian terdahulu yang mencoba untuk mengungkapkan hubungan positif antara CSR terhadap kinerja Perusahaan. Penelitian tersebut di antaranya dilakukan oleh adiwardana (2013) pengungkapan CSR oleh 66 perusahaan yang terdaftar di BEI selama tahun 2008-2010 berpengaruh positif terhadap Profitabilitas. Kurniawansyah & Mutmainah (2013) CSR yang diungkapkan oleh perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta (BEI) pada tahun 2009-2011 berpengaruh terhadap variabel *Return on Asset* (ROA) dan *Loan to Deposit Ratio* (LDR) sebagai proksi dari pengukuran *financial performance* tahun 2011. Khabibah & Mutmainah (2013) CSR yang diungkapkan oleh perusahaan perbankan syariah berhubungan positif dengan ROE.

Namun ada juga penelitian yang mengungkapkan hubungan negatif antara CSR terhadap kinerja perusahaan. Penelitian tersebut di antaranya adalah Fiori et al (2007) *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* tema lingkungan tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdapat di Italia. Widaryanti (2007) pengaruh pengungkapan CSR pada tema lingkungan dan energi; tema tenaga kerja; tema konsumen dan produk; serta tema kemasyarakatan tidak menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan.

4. KERANGKA PEMIKIRAN

Hubungan antar pengungkapan tanggung jawab sosial yang diproksi dalam empat tema tersebut dan kinerja keuangan yang direpresentasikan oleh ROA dapat digambarkan sebagai berikut:

GAMBAR 1
Gambar Kerangka Pemikiran



Tema Kemasyarakatan

5. HIPOTESIS

- H1 : Lingkungan dan energi berpengaruh terhadap kinerja keuangan
- H2 : Ketenaga kerjaan berpengaruh terhadap kinerja keuangan
- H3 : Produk dan konsumen berpengaruh terhadap kinerja keuangan
- H4 : Pengungkapan kemasyarakatan berpengaruh terhadap kinerja keuangan

6. Model Penelitian

6.1 Variabel Independen CSR

Item- item dalam pengungkapan CSR yang di gunakan dalam penelitian ini mengacu pada instrumen yang di gunakan oleh Sayekti dan Wondabio (2007) yang mengelompokan CSR kedalam kategori Lingkungan dan Energi, Tenaga Kerja, Produk dan Konsumen, Masyarakat dan Umum namun kategori umum tidak di gunakan karena tidak termasuk kedalam variabel yang akan di uji, Penelitian ini hanya menggunakan *annual report* dalam mengukur pengungkapan CSR dikarenakan masih sedikitnya perusahaan yang melaporkan *sustainability report* ataupun laporan lingkungan lainnya di Indonesia, dan dengan hanya menggunakan *annual report* secara keseluruhan diharap tidak akan terjadi ketimpangan hasil pengungkapan CSR. dalam penghitungan *Corporate social responsibility* (CSR) dilakukan dengan menggunakan prinsip dikotomi dimana memberikan:

Score 0 : Jika perusahaan tidak mengungkapkan item pada daftar pertanyaan.

Score 1 : Jika perusahaan mengungkapkan item pada daftar pertanyaan.

Selanjutnya, skor dari setiap item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan. Rumus perhitungan *Corporate Social Disclosure Index* (CSDI) adalah sebagai berikut:

$$\text{A. CSDI L} = \frac{\text{Jml item tema lingkungan yg diungkapkan}}{20}$$

$$\text{B. CSDI TK} = \frac{\text{Jml item tema ketenagakerjaan yang diungkapkan}}{37}$$

$$\text{C. CSDI K\&P} = \frac{\text{Jml item tema konsumen \& produk yg diungkapkan}}{10}$$

$$\text{D. CSDI M} = \frac{\text{Jml item kemasyarakatan yang diungkapkan}}{9}$$

6.2 Variabel Dependen ROA

Kinerja keuangan diartikan sebagai penentuan ukuran – ukuran tertentu yang dapat mengukur keberhasilan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba. Dalam mengukur kinerja keuangan perlu dikaitkan antara perusahaan dengan pusat pertanggungjawaban (Ermayanti, 2009).

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kinerja keuangan perusahaan yang diwakili oleh rasio *Return On Asset* (ROA) untuk mengetahui tingkat profitabilitas perusahaan. Selain itu, rasio tersebut juga menunjukkan tingkat efisiensi investasi yang tampak pada tingkat perputaran aktiva Sasongko dalam (widaryanti, 2007). Secara sistematis rasio tersebut dapat diformulasikan sebagai berikut:

$$\text{ROA} : \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aktiva}}$$

7. PENENTUAN SAMPLE

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang berasal dari PT Indonesian Capital Market Electronic Library (CAMEL) dan kantor IDX Pandanaran, Semarang. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode purposive sampling, yaitu pengambilan sampel dengan tujuan dan arah penelitian yang telah ditetapkan. Pemilihan sampel pada penelitian ini dengan kriteria:

1. Perusahaan manufaktur yang konsisten terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia untuk tahun 2010-2012 secara berturut-turut.
2. Perusahaan manufaktur yang memberikan laporan tahunan tahun 2010-2012 secara berturut-turut.
3. Memiliki data lengkap yang berkaitan dengan variabel-variabel yang akan diteliti.

8. Metodel Analisis

Data yang telah dikumpulkan akan dilakukan analisis dengan melakukan statistic deskriptif dan uji asumsi klasik. Analisis statistik diskriptif dilakukan untuk mengetahui distribusi data. Sedangkan dalam uji asumsi klasik dilakukan untuk menguji kelayakan model regresi, diantaranya : 1) Uji normalitas data dengan melakukan one sample Kormogorov Smirnov, 2) Uji multikolinearitas dengan melihat tolerance value dan nilai variance inflation factor (VIF), 3) Uji heteroskedastis dengan melihat distribusi data scatterplot, 4) Uji Autokorelasi dengan menggunakan uji Durbin-Watson.

Analisa regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel tidak bebas (terikat) atas perubahan dari setiap peningkatan atau penurunan variabel bebas yang akan mempengaruhi variabel terikat, Sehingga model penelitian dirumuskan :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Dimana :

Y = Kinerja Keuangan

a = Intersep Model

b = Koefisien Regresi

X1 = Tema Lingkungan dan Energi

X2 = Tema Tenaga kerja

X3 = Tema Konsumen dan Produk

X4 = Tema Kemasyarakatan

e = Error term model (variabel residual)

9. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Obyek Penelitian

Penelitian ini menggunakan populasi perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2010 hingga 2012 yang mempublikasikan *annual report* pada

tahun 2010 hingga 2012. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dalam pemilihan sampel dengan beberapa ketentuan. Penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :

Tabel 4.1

Populasi dan Sampel Penelitian

Keterangan	Jumlah
Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2010-2012	153
Ketidakmampuan peneliti dalam mengumpulkan data annual report per 31 Desember 2010-2012	(91)
Perusahaan yang tidak melaporkan CSR dan tidak memiliki data yang lengkap berkaitan dengan variabel penelitian	(39)
Sampel penelitian	23
Total observasi penelitian (3 tahun) (23 x 3)	69

10 Hasil Penelitian

10.1 Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 10.1

Deskripsi Variabel Penelitian

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Lingkungan dan Energi	69	.050	.650	.24130	.174043
Ketenagakerjaan	69	.027	.405	.21796	.084538
Produk dan Konsumen	69	.100	.700	.30435	.185055
Kemasyarakatan	69	.111	.778	.42830	.195737
ROA	69	.001	.404	.13680	.107111
Valid N (listwise)	69				

Table 10 menunjukkan bahwa jumlah data yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 69 unit. Jumlah tersebut merupakan total dari sample perusahaan manufaktur selama 3 tahun pengamatan yaitu tahun 2010 sampai dengan 2012 dimana setiap tahunnya terdapat 23 perusahaan manufaktur yang menjadi sampel penelitian.

Rata-rata pengungkapan CSR tema Lingkungan dan Energi sebesar 0,24130 dengan nilai minimum 0,050 dan nilai maximum 0,650. Nilai Std. Deviation pengungkapan CSR tema lingkungan dan Energi sebesar 0.174043 lebih kecil dari nilai rata-rata dengan demikian

penyebaran data untuk variabel Lingkungan dan Energi dalam penelitian ini adalah merata dan tidak terdapat perbedaan yang tinggi antara data yang satu dengan data yang lainnya.

Rata-rata pengungkapan CSR tema Ketenagakerjaan sebesar 0,21796 dengan nilai minimum 0,027 dan nilai maximum 0,405. Nilai Std. Deviation pengungkapan CSR tema lingkungan dan Energi sebesar 0.084538 lebih kecil dari nilai rata-rata, dengan demikian penyebaran data untuk variabel ketenagakerjaan dalam penelitian ini adalah merata dan tidak terdapat perbedaan yang tinggi antara data yang satu dengan data yang lainnya.

Rata-rata pengungkapan CSR tema Produk dan Konsumen sebesar 0,30435 dengan nilai minimum 0,100 dan nilai maximum 0,700. Nilai Std. Deviation pengungkapan CSR tema lingkungan dan Energi sebesar 0.185055 lebih kecil dari nilai rata-rata dengan demikian penyebaran data untuk variabel Produk dan Konsumen dalam penelitian ini adalah merata dan tidak terdapat perbedaan yang tinggi antara data yang satu dengan data yang lainnya.

Rata-rata pengungkapan CSR tema Kemasyarakatan sebesar 0,42830 dengan nilai minimum 0,111 dan nilai maximum 0,778. Nilai Std. Deviation pengungkapan CSR tema lingkungan dan Energi sebesar 0.195737 lebih kecil dari nilai rata-rata dengan demikian penyebaran data untuk variabel Produk dan Konsumen dalam penelitian ini adalah merata dan tidak terdapat perbedaan yang tinggi antara data yang satu dengan data yang lainnya.

Kinerja Keuangan yang diukur dengan indikator ROA memiliki nilai minimum 0.001 dan nilai maximum 0.404. Nilai rata-rata ROA perusahaan sebesar 0.13680 dengan std. Deviaton sebesar 0.10711 Nilai std.Deviatio lebih kecil dari nilai rata-rata dengan demikian penyebaran data untuk variabel ROA dalam penelitian ini adalah merata dan tidak terdapat perbedaan yang tinggi antara data yang satu dengan data yang lainnya.

10.2 Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik berguna untuk menguji bahwa model regresi linier merupakan model yang baik. Model regresi dikatakan baik apabila terdistribusi secara normal, Tidak mengandung Multikolonieritas, Autokorelasi dan Hetrokedastisitas.

10.2.1 Uji Normalitas

Besarnya nilai Kolmogorov-smirnov adalah 1.292 dan nilai signifikan $0.071 > 0.05$ hal ini berarti H_0 diterima yang berarti data residual berdistribusi normal.

10.2.2 Uji Multikolonieritas

Hasil pengujian menunjukkan nilai Tolerance menunjukkan tidak ada variabel independen yang memiliki nilai Tolerance kurang dari 0.10 dan Hasil pengujian nilai VIF juga menunjukkan hal yang sama tidak ada satu variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolonieritas antar variabel independen dalam model regresi.

10.2.3 Uji Autokorelasit

Nilai DW sebesar 1.739 lebih besar dari batas atas (du) 1.731 dan kurang dari 4-du, ($1.731 < 1.739 < 2.269$). Dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima tidak terdapat autokorelasi.

10.2.4 Uji Hetrokedastisitas

Hasil tampilan output spss memberikan koefisien parameter untuk variabel independen tidak ada yang signifikan > 0.05 . Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terdapat hetrokedastisitas.

10.3 Analisis Uji Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda menunjukkan hasil analisis regresi berganda antara CSR tema Lingkungan dan Energi, CSR Ketenagakerjaan, CSR Produk dan Konsumen dan CSR Masyarakat terhadap ROA. Hasil analisis uji regresi dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 10.2
Uji Regresi

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.010	.045		-.218	.828
Lingkungan dan Energi	.054	.076	.088	.716	.477
Ketenagakerjaan	.047	.144	.037	.329	.743
Produk dan Konsumen	.144	.067	.249	2.149	.035
Kemasyarakatan	.185	.065	.339	2.842	.006

a. Dependent Variable: ROA

Persamaan Regresi berganda berdasarkan hasil pengolahan adalah sebagai berikut:

$$Y = -0.10 + 0.054 \text{ Lingkungan dan Energi} + 0.047 \text{ Ketenagakerjaan} + 0.144 \text{ Produk dan Konsumen} + 0.185 \text{ Kemasyarakatan} + e$$

Hasil persamaan regresi berganda dapat dijelaskan sebagai berikut :

- Konstanta = -0,10, artinya bila variabel Lingkungan dan Energi, Ketenagakerjaan, Produk dan Konsumen, Kemasyarakatan konstanta atau tetap, maka kinerja keuangan bernilai -0.10.
- Koefisien regresi Lingkungan dan Energi sebesar 0,054, dan bertanda positif, artinya bila pengungkapan CSR tema Lingkungan dan Energi semakin baik maka akan diikuti peningkatan ROA sebesar 0,054.
- Koefisien regresi Ketenagakerjaan sebesar 0,047, dan bertanda positif, artinya bila pengungkapan CSR tema Ketenagakerjaan semakin baik maka akan diikuti peningkatan ROA sebesar 0,047.
- Koefisien regresi Produk dan Konsumen sebesar 0,144, dan bertanda positif, artinya bila pengungkapan CSR tema Produk dan Konsumen semakin baik maka akan diikuti peningkatan ROA sebesar 0,144.
- Koefisien regresi Kemasyarakatan sebesar 0,185, dan bertanda positif, artinya bila pengungkapan CSR tema Kemasyarakatan semakin baik maka akan diikuti peningkatan ROA sebesar 0,185.

10.4 Analisis Uji Hipotesis

10.4.1 Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik F)

Tabel 10.3
Uji F
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.174	4	.044	4.599	.003 ^a
	Residual	.606	64	.009		

Total	.780	.68			
-------	------	-----	--	--	--

a. Predictors: (Constant), Kemasyarakatan, Produk dan Konsumen, Ketenagakerjaan, Lingkungan dan Energi

b. Dependent Variable: ROA

Dari Uji F di dapatkan nilai F hitung sebesar 4.599 dengan signifikansi 0.003. Karena nilai signifikan $0.003 < 0.005$ maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi ROA atau dapat dikatakan bahwa variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap ROA.

10.4.2 Uji Signifikan Paramater Individual (Uji Statistik t)

Tabel 10.4

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.010	.045		-.218	.828
	Lingkungan dan Energi	.054	.076	.088	.716	.477
	Ketenagakerjaan	.047	.144	.037	.329	.743
	Produk dan Konsumen	.144	.067	.249	2.149	.035
	Kemasyarakatan	.185	.065	.339	2.842	.006

Adapun penjelasan terhadap masing-masing variabel sebagai berikut :

a. Lingkungan dan Energi (X1)

. Hasil pengujian untuk variabel Lingkungan dan Energi (X1) menunjukkan nilai t sebesar 0,716 dengan nilai signifikansi sebesar 0,477. Dilihat dari nilai signifikansinya lebih dari 0,05 ($0,477 > 0,05$) yang berarti bahwa hipotesis pertama (H1) ditolak. Dengan demikian pengungkapan tema Lingkungan dan Energi tidak berpengaruh terhadap ROA.

b. Ketenagakerjaan (X2)

Hasil pengujian untuk variabel ketenagakerjaan (X2) menunjukkan nilai t sebesar 0,329 dengan nilai signifikansi sebesar 0,743. Dilihat dari nilai signifikansinya lebih dari 0,05 ($0,743 > 0,05$) yang berarti bahwa hipotesis kedua (H2) ditolak. Dengan demikian pengungkapan tema Ketenagakerjaan tidak berpengaruh terhadap ROA.

c. Produk dan Konsumen (X3)

Hasil pengujian untuk variabel Produk dan Konsumen (X3) menunjukkan nilai t sebesar 2,149 dengan nilai signifikansi sebesar 0,035. Dilihat dari nilai signifikansinya kurang dari 0,05 ($0,035 < 0,05$) yang berarti bahwa hipotesis ketiga (H3) diterima. Dengan demikian pengungkapan tema Produk dan Konsumen berpengaruh terhadap ROA.

d. Kemasyarakatan (X4)

Hasil pengujian untuk variabel kemasyarakatan (X4) menunjukkan nilai t sebesar 2,849 dengan nilai signifikansi sebesar 0,006. Dilihat dari nilai signifikansinya kurang dari 0,05 ($0,006 < 0,05$) yang berarti bahwa hipotesis keempat (H4) diterima. Dengan demikian pengungkapan tema kemasyarakatan berpengaruh terhadap ROA.

10.4.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dari hasil pengujian masing-masing persamaan diperoleh sebagai berikut:

Tabel 10.5
Uji R^2
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.473 ^a	.223	.175	.097304	1.739

a. Predictors: (Constant), Kemasyarakatan, Produk dan Konsumen, Ketenagakerjaan, Lingkungan dan Energi

b. Dependent Variable: ROA

Dari tampilan output spss model summary besarnya adjusted R^2 adalah 0.175, hal ini berarti 17.5% variasi ROA dapat dijelaskan oleh variasi keempat variabel independen Lingkungan dan Energi, Ketenagakerjaan, Produk dan Konsumen, Kemasyarakatan. Sedangkan sisanya ($100\% - 17,5\% = 82,5\%$) dijelaskan sebab – sebab yang lain di luar model

10.5 Pembahasan

10.5.1 Pengaruh Lingkungan dan Energi terhadap ROA

Hasil pengujian untuk variabel Lingkungan dan Energi (X_1) menunjukkan nilai t sebesar 0,716 dengan nilai signifikansi sebesar 0,477. Dilihat dari nilai signifikansinya lebih dari 0,05 ($0,477 > 0,05$) yang berarti bahwa hipotesis pertama (H_1) ditolak. Dengan demikian pengungkapan tema Lingkungan dan Energi tidak berpengaruh terhadap ROA. Hasil penelitian ini searah dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Fiori et al 2007 yang menyatakan bahwa CSR yang salah satunya diprosikan oleh tema Lingkungan Tidak berpengaruh terhadap ROA.

Hasil penelitian ini juga menolak teori stakeholder yang menyatakan bahwa semakin baik pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan maka stakeholder akan semakin tepuaskan dan akan memberikan dukungan penuh terhadap seluruh kegiatan perusahaan yang bertujuan untuk menaikkan kinerja keuangan. Hasil penelitian ini menolak teori tersebut dimungkinkan karena item-item CSR tema Lingkungan dan Energi seperti penggunaan materi daur ulang dan menggunakan energi secara lebih efektif dan lebih efisien dalam kegiatan operasi yang seharusnya berdampak langsung terhadap kinerja keuangan pengungkapannya masih di bawah 50% dan banyak juga item-item yang disajikan kurang sesuai hal ini di tunjukan melalui data tabulasi ada 18 item dari 20 yang pengungkapannya kurang dari 50%.

Hal ini juga dimungkinkan karena menciptakan energi yang ramah lingkungan akan mengeluarkan biaya yang jauh lebih besar dan akan mengurangi laba yang akan di terima perusahaan dan akhirnya berpengaruh terhadap turunya kinerja keuangan perusahaan. Penggunaan energy alternatif juga akan mengurangi produk yang dihasilkan karena kurangnya optimalisasi proses produksi maka memicu berkurangnya laba perusahaan.

10.5.2 Pengaruh Ketenagakerjaan terhadap Kinerja ROA

Hasil pengujian untuk variabel ketenagakerjaan (X_2) menunjukkan nilai t sebesar 0,329 dengan nilai signifikansi sebesar 0,743. Dilihat dari nilai signifikansinya lebih dari 0,05 ($0,743 > 0,05$) yang berarti bahwa hipotesis kedua (H_2) ditolak. Dengan demikian pengungkapan tema Ketenagakerjaan tidak berpengaruh terhadap ROA. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Widaryanti 2007 yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara ketenagakerjaan terhadap ROA.

Widaryanti dalam penelitiannya juga menemukan bahwa minat perusahaan untuk mengungkap tema tenaga kerja disamping karena aspek sosial juga lebih dominan karena aspek tuntutan karyawan yang langsung bersentuhan dengan keberlangsungan perusahaan sehingga tingkat kesejahteraan karyawan akan lebih berpengaruh terhadap motivasi kerja namun tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan.

Hasil penelitian ini juga menolak teori stakeholder yang menyatakan bahwa semakin baik pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan maka stakeholder akan semakin tepuaskan dan akan memberikan dukungan penuh terhadap seluruh kegiatan perusahaan yang bertujuan untuk menaikkan kinerja keuangan. Hasil penelitian ini menolak teori tersebut dimungkinkan karena item-item CSR tema ketenagakerjaan seperti item pelatihan tenaga kerja melalui program tertentu dan item peningkatan kondisi kerja secara umum yang seharusnya berdampak secara langsung terhadap kinerja keuangan pengungkapannya masih di bawah 50%. Banyak juga item-item yang disajikan kurang sesuai hal ini di tunjukan melalui data tabulasi ada 33 item dari 37 item yang pengungkapannya kurang dari 50%.

10.5.3 Pengaruh Produk dan Konsumen terhadap ROA

Hasil pengujian untuk variabel Produk dan Konsumen (X3) menunjukkan nilai t sebesar 2,149 dengan nilai signifikansi sebesar 0,035. Dilihat dari nilai signifikansinya kurang dari 0,05 ($0,035 < 0,05$) yang berarti bahwa hipotesis ketiga (H3) diterima. Dengan demikian pengungkapan tema Produk dan Konsumen berpengaruh terhadap ROA. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Kurniawansyah dan Mutmainah (2013) menemukan dalam penelitian yang dilakukan bahwa terdapat hubungan positif antara CSR yang salah satunya di ungkapkan melalui tema produk dan konsumen berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan yang direpresentasikan dengan ROA.

Hasil penelitian ini juga mendukung teori stakeholder yang menyatakan bahwa semakin baik pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan maka stakeholder akan semakin tepuaskan dan akan memberikan dukungan penuh terhadap seluruh kegiatan perusahaan yang bertujuan untuk menaikkan kinerja keuangan. Hal ini dapat dibuktikan melalui sample penelitian yang di tunjukan oleh PT. Unilever Indonesia Tbk pada tahun 2011 yang melakukan Pengungkapan CSR Produk dan Konsumen sebesar 0.6 nilai ini diatas rata-rata pengungkapan perusahaan lain mendapatkan nilai ROA diatas rata-rata yaitu 0,4 dan hal yang sama juga di tunjukan oleh PT. Selamat sempurna Tbk pada tahun 2012 yang melakukan pengungkapan CSR Produk dan Konsumen sebesar 0,400 nilai ini diatas rata-rata pengungkapan CSR perusahaan lain mendapatkan nilai ROA sebesar 0.19 nilai ini diatas rata-rata pendapatan ROA perusahaan lain dalam sample. Hal ini semakin menunjukan bahwa pengungkapan CSR Produk dan Konsumen berpengaruh terhadap ROA

Hasil penelitian juga searah dengan teori Kartini 2009 yang menyebutkan bahwa merek perusahaan akan diapresiasi oleh para pelanggan terutama dalam pembentukan loyalitas terhadap merek tersebut, jika perusahaan memperhatikan kualitas produk dan mampu membuat inovasi-inovasi produk yang baru.

10.5.4 Pengaruh Kemasyarakatan terhadap ROA

Hasil pengujian untuk variabel kemasyarakatan (X4) menunjukkan nilai t sebesar 2,849 dengan nilai signifikansi sebesar 0,006. Dilihat dari nilai signifikansinya kurang dari 0,05 ($0,006 < 0,05$) yang berarti bahwa hipotesis keempat (H4) diterima. Dengan demikian pengungkapan tema kemasyarakatan berpengaruh terhadap ROA. Hasil penelitian ini searah dengan hasil penelitian yang dilakukan Fiori et al (2007) tanggung jawab perusahaan untuk masyarakat berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Hasil penelitian ini juga mendukung teori stakeholder yang menyatakan bahwa semakin baik pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan maka stakeholder akan

semakin tepuaskan dan akan memberikan dukungan penuh terhadap seluruh kegiatan perusahaan yang bertujuan untuk menaikkan kinerja keuangan. Hal ini dapat dibuktikan melalui sample penelitian yang di tunjukan oleh PT. Unilever Indonesia Tbk pada tahun 2011 yang melakukan Pengungkapan CSR kemasyarakatan sebesar 0.556 nilai ini diatas rata-rata pengungkapan perusahaan lain mendapatkan nilai ROA diatas rata-rata yaitu 0,4 dan hal yang sama juga di tunjukan oleh PT.Citra tubindo Tbk pada tahun 2011 yang melakukan pengungkapan CSR kemasyarakatan sebesar 0,444 nilai ini diatas rata-rata pengungkapan CSR perusahaan lain mendapatkan nilai ROA sebesar 0.21 nilai ini diatas rata-rata pendapatan ROA perusahaan lain dalam sample. Hal ini semakin menunjukan bahwa pengungkapan CSR kemasyarakatan berpengaruh terhadap ROA

Hasil penelitan juga searah dengan teori menurut Apriyanti (2004) perusahaan yang memiliki kepedulian sosial akan mendapatkan simpati dari masyarakat dan sebagai akibatnya perusahaan tersebut akan memiliki kinerja penjualan yang baik.

11.1 SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh CSR yang diproksikan kedalam Lingkungan dan Energi, Ketenagakerjaan, Produk dan Konsumen, Kemasyaraktan terhadap Kinerja Keuangan. Dari hasil penelitain ini dapat di simpulkan bahwa:

1. Lingkungan dan Energi tidak berpengaruh signifikan terhadap ROA
2. Ketenagakerjaan tidak berpengaruh signifikan terhadap ROA
3. Produk dan Konsumen berpengaruh signifikan terhadap ROA
4. Kemasyarakatan berpengaruh signifikan terhadap ROA

11.2 SARAN

Saran yang dirokemendasikan untuk penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan faktor- faktor sebagai berikut :

1. Perhitungan Kinerja Keuangan dapat di ukur dengan alat ukur kinerja Keuangan yang lain.
2. Peneltian selanjutnya diharapkan tidak hanya menggunakan anual report tetapi juga menggunakan laporan lingkungan yang lain agar data penginputan item-item CSR lebih lengkap.
3. Penelitian selanjutnya juga di harapkan menggunakan item-item CSR yang lain seperti item CSR dari GRI, karna CSR tema Lingkungan dan Energi, dan tema Ketengakerjaan tidak berpengaruh signifikan karena item-item yang disajikan pengungkapannya banyak yang kurang dari 50%.
4. Penelitian selanjutnya diharapkan tidak menggunakan seluruh perusahaan manufaktur melainkan dari jenis perusahaan manufaktur yang lebih spesifik disesuaikan dengan item-item CSR yang ditawarkan agar pengungkapan CSR tiap tema yang di tawarkan pengungkapannya merata tiap perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Adhiwardana,Edoardus.2013. *“Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Kepemilika Asing Terhadap Kinerja Perusahaan”*. Diponegoro Journal of Accounting, Volume 2, Nomor 2, Tahun 2013, Halaman 1.

Al-Tuwaijri, Sulaeman A., Theodore E. Christensen, K.E. Hughes II, 2004, *“ The relations among environmental disclosure, Environmental performance and economic*

- performance: asimultaneous equation approach*”, Accounting, Organization and Society. 29: 447471.
- Barkemeyer, ralf. 2007. “*Legitimacy as a Key Driver and Determinant of CSR in Developing countries*” paper for the 2007 Marie Curie Summer School on Earth System Governance, Amsterdam.
- Darwin, Ali. 2004. “*Penerapan Sustainability Reporting di Indonesia, Konvensi Nasional Akuntansi V*”. Program Profesi Lanjutan. Yogyakarta
- Deegan, C. 2004. *financial accounting theory*. the mcgraw-hill companies, inc.
- Eipstein, M. J. and M. Freedman. 1994. “*Social Disclosure and the Individual Investor*.” *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 7, No. 4, pp.94-108.
- Ermayanti, Dwi 2009. *Kinerja Keuangan perusahaan*. [http://wordpress.com/2009/10/15/Kinerja Keuangan perusahaan](http://wordpress.com/2009/10/15/KinerjaKeuangan%20perusahaan).
- Felisia. 2011. “*Pengukuran kinerja keuangan dengan pendekatan Economic-Value Added dan Financial Value Added*”. Bina Ekonomi Majalah Ilmiah: Fakultas Ekonomi UNPAR.
- Fiori, G. Donato, Francesca dan Izzo Maria Federaci. 2007. *Corporate Social Responsibility and Firms Performance. An Analysis On Italian Listed Companies*. *Jurnal Accounting*
- Freeman. 2004. *Stakeholder Theory and “The corporate objective Revisited”*. *Organization Science*. Vol 15 no.3
- Friedman, Milton. 1970. “*The social responsibility of business is to increase its profits*”. *The New York Times Magazine*. September 13
- Garrison & Noreen. 2003. *Managerial Accounting*. New York: McGraw Hill
- Ghozali, Imam dan A. Chariri. 2007. *Teori Akuntansi*. Badan penelitian Universitas diponegoro :Semarang.
- Ghozali, Imam 2011. *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gray, rob, reza kouhy dan simon laver. 1995. *corporate social and enviromenta reporting*. www.emeraldinsight.com. diakses 19 mar 2014
- Horngren, Datar, Foster, Rajan, and Itner. 2009. *Cost Accounting: A Manageriat Emphasis*. Pearson International Edition : Prentice Hal
- Januarti, Indira, Apriyanti D. 2005. “*Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan terhadap Kinerja Keuangan*”, *Jurnal MAKSI*, Vol. 5 No. 2
- Jamali, Dima dan Mrishak, Ramez. 2006. “*Corporate Social Responsibility (CSR): Theory and Practice in a Developing Country Context*”. *Journal of Business Ethics* (2007) 72:243–262
- Kartini, Dwi. 2009. *Corporate Social Responsibility: transformasi konsep sustansibility management dan implementasi di Indonesia*, PT. Refika Aditama

- Khabibah, Nibras dan Mutmainah. 2013. "Analisis Hubungan Corporate Social Responsibility dan Corporate Financial Performance. Diponegoro Journal of Accounting, Volume 2, Nomor 3, Tahun 2013, Halaman 1-11.
- Kurniansah, Doni dan Mutmainah. 2013. "Analisis Hubungan Financial Performance dan Corporate Social Responsibility". Diponegoro Journal of Accounting. Volume 2, Nomor 2, Tahun 2013, Halaman 1
- Martono, Cyrillius. 2002. "Analisis Pengaruh Profitabilitas Industri, Rasio leverage Keuangan Tertimbang dan Intensitas Modal Tertimbang Sertra Pangsa Pasar Terhadap "ROA" Dan "ROE" Perusahaan Yang Go-Public di Indonesia. Surabaya". Jurnal Akuntansi & Keuangan Vol. 4, No. 2, Nopember 2002: 126 - 140
- Novritanti, Vessy dan Riadi. 2012. "Pengaruh Corporate Sosial Responsibility Dan Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Perusahaan". Jurnal Akuntansi, Vol. 1, No. 1, Oktober 2012 : 1-11
- Nugroho, Y. 10 Nopember 2007. "Dilema Tanggung Jawab Korporasi." *Kumpulan Tulisan*, n.p., <http://www.unisosdem.org>. (dilihat pada tanggal 23 Oktober 2013).
- Palepu, Healy, Bernard. 2004. "Business Analysis and Valuation: Using Financial Sfafemenfs. South Western": Thomson Learning
- Riahi-Belkaoui, A. 2003. "Intellectual capital and firm performance of US multinational firms A study of the resource-based and stakeholder views", *Journal of intellectual Capital*, vol 4, no.2, pp.215-216.
- Sayekti dan Wondabio. 2007. " Pengaruh CSR *Discloure* Terhadap *Earning Response Coefecient*". Simposium Nasional Akuntansi
- Sekaran. 2003. "Metode Penelitian Sosial dan Bisnis, cetakan pertama". Yogyakarta : Graha Ilmu
- Sudiyatno dan Suroso. 2010. "Analisis Pengaruh Dana Pihak Ketiga, BOPO, CAR DAN LDR Terhadap Kinerja Keuangan Pada Sektor Perbankan Yang *go Public* Di Bursa Efek Indonesia (BEI)". *Dinamika Keuangan dan Perbankan*, Mei 2010, Hal: 125 - 137 Vol. 2, No.2
- Suharto, Edi. 2008. "Menggagas Standar Audit Program CSR Initiating Audit Standard of CSR Program". Jakarta. Februari 2008.
- Widaryanti. 2007. "Analisis Pengaruh Pengungkapan Tanggunga Jawab Sosial Terhadap Perusahaan". *Fokus Ekonomi* Vol. 2 No. 2 Desember 2007 : 30 50