

## **PENGARUH KINERJA KEUANGAN TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR**

**Ika Rochmawati**

*IkaRochmawati70@gmail.com*

**Kurnia**

**Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya**

### **ABSTRACT**

*This research is meant to examine the influence of financial performance to the disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR). The disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR) has an important role in the company to maintain the relation, and it is also the long term investment for the business continuity. The result of analysis shows that the financial performance which is measured by Return on Assets (ROA) and Return on Equity (ROE) do not have any significant influence to the Corporate Social Responsibility (CSR), meanwhile the financial performance which is measured by using Net Profit Margin (NPM) has significant influence to the Corporate Social Responsibility (CSR).*

*Keywords: Return on Assets (ROA), Return on Equity (ROE), Net Profit Margin (NPM), Corporate Social Responsibility (CSR).*

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kinerja keuangan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* mempunyai peranan yang sangat penting kepada perusahaan untuk mempertahankan relasi, juga investasi jangka panjang bagi keberlangsungan usaha. Hasil analisa yang telah dilakukan peneliti menunjukkan bahwa kinerja keuangan yang diukur dengan *Return On Assets (ROA)* dan *Return on Equity (ROE)* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)*, sedangkan kinerja keuangan yang diukur dengan *Net Profit Margin (NPM)* berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

*Kata kunci: Return On Assets (ROA), Return on Equity (ROE), Net Profit Margin (NPM), Corporate Social Responsibility (CSR)*

### **PENDAHULUAN**

Perusahaan manufaktur merupakan penopang utama perkembangan industri di sebuah Negara. Perkembangan perusahaan manufaktur di sebuah negara juga dapat digunakan untuk melihat perkembangan industri secara nasional di suatu negara tersebut. Perkembangan pada industri manufaktur merupakan alasan mengapa para investor tertarik melakukan investasi pada sektor industri manufaktur (Ratnaa, 2014).

Media yang dapat digunakan investor untuk melihat kinerja perusahaan adalah laporan tahunan. Investor dapat melihat aktivitas perusahaan dan ikhtisar keuangan perusahaan yang bertujuan untuk menyediakan informasi menyangkut posisi keuangan serta perkembangan dan pencapaian yang berhasil diraih perusahaan dalam setahun. Kondisi perubahan posisi keuangan suatu perusahaan yang bermanfaat bagi sejumlah pemakai laporan keuangan dalam pengambilan keputusan. Analisis terhadap laporan keuangan dapat dilakukan dengan melakukan analisis rasio keuangan. Rasio keuangan terbukti berperan penting dalam evaluasi kinerja keuangan dan dapat digunakan untuk memprediksi kelangsungan usaha baik yang sehat maupun yang tidak sehat (Chen et, al., 2005).

Perusahaan manufaktur merupakan industri yang banyak menghasilkan limbah. Limbah dari perusahaan manufaktur dapat berdampak pada lingkungan di sekitar perusahaan berdiri. Dengan adanya pengaruh kehidupan disekitar lingkungan maka perusahaan mulai memikirkan aktivitas disekitar lingkungan agar masyarakat tidak merasa dirugikan atas berdirinya perusahaan di lingkungan tersebut. Dengan demikian perusahaan melakukan tanggung jawab pada masyarakat berupa adanya pelaksanaan program pertanggungjawaban sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Program CSR merupakan komitmen perusahaan untuk mendukung terciptanya pembangunan berkelanjutan. Menurut konsep CSR sebuah perusahaan dalam melaksanakan aktivitasnya dan pengambilan keputusannya tidak hanya berdasarkan faktor keuangan semata melainkan juga harus berdasarkan konsekuensi sosial dan lingkungan untuk saat ini maupun masa yang akan datang (Syahnaz, 2011).

*Corporate Social Responsibility (CSR)* dapat memberikan dampak positif bagi perusahaan, dimana dengan melakukan aktivitas CSR perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk atau jasa perusahaan sehingga reputasi perusahaan juga meningkat dimata masyarakat. Masyarakat akan berkeinginan untuk membeli produk atau menggunakan jasa perusahaan. Semakin laku produk dan dipakainya jasa perusahaan dipasaran maka laba yang akan di dapat meningkat sehingga dapat menarik investor, karena profitabilitas menjadi pertimbangan penting bagi investor dalam keputusan investasinya (Kusumadilaga, 2010).

Menurut Nugroho (2007), CSR memiliki tiga fondasi utama, antara lain aspek ekonomi (*Profit*), aspek sosial (*People*), dan aspek lingkungan (*Planet*) yang disebut dengan prinsip *triple bottom line*. Pada aspek ekonomi, peningkatan laba (*profit*) suatu perusahaan dibangun melalui citra positif yang secara langsung maupun tidak mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap perusahaan yang bersangkutan (Putri, 2013). Sedangkan pada aspek sosial, perusahaan memberi kesejahteraan kepada orang lain, baik di dalam maupun luar perusahaan, serta dalam aspek lingkungan perusahaan menjamin keberlangsungan bumi (lingkungan) disekitar lokasi perusahaan.

CSR sudah ada sebagai bagian dari strategi bisnis dalam upaya menambah nilai positif perusahaan di mata publik. Keuntungan ini sangat penting bagi suatu perusahaan sebagai strategi bisnis untuk membangun dan mempertahankan relasi, sekaligus investasi jangka panjang bagi dukungan sosial terhadap keberlangsungan usaha.

Pada periode sebelum tahun 2007 pengungkapan CSR masih sekedar bersifat sukarela. Maka dari itu pemerintah Indonesia pada tahun 2007 mengeluarkan Undang-Undang Perseroan Terbatas No.40 Pasal 74 tahun 2007. Bunyi pasal tersebut menyebutkan bahwa perusahaan yang melakukan kegiatan usaha dibidang yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan (Rosiliana et al, 2014). Sejak saat itu perusahaan perseroan terbatas satu demi satu melakukan kegiatan CSR dengan mengungkapkan aktivitas tanggungjawab sosialnya dalam laporan tahunan (*annual report*).

Menurut Ariani (2009), setiap perusahaan akan berusaha meningkatkan kinerja keuangannya, karena berharap dengan kinerja keuangan yang baik maka nilai perusahaan akan meningkat sehingga akan diminati oleh investor. Salah satunya penggunaan teori dalam praktik kegiatan komunikasi sehari hari tersebut untuk mendasari kegiatan CSR dari suatu perusahaan. Ada beberapa teori dan pendekatan yang berbeda namun terdapat dua perspektif kuat yang berkembang saat ini yaitu teori stakeholder dan teori legitimasi. Kedua perspektif tersebut dapat membantu menjelaskan bagaimana respon perusahaan terhadap tekanan kondisi lingkungan internal maupun lingkungan eksternal.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji variable-variabel yang mempengaruhi kinerja keuangan diantaranya *Return On Assets (ROA)*, *Return on Equity (ROE)* dan *Net Profit Margin (NPM)* berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Penelitian ini mengacu pada penelitian sebelumnya dengan mengabungkan beberapa variabel. Pemilihan ketiga faktor tersebut disebabkan karena dari semua faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kinerja keuangan, ketiga faktor tersebut paling dominan dan dalam kenyataannya sering menjadi acuan investor untuk mengambil keputusan dalam berinvestasi.

## TINJAUAN TEORETIS DAN HIPOTESIS

### Teori Stakeholder

Definisi teori stakeholder menurut Chariri dan Ghazali (2007:32), adalah perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholders*-nya (*shareholders*, kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat dan pihak lain). Menurut Bertens (2000), *stakeholders* adalah orang atau instansi (pemegang saham, manajemen, karyawan, pemasok, konsumen, masyarakat disekitar atau lingkungan perusahaan (masyarakat lokal), masyarakat luas, pemerintah, dan lingkungan hidup) yang berkepentingan dengan suatu bisnis.

Kelangsungan hidup perusahaan bergantung pada dukungan *stakeholders*. Teori stakeholder menyatakan bahwa semua pemegang saham atau *stakeholders* mempunyai hak untuk memperoleh informasi mengenai aktivitas perusahaan selama periode tertentu yang mampu mempengaruhi pengambilan keputusan. Berkaitan dengan teori stakeholder dan CSR adalah segala informasi yang diberikan perusahaan mengenai kinerja perusahaan kepada *stakeholders* tidak hanya didasarkan pada kinerja keuangan saja. CSR mampu memberikan informasi tambahan mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan yang telah dilakukan perusahaan yang nantinya juga berpengaruh dalam pengambilan keputusan.

CSR mengharuskan perusahaan untuk bertanggung jawab kepada *stakeholders* dan melaporkan pertanggungjawaban yang telah dilakukan oleh perusahaan. *Corporate Social Responsibility* merupakan strategi perusahaan untuk memuaskan keinginan para *stakeholders*, makin baik pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan perusahaan maka *stakeholders* akan makin terpuaskan dan akan memberikan dukungan penuh kepada perusahaan atas segala aktivitasnya yang bertujuan untuk menaikkan kinerja perusahaan dan mencapai laba (Ajilaksana, 2011).

### Teori Legitimasi

Definisi teori legitimasi menurut Rawi dan Muchlish (2010), menyatakan bahwa organisasi secara terus menerus mencoba untuk meyakinkan bahwa mereka melakukan kegiatan sesuai dengan batasan dan norma-norma masyarakat di mana mereka berada. Legitimasi masyarakat merupakan faktor strategis bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan usahanya, hal itu dapat di jadikan sarana untuk menyusun strategi perusahaan, terutama terkait dengan memposisikan diri di tengah lingkungan masyarakat yang semakin maju (Hadi, 2011:87).

Teori legitimasi kaitannya dengan kinerja ekonomi dan kinerja keuangan adalah apabila terjadi ketidakselarasan antara sistem-sistem nilai perusahaan dan sistem nilai masyarakat maka perusahaan dapat kehilangan legitimasinya, yang selanjutnya akan mengancam kelangsungan perusahaan (Sudaryanto, 2011). Kelangsungan hidup perusahaan akan terancam jika tidak adanya keselarasan antara sistem nilai perusahaan dengan sistem nilai masyarakat dan menyebabkan perusahaan tidak memperoleh legitimasi.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan perusahaan bertujuan untuk menyelaraskan diri dengan norma masyarakat. Dengan adanya pengungkapan CSR yang baik, maka di perusahaan akan mendapat legitimasi dari masyarakat sehingga dapat meningkatkan kinerja perusahaan yang bertujuan untuk pencapaian keuntungan perusahaan (Rahmani, 2013).

### ***Corporate Social Responsibility***

*Corporate Social Responsibility* adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggungjawab organisasi dibidang hukum (Darwin, 2006). Menurut Wibisono (2007), *Corporate Social Responsibility* (CSR) didefinisikan sebagai bisnis yang dilakukan secara transparan dan terbuka serta berdasarkan pada nilai-nilai moral dan menjunjung tinggi rasa hormat kepada karyawan, komunitas dan lingkungan.

Menurut Soewarno (2009:106), perkembangan CSR tidak lagi dipandang sebagai kedermawanan, namun dari itu, CSR telah menjadi salah satu cara untuk meningkatkan kinerja bisnis. Melalui komitmen jangka panjang, hasil substansial akan diperoleh melalui kepedulian terhadap komunitas. Pemimpin yang sabar dan selalu melakukan CSR terus-menerus dalam jangka panjang akan memberi keuntungan yang luas bagi perusahaannya.

CSR tidak lagi berpijak pada praktik *single bottom line* yang berorientasi pada kinerja keuangan saja, namun CSR juga telah mengacu pada *triple bottom line*, yang artinya selain berorientasi pada kinerja keuangan, perusahaan juga berorientasi pada aktivitas sosial dan lingkungan. Hal ini diyakini dapat menjamin keberlanjutan jalannya perusahaan.

### **Laporan keuangan**

Definisi laporan keuangan menurut Sawir (2001:2), laporan keuangan merupakan media yang dapat dipakai untuk meneliti kondisi kesehatan perusahaan yang terdiri dari neraca, perhitungan laba rugi, ikhtisar laba ditahan, dan laporan posisi keuangan. Menurut Munawir (2000:2), laporan keuangan adalah hasil dari proses akuntansi yang dapat digunakan sebagai alat untuk berkomunikasi antara data keuangan suatu perusahaan dengan pihak-pihak yang berkepentingan.

Terkaitnya laporan keuangan dengan CSR untuk mengukur dan mengungkapkan untung rugi dan biaya sosial yang ditimbulkan oleh kegiatan yang berlangsung pada perusahaan. Biaya sosial sendiri berkaitan dengan ketenagakerjaan, konsumen, dan produk atau barang dan jasa yang dihasilkan, kemasyarakatan dan lingkungan hidup disekitar perusahaan.

### **Laporan Tahunan**

Definisi laporan tahunan menurut Mariyati (2012), bahwa laporan tahunan adalah laporan perkembangan dan pencapaian yang berhasil diraih organisasi atau perusahaan dalam setahun. Data dan informasi yang akurat menjadi kunci penulisan laporan tahunan. Isi dari laporan tahunan tersebut mencakup laporan keuangan dan prestasi akan kinerja perusahaan selama satu tahun.

Terdapat beberapa fungsi mendasar dari sebuah laporan tahunan yang dibuat oleh masing-masing perusahaan, yaitu sumber dokumentasi perusahaan tentang apa yang telah dicapai perusahaan selama setahun, sebagai alat pemasaran yang kreatif bagi perusahaan melalui integritas desain dan tulisan. Terkaitnya laporan tahunan dengan CSR untuk mengungkapkan kegiatan apa saja yang berlangsung di perusahaan, serta mengungkapkan informasi mengenai keuangan perusahaan, dan para dewan perusahaan.

## Kinerja Keuangan

Menurut Indriana et al. (2008), ukuran kinerja keuangan yaitu kenaikan profitabilitas dan efektifitas perusahaan dalam menggunakan sumber daya yang dimilikinya biasanya dinyatakan dalam rasio-rasio keuangan. Analisis rasio keuangan merupakan dasar untuk menilai dan menganalisa prestasi operasi perusahaan atau kinerja perusahaan. Syafarudin (1994), menyatakan bahwa kinerja keuangan adalah mengukur sampai sejauh mana prestasi, peningkatan, posisi, atau *performance* dari nilai perusahaan yang diukur melalui laporan keuangan baik melalui neraca maupun laba rugi yang dibutuhkan oleh pihak yang berkepentingan.

Kinerja keuangan perusahaan dapat diukur dengan menganalisa dan mengevaluasi laporan keuangan. Informasi posisi keuangan dan kinerja keuangan di masa lalu seringkali digunakan sebagai dasar untuk memprediksi posisi keuangan dan kinerja perusahaan di masa depan dan hal lain yang langsung menarik perhatian pemakai seperti pembayaran dividen, upah, pergerakan harga sekuritas dan kemampuan perusahaan untuk memenuhi komitmennya ketika jatuh tempo.

## Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba melalui semua kemampuan dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang dan sebagainya (Akbar, 2012). Hubungan antara rasio profitabilitas perusahaan dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan telah menjadi anggapan dasar untuk mencerminkan pandangan bahwa reaksi sosial memerlukan gaya manajerial. Sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitasnya maka perusahaan semakin besar pengungkapan informasi sosial (Anggraini, 2006).

Informasi kinerja keuangan perusahaan terutama pada rasio profitabilitas diperlukan untuk menilai perubahan potensi sumber daya ekonomi yang mungkin di kendalikan di masa depan. Informasi fluktuasi kinerja keuangan bermanfaat untuk memprediksi kapasitas perusahaan dalam menghasilkan arus kas dari sumber daya yang ada, disamping itu informasi tersebut juga dapat berguna dalam perumusan pertimbangan tentang efektifitas perusahaan dalam memanfaatkan tambahan sumber daya.

## Perusahaan Manufaktur

Menurut Maranata (2014), kata manufaktur berasal dari bahasa Latin *manus factus* yang berarti dibuat dengan tangan. Kata *manufacture* muncul pertama kali tahun 1576 dan kata *manufacturing* muncul tahun 1683. Manufaktur dalam arti yang paling luas, adalah proses merubah bahan baku menjadi produk.

Pada konteks yang lebih modern, manufaktur melibatkan pembuatan produk dari bahan baku melalui bermacam-macam proses, mesin dan operasi, mengikuti perencanaan yang terorganisasi dengan baik untuk setiap aktifitas yang diperlukan. Industri manufaktur memegang peran kunci sebagai mesin pembangunan karena industri manufaktur memiliki beberapa keunggulan dibandingkan sektor lain.

Seiring dengan perkembangan teknologi, di Indonesia telah banyak berdiri sejumlah perusahaan manufaktur yang terus bekerja keras memproduksi barang untuk memenuhi setiap kebutuhan masyarakat Indonesia yang berperan sebagai konsumen. Sampai hari ini, banyak sekali produk olahan yang kita nikmati berasal dari perusahaan manufaktur. Mulai dari makanan, pakaian, maupun barang lain. Di Indonesia sendiri telah banyak perusahaan-perusahaan manufaktur yang berdiri dengan keunggulan masing-masing dan tidak sedikit pula yang kemudian meraih kesuksesan bahkan menjadi yang terbesar di Indonesia.

## **Pengembangan Hipotesis**

### ***Pengaruh Return On Asset terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility.***

Dewi dan Sitinjak (2009:9) meneliti tentang Analisis pengaruh karakteristik perusahaan terhadap *Earning Response Coefficient* dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel intervening pada perusahaan manufaktur. Karakteristik perusahaan menggunakan profitabilitas dan diukur dengan ROA. Hasil dari penelitian tersebut ditemukan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan sosial perusahaan atau CSR. Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H<sub>1</sub> : ROA berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

### ***Pengaruh Return On Equity terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility.***

Gray, et al. (2011) meneliti tentang profitabilitas terhadap pengungkapan CSR perusahaan yang terdaftar di BEI. Profitabilitas di penelitian ini menggunakan ROE. Hasilnya bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR, sehingga penelitian ini diterima. Penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2003) berhasil membuktikan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan CSR. Menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H<sub>2</sub> : ROE berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

### ***Pengaruh Net Profit Margin terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility.***

Anugerah, et al. (2010) meneliti tentang pengaruh ukuran perusahaan, *Leverage*, Profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, dengan mengambil sampel perusahaan manufaktur. Profitabilitas di penelitian ini menggunakan NPM. Hasil dari penelitian tersebut ditemukan bahwa NPM secara signifikan berpengaruh positif terhadap CSR. Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H<sub>3</sub> : NPM berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

## **METODE PENELITIAN**

### **Populasi dan Sampel Penelitian**

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2011-2013. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dipilih sampel 52 perusahaan dari 138 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), dengan kriteria yang digunakan untuk memilih sampel adalah sebagai berikut: (1) Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI selama periode 2011-2013, (2) Perusahaan mempublikasikan laporan tahunan selama periode 2011-2013, (3) Penyajian yang digunakan dalam laporan tahunan yang dinyatakan dalam rupiah, (4) Laba pada perusahaan tidak menunjukkan laba min (-).

## Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

### Variabel Independen

#### a. Return on Assets (ROA)

ROA merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dari setiap rupiah aktiva yang digunakan. ROA memberikan ukuran yang lebih baik atas profitabilitas perusahaan karena menunjukkan efektivitas manajemen dalam menggunakan aktiva dalam upaya memperoleh pendapatan.

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}} \times 100 \%$$

#### b. Return on Equity (ROE)

ROE ini mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba berdasarkan total modal yang ada diperusahaan. Rasio ini merupakan ukuran profitabilitas dari sudut pandang pemegang saham. Salah satu alasan utama mengapa mengoperasikan perusahaan adalah untuk menghasilkan laba yang akan bermanfaat bagi para pemegang saham.

$$ROE = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100 \%$$

#### c. Net Profit Margin (NPM)

Rasio ini menunjukkan berapa besar persentase laba bersih yang diperoleh dari setiap penjualan. Rasio ini sangat penting bagi manager operasi karena mencerminkan strategi penetapan harga penjualan yang diterapkan perusahaan dan kemampuan untuk mengendalikan beban usaha. Rasio ini bisa diinterpretasikan juga sebagai kemampuan perusahaan untuk menekan biaya-biaya di perusahaan pada periode tertentu.

$$NPM = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan Bersih}} \times 100 \%$$

### Variabel Dependen

#### Corporate Social Responsibility (CSR)

CSR diukur menggunakan *Corporate Social Disclosure Indeks (CSDI)* yang merupakan indeks yang diukur berdasarkan banyaknya informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan yang diungkapkan dalam laporan tahunan. CSDI dilakukan dengan menggunakan pendekatan dikotomi, yaitu setiap *item* CSR dalam instrumen penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan, dan nilai 0 jika tidak diungkapkan (Sayekti dan Wondabio, 2007). Rumus perhitungan CSDI adalah sebagai berikut :

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

Dimana:

CSDI : *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan j

Nj : jumlah *item* untuk perusahaan j, nj = 78

Xij : 1 = jika *item* i diungkapkan; 0 = jika *item* i tidak diungkapkan.

Dengan demikian,  $0 \leq CSDI \leq 1$

Adapun poin pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* berdasarkan *Corporate Social Responsibility Disclosure Index (CSDI)*.

## Teknik Analisis Data Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), kinerja keuangan yang berupa ROA, ROE, NPM pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.

### Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji kelayakan atas model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dan untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan tidak terdapat, multikolinearitas, heteroskedastisitas dan autokorelasi serta untuk memastikan bahwa data yang dihasilkan berdistribusi normal.

## Pengujian Hipotesis Regresi Linear Berganda

Hipotesis penelitian akan diuji dengan persamaan regresi linear berganda. Hubungan model analisis regresi dalam penelitian ini adalah:

$$CSR = \alpha + \beta_1 ROA + \beta_2 ROE + \beta_3 NPM + \varepsilon$$

Keterangan:

$\alpha$  = Alpha atau konstanta

$\beta$  = Beta atau Koefisien Regresi

$\varepsilon$  = Standart Error atau Nilai Residu

### Uji Kecocokan Model (Uji F)

Uji ini menguji apakah variabel independen atau bebas yang digunakan dalam model mampu menjelaskan perubahan nilai variabel dependen atau tergantung atau tidak.

### Uji Secara Parsial (Uji t)

Apakah variabel independen atau bebas memiliki pengaruh yang berarti terhadap variabel dependen atau tergantung atau tidak. Dasar pengambilan keputusan adalah:

- Jika  $t\text{-hitung} \leq t\text{-tabel}$ , maka variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (maka hipotesis ditolak)
- Jika  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ , maka variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen (maka hipotesis diterima).

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Statistik Deskriptif

Tabel 1 menunjukkan statistik deskriptif masing-masing variabel penelitian yaitu *Return on Assets* (ROA), *Return on Equity* (ROE), *Net Profit Margin* (NPM) dan *Corporate Social Responsibility*. Deskripsi dari masing-masing variabel penelitian diperoleh sebagai berikut:

Tabel 1

Hasil Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Corporate Social Responsibility	156	,1282	,6538	,385755	,1094107
Return on Assets	156	,0008	,9594	,111015	,1134744
Return on Equity	156	,0012	1,3746	,216415	,2475376
Net Profit Margin	156	,0016	,3407	,091142	,0757136
Valid N (listwise)	156				



Tabel 1 menggambarkan deskripsi variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Minimum adalah nilai terendah dari suatu rangkaian pengamatan, maksimum adalah nilai tertinggi dari suatu data rangkaian pengamatan, mean (rata-rata) adalah hasil penjumlahan nilai seluruh data dibagi dengan banyaknya data, sementara standar deviasi adalah akar dari jumlah kuadrat dari selisih nilai data dengan rata-rata dibagi dengan banyaknya data.

Selama periode pengamatan 2011-2013, variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) menunjukkan bahwa nilai terendah sebesar 0,1282, nilai tertinggi sebesar 0,6538, nilai *mean* (rata-rata) sebesar 0,385755 dari 156 sampel perusahaan dan dengan nilai standar deviasi sebesar 0,1094107.

Selama periode pengamatan 2011-2013, variabel *Return on Assets* (ROA) menunjukkan bahwa nilai terendah sebesar 0,0008, nilai tertinggi sebesar 0,9594, nilai *mean* (rata-rata) sebesar 0,111015 dari 156 sampel perusahaan dan dengan nilai standar deviasi sebesar 0,1134744.

Selama periode pengamatan 2011-2013, variabel *Return on Equity* (ROE) menunjukkan bahwa nilai terendah sebesar 0,0012, nilai tertinggi sebesar 1,3746, nilai *mean* (rata-rata) sebesar 0,216415 dari 156 sampel perusahaan dan dengan nilai standar deviasi sebesar 0,2475376.

Selama periode pengamatan 2011-2013, variabel *Net Profit Margin* (NPM) menunjukkan bahwa nilai terendah sebesar 0,0016, nilai tertinggi sebesar 0,3407, nilai *mean* (rata-rata) sebesar 0,091142 dari 156 sampel perusahaan dan dengan nilai standar deviasi sebesar 0,0757136.

## Uji Asumsi Klasik

### Uji Normalitas

Uji normalitas menggunakan uji statistik non-parametrik Kolmogorov-smirnov merupakan uji normalitas menggunakan fungsi distribusi kumulatif. Ketentuan dalam uji normalitas adalah sebagai berikut:

- Jika nilai K atau signifikansi > 0,05, maka data berdistribusi normal
- Jika nilai K atau signifikansi < 0,05, maka data tidak berdistribusi normal

**Tabel 2**  
**Hasil uji Normalitas**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Standardized Residual
N		156
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	,99027530
Most Extreme Differences	Absolute	,088
	Positive	,055
	Negative	-,088
Kolmogorov-Smirnov Z		1,093
Asymp. Sig. (2-tailed)		,183

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan tabel 2 diatas dapat diketahui bahwa nilai *Kolmogorov-Smirno Z* sebesar 1,093 dengan tingkat signifikansi 0,183. Hal ini menunjukkan  $0,183 > 0,05$ , berarti nilai residual terstandarisasi dinyatakan menyebar secara normal.

### Uji Multikoleniaritas

Uji multikoleniaritas dengan TOL (Tolerance) dan Variance Inflation Factor (VIF). Ketentuan dalam TOL (Tolerance) dan Variance Inflation Factor (VIF) adalah sebagai berikut:

- Jika nilai tolerance < 0,10 dan batas VIF > dari 10, maka terjadi multikoleniaritas.
- Jika nilai tolerance > 0,10 dan batas VIF < dari 10, maka tidak terjadi multikoleniaritas.

**Tabel 3**  
**Hasil Uji Multikoleniaritas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			TOL	VIF
(Constant)	,405	,013		30,320	,000		
1 Return on Assets	,073	,163	,076	,451	,652	,212	4,714
1 Return on Equity	,105	,066	,238	1,602	,111	,274	3,649
Net Profit Margin	,551	,165	,381	3,333	,001	,462	2,164

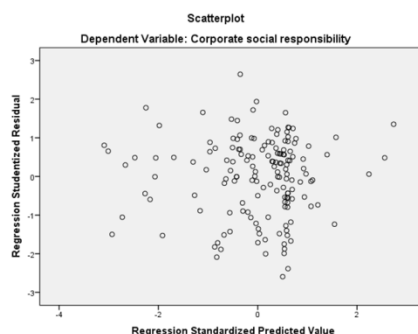
a. Dependent Variable: Corporate social responsibility

Berdasarkan pada tabel 3 diatas dapat disimpulkan bahwa dari hasil uji multikoleniaritas mununjukkan bahwa tidak terdapat gejala multikoleniar karena memiliki TOL (*tolerance*) yang lebih dari 0,10 dan *Variance Inflation Factor* (VIF) yang kurang dari 10.

### Uji Heteroskedastisitas

Penelitian ini menggunakan uji heteroskedastisitas dengan metode analisis grafik. Secara umum bisa diambil patokan dengan:

- Jika *scatterplot* membentuk pola tertentu, hal itu menunjukkan adanya masalah heteroskedastisitas pada model regresi yang dibentuk.
- Jika *scatterplot* menyebar secara acak maka hal itu menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi yang dibentuk.



**Gambar 1**

Hasil olah data SPSS Output *scatterplot*

Berdasarkan gambar 1 di atas tampilan pada *scatterplot* terlihat bahwa plot menyebar secara acak di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu *Regression Studentized Residual*. Oleh karena itu, maka berdasarkan uji heretoskedastisitas yang menggunakan analisis grafik, pada model regresi yang terbentuk dinyatakan tidak terjadi gejala heretoskedastisitas.

### Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dengan metode durbin Watson (Durbin Watson Test). Uji Durbin Watson (Uji D-W) merupakan uji untuk menguji ada tidaknya masalah autokorelasi dari model empiris. Secara umum bisa diambil patokan dengan:

- Angka D-W dibawah -2, berarti ada autokorelasi positif.
- Angka D-W diantara -2 sampai +2, berarti tidak ada autokorelasi.
- Angka D-W diatas +2, berarti ada autokorelasi negatif. (Santoso, 2000:219)

**Tabel 4**  
**Hasil Uji Autokorelasi**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,285 <sup>a</sup>	,081	,063	,1059171	1,437

a. Predictors: (Constant), Net Profit Margin, Return on Equity, Return on Assets

b. Dependent Variable: Corporate social responsibility

Berdasarkan pada tabel 4 di atas. Nilai Durbin-Watson sebesar 1,437. Angka D-W diantara -2 sampai +2. Hasil ini berarti dapat disimpulkan bahwa model penelitian ini tidak ada autokorelasi.

### Pengujian Hipotesis Regresi Linear Berganda

Hubungan analisis ini untuk mengetahui pengaruh variabel independen yaitu kinerja keuangan yang diwakili dengan menggunakan ROA, ROE, NPM terhadap variabel dependen yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang diwakili dengan indeks CSR (CSDI). Berikut ini adalah hasil analisis regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel 5.

**Tabel 5**  
**Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
	(Constant)	,405	,013			
1	Return on Assets	,073	,163	,076	,451	,652
	Return on Equity	,105	,066	,238	1,602	,111
	Net Profit Margin	,551	,165	,381	3,333	,001

a. Dependent Variable: Corporate social responsibility

Berdasarkan tabel 5 di atas, hasil analisis regresi berganda di atas dapat diketahui bahwa persamaan regresi linear berganda dengan hasil sebagai berikut:

$$\text{CSR} = \alpha + \beta_1 \text{ROA} + \beta_2 \text{ROE} + \beta_3 \text{NPM} + \varepsilon$$

$$\text{CSR} = 0,405 + 0,073 \text{ROA} + 0,105 \text{ROE} + 0,551 \text{NPM}$$

- $\alpha$ : Persamaan regresi linear berganda tersebut menunjukkan nilai  $\alpha$  (konstansta) sebesar 0,405 dan mempunyai nilai positif. Hal ini berarti bahwa tanpa adanya pengaruh *Return on Assets* (ROA), *Return on Equity* (ROE), dan *Net Profit Margin* (NPM) maka pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) akan tetap atau sama.
- $\beta_1$ : Besarnya koefisien regresi sebesar 0,073 dijelaskan sebagai berikut: Bahwa setiap penambahan satu satuan variabel independen nilai *Return on Assets* (ROA) maka akan menambah pula pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR).
- $\beta_2$ : Besarnya koefisien regresi sebesar 0,105 dijelaskan sebagai berikut: Bahwa setiap penambahan satu satuan variabel independen nilai *Return on Equity* (ROE) maka akan menambah pula pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR).
- $\beta_3$ : Besarnya koefisien regresi sebesar 0,551 dijelaskan sebagai berikut: Bahwa setiap penambahan satu satuan variabel independen nilai *Net Profit Margin* (NPM) maka akan menambah pula pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR).

### Uji Kecocokan Model (Uji F)

Prosedur pengujian uji F dengan membandingkan tingkat signifikan dengan nilai t dengan nilai  $\alpha$  sebesar 0,05. Pengembangan hipotesis yang dikemukakan dalam pengujian ini sebagai berikut:

**Tabel 6**  
**Hasil Uji F (Ketetapan Model)**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	,150	3	,050	4,465	,005 <sup>b</sup>
Residual	1,705	152	,011		
Total	1,855	155			

a. Dependent Variable: Corporate social responsibility

b. Predictors: (Constant), Net Profit Margin, Return on Equity, Return on Assets

Berdasarkan tabel 6 di atas dapat dilihat nilai F hitung sebesar 4,465 dengan nilai signifikansi sebesar 0,005 berarti lebih kecil dari 0,05. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel independen yaitu kinerja keuangan secara kecocokan model mampu menjelaskan perubahan pada variabel dependen yaitu *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) maka dapat dikatakan model regresi cocok atau *fit* dan dapat digunakan.

### Uji Secara Parsial (Uji t)

Berdasarkan hasil analisis regresi pada tabel 5 diatas diketahui bahwa hipotesis pertama penelitian ini adalah untuk menguji apakah *Return on Assets* (ROA) berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Diketahui bahwa nilai sig. sebesar 0,652. Dimana nilai tersebut lebih besar dari pada 5% (0,05), maka hipotesis pertama ditolak. Artinya tidak berpengaruh signifikan antara *Return on Assets* (ROA) terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Koefisien regresi berganda untuk variabel *Return on Assets* (ROA) sebesar 0,451 menunjukkan bahwa pengaruh *Return*

on Assets (ROA) terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) mempunyai arah positif. Jadi dapat disimpulkan bahwa *Return on Assets* (ROA) tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian Dewi dan Sitinjak (2009) yang menemukan bahwa *Return on Assets* (ROA) berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR), sehingga besar nilai *Return on Assets* (ROA) yang dihasilkan maka semakin banyak pula pengungkapan CSR yang nanti akan ungkapkan oleh perusahaan dalam laporan tahunannya. Tetapi pernyataan itu tidak sebanding dengan penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, tidak menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara *Return on Assets* (ROA) terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hal ini dapat disebabkan oleh perusahaan yang memiliki tingkat ROA yang tinggi, yang berarti memiliki dana yang cukup untuk dialokasikan kepada kegiatan sosial dan lingkungan, namun perusahaan menggunakan dana dari total aktiva untuk mengembangkan perusahaan sehingga tingkat pengungkapan pertanggungjawaban sosial yang dilakukan oleh perusahaan adalah rendah. Seharusnya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sudah merupakan kewajiban bagi perusahaan walaupun keadaan kinerja perusahaan dalam masa yang baik maupun tidak baik tetapi perusahaan harus tetap melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) karena pengungkapan tersebut sudah mengeluarkan Undang-Undang Perseroan Terbatas No.40 Pasal 74 tahun 2007, dengan menyatakan bahwa perusahaan yang mengungkap dan melakukan kegiatan usaha dibidang yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Hasil penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Sudarmadji dan Sularto (2007) yang menunjukkan bahwa *Return on Assets* (ROA) tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Berdasarkan hasil analisis regresi pada tabel 5 diatas diketahui bahwa hipotesis kedua penelitian ini adalah untuk menguji apakah *Return on Equity* (ROE) berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Diketahui bahwa nilai sig. sebesar 0,111. Dimana nilai tersebut lebih besar dari pada 5% (0,05), maka hipotesis kedua ditolak. Artinya tidak berpengaruh signifikan antara *Return on Equity* (ROE) terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Koefisien regresi berganda untuk variabel *Return on Equity* (ROE) sebesar 0,1602 menunjukkan bahwa pengaruh *Return on Equity* (ROE) terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) mempunyai arah positif. Jadi dapat disimpulkan bahwa *Return on Equity* (ROE) tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian Gray, et al., (2011) yang menyatakan bahwa *Return on Equity* (ROE) berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Begitu pula dengan penelitian Sembiring (2003) menemukan bahwa *Return on Equity* (ROE) berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), sehingga semakin tinggi nilai *Return on Equity* (ROE) sebagai salah satu rasio profitabilitas yang dihasilkan oleh perusahaan maka semakin banyak yang diungkapkan CSR dalam laporan tahunannya. Tetapi pernyataan itu tidak sebanding dengan penelitian ini. Berdasarkan yang dilakukan oleh peneliti tidak menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara *Return on Equity* (ROE) terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hal ini dapat disebabkan oleh perusahaan yang memiliki tingkat ROE yang tinggi, yang berarti memiliki dana yang cukup untuk dialokasikan kepada kegiatan sosial dan lingkungan tetapi dengan memiliki nilai ROE yang tinggi perusahaan cenderung masih menggunakan dana dari total ekuitas untuk menggunakan sebagian dananya untuk pengembangan perusahaan. Seharusnya nilai kinerja keuangan yang tinggi akan memicu perusahaan untuk lebih banyak melakukan kegiatan sosial dan melaporkan

hal-hal lain seperti pelaksanaan CSR akan tetapi dalam penelitian ini tidak demikian. Hasil penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Sitepu dan Siregar (2008), serta Nurkhin (2010) yang menunjukkan bahwa *Return on Equity* (ROE) tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Berdasarkan hasil analisis regresi pada tabel 5 diatas diketahui bahwa hipotesis ketiga penelitian ini adalah untuk menguji apakah *Net Profit Margin* (NPM) berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Diketahui bahwa nilai sig. 0,001. Dimana nilai tersebut lebih kecil dari pada 5% (0,05), maka hipotesis ketiga diterima. Artinya berpengaruh signifikan antara NPM terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Koefisien regresi berganda untuk variabel NPM sebesar 3,333 menunjukkan bahwa pengaruh *Net Profit Margin* (NPM) terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) mempunyai arah positif. Jadi dapat disimpulkan bahwa *Net Profit Margin* (NPM) berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Hidayat (2007), yang menyatakan bahwa *Net Profit Margin* (NPM) tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Namun, hasil dari penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Anugerah, et al., (2010), Martini (2008) yang menyatakan bahwa *Net Profit Margin* (NPM) berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Pernyataan diatas sebanding dengan penelitian ini. Berdasarkan hasil yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara *Net Profit Margin* (NPM) terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hal ini dapat disebabkan oleh perusahaan yang memiliki tingkat NPM yang tinggi sehingga dapat meningkatkan kepercayaan para pemegang saham untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Para pemegang saham cenderung menginginkan informasi pendapatan suatu perusahaan mengalami kenaikan atau penurunan. Akan tetapi, lebih dari itu para pemegang saham membutuhkan informasi sejauh mana perusahaan dapat menggunakan pendapatan yang dimiliki untuk membiayai kegiatan operasional perusahaan, baik dari internal maupun eksternal perusahaan. Apabila perusahaan melakukan program CSR dengan baik penjualan perusahaan akan meningkat sehingga laba perusahaan juga akan meningkat. Berkaitan dengan informasi yang dibutuhkan oleh para pemegang saham, salah satu kegiatan eksternal yang dilakukan perusahaan adalah menyangkut dengan aktivitas. Hal ini mungkin dikarenakan persepsi atau anggapan bahwa aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan bukanlah aktivitas yang merugikan namun bermanfaat bagi keberlangsungan perusahaan dan merupakan langkah strategis jangka panjang yang akan memberikan efek yang positif bagi perusahaan.

## SIMPULAN DAN KETERBATASAN

### Simpulan

Simpulan hasil penelitian ini dapat dikemukakan sebagai berikut : (1) bahwa *Return on Assets* (ROA) tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), tetapi memiliki arah yang positif.; (2) bahwa *Return on Equity* (ROE) tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), tetapi memiliki arah yang positif.; (3) bahwa *Net Profit Margin* (NPM) berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), tetapi memiliki arah yang positif.).

## Keterbatasan

Keterbatasan utama yang terdapat dalam penelitian ini adalah Indeks pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang digunakan sebagai alat pengukuran cenderung subjektif. Hal ini terjadi karena adanya perbedaan sudut pandang dari masing-masing pembaca dan peneliti dalam melihat pengungkapan tanggungjawab sosial yang diungkapkan oleh perusahaan dan penelitian ini hanya menggunakan kinerja keuangan sebagai independen dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Sebagai variabel dependen. Untuk penelitian selanjutnya menambah jumlah variabel independen. Seperti menambahkan *Good Corporate Governance* (GCG), serta menambah variabel dependen seperti *Earning Per Share* (EPS) dan *Economic Value Added* (EVA).

## DAFTAR PUSTAKA

- Ajilaksana I. D. K. Y. 2011. Pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Keuangan. *Skripsi Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro*. Semarang.
- Akbar, A. 2012. Pengertian *Corporate Social Responsibility* (CSR). <http://gwadamakbar.wordpress.com/2012/01/24/pengertian-corporate-social-responsibility-csr/>. 10 oktober 2014 (19.55).
- Anggraini, F. R. 2006. Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan. *Simposium Nasional Akuntansi IX*. Padang.
- Anugrah, A., R. Hutabarat, dan W. Faradilla. 2010. Pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. *Jurnal Ekonomi*, Vol 18 No. 1: 66-77.
- Ariani, D. W. 2009. *Manajemen Operasi Jasa*. Graha Ilmu: Lupaodi. Rambat.
- Beterns, K. 2000. *Etika Bisnis dan Profesi: Tanggung Jawab Sosial*. Cetakan Keempat. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Chariri, A. dan Ghazali, I. 2007. *Teori Akuntansi*, Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Chen, M. C. Cheng, Y, dan Hwang. 2005. *An Empirical Investigation of The Relationship Between Intellectual Capital and Firm' Market Value and Financial Performance*. *Journal of Intellectual Capital*. Vol. 6 No. 2 Hal. 159-176.
- Darwin, A. 2006. Akuntabilitas, Kebutuhan, Pelaporan dan Pengungkapan CSR bagi Perusahaan di Indonesia. *Economics Business and Accounting Review* Vol. 2 Hal 83-95.
- Dewi, R. R. dan M. Sitinjak. 2009. Analisis pengaruh karakteristik perusahaan terhadap *Earning Response Coeficient* dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel intervening pada perusahaan manufaktur. *Jurnal Informasi* Vol 4, No. 2:149-169.
- Gray, R., M. Javad, Power., M. David, S. C. Donald. 2001. *Social And Enviromental Disclosure, And Corporate Characteristic: A Research Note And Extention*. *Journal of Business Finance and Accounting*, Vol. 28, No.3 Hal. 327-356.
- Hadi, N. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Hidayat, W. A. 2007. Karakteristik Perusahaan terhadap Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan yang lebih Luas. *Jurnal Ekonomi* Vol 18.
- Indriana, I., E. Nurhayati, dan L. Uzliawati. 2008. Dampak Implementasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Jurnal Ekonomi* Hal 205-215.
- Kusumadilaga, R. 2010. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating. *Skripsi*. Program Sarjana Reguler II Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. Semarang.

- Maranata, I. 2014. Perkembangan Manufaktur. <http://indra-maranata.blogspot.com/2014/10/perkkembangan-manufaktur.html?m=1>. 04 November 2014 (22.56).
- Mariyati, I. 2012. Tentang Laporan Tahunan. <http://iramariyati88.blogspot.com/2012/11/tentang-laporan-tahunan.html>. 04 November 2014 (17.53).
- Martini, H. 2008. Pengaruh *Environmental Performance* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan. Skripsi UNRI. Pekanbaru.
- Munawir. 2000. *Analisa Laporan Keuangan*. Edisi Keempat. Yogyakarta.
- Nugroho, Y. 2007. Kumpulan tulisan: Dilema Tanggung Jawab Korporasi. [http://www.unisosdem.org/kumtul\\_detail.php?aid=5303&coid=2&caid=19&auid=4](http://www.unisosdem.org/kumtul_detail.php?aid=5303&coid=2&caid=19&auid=4). 03 Oktober 2014 (19.20).
- Nukrin, A. 2010. *Corporate Governan* dan Profitabilitas pengaruhnya terhadap tanggung jawab sosial perusahaan. *Jurnal Dinamika Akuntansi Vol. 2, No. 1* Hal 73-85.
- Putri, S. E. 2013. GentaAndalas: Menjalankan Program CSR berbasis ciri khas. <http://www.gentaandalas.com/menjalankan-program-corporate-social-responsibility-csr-berbasis-ciri-khas/>. 01 Oktober 2014 (15.34).
- Rahmani, A. 2013. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja perusahaan manufaktur yang terdaftar dibursa efek Indonesia. Skripsi S1 Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA). Surabaya.
- Ratnaa, D. 2014. Makalah *Industri Manufaktur dan Ketenagakerjaan* .<http://agentofcentaurus.blogspot.com/2014/01/makalah-industri-manufaktur-dan.html>. 03 November 2014 (22.10).
- Rawi dan Muchlish, M. 2010. Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusi, Leverage, dan *Corporate Social Responsibility*. *Simposium Nasional Akuntansi XIII*. Purwokerto.
- Rosiliana, K., G. A. Yuniarta dan N. A. S. Darmawan. 2014. Pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap kinerja keuangan. *e-journal S1 Ak Universitas Pendidikan Ganesha jur Ak, Vol 2 No.1*, hal 2.
- Santoso, S. 2000. *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*. PT. Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Sawir, A. 2001, *Analisa Kinerja Keuangan dan Perencanaan Keuangan*. Perusahaan, PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sayekti, Y dan L. S. Wondabio. 2007. Pengaruh *CSR Disclosure* terhadap *Earning Response Coefficient*. *Simposium Nasional Akuntansi X* Makasar: 26-28.
- Seimbiring, E. R. 2003. Kinerja Keuangan, Ketergantungan pada Hutang, dan Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan. *Simposium Nasional Akuntansi IX* Vol 6.
- Sitepu, A. C. dan H. S. Siregar. 2008. Faktor-faktor yang mempengaruhi Pengungkapan informasi Sosial dalam Laporan Tahunan pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Akuntansi Vol. 19* Hal 01-09.
- Sudarmaji, A. M, dan L. Surlanto. 2007. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan Tipe Kepemilikan Perusahaan terhadap Luas *Voluntary Disclosure* Laporan Keuangan Tahunan. *Jurnal Proceeding PESAT Vol 2* hal 1858-2259.
- Sudaryanto. 2011. Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Kinerja Keuangan dengan CSR sebagai variable Intervening. Skripsi S1 Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. Semarang.
- Soewarno, N. 2009. *Corporate Sosial Responsibility: Motif dan Resikonya*. *Journal of Majalah Ekonomi tahun XIX*, No 1 April 2009: 106-107.
- Syafarudin, A. 1994. *Pokok-Pokok Analisa Laporan Keuangan*. BPFE. Yogyakarta.
- Syahnaz, M. 2011. Pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja keuangan pada perusahaan perbankan. *Journal*. Malang.
- Wibisono, Y. 2007. *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*. Fascho Publishing .Gresik

