

PENGARUH CSR TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN KINERJA KEUANGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Depi Milayati
Milayati.depi@gmail.com
Anang Subardjo

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

This research examines the influence of Corporate Social Responsibility to the firm value with financial performance which is measured by using Return on Asset as the intervening variable on manufacturing companies which are listed in Indonesia Stock Exchange. The companies which have been selected as samples in this research is the manufacturing companies in the food and beverages sector which are listed in Indonesia Stock Exchange in 2011-2013 periods. The sample collection has been done by using purposive sampling method and the sample selection which is based on the determined criteria and 10 companies have been selected as samples. The data analysis technique is two-stage regression analysis. The purpose of this research is used as the consideration in order to gain information about the involvement of Corporate Social Responsibility, financial performance, and firm value and to find out how great the advantage of social disclosure which is useful for the company and the stakeholders. The result of the research shows that Corporate Social Responsibility has an influence to the firm value whereas the financial performance is the intervening variable between Corporate Social Responsibility and firm value.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Return on Asset, and firm value.

ABSTRAK

Penelitian ini menguji pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap nilai perusahaan dengan kinerja keuangan yang diukur dengan Return On Asset sebagai variabel intervening pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Perusahaan yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2011-2013. Pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling dan melalui seleksi sampel dengan berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan menghasilkan 10 perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi dua tahap. Tujuan penelitian ini adalah sebagai bahan pertimbangan untuk mendapatkan sebuah informasi mengenai keterkaitan Corporate Social Responsibility kinerja keuangan dan nilai perusahaan. Serta mengetahui seberapa besar manfaat pengungkapan lingkungan yang berguna bagi perusahaan maupun untuk stakeholders. Hasil penelitian menunjukkan Corporate Social Responsibility berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan kinerja keuangan merupakan variabel intervening antara hubungan Corporate Social Responsibility dengan nilai perusahaan.

Kata kunci: Corporate Social Responsibility, Return On Asset, Nilai Perusahaan

PENDAHULUAN

Perusahaan adalah suatu organisasi yang memproses sumber daya (*input*), seperti bahan baku dan tenaga kerja menjadi barang dan jasa (*output*) bagi pelanggan. Tujuan dari perusahaan secara umum adalah untuk mencari laba atau keuntungan. Pada saat perusahaan mulai tumbuh dan berkembang, maka muncul kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan sehingga menimbulkan kesadaran untuk mengurangi dampak negatif ini. Salah satu bentuk dalam mengurangi dampak negatif tersebut melalui pelaksanaan

Corporate Social Responsibility (CSR) oleh perusahaan. Dimana CSR tidak lagi bersifat sukarela bagi perusahaan dalam mempertanggungjawabkan kegiatan perusahaannya, melainkan sudah menjadi kewajiban bagi beberapa perusahaan untuk melakukan atau menerapkannya. Sebagaimana telah diatur dalam Undang-undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UU PT) pasal 74 yang menyatakan: ayat (1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan, ayat (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 kepatuhan dan kewajaran, ayat (3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan, ayat (4) Ketentuan lebih lanjut mengenai tanggung jawab sosial diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Menurut Nor Hadi (2009) semakin banyaknya aktivitas CSR yang diungkapkan perusahaan memiliki dampak terhadap peningkatan kinerja ekonomi perusahaan, seperti meningkatkan penjualan, legitimasi pasar, meningkatkan apresiasi investor di pasar modal dan meningkatkan nilai perusahaan yang ditunjukkan dengan peningkatan harga saham perusahaan. Para konsumen akan lebih mengapresiasi perusahaan yang mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dibandingkan dengan perusahaan yang tidak mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR), mereka akan membeli produk yang sebagian laba dari produk tersebut disisihkan untuk kepentingan sosial lingkungan, misalnya untuk kepentingan sosial lingkungan. Sehingga hal tersebut akan meningkatkan penjualan dan berpengaruh positif terhadap peningkatan laba dan kinerja keuangan perusahaan.

CSR juga memiliki hubungan yang erat dengan nilai perusahaan dimana apabila perusahaan memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang baik maka akan direspon positif oleh investor melalui peningkatan harga saham begitu pula sebaliknya (Almilia dan Wijayanto, 2007). Investor mengapresiasi praktik CSR dan melihat CSR sebagai pedoman untuk menilai potensi keberlanjutan suatu perusahaan. Oleh sebab itu, dalam mengambil keputusan investasi, banyak investor yang cukup memperhatikan CSR yang diungkapkan perusahaan melalui laporan tahunan. Sehingga diharapkan dengan adanya pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan akan direspon positif oleh investor melalui peningkatan harga saham sehingga nilai perusahaan juga akan meningkat.

Laporan tahunan perusahaan juga memberikan informasi bagaimana kinerja perusahaan dalam satu periode tertentu. Menurut Aryani (2012) setiap perusahaan akan berupaya meningkatkan kinerja keuangannya dan berharap dengan kinerja keuangan yang baik maka nilai perusahaan akan meningkat sehingga akan menarik investor untuk melakukan investasi di perusahaan tersebut. Investor tidak akan melakukan investasi jika investasi tersebut dapat merugikan mereka. Untuk itu investor dapat menggunakan indikator ROA sebagai bahan penilaian. Semakin tinggi ROA, kinerja keuangan perusahaan semakin efektif. Hal ini selanjutnya akan meningkatkan daya tarik perusahaan dimata investor dengan peningkatan harga saham perusahaan. Sehingga dapat dikatakan bahwa kinerja keuangan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Penelitian mengenai CSR telah banyak dilakukan yang berkaitan dengan nilai perusahaan maupun kinerja keuangan perusahaan. Barbara dan Suhartini (2008) meneliti tentang pengaruh CSR dengan nilai perusahaan, penelitian ini bertujuan untuk mempelajari dan menganalisis pengaruh tanggung jawab sosial perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan persentase pengelolaan kepemilikan dan pengelolaan jenis industri sebagai variabel

moderator. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR, persentase kepemilikan manajemen, tipe industri memiliki implikasi pada nilai perusahaan secara simultan. Kedua, CSR memiliki implikasi positif terhadap nilai perusahaan, dan persentase kepemilikan manajemen tidak berperan sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara CSR dan nilai perusahaan.

Penelitian tentang pengaruh kinerja keuangan, *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan dilakukan oleh Tri (2012), hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja keuangan yang diukur dengan ROA mampu meningkatkan nilai perusahaan dan *Good Corporate Governance* tidak mampu memoderasi pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. Melisa (2012) melakukan penelitian tentang pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan perbankan. Hasil dari penelitian ini menyebutkan bahwa CSR berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Berdasarkan dari uraian latar belakang diatas dan adanya perbedaan hasil penelitian yang dilakukan tentang hubungan CSR dan nilai perusahaan, maka judul dari penelitian ini adalah pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan dengan kinerja keuangan sebagai variabel intervening. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran dan pemahaman mengenai pola hubungan CSR dengan nilai perusahaan yang dimediasi oleh variabel kinerja keuangan perusahaan. Serta untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan melalui kinerja keuangan sebagai variabel intervening.

TINJAUAN TEORETIS DAN HIPOTESIS

Teori Stakeholder

Chariri dan Ghazali (2007:32) mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholders*-nya (*shareholders*, kreditor, konsumen, *supplier*, pemerintah, masyarakat, analisis dan pihak lain). Sedangkan Rudito (2004) mengemukakan bahwa perusahaan dianggap sebagai *stakeholders*, jika mempunyai tiga atribut, yaitu kekuasaan, legitimasi dan kepentingan.

Mengacu pada pengertian *stakeholders* diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam suatu aktivitas perusahaan dipengaruhi oleh faktor-faktor dari luar dan dari dalam, yang kesemuanya dapat disebut sebagai *stakeholders*. Kelangsungan hidup perusahaan bergantung pada dukungan *stakeholders*. Pengungkapan sosial dianggap sebagai bagian dari dialog antara perusahaan dengan *stakeholders*-nya (Chariri dan Ghazali, 2007).

Menurut Utama (2007), bahwa tanggung jawab sosial perusahaan tidak hanya terhadap pemiliknya atau pemegang saham saja tetapi juga para *stakeholders* yang terkait dan/atau terkena dampak dari keberadaan perusahaan. Dalam menetapkan dan menjalankan strategi bisnisnya, perusahaan yang menjalankan CSR akan memperhatikan dampaknya terhadap kondisi sosial dan lingkungan, dan berupaya agar memberikan dampak positif.

Signaling Theory

Menurut Jama'an (2008), *signaling theory* mengemukakan tentang bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Sinyal ini berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik. Sinyal dapat berupa promosi atau informasi lain yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik daripada perusahaan lain.

Signaling theory menekankan kepada pentingnya informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan terhadap keputusan investasi pihak di luar perusahaan. Informasi merupakan

unsur penting bagi investor dan pelaku bisnis karena informasi pada hakekatnya menyajikan keterangan, catatan atau gambaran baik untuk keadaan masa lalu, saat ini maupun keadaan masa yang akan datang bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan dan bagaimana pasaran efeknya. Informasi yang lengkap, relevan, akurat dan tepat waktu sangat diperlukan oleh investor di pasar modal sebagai alat analisis untuk mengambil keputusan investasi.

Pada waktu informasi diumumkan dan semua pelaku pasar sudah menerima informasi tersebut, pelaku pasar terlebih dahulu menginterpretasikan dan menganalisis informasi tersebut sebagai sinyal baik (*good news*) atau signal buruk (*bad news*). Salah satu jenis informasi yang dikeluarkan perusahaan yang dapat menjadi sinyal bagi pihak di luar perusahaan, terutama bagi pihak investor adalah laporan tahunan. Informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan dapat berupa informasi akuntansi yaitu informasi yang berkaitan dengan laporan keuangan dan informasi non-akuntansi yaitu informasi yang tidak berkaitan dengan laporan keuangan. Salah satu bentuk informasi non-akuntansi, yaitu laporan tahunan tentang aktivitas CSR perusahaan. Tujuan dari laporan pengungkapan CSR ini adalah untuk menyediakan informasi tambahan mengenai kegiatan perusahaan sekaligus sebagai sarana untuk memberikan tanda (*signal*) kepada para *stakeholders* mengenai kepedulian perusahaan terhadap lingkungan. Tanda-tanda (*signals*) ini diharapkan dapat diterima secara positif oleh pasar sehingga mampu mempengaruhi kinerja pasar perusahaan yang tercermin dalam harga pasar saham perusahaan. Roida (2008) juga menegaskan bahwa perusahaan yang sudah menerapkan kebijakan formal berupa CSR akan mengirimkan sinyal positif bagi pasar.

Corporate Social Responsibility

Tanggung jawab sosial (*Corporate Social Responsibility*) merupakan sebuah pendekatan dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dalam interaksi mereka dengan para pemangku kepentingan (*stakeholders*) berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan (Nuryana, 2005). Sedangkan menurut Widjaja dan Yeremia (2008) *Corporate Social Responsibility* merupakan bentuk kerjasama antara perusahaan dengan *stakeholders* yang secara langsung maupun tidak langsung berinteraksi dengan perusahaan untuk tetap menjamin keberadaan dan kelangsungan hidup usaha (*sustainability*) perusahaan tersebut.

Dari definisi di atas dapat dikatakan bahwa CSR merupakan komitmen yang dimiliki oleh perusahaan untuk secara berkelanjutan berperan serta dalam usaha untuk mensejahterakan lingkungannya berdampingan dengan kegiatan operasi perusahaan. Jadi, selain memperoleh laba perusahaan juga perlu melakukan kegiatan lain yang berkaitan dengan karyawan dan lingkungan sosialnya untuk meningkatkan kualitas perusahaan dan lingkungan.

Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Saat ini terdapat beberapa peraturan yang mengatur tentang CSR, yang bersifat mengikat supaya perusahaan tertentu wajib melaksanakan tanggungjawab sosialnya. Hal tersebut diatur di dalam Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 pasal 74 tentang Perseroan Terbatas yang berisi:

1. Ayat (1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan
2. Ayat (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 kepatuhan dan kewajaran

3. Ayat (3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan
4. Ayat (4) Ketentuan lebih lanjut mengenai tanggung jawab sosial diatur dengan Peraturan Pemerintah

Nilai Perusahaan

Menurut Husnan (2000:34) nilai perusahaan merupakan nilai yang dibutuhkan investor untuk mengambil keputusan investasi yang tercermin dari harga pasar perusahaan. Sedangkan Wahyudi (2006) dalam Nurlela dan Islahuddin (2008) menyebutkan bahwa nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli andai perusahaan tersebut dijual.

Rasio-rasio keuangan digunakan investor untuk mengetahui nilai pasar perusahaan serta memberikan indikasi bagi manajemen mengenai penilaian investor terhadap kinerja perusahaan dimasa lampau dan prospeknya dimasa depan. Ada beberapa rasio untuk mengukur nilai perusahaan, salah satunya adalah dengan menggunakan Tobin's Q. Rasio ini dinilai dapat memberikan informasi paling baik, karena dalam Tobin's Q memasukkan semua unsur hutang dan modal saham perusahaan, tidak hanya saham biasa saja serta ekuitas perusahaan yang dimasukkan namun seluruh asset perusahaan.

Jadi semakin besar nilai Tobin's Q menunjukkan bahwa perusahaan memiliki prospek pertumbuhan yang baik. Hal ini dapat terjadi karena semakin besar nilai pasar *asset* perusahaan dibandingkan dengan nilai buku asset perusahaan maka semakin besar kerelaan investor untuk mengeluarkan pengorbanan yang lebih untuk memiliki perusahaan tersebut (Sukamulja, 2004).

Kinerja Keuangan

Menurut Irhan (2011:2) kinerja keuangan adalah suatu analisis yang dilakukan untuk melihat sejauh mana suatu perusahaan telah melaksanakan dengan menggunakan aturan-aturan pelaksanaan keuangan secara baik dan benar. Kinerja keuangan merupakan suatu gambaran tentang kondisi keuangan suatu perusahaan yang dianalisis dengan alat-alat analisis keuangan, sehingga dapat diketahui mengenai keadaan keuangan perusahaan yang mencerminkan prestasi kerja dalam periode tertentu. Penilaian kinerja keuangan merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan oleh pihak manajemen agar dapat memenuhi kewajibannya terhadap para pemegang saham dan juga untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan perusahaan.

satu rasio yang dapat menggambarkan kondisi keuangan suatu perusahaan adalah *Return On Asset* (ROA). ROA merupakan ukuran kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan bagi perusahaan dengan memanfaatkan aktiva yang dimiliki perusahaan. Kinerja perusahaan dinilai baik apabila nilai ROA meningkat (Fitriyani, 2012). Jadi jika perusahaan mempunyai ROA yang tinggi maka perusahaan tersebut berpeluang besar dalam meningkatkan pertumbuhan. Semakin tinggi ROA maka semakin baik kinerja perusahaan, karena ROA yang positif menunjukkan bahwa dari total aktiva yang dipergunakan untuk beroperasi, mampu memberikan laba bagi perusahaan.

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan.

Rahayu (2010) menjelaskan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) akan berdampak positif terhadap perusahaan, dimana selain membangun citra yang baik di mata

para *stakeholders* karena kepedulian perusahaan terhadap sosial lingkungan, juga akan menaikkan laba perusahaan melalui peningkatan penjualan karena para konsumen akan lebih mengapresiasi perusahaan yang mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dibandingkan dengan perusahaan yang tidak mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR), Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₁ : CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan.

Pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan.

Rinati (2009) yang menyatakan bahwa ROA berpengaruh signifikan terhadap harga saham perusahaan. Kinerja keuangan perusahaan yang meningkat akan berpengaruh terhadap peningkatan nilai perusahaan juga. Nilai perusahaan yang ditunjukkan oleh harga saham perusahaan. Semakin tinggi harga saham perusahaan maka semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut. Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₂ : Kinerja keuangan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan.

Pada saat masyarakat yang menjadi pelanggan memiliki penilaian yang positif terhadap perusahaan, maka mereka akan loyal terhadap produk yang dihasilkan. Sehingga hal ini akan mampu menaikkan citra perusahaan yang direfleksikan melalui harga saham yang akan meningkat. Jadi, dapat disimpulkan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) mempunyai hubungan yang positif terhadap nilai perusahaan. Semakin banyak pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) maka semakin tinggi pula nilai perusahaan (Rimba, 2010). Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₃ : CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Kinerja keuangan sebagai Variabel Intervening

Sutopoyudo (2009) menunjukkan bahwa mayoritas konsumen akan meninggalkan suatu produk yang mempunyai citra buruk atau negatif. Semakin baik tingkat pengungkapan oleh perusahaan merupakan sinyal positif yang diberikan perusahaan kepada *stakeholders* maupun *shareholders*. Respon positif yang diberikan oleh *stakeholders* berupa kepercayaan dan diterimanya produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan sehingga akan meningkatkan laba dan *Return On Asset* (ROA) perusahaan. Sedangkan respon positif dari *shareholders* berupa peningkatan pergerakan harga saham perusahaan. Semakin tinggi harga saham perusahaan, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut. Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₄: Kinerja keuangan merupakan variabel intervening pada hubungan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia selama periode 2011-2013. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Kriteria yang digunakan untuk memilih sampel adalah sebagai berikut: (1) Perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2011-2013, (2) Perusahaan mempublikasikan laporan keuangan tahunan untuk periode 31 desember 2011-

2013, (3) Perusahaan yang mempublikasikan *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara berturut-turut dalam laporan tahunan periode 2011-2013.

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Variabel Independen

Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility merupakan suatu bentuk dari etika bisnis, dimana perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomis dan legal kepada *shareholders*, tetapi juga mempunyai kewajiban terhadap pihak lain yang berkepentingan (*stakeholders*) (Azheri, 2012). Dalam penelitian ini *Corporate Social Responsibility* diukur dengan proksi CSRI (*Corporate Social Responsibility Disclosure Index*) yang ditentukan dengan menggunakan 7 tema yang terdiri dari lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan kerja, lain-lain tentang tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat, dan umum. Keseluruhan tema tersebut berjumlah 78 item (Sembiring, 2005). Perhitungan *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* (CSRI) dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

CSRI_j : *CSR Disclosure Index* perusahaan j

N_j : jumlah *item* untuk perusahaan j, N_j ≤ 78

X_{ij} : *dummy variable*: 1 = jika item i diungkapkan; 0 = jika item i tidak diungkapkan.

Dengan demikian, 0 ≤ CSRI_j ≤ 1

Variabel Dependen

Nilai Perusahaan

Samuel (2000) menjelaskan bahwa nilai perusahaan merupakan konsep penting bagi investor, karena merupakan indikator bagi pasar dalam menilai perusahaan secara keseluruhan. Nilai perusahaan diproksikan dengan nilai Tobin's Q yang diberi simbol Q, dihitung dengan menggunakan rasio Tobin's Q dengan rumus sebagai berikut :

$$Q = \frac{(EMV + D)}{(EBV + D)}$$

Keterangan:

Q : nilai perusahaan

EMV : nilai pasar ekuitas (EMV = *closing price* x jumlah saham yang beredar)

D : nilai buku dari total hutang

EBV : nilai buku dari total aktiva

Variabel Intervening

Kinerja Keuangan

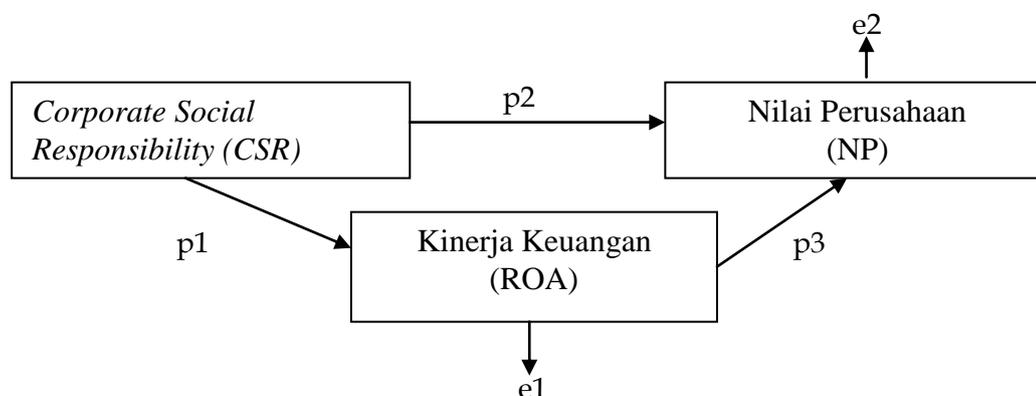
Variabel intervening yang digunakan dalam penelitian ini adalah kinerja keuangan perusahaan yang diwakili oleh kinerja keuangan yang diukur dengan menggunakan ROA.

Semakin tinggi ROA menunjukkan semakin baik kinerja perusahaan, karena dana yang diinvestasikan ke dalam aset dapat menghasilkan *Earning After Tax* (EAT) yang semakin tinggi. ROA didapat dengan rumus:

$$ROA = \frac{\text{Net income}}{\text{Total asset}}$$

Pengujian Hipotesis

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur. Analisis jalur digunakan untuk mengetahui pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan dengan kinerja keuangan sebagai variabel *intervening* pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2013. Model analisis jalur dalam penelitian ini diilustrasikan dalam gambar sebagai berikut:



Gambar 1
Rerangka Konseptual

Berdasarkan model analisis dua jalur diatas, dibuat 2 persamaan struktural analisis 2 jalur yang meliputi *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel independen, nilai perusahaan sebagai variabel dependen dan kinerja keuangan (ROA) sebagai variabel *intervening* dan $e = \text{error}$, yaitu:

- 1) Persamaan substruktural pertama : $ROA = b_1CSR + e_1$
- 2) Persamaan substruktural kedua : $NP = b_1CSR + b_2ROA + e_2$

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Tabel 1 menunjukkan statistik deskriptif masing-masing variabel penelitian yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR), kinerja keuangan (ROA) dan nilai perusahaan.

Tabel 1
Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	30	0,26	0,67	0,3923	0,10020
ROA	30	0,03	0,66	0,1488	0,14040
Tobin's Q	30	0,51	10,12	2,3905	2,38036
Valid N (listwise)	30				

Tabel 1 menunjukkan bahwa Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) menunjukkan nilai rata-rata sebesar 0,3923 atau sekitar 39,23% dari kriteria pengungkapan yang telah ditetapkan. Hal ini berarti bahwa dalam satu periode dalam laporan tahunan, rata-rata perusahaan telah melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebanyak 39 item. Rentang nilai pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berkisar antara 0,26 hingga 0,67 dengan kata lain, nilai minimum sebesar 0,26 atau sekitar 26% dan nilai maksimum sebesar 0,67 atau sekitar 67% dari kriteria pengungkapan yang telah ditetapkan. Hasil ini menunjukkan bahwa rata-rata pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Indonesia masih rendah dari kriteria yang telah ditetapkan, selain itu rentang nilai maksimum dan minimum yang cukup jauh menunjukkan keberagaman jumlah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan perusahaan di Indonesia.

Kinerja keuangan yang diukur dengan menggunakan *Return On Asset* (ROA) menunjukkan nilai rata-rata sebesar 0,1488 atau sekitar 14,88% dengan nilai minimum sebesar 0,03 dan nilai maksimum sebesar 0,66. Nilai perusahaan menunjukkan nilai rata-rata sebesar 2,3905 dengan nilai minimum sebesar 0,51 dan nilai maksimum sebesar 10,12.

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas. Nilai *tolerance* semua variabel bebas lebih besar dari 0,10, demikian pula nilai VIF semuanya kurang dari 10. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengindikasikan adanya multikolinieritas.

b. Uji Autokorelasi. Nilai *Durbin-Watson* persamaan regresi pertama adalah 1.812, nilai tersebut berada diantara -2 sampai +2 maka regresi pertama bebas dari autokorelasi. Nilai *Durbin-Watson* persamaan regresi kedua adalah 1.900, nilai tersebut berada diantara -2 sampai +2 maka regresi pertama bebas dari autokorelasi.

c. Uji Heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat pola grafik scatterplot. Hasil dari grafik scatterplot menunjukkan bahwa tidak ada pola yang jelas sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tidak terdapat heteroskedastisitas.

d. Uji Normalitas. Hasil uji *normal probably plot* menunjukkan bahwa dari semua persamaan regresi menunjukkan bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau histogramnya. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa penyebaran data mendekati normal atau memenuhi asumsi normalitas.

Uji Kesesuaian Model (Uji F)

Pengujian Kesesuaian Model Regresi 1

Tabel 2
Analisis Regresi 1

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3,150	1	3,150	4,237	0,031
	Residual	20,818	28	0,744		
	Total	23,968	29			

a. Predictors: (Constant), CSR

b. Dependent Variable: ROA

Dari uji ANOVA atau F test untuk pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kinerja keuangan (ROA) didapat nilai F hitung sebesar 4,237 dengan nilai probabilitas 0,031. Karena probabilitas lebih kecil dari $\alpha = 5\%$, maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi kinerja keuangan (ROA). Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja keuangan (ROA).

Pengujian Kesesuaian Model Regresi 2

Tabel 3
Analisis Regresi 2

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	18,774	2	9,387	57,022	0,000
	Residual	4,445	27	0,165		
	Total	23,219	29			

a. Predictors: (Constant), ROA, CSR

b. Dependent Variable: Tobin's (Q)

Dari uji ANOVA atau F test untuk pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan kinerja keuangan (ROA) terhadap nilai perusahaan didapat nilai F hitung sebesar 57,022 dengan nilai probabilitas 0,000. Karena probabilitas lebih kecil dari $\alpha = 5\%$, maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi nilai perusahaan.

Uji Hipotesis

Pengujian Hipotesis 1

Persamaan regresi 1 digunakan untuk menjawab hipotesis 1 serta untuk mengetahui apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap kinerja keuangan (ROA).

Tabel 4
Analisis Regresi 1
ROA = b_i CSR + e_1

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,577	0,391		4,037	0,000
	CSR	0,850	0,413	0,363	2,058	0,031

a. Dependent Variable: ROA

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan SPSS, dapat dilihat bahwa terdapat satu variabel independen, yaitu variabel CSR yang berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen yaitu kinerja keuangan (ROA). Hal ini dikarenakan nilai Sig t untuk variabel CSR memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja keuangan (ROA), dengan tingkat signifikansi 0,031. Dengan demikian H1 “*Corporate Social Responsibility (CSR)* berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan (ROA)” diterima.

Hal ini memiliki makna bahwa dengan pelaporan dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*, para *stakeholders* dapat mengevaluasi bagaimana pelaksanaan *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan memberikan penghargaan/sanksi terhadap perusahaan sesuai hasil evaluasinya. Semakin tinggi tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* menunjukkan semakin tinggi pula tingkat operasional perusahaan yang berarti kinerja keuangan perusahaan meningkat.

Nilai R² untuk pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap kinerja keuangan (ROA) adalah sebesar 0,251 yang berarti variabilitas variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen sebesar 25.1%. Sedangkan sisanya 74.9% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak dimasukkan dalam model regresi.

Hasil penelitian ini sesuai dan mendukung penelitian yang dilakukan oleh Yuniasih dan Wirakusuma (2007) dalam penelitiannya menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility (CSR)* terbukti berpengaruh positif pada kinerja keuangan yang diprosikan dengan ROA. Rahayu (2010) menjelaskan program *Corporate Social Responsibility (CSR)* akan berdampak positif terhadap perusahaan, dimana selain membangun citra yang baik di mata para *stakeholders* karena kepedulian perusahaan terhadap sosial lingkungan, juga akan menaikkan laba perusahaan melalui peningkatan penjualan. Karena dalam jangka panjang dipandang jika perusahaan melakukan *Corporate Social Responsibility (CSR)* dapat menjamin keberlangsungan hidup perusahaan. Para konsumen akan lebih mengapresiasi perusahaan yang mengungkapkan *Corporate Social Responsibility (CSR)* dibandingkan dengan perusahaan yang tidak mengungkapkan *Corporate Social Responsibility (CSR)*, mereka akan membeli produk yang sebagian laba dari produk tersebut disisihkan untuk kepentingan sosial lingkungan, misalnya untuk kepentingan sosial lingkungan.

Pengujian Hipotesis 2 dan 3

Persamaan regresi 2 digunakan untuk menjawab hipotesis 2 dan 3, serta mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan kinerja keuangan (ROA) terhadap nilai perusahaan.

Tabel 5
Analisis Regresi 2
 $NP = b_1CSR + b_2ROA + e_2$

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	3,152	0,313			10,085	0,000
	CSR	0,482	0,204	0,201		2,359	0,026
	ROA	0,997	0,094	0,907		10,650	0,000

a. Dependent Variable: Tobin's (Q)

Melalui hasil regresi persamaan 2 dapat diketahui bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan nilai Sig t untuk variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan dengan tingkat signifikansi 0,026. Dengan demikian H3 "*Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan" diterima.

Hal ini memiliki makna bahwa dalam investasi, yang diinginkan oleh investor adalah keuntungan. Investor tidak akan melakukan investasi jika investasi tersebut dapat merugikan mereka. Untuk itu investor dapat menggunakan indikator ROA sebagai bahan penilaian. Semakin tinggi ROA, kinerja keuangan perusahaan semakin efektif. Hal ini selanjutnya akan meningkatkan daya tarik perusahaan dimata investor dengan peningkatan harga saham perusahaan.

Menurut IAI (2007), informasi kinerja perusahaan terutama profitabilitas diperlukan untuk menilai perubahan potensial dimasa yang akan datang. Informasi kinerja juga bermanfaat untuk memprediksi kapasitas perusahaan dalam menghasilkan arus kas dari sumber daya yang ada. Serta juga berguna dalam perumusan pertimbangan tentang efektifitas perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya. Rasio ROA adalah salah satu bentuk dari rasio profitabilitas yang dimaksudkan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba atas keseluruhan dana yang ditanamkan dalam aktifitas yang digunakan untuk aktifitas operasi perusahaan dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya.

Hasil penelitian ini sesuai dan mendukung penelitian yang dilakukan oleh Rinati (2009) yang menyatakan bahwa ROA berpengaruh signifikan terhadap harga saham perusahaan. Kinerja keuangan perusahaan yang meningkat akan berpengaruh terhadap peningkatan nilai perusahaan juga. Nilai perusahaan yang ditunjukkan oleh harga saham perusahaan. Semakin tinggi harga saham perusahaan maka semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut, sebaliknya semakin rendah harga saham, maka semakin rendah pula nilai perusahaan tersebut.

Variabel kinerja keuangan (ROA) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan nilai Sig t untuk variabel kinerja keuangan (ROA) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan, dengan tingkat signifikansi 0,000 dengan t tabel 0,997. Dengan demikian H2 "*kinerja keuangan* (ROA) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan" diterima.

Hasil penelitian ini sesuai dan mendukung penelitian yang dilakukan oleh Barbara dan Suharti (2008) yang menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan faktor yang mempengaruhi tinggi atau rendahnya nilai perusahaan. Semakin

banyak perusahaan mengungkapkan item pengungkapan sosialnya dan semakin bagus kualitas pengungkapannya, maka akan semakin tinggi nilai perusahaannya.

Hasil penelitian ini juga sesuai dan mendukung penelitian yang dilakukan oleh Silvia (2012) yang menyatakan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan. Perusahaan yang akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan. Berdasarkan teori signal (*signaling theory*), manajer yang memiliki informasi bagus tentang perusahaan berupaya menyampaikan informasi tersebut kepada investor luar agar saham perusahaan meningkat (Sugiarto, 2009).

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) diharapkan mampu menaikkan nilai perusahaan. Karena kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan keberpihakan perusahaan terhadap masyarakat. Sehingga masyarakat mampu memilih produk yang baik yang di nilai tidak hanya barangnya saja tetapi juga tata kelola perusahaannya. Kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sendiri merupakan bagian dari tata kelola perusahaan yang baik. Pada saat masyarakat yang menjadi pelanggan memiliki penilaian yang positif terhadap perusahaan, maka mereka akan loyal terhadap produk yang dihasilkan. Sehingga hal ini akan mampu menaikkan citra perusahaan yang direfleksikan melalui harga saham yang akan meningkat. Jadi, dapat disimpulkan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) mempunyai hubungan yang positif terhadap nilai perusahaan. Semakin banyak pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) maka semakin tinggi pula nilai perusahaan (Rimba, 2010)

Pengujian Hipotesis 4

Hasil output SPSS memberikan nilai standardized beta CSR pada persamaan (1) sebesar 0,363 dan signifikan pada 0,049 yang berarti *Corporate Social Responsibility* (CSR) mempengaruhi kinerja keuangan (ROA). Nilai koefisien standardized beta 0,363 merupakan nilai path atau jalur p1. Pada output SPSS persamaan regresi (2) untuk *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebesar 0,201 dan kinerja keuangan (ROA) sebesar 0,907. Nilai standardized beta *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebesar 0,201 merupakan nilai jalur path p2 dan standardized beta kinerja keuangan (ROA) sebesar 0,907 merupakan nilai jalur path p3. Besarnya nilai $e1 = \sqrt{1-0,251} = 0,865$ dan besarnya nilai $e2 = \sqrt{1-0,809} = 0,437$.

Pengaruh langsung (*direct effect* atau DE) dan pengaruh tidak langsung (*indirect effect* atau IE) antara variabel independen dengan variabel dependen.

- a. Pengaruh langsung (*direct effect* atau DE)
 - Pengaruh langsung *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kinerja keuangan (ROA)
 $p1 = 0,363$
 - Pengaruh langsung *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan
 $p2 = 0,201$
- b. Pengaruh tidak langsung (*indirect effect* atau IE)
Pengaruh tidak langsung *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan melalui kinerja keuangan (ROA)
 $(p1) \cdot (p3) = (0,363) (0,907) = 0,329241$
- c. Pengaruh total
Pengaruh total tidak langsung *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan melalui kinerja keuangan (ROA)
 $p2 + (p1 \times p3) = 0,201 + (0,363 \times 0,907) = 0,201 + 0,329241 = 0,530241$

Hasil analisis jalur pengaruh langsung *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan sebesar 0,201. Sedangkan analisis jalur pengaruh tidak langsung (intervening) yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR) ke kinerja keuangan lalu ke nilai perusahaan sebesar 0,329241. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja keuangan (ROA) merupakan variabel intervening. Maka hipotesis keempat (H4) yang menyatakan bahwa "*Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan melalui kinerja keuangan", diterima.

Hasil analisis jalur menunjukkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan sebesar 0,201 dan dapat juga berpengaruh tidak langsung yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan melalui kinerja keuangan sebagai variabel intervening sebesar 0,329241. Dari hasil analisis output regresi diatas maka dapat disimpulkan bahwa kinerja keuangan merupakan variabel intervening antara *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan karena menunjukkan hasil yang signifikan. Hal ini memiliki makna bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara tidak langsung berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan melalui kinerja keuangan. Dengan demikian *Corporate Social Responsibility* (CSR) mampu mempengaruhi besarnya reaksi pasar terhadap nilai perusahaan melalui kinerja keuangan.

SIMPULAN DAN KETERBATASAN

Simpulan

Simpulan hasil penelitian ini dapat dikemukakan sebagai berikut : Hipotesis pertama (H1) yang menyatakan bahwa "*Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan", diterima. Hal ini memiliki makna bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) menunjukkan semakin tinggi pula tingkat operasional perusahaan yang berarti kinerja keuangan perusahaan meningkat. Hipotesis kedua (H2) yang menyatakan bahwa "kinerja keuangan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan", diterima. Hal ini memiliki makna bahwa semakin tinggi ROA, kinerja keuangan perusahaan semakin efektif. Hal ini selanjutnya akan meningkatkan daya tarik perusahaan dimata investor dengan peningkatan harga saham perusahaan. Hipotesis ketiga (H3) menyatakan bahwa "*Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan" diterima. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan faktor yang mempengaruhi tinggi atau rendahnya nilai perusahaan. Hipotesis keempat (H4) yang menyatakan bahwa "*Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan melalui kinerja keuangan", diterima. Dengan demikian *Corporate Social Responsibility* (CSR) mampu mempengaruhi besarnya reaksi pasar terhadap nilai perusahaan melalui kinerja keuangan.

Keterbatasan

Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,809 hal ini berarti variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen sebesar 80.9%. Maka, penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel lain yang mempengaruhi nilai perusahaan, penambahan jumlah sampel penelitian yakni tidak hanya sektor manufaktur melainkan seluruh perusahaan *Go Publik* yang terdaftar di BEI, serta memperpanjang periode penelitian. Hal ini dimaksudkan agar mendapatkan hasil penelitian yang dapat digeneralisasi dan tidak hanya pada perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman saja.

DAFTAR PUSTAKA

- Budimantana, A, Pratetijo, A., Rudito, B. 2004. *Corporate Social Responsibility, Jawaban bagi Model Pembangunan Indonesia Masa Kini*. ICSD. Jakarta
- Chariri, Anis dan Imam Ghozali. 2007. *Teori Akuntansi*. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. Semarang.
- Crowther, David. 2008. *Corporate Social Responsibility*. Guler Aras & Ventus Publishing ApS.
- Dahlia, Lely dan Siregar, Sylvia Veronica. 2008. *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia pada 2005 dan 2006)*. Simposium Nasional Akuntansi XI. Pontianak
- Ghozali, Imam dan Anis, Chariri. 2007. *Teori Akuntansi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Gunawan Widjaja & Yeremia .A.P. 2008. *Resiko Hukum & Bisnis Perusahaan Tanpa CSR*. Forum Sahabat. Jakarta
- H.M, Jogiyanto. 2000. *Teori Portofolio dan Analisis Investasi, Edisi II*. BPFE-UGM. Yogyakarta
- Indrawati, N. Dan Lillia Yulianti. 2010. Mekanisme *Corporate Governance* dan Kualitas Laba. *Pekbis Jurnal*, Vol.2, No.2, Juli 2010:283-291.
- ISO. 2009. *Draf Internasional Standar ISO 26000 : Guidance on Social Responsibility*
- Jama'an, 2008. *Pengaruh Mekanisme Corporate Governance, dan Kualitas Kantor Akuntan Publik Terhadap Integritas Informasi Laporan Keuangan (Studi Kasus Perusahaan Publik yang Listing di BEJ)*. Universitas Diponegoro. Semarang
- Januarti dan Apriyanti. 2005. *Pengaruh Tanggungjawab Sosial Perusahaan terhadap Kinerja Keuangan*. *Jurnal MAKSI*, Vol.5 (2): 221-243
- Nuryana, Mu'man. 2005. *Corporate Social Responsibility dan Kontribusi bagi Pembangunan Berkelanjutan. Makalah Diklat*. Diklat Pekerjaan Sosial Industri, Balai Besar Pendidikan dan Pelatihan Kesejahteraan Sosial (BBPPKS). 5 Desember. Bandung
- Pemerintah Indonesia. 2007. UU Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas
- Rustiarini, Ni Wayan. 2010. *Pengaruh Corporate Governance pada Hubungan Corporate Social Responsibility dan Nilai Perusahaan*. *Simposium Nasional Akuntansi XIII*. Purwokerto. 2010.
- Santoso, Singgih. 2000. *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*. PT Alex Media Komputindo: Jakarta.
- Scott, W.R. 2000. *Financial Accounting Theory 2th Edition*. Ontario: Prentice Hall Canada Inc.
- Scott, William R., (2010) *Financial Accounting Theory. Second Edition*. Canada: Prentice Hall
- Sembiring, Eddy Rismanda. 2005. *Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggungjawab Sosial: Studi pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta*. *Simposium Nasional Akuntansi VIII*
- Sholihin, Ismail. 2008. *Corporate Social Responsibility from Charity to Sustainability*. Salemba Empat, pp. 115-128
- Tanudjaja, B.B. 2006. *Perkembangan Corporate Social Responsibility di Indonesia*. Nirmana, Volume 8.2: 92-98.
- Utama, Sidharta. 2007. *Evaluasi Infrastruktur Pendukung Pelaporan Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan di Indonesia*. www.ui.edu. Diakses tanggal 18 Oktober 2014
- Wibisono, Y. 2007. *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR (Corporate Social Responsibility)*. Fascho Publishing. Gresik