

## PENGARUH PENJUALAN, BIAYA OPERASI, DAN RETURN SAHAM TERHADAP CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

**Devi Satria Putri**  
Universitas Sriwijaya  
devi\_satriya@yahoo.com

### **ABSTRACT**

*This study aims to provide empirical evidence of the influence of sales, operating expenses, and stock returns manufacturing company in Indonesia Stock Exchange in 2009-2013 in the long run. Sales diukur the natural log total sales, operating costs measured by the natural log of operational costs, the stock return is measured by the natural log stock return, while CSR is measured by a score of disclosure GRI G4. The sample used by 25 firms reporting CSR activities in the annual report of the company. The study concluded that sales, operating costs and stock returns have no significant effect on corporate social responsibility. This is due to the implementation of CSR in Indonesia mandatori so the motivation of these companies do CSR is to be able to avoid the company of a conflict with the public and the government, instead of focusing on product innovation and quality improvement, as well as care for the maintenance of the environment, economy, and energy conversion .*

**Keywords: Corporate Social Responsibility (CSR), Sales, Operating Costs, and Stock Return**

### **I. PENDAHULUAN**

Meningkatnya kesadaran perusahaan akan keterkaitan dengan daerah lingkungan sosialnya menuntut perusahaan untuk memenuhi tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility-CSR*). CSR merupakan salah satu wujud partisipasi dunia usaha dalam pembangunan berkelanjutan untuk mengembangkan program kepedulian perusahaan kepada masyarakat sekitar melalui penciptaan dan pemeliharaan keseimbangan antara mencetak keuntungan, fungsi-fungsi sosial, dan pemeliharaan lingkungan hidup (Anatan, 2008).

Harmoni dan Ade (2008) berpendapat seperti halnya individu, perusahaan memiliki tugas moral untuk berlaku jujur, mematuhi hukum, menjunjung integritas dan tidak korup. Sehingga menekankan bahwa perusahaan harus mengembangkan praktik bisnis yang etis dan berkesinambungan secara ekonomi, sosial dan lingkungan. Pada dasarnya pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan bertujuan untuk memperlihatkan kepada masyarakat tentang aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan dan pengaruhnya kepada masyarakat (Muid, 2011).

CSR sering dianggap inti dari etika bisnis, yang berarti perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomi dan legal tetapi juga kewajiban-kewajiban terhadap pihak lain. CSR tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (*financial*) saja. *Bottom lines* lainnya yaitu sosial dan lingkungan, karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan. Keberlanjutan perusahaan hanya akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup (Sukanto, 2012).

Di Indonesia sendiri isu mengenai lingkungan hidup muncul ke masyarakat sejak terjadinya kasus-kasus pada perusahaan yang dalam kegiatan operasionalnya mengganggu keseimbangan alam.

Kasus pertama yaitu PT Freeport di Irian Jaya, PT Freeport selalu berkomitmen terhadap pengelolaan lingkungan hidup yang kuat. Meskipun telah memiliki pengakuan ISO 14001 dan mengklaim memiliki program komprehensif dalam memantau air asam tambang, Freeport terbukti tidak memiliki pertanggungjawaban lingkungan. Perusahaan ini beroperasi tanpa transparansi dan tidak memenuhi peraturan lingkungan yang ada. Terlepas dari keharusan untuk menyediakan akses publik terhadap informasi terkait lingkungan, PT Freeport belum pernah mengumumkan dokumen-dokumen pentingnya, termasuk Studi Penilaian

Resiko Lingkungan (*Environmental Risk Assessment*). PT Freeport juga tidak pernah mengumumkan laporan audit eksternal independen tiga tahunan sejak 1999, seperti yang disyaratkan Amdal (Analisis Mengenai Dampak Lingkungan). Dengan demikian perusahaan ini melanggar persyaratan izin lingkungan.

Kedua kasus PT Lapindo Brantas, peristiwa luapan Lumpur Lapindo Sidoarjo Surabaya, Jawa Timur yang terjadi pada tanggal 28 Mei 2006, adanya semburan gas disertai keluarnya cairan lumpur dan meluber ke lahan warga. Semburan lumpur panas di kabupaten Sidoarjo sampai saat ini belum juga bisa teratasi. Semburan yang akhirnya membentuk kubangan lumpur panas ini telah memporak-porandakan sumber-sumber penghidupan warga setempat dan sekitarnya.

Ketiga kasus PT Newmont Minahasa Raya (NMR), akibat kegiatan penambangan **mulai tahun 1996-1997** dengan 2.000-5.000 kubik ton limbah setiap hari di buang oleh PT NMR ke perairan di teluk Buyat yang di mulai sejak Maret 1996. Nelayan setempat sangat memprotes buangan limbah tersebut. Apalagi diakhir Juli 1996, nelayan mendapati puluhan bangkai ikan mati mengapung dan terdampar di pantai. Kematian misterius ikan-ikan ini berlangsung sampai Oktober 1996. Kasus ini terulang pada bulan Juli 1997.

Keempat kasus yang terjadi pada PT Power Steel Mandiri yang berlokasi di Banten. Perusahaan ini melanggar UU No.32/2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup dengan ancaman

hukuman seumur hidup. Perusahaan ini telah menyebabkan polusi udara yang diakibatkan aktivitas pembuangan limbah beracun berupa partikel asap dari sial peleburan baja.

Dan kelima adalah kasus PT. Dong Woo Environmental Indonesia. (PT DWEI) adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa pengolahan limbah B3 (Bahan Berbahaya Beracun) yang berlokasi di Kawasan Jababeka, Cikarang. Dalam kegiatan PT DWEI juga menghasilkan Limbah B3 (Bahan Berbahaya Beracun) yang perlu dilakukan pengolahan. Namun PT DWEI tidak melakukan pengolahan dan membuang Limbah B3 tersebut ke media lingkungan yang terletak di Kepulauan Sempu Desa Pasir Gombong, Kecamatan Cikarang Utara, Kabupaten Bekasi, sehingga mengakibatkan pencemaran udara di sekitar tempat tersebut dan ratusan warga mengalami gejala sakit mual, pusing, sesak nafas dan pingsan. maka PT DWEI telah melanggar sebagaimana dimaksud dalam Pasal 41 ayat (1) dan Pasal 43 ayat (1) Jo. Pasal 46 Undang-undang Nomor 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup (UUPLH).

Pemerintah Republik Indonesia pun dengan tegas mengeluarkan Undang-Undang mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan di dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Pasal 74 ayat 1, dalam Undang-Undang tersebut menyebutkan bahwa "Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan". Undang-

Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal pasal 15 (b) menyatakan bahwa "Setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan". Undang-undang ini membuktikan bahwa pemerintah mendukung pengungkapan tanggung jawab sosial (Sari, 2013).

Teori *stakeholder* menyatakan sebagai upaya untuk memenuhi keinginan *stakeholders* salah satunya meningkatnya kinerja keuangan perusahaan. Hal ini disebabkan dukungan *stakeholder* kepada perusahaan mempengaruhi keberadaan perusahaan tersebut (Muid, 2011). Adanya isu *corporate social responsibility* yang semakin besar perannya bagi *stakeholders* dan biaya CSR tersebut di ambil dari laba bersih perusahaan maka perusahaan dituntut untuk melaksanakannya. Dengan demikian, perusahaan berusaha meningkatkan kinerja keuangan dan meningkatnya laba bersih perusahaan dan berdampak pada semakin baiknya kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan yang bersangkutan karena laba bersih yang diterima semakin tinggi dan alokasi dana untuk CSR pun meningkat.

Ghozali dan Chariri (2007) mengungkapkan bahwa guna melegitimasi aktivitas perusahaan di mata masyarakat, perusahaan cenderung menggunakan kinerja berbasis lingkungan dan pengungkapan informasi lingkungan yang diharapkan dapat memaksimalkan kinerja keuangan perusahaan dalam jangka panjang.

CSR merupakan salah satu bukti bahwa perusahaan tidak hanya

berorientasi pada kepentingan *shareholders* dalam menjalankan aktivitas bisnisnya, namun juga pada kepentingan *stakeholders*. CSR merupakan fenomena strategi perusahaan yang mengakomodasi kebutuhan dan kepentingan para *stakeholder*. Oleh karena itu *stakeholders* membutuhkan informasi mengenai CSR (Muid, 2011).

Laporan keuangan selain memuat informasi keuangan (kuantitatif) juga mengkomunikasikan aktivitas CSR yang dilakukan perusahaan melalui media pengungkapan. Pengungkapan ada yang bersifat wajib (*mandatory*) yaitu pengungkapan informasi wajib dilakukan oleh perusahaan yang didasarkan pada peraturan tertentu, dan ada yang bersifat sukarela (*voluntary*) merupakan pengungkapan informasi melebihi persyaratan minimum dari peraturan yang berlaku. Pengungkapan aktivitas sosial lingkungan perusahaan merupakan pengungkapan yang bersifat sukarela (Cahyati, 2011).

Informasi mengenai aktivitas sosial dan lingkungan perusahaan dikomunikasikan dengan berbagai cara dan media, salah satu media yang dapat digunakan adalah laporan tahunan (Hendriksen dan Van breda, 2000). Junaedi (2005) menyatakan laporan tahunan (*annual report*) memberikan gambaran tentang kinerja perusahaan secara komprehensif baik mengenai informasi keuangan maupun informasi nonkeuangan yang perlu diketahui oleh para pemegang saham, calon investor, pemerintah, atau bahkan masyarakat.

Melihat betapa pentingnya manfaat laporan tahunan (*annual report*) perusahaan yang menjadi salah satu bahan pertimbangan bagi investor untuk melakukan investasi pada perusahaan yang bersangkutan. Keputusan investor untuk menanamkan modalnya didorong karena adanya harapan untuk memperoleh *return* atas investasi yang dilakukan. Semakin baik kinerja suatu perusahaan maka akan semakin menarik minat investor karena keuntungan atau *return* yang diharapkan juga akan semakin besar. Dengan demikian, perusahaan harus berusaha menunjukkan kinerja terbaiknya agar keputusan yang diambil investor dapat menguntungkan perusahaan (Muid, 2011).

Berbagai penelitian terkait dengan pengaruh CSR telah banyak dilakukan dan menunjukkan adanya perbedaan hasil. Brammer *et al* (2005) meneliti hubungan antara *corporate social performance* dan *financial performance* diukur dengan stock return untuk perusahaan-perusahaan di *United Kingdom.Environment* dan *employment* berkorelasi negatif dengan *return*, sedangkan *community* berkorelasi positif. Penelitian yang dilakukan oleh Peiris dan Evans (2009) membuktikan hubungan positif antara CSR dan ROA dan MTBV. CSR berkorelasi negatif dengan *return* saham.

Di dalam negeri penelitian mengenai CSR banyak dilakukan, Muid (2011) menunjukkan hanya variabel CSR (sosial) secara parsial berpengaruh positif terhadap *stock return*, sedangkan variabel CSR (*environment*) tidak berpengaruh

terhadap *stock return*. Secara bersama-sama dengan menggunakan variabel kontrol baik variabel *environment* dan sosial berpengaruh positif terhadap *stock return*. Titisari *et al* (2010) yang menguji pengaruh CSR terhadap kinerja perusahaan (*firm performance*) yang diukur dengan *stock return* (diproksi dengan CAR) baik CSR secara keseluruhan maupun berdasarkan pada parameternya (*environment, employment, dan community*) menunjukkan variabel *environment* dan *community* berkorelasi positif dengan CAR, sedangkan parameter *employment* justru berkorelasi negatif dengan CAR.

Berdasarkan kajian literatur yang dilakukan oleh Griffin dan Mahon tahun 1997 (dalam Leki dan Christiawan, 2012) mengenai hubungan antara kinerja CSR (*Corporate Social Performance*) dengan kinerja keuangan perusahaan selama 25 tahun terakhir (dari tahun 1970-an hingga 1990-an). Sebanyak 51 penelitian menunjukkan lebih banyak penelitian menyimpulkan bahwa kinerja sosial perusahaan berhubungan positif terhadap kinerja keuangan, berjumlah 22 penelitian. Sedangkan penelitian yang menyimpulkan bahwa kinerja sosial perusahaan berhubungan negatif terhadap kinerja keuangan berjumlah 20 penelitian. Sisanya adalah penelitian yang menyimpulkan bahwa kinerja sosial perusahaan tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan.

Pada umumnya penelitian yang banyak dilakukan terkait hubungan antara CSR dan kinerja keuangan dilihat dari profitabilitas perusahaan menggunakan ukuran *Return on*

*Asset* (ROA), *Return on Equity* (ROE), *Return on Investment* (ROI), dan *Earning per Share* (EPS). Tetapi pada kenyataannya jarang yang meneliti CSR dengan penjualan dan biaya operasi. Padahal secara teoritis, Kotler dan Lee (2005) (dalam Permanasari, 2010) berpendapat kedua variabel tersebut merupakan manfaat *corporate social responsibility*, serta penentu terciptanya keuntungan bagi perusahaan. Penelitian terdahulu yang pernah meneliti hubungan *corporate social responsibility* dan pendapatan serta biaya operasi adalah penelitian yang dilakukan oleh Permanasari (2010) menyimpulkan adanya penurunan biaya operasi setelah diterapkannya *corporate social responsibility*.

Atas dasar perbedaan berbagai penelitian, peneliti tertarik untuk menguji pengaruh penjualan, biaya operasional, dan *return* saham terhadap *corporate social responsibility*. Perbedaan penelitian yang akan dilanjutkan terletak pada pengukuran aktivitas *corporate social responsibility*. Pada penelitian ini CSR diukur dengan menggunakan seluruh jumlah alokasi dana *corporate social responsibility* perusahaan manufaktur yang terdapat dalam laporan perubahan ekuitas perusahaan pada laporan tahunan perusahaan (*annual report*).

Objek penelitian yang akan dilakukan yaitu perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2009-2013. Pemilihan perusahaan manufaktur dikarenakan pelaksanaan CSR pada perusahaan manufaktur telah ada sejak awal berjalan dan perusahaan manufaktur lebih banyak memberikan pengaruh

atau dampak terhadap lingkungan di sekitarnya akibat dari aktivitas yang dilakukan perusahaan serta memenuhi aspek pada tema pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Perusahaan manufaktur dipercaya membutuhkan *image* yang lebih baik dari masyarakat karena rentan terhadap pengaruh politik dan kritikan dari aktivis-aktivis sosial, maka diasumsikan bahwa perusahaan manufaktur akan memberikan pengungkapan *corporate social responsibility* yang lebih luas daripada perusahaan non manufaktur. Sedangkan tahun objek penelitian dipilih tahun 2009 hingga tahun 2013 karena diharapkan dapat memberikan hasil yang berbeda dari tahun-tahun penelitian sebelumnya.

## LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS

### Pengaruh Penjualan terhadap *Corporate Social Responsibility*

Teori *legitimasi* menyatakan bahwa beroperasinya perusahaan menghasilkan sesuatu baik jasa dan atau produk secara sosial memberikan manfaat pada masyarakat luas dan mendistribusikan manfaat ekonomi, sosial, dan politik kepada kelompok sesuai dengan *power* yang dimiliki perusahaan. Untuk itu perusahaan berusaha membuat inovasi dalam produk yang dihasilkan salah satunya tidak menggunakan bahan-bahan baku yang berbahaya bagi kesehatan konsumen serta ramah lingkungan (Hockerts *et al*, 2007 dalam Leki dan Christiawan, 2013).

Dengan adanya inovasi tersebut masyarakat telah menilai perusahaan telah mengikuti kontrak

sosial baik eksplisit maupun implisit dan berdampak pada meningkatnya penjualan produk yang dihasilkan perusahaan. Meningkatnya penjualan perusahaan menjadi sinyal nyata bagi investor untuk mengambil keputusan. Oleh karena itu, informasi mengenai meningkatnya penjualan perusahaan ini akan diungkapkan lebih baik oleh perusahaan. Dengan meningkatnya penjualan yang dilakukan oleh perusahaan maka pendapatan yang diterima oleh perusahaan pun akan meningkat. Meningkatnya pendapatan perusahaan maka dana yang dialokasikan untuk aktivitas sosial perusahaan juga akan meningkat. Hal ini dikarenakan penjualan inovasi produk yang peduli terhadap konsumen dan lingkungan yang dihasilkan perusahaan diungkapkan perusahaan dalam *annual report* dalam bagian *corporate social responsibility* dan bertujuan agar perusahaan dapat diterima lebih baik oleh masyarakat. Untuk itu, dalam penelitian ini dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1 : Penjualan berpengaruh signifikan terhadap *corporate socialresponsibility*

### Pengaruh Biaya Operasi terhadap *Corporate Social Responsibility*

Tiga jenis biaya operasional adalah beban pokok penjualan, biaya pemasaran, dan biaya administrasi dan umum. Ketiga jenis biaya inilah yang akan mempengaruhi besar kecilnya biaya operasional suatu perusahaan. Setiap perusahaan akan berusaha untuk memperkecil jumlah biaya operasional yang dikeluarkannya.



Menurut Permanasari (2010) Perusahaan akan mengurangi biaya yang dikeluarkan untuk pemasaran produk dan menggantinya dengan biaya CSR. Walaupun biaya CSR yang dikeluarkan pada awalnya merupakan biaya pertanggungjawaban perusahaan terhadap lingkungan sekitar, tidak dapat di pungkiri bahwa kegiatan CSR tersebut juga telah membentuk suatu *brand image* perusahaan di mata masyarakat luas. Oleh karena itu, perusahaan akan mengurangi biaya promosi produknya yang akan berpengaruh pada pengurangan biaya operasi perusahaan. Adanya penurunan biaya operasi maka perusahaan akan meningkatkan aktivitas tanggung jawab sosial lingkungannya secara lebih baik, karena perusahaan dapat meminimalisir biaya operasionalnya. Berdasarkan penjelasan di atas, hipotesis dalam penelitian ini yaitu:  
H2 : Biaya Operasional berpengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility*

## METODE PENELITIAN

### Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penjualan, biaya operasional, dan *return* saham terhadap tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) pada perusahaan di Indonesia periode tahun 2009-2013. Oleh karena itu objek penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang berada di Indonesia dengan periode tahun 2009 sampai dengan tahun 2013.

### Rancangan Penelitian

Penelitian ini bersifat kausalitas, di mana pada penelitian ini akan

menganalisis bagaimana hubungan sebab akibat dari variabel independen terhadap variabel dependen, kemudian dijelaskan bagaimana terjadinya hubungan ini.

Penelitian kausal ini untuk mengembangkan model penelitian yang bertujuan untuk menguji hipotesis penelitian yang telah ditentukan pada bab sebelumnya. Dari model penelitian yang telah dikembangkan diharapkan akan mampu menjelaskan hubungan antara variabel yang ada serta membuat suatu implikasi yang dapat digunakan untuk peramalan atau prediksi.

### Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini berjenis data kuantitatif berupa laporan keuangan yang dipublikasikan oleh perusahaan manufaktur selama periode tahun 2009-2013 yang memuat data jumlah *signifikan terhadap corporate social responsibility*. Sumber data yang digunakan ini diperoleh dari *website* Bursa Efek Indonesia (BEI) dan *website* resmi perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini.

Pengumpulan data juga dilakukan melalui studi pustaka dengan mengkaji buku-buku literatur dan jurnal ilmiah untuk memperoleh landasan teoritis yang kuat dan menyeluruh tentang *corporate social responsibility*.

### Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah semua perusahaan manufaktur yang telah *go public* dan *listed* di Bursa Efek Indonesia (BEI). Periode pengamatan dalam penelitian ini

adalah tahun 2009 sampai dengan tahun 2013 yang merupakan data perusahaan yang diharapkan dapat memberikan gambaran terkini tentang kondisi perusahaan. Perusahaan manufaktur dipilih karena pelaksanaan *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur telah ada sejak awal berjalan dan perusahaan manufaktur lebih banyak memberikan pengaruh atau dampak terhadap lingkungan di sekitarnya akibat dari aktivitas yang dilakukan perusahaan serta memenuhi aspek pada tema pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Penentuan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *simple random sampling*, yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Pengambilan sampel diambil 20% dari total populasi.

$$\begin{aligned} \text{Jumlah Sampel} &= 124 \times 20\% \\ &= 24.8 \\ &= 25 \end{aligned}$$

(dibulatkan)

Berikut ini daftar sampel yang digunakan dalam penelitian ini.

**Tabel 1 Jenis Perusahaan Manufaktur**

NO	Jenis Perusahaan	Jumlah Perusahaan	Persentase	Sampel
1.	<i>Food And Beverages</i>	11	12%	3
2.	<i>Tobacco Manufactures</i>	4	12%	3
3.	<i>Textile Mill Products</i>	6	4%	1
4.	<i>Apparel And Other Textile Products</i>	10	8%	2
5.	<i>Lumber And Wood Products</i>	4	4%	1
6.	<i>Paper And Allied Products</i>	5	4%	1
7.	<i>Chemical And Allied Products</i>	10	8%	2
8.	<i>Adhesive</i>	4	4%	1
9.	<i>Plastics And Glass Products</i>	10	4%	1
10.	<i>Cement</i>	3	4%	1
11.	<i>Metal And Allied Products</i>	11	4%	1
12.	<i>Fabricated Metal Products</i>	2	4%	1
13.	<i>Stone, Clay, Glass And Concrete Products</i>	5	4%	1
14.	<i>Cable</i>	6	4%	1
15.	<i>Automotive And Allied Products</i>	19	4%	1
16.	<i>Pharmaceuticals</i>	9	8%	2
17.	<i>Consumer Goods</i>	5	8%	2
<b>Total</b>		<b>124</b>	<b>100%</b>	<b>25</b>



**Tabel 2 Sampel Perusahaan  
Manufaktur**

No.	Kode	Perusahaan
1	AISA	Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk (Asia Intiselera)
2	CEKA	Cahaya Kalbar Tbk
3	ULTJ	Ultra Jaya Milk Industry and Trading Company Tbk
4	GGRM	Gudang Garam Tbk
5	RMBA	Bentoel International Investama Tbk
6	HMSP	H M Sampoerna Tbk
7.	ERTX	Eratex Djaja Limited Tbk
8.	MYRX	Hanson International Tbk
9.	SRSN	Indo Acidamata Tbk
10	BRPT	Barito Pacific Timber Tbk
11	SAIP	Surabaya Agung Industry Pulp Tbk
12	BUDI	Budi Acid Jaya Tbk
13	POLY	Polysindo Eka Perkasa Tbk
14	SIMA	Siwani Makmur Tbk
15	TRST	Trias Sentosa Tbk
16	SMGR	Semen Gresik (Persero) Tbk
17	INAI	Indal Aluminium Industry Tbk
18	KDSI	Kedawung Setia Industrial Tbk
19	MLIA	Mulia Industrindo Tbk
20	JECC	Jembo Cable Company Tbk
21	PRAS	Prima Alloy Steel Tbk
22	INAF	Indofarma Tbk
23	SCPI	Schering Plough Indonesia Tbk
24	TCID	Mandom Indonesia Tbk
25	UNVR	Unilever Indonesia Tbk

Dari data di atas di dapat sampel yakni laporan keuangan perusahaan manufaktur periode tahun 2009 sampai 2013 sebab selama periode tahun pengamatan ini isu mengenai *corporate social responsibility* semakin penting bagi keberlanjutan perusahaan.

#### **Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel**

##### **Variabel Dependen (Terikat)**

Pada penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah pengungkapan tanggung jawab sosial

perusahaan (*corporate social responsibility*) yang diukur dengan menggunakan indikator GRI G4 *Sustainability Reporting*. Terkait dengan pengungkapan kegiatan CSR, menurut pedoman GRI G4 ada tiga kategori utama pengungkapan yaitu Kategori Ekonomi, Kategori Lingkungan, dan Kategori Sosial Masyarakat dengan total item pengungkapan sebanyak 91 item (indikator pengungkapan secara lengkap disajikan peneliti dalam lampiran).

Pengukuran pengungkapan CSR diukur dengan teknik

pengukuran indeks scoring sebagai berikut:

Bila diungkapkan

: diberi nilai 1

Diungkapkan secara lengkap

: diberi nilai 2

Tidak diungkapkan

: diberi nilai 0

Sehingga, pengukuran akhir item-item pengungkapan dilakukan dengan perhitungan sebagai berikut:

$$N = \frac{\text{Jumlah item yang diungkapkan perusahaan}}{\text{Jumlah item pengungkapan GRI G4}}$$

#### **Variabel Independen (Bebas)**

##### **Penjualan (Sales)**

Pada penelitian ini yang

menjadi variabel independen adalah penjualan yang diukur dengan *log natural sales*, yaitu angka yang menunjukkan seberapa besar total penjualan yang diperoleh perusahaan pada suatu periode.

##### **Biaya Operasi**

Agar dapat melihat efisiensi biaya yang terjadi pada perusahaan yang telah menerapkan kegiatan CSR, maka dalam penelitian ini digunakan total seluruh biaya operasi yang dikeluarkan yang terdapat dalam laporan keuangan perusahaan.

##### **Return Saham**

Variabel	Definisi	Pengukuran	Skala
<i>Corporate Social Responsibility</i>	mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial terhadap operasinya dan interaksinya dengan <i>stakeholders</i> , yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum.	$N = \frac{\sum Xi}{Ni}$	Desimal
Penjualan	Penjualan adalah pendapatan lazim dalam perusahaan dan merupakan jumlah kotor yang dibebankan kepada pelanggan atas barang dan jasa.	<i>log natural total sales</i>	Desimal
Biaya Operasi	Biaya operasional adalah biaya yang berkaitan dengan operasional inti bisnis atau perusahaan setiap hari. Biaya ini tidak termasuk beban bunga, <i>nonrecurring items</i> serta unsur biaya lainnya yang tidak berkaitan langsung dengan operasional inti perusahaan tersebut	Jumlah biaya operasional yang terdapat dalam laporan keuangan	Desimal
<i>Return Saham</i>	Hasil yang diperoleh dari suatu investasi dengan cara menghitung selisih harga saham periode berjalan dengan periode sebelumnya dengan mengabaikan deviden.	$\frac{P_t - P_{t-1}}{P_{t-1}}$	Rasio

Variabel independen dalam penelitian ini adalah *return* saham. *Return* saham diukur menggunakan perhitungan yang digunakan oleh Jogiyanto (2003).

$$Return\ Saham = \frac{P_t - P_{t-1}}{P_{t-1}}$$

Keterangan :

$P_t$  = Harga Saham Periode Sekarang

$P_{t-1}$  = Harga Saham Periode Sebelumnya

#### Operasionalisasi Variabel

Berikut tabel yang menyajikan operasionalisasi variabel dalam penelitian yang akan dilakukan.

#### Teknik Analisis

##### Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari *mean*,

standar deviasi, *varian*, maksimum, minimum, *sum*, *range*, *kurtosis* dan *skewness* (kemencengan distribusi). Analisis ini digunakan hanya untuk penyajian data dan penganalisisan data yang disertai dengan perhitungan agar dapat memperjelas keadaan atau karakteristik data yang bersangkutan. Di dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pengukuran *mean*, maksimum, dan minimum untuk statistik deskriptif.

### Pengujian Hipotesis

#### Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Model yang dikembangkan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + X_1 + X_2 + X_3 + e$$

Keterangan:

Y = corporate social responsibility

$\beta_0$  = Konstanta

$X_1$  = Penjualan

$X_2$  = Biaya Operasional

$X_3$  = Return Saham

e = *error term*

#### Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi merupakan ikhtisar yang menyatakan seberapa baik garis regresi sampel mencocokkan data (Gujarati, 1997). Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu

berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2007). Nilai  $R^2$  berkisar 0 sampai 1, Bila  $R^2 = 1$ , berarti ada kecocokan sempurna

Bila  $R^2 = 0$ , berarti tidak ada hubungan antara variabel independen dan variabel dependen sehingga semakin besar nilai R (semakin mendekati 1) berarti semakin baik garis regresi sampel mencocokkan data atau berapa persen yang dapat dijelaskan tentang variabel dependen (Y) oleh variabel independen (X).

#### Uji Pengaruh Simultan (F Test)

Uji F digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Uji statistik F merupakan uji model yang menunjukkan apakah model regresi fit untuk diolah lebih lanjut. Pengujian dilakukan dengan menggunakan significance level 0,05 ( $\alpha=5\%$ ). Ketentuan penerimaan atau penolakan hipotesis adalah sebagai berikut :

- Jika nilai signifikansi  $f > 0,05$  maka hipotesis diterima (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti bahwa secara simultan variabel-variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
- Jika nilai signifikansi  $f \leq 0,05$  maka hipotesis ditolak (koefisien regresi signifikan). Ini berarti secara simultan variabel-variabel independen tersebut mempunyai pengaruh

yang signifikan terhadap variabel dependen.

**Uji Pengaruh Parsial (Uji t)**

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi

n = Jumlah Sampel

Kriteria uji adalah taraf nyata sebesar 0,05. Apabila nilai signifikansi > 5% maka Ho diterima dan Ha ditolak. Apabila nilai signifikansi < 5% maka Ho ditolak dan Ha diterima.

**Analisis Statistik Deskriptif**

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif data maka diperoleh sebanyak 125 data penelitian antara periode tahun 2009 sampai tahun 2013 dengan jumlah sampel sebanyak 25 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Tabel 3 menyajikan ringkasan hasil analisis deskriptif untuk keseluruhan variabel yang digunakan dalam penelitian ini dan menampilkan karakteristik sampel yang digunakan dalam penelitian ini yang meliputi jumlah sampel (N), rata-rata (*mean*), nilai maksimum, serta nilai minimum untuk masing-masing variabel.

**ANALISIS DAN PEMBAHASAN  
HASIL PENELITIAN**

**Tabel 3 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Perusahaan Manufaktur  
Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Sales	125	11.0376	15.3066	1.263859	.9991013
OC	125	8.9885	14.4832	1.183014	1.1501472
RS	125	-2.0809	.3773	-.595323	.5248014
CSR	125	-1.0048	-.4027	-.586818	.1460358
Valid N (listwise)	125				

Sumber : data sekunder diolah melalui SPSS 16, output SPSS

Berdasarkan Tabel 4.1, kita dapat melihat bahwa jumlah pengamatan pada perusahaan manufaktur dalam penelitian ini sebanyak 125 pengamatan. Berdasarkan perolehan data diketahui bahwa nilai rata-rata penjualan (*sales*) sebesar Rp 1,2638, nilai maksimum dimiliki oleh PT

Trias Sentosa tahun 2011 sebesar 15,3066 dan nilai minimum dimiliki oleh PT Hanson International tahun 2011 sebesar 11,0376.

Variabel biaya operasional (*OC*) memiliki nilai rata-rata sebesar 1,1832. Sementara nilai minimum sebesar 8,9885 yang dimiliki oleh PT Hanson International tahun 2009 dan nilai maksimum sebesar Rp 14,4832

dimiliki oleh PT Indofarma tahun 2012.

Variabel *return* saham (RS) memiliki nilai rata-rata sebesar -0,595323. Nilai maksimum dicapai oleh PT Eratex Djaja Limited tahun 2011 sebesar 0,3773 dan nilai minimum dimiliki oleh PT Prima Alloy Steel tahun 2011 sebesar -2.0809.

Variabel *corporate social responsibility* (CSR) setelah dilakukan pengamatan maka diperoleh nilai rata-rata sebesar -0,586818. Nilai minimum dimiliki oleh PT Hanson International tahun 2009 sebesar -1,0048 dan nilai maksimum dimiliki oleh PT Uniliver tahun 2012 sebesar -0,4027.

## PENGUJIAN HIPOTESIS

### Analisis Regresi Berganda

Pengujian hipotesis di dalam penelitian ini menggunakan regresi berganda.

Hasil pengolahan data dapat dilihat pada tabel 4 berikut.

Berdasarkan tabel di atas maka dapat disusun persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$CSR = -0,875 + 0,000 SALES + 0,23 OC - 0,136 RS + e$$

### Uji Statistik

Untuk menguji hipotesis pada penelitian ini maka digunakan

**Tabel 4**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.875	.183		-4.779	.000
	sales	.000	.014	-.003	-.026	.979
	OC	.023	.012	.180	1.856	.066
	RS	-.036	.025	-.130	-1.458	.148

a. Dependent Variable: CSR

Berdasarkan uraian di atas kita dapat mengetahui bahwa rata-rata penjualan (*sales*) pada perusahaan manufaktur lebih besar dibandingkan rata-rata biaya operasional dan *return* saham. Hal ini menunjukkan bahwa proporsi pengaruh penjualan secara umum lebih besar dibandingkan biaya operasional dan *return* saham.

uji pengaruh simultan (*F test*) dan uji pengaruh parsial (*T test*). Uji F dilakukan untuk menguji signifikansi secara bersama-sama apakah variabel independen (penjualan, biaya operasional dan *return* saham) berpengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur tahun 2009-2013 dengan tingkat signifikansi 5% ( $\alpha=5\%$ ). Sedangkan Uji t dilakukan untuk menguji signifikansi secara



parsial yaitu masing-masing variabel independen berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel dependen (*corporate social responsibility*).

**Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Hasil uji koefisien determinasi pada perusahaan manufaktur di Indonesia dapat dilihat pada tabel 4.3 berikut ini.

**Tabel 5 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.214 <sup>a</sup>	.046	.022	.1444174

a. Predictors: (Constant), RS, OC, sales

Sumber : Data Sekunder Diolah

Hasil SPSS yang diperoleh pada tabel diatas menunjukkan bahwa diperoleh hasil koefisien determinasi *adjusted* (R<sup>2</sup>) pada perusahaan maufaktur sampel sebesar 0,22 yang memiliki arti bahwa pengaruh variabel penjualan, biaya operasional, dan *return* saham terhadap *corporate social responsibility* adalah sebesar 22,0% dan sisanya 77,0% dipengaruhi oleh

variabel lain diluar model penelitian ini

**4.2.2.2 Uji Pengaruh Simultan (Uji F)**

Tabel 6 di bawah ini digunakan untuk mengetahui pengaruh penjualan, biaya operasional, dan *return* saham terhadap *corporate social responsibility*.

**Tabel 6 Hasil Uji F ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.121	3	.040	1.932	.128 <sup>a</sup>
	Residual	2.524	121	.021		
	Total	2.644	124			

a. Predictors: (Constant), RS, OC, sales

b. Dependent Variable: CSR

Sumber : data sekunder diolah melalui SPSS, output SPSS

Berdasarkan uji pengaruh

simultan diperoleh hasil F hitung sebesar 1,932 dengan tingkat signifikansi 0,001. Karena hasil uji

ini memiliki tingkat signifikansi > 0,05, maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi *corporate social responsibility* dan dapat disimpulkan bahwa penjualan, biaya operasional, dan *return* saham secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility*.

#### Uji Pengaruh Parsial (*T Test*)

Uji ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (penjualan, biaya operasional, dan *return* saham) terhadap *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur di Indonesia tahun 2009-2013. Berikut adalah hasil dari uji pengaruh parsial yang dilakukan:

**Tabel 7 Hasil Uji T Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.875	.183		-4.779	.000
sales	.000	.014	-.003	-.026	.979
OC	.023	.012	.180	1.856	.066
RS	-.036	.025	-.130	-1.458	.148

a. Dependent Variable: CSR

Sumber : data sekunder diolah

Berdasarkan hasil pengujian seperti yang diperoleh pada tabel 7, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pengaruh pembiayaan penjualan (*sales*) terhadap *corporate social responsibility* (CSR) memiliki nilai t sebesar -0,26, nilai  $\beta$  sebesar -0,003 dan nilai signifikansi sebesar 0,979. Nilai signifikansi >0,05 maka H1 tidak dapat diterima dan dapat disimpulkan bahwa penjualan (*sales*) berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap *corporate social responsibility* (CSR) pada level signifikansi 5%. Hal ini

berarti apabila jumlah penjualan (*sales*) mengalami peningkatan sebesar 1% maka *corporate social responsibility* (CSR) akan mengalami penurunan sebesar 0,00%.

2. Pengaruh biaya operasional terhadap *corporate social responsibility* (CSR) memiliki nilai t sebesar 1,856 nilai  $\beta$  sebesar 0,23 dan nilai signifikansi sebesar 0,66. Oleh karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka H2 ditolak dan dapat disimpulkan variabel biaya operasional (*OC*) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *corporate social responsibility* (CSR).

Hal ini berarti apabila jumlah pembiayaan biaya operasional mengalami peningkatan sebesar 1% maka *corporate social responsibility* (CSR) akan mengalami penurunan sebesar 0,005%.

3. Pengaruh *return* saham (RS) terhadap *corporate social responsibility* (CSR) memiliki nilai  $t$  sebesar -1,1458, nilai  $\beta$  sebesar -0,130 dan nilai signifikansi sebesar 0,148. Oleh karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka H3 ditolak dan dapat disimpulkan variabel *return* saham (RS) berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap *corporate social responsibility* (CSR). Hal ini berarti apabila jumlah *return* saham mengalami peningkatan sebesar 1% maka profitabilitas (ROA) akan mengalami peningkatan sebesar 0,05%.

#### **Pengaruh Penjualan (*Sales*) terhadap *corporate social responsibility* pada Perusahaan Manufaktur**

Hipotesis pertama (H1) yang diajukan yaitu diduga ada pengaruh positif signifikan antara pengaruh penjualan (*sales*) terhadap *corporate social responsibility* (CSR). Hasil penelitian menunjukkan nilai  $t$  sebesar -0,26, nilai  $\beta$  sebesar -0,003 dan nilai signifikansi sebesar 0,979. Oleh karena itu, H1 ditolak karena nilai signifikansi  $>$  0,05. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh kesimpulan bahwa

penjualan (*sales*) berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap *corporate social responsibility* (CSR). Hal ini berarti bahwa peningkatan jumlah penjualan (*sales*) tidak akan meningkatkan nilai *corporate social responsibility* (CSR). Hasil ini memiliki persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Christiawan dan Leki (2013) bahwa penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility* (CSR).

Hal ini disebabkan oleh pelaksanaan CSR di Indonesia yang mandatori sehingga motivasi perusahaan-perusahaan tersebut melakukan CSR adalah untuk dapat menghindarkan perusahaan dari konflik dengan masyarakat dan pemerintah atas dampak negatif operasional perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar. Tanggung jawab sosial terbanyak di Indonesia adalah berupa kegiatan kepedulian terhadap masyarakat sekitar dan kesejahteraan karyawan, bukan kegiatan kepedulian untuk pemeliharaan lingkungan, penghematan, dan konservasi energi. Hal inilah yang menyebabkan CSR di Indonesia tidak signifikan mempengaruhi penjualan dan biaya operasional perusahaan.

#### **Pengaruh Biaya Operasional terhadap *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Manufaktur**

Hipotesis kedua (H<sub>2</sub>) yang diajukan yaitu diduga ada pengaruh positif antara pengaruh pembiayaan Biaya Operasional terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hasil penelitian menunjukkan  $t$  sebesar 1,856, nilai  $\beta$  sebesar 0,180 dan nilai signifikansi sebesar 0,166.

Karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka  $H_2$  ditolak dan dapat disimpulkan variabel biaya operasional berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap profitabilitas. Hal ini berarti apabila biaya operasional mengalami peningkatan sebesar 1% maka CSR akan mengalami penurunan sebesar 0,104%. Hasil penelitian ini memiliki kesamaan hasil dengan penelitian yang dilakukan oleh Christian dan Leki (2013) bahwa biaya operasional tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap CSR. Kemudian, hasil penelitian ini memiliki hasil yang berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Permanasari (2011) bahwa terdapat pengaruh antara biaya operasional dan *corporate social responsibility* (CSR).

Tidak adanya pengaruh antara biaya operasional dan CSR ini disebabkan oleh pelaksanaan CSR di Indonesia yang mandatori sehingga motivasi perusahaan-perusahaan tersebut melakukan CSR adalah untuk dapat menghindari perusahaan dari konflik dengan masyarakat dan pemerintah atas dampak negatif operasional perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar. Tanggung jawab sosial terbanyak di Indonesia adalah berupa kegiatan kepedulian terhadap masyarakat sekitar dan kesejahteraan karyawan, bukan kegiatan kepedulian untuk pemeliharaan lingkungan, penghematan, dan konservasi energi. Hal inilah yang menyebabkan biaya operasional perusahaan di Indonesia tidak signifikan mempengaruhi CSR.

### **Pengaruh *Return Saham* Terhadap *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Manufaktur**

Hipotesis ketiga ( $H_3$ ) yang diajukan yaitu diduga ada pengaruh positif antara pengaruh return saham terhadap *corporate social responsibility* (CSR). Hasil penelitian menunjukkan pengaruh *return* saham terhadap *corporate social responsibility* (CSR) memiliki nilai t sebesar -1,458, nilai  $\beta$  sebesar -0,130 dan nilai signifikansi sebesar 0,148. Oleh karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka  $H_3$  ditolak dan dapat disimpulkan variabel *return* saham berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *corporate social responsibility* (CSR). Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Zuhroh dan Sukmawati (2003) yang menyatakan tidak adanya hubungan antara *return* saham dan *corporate social responsibility*. Hal ini dikarenakan kegiatan *corporate social responsibility* di Indonesia masih bersifat mandatory dan tidak diharuskan, oleh karena itu perusahaan tidak ingin mengeluarkan beban lebih banyak untuk kegiatan sosial dan lingkungan.

### **KESIMPULAN**

Penelitian ini menguji bagaimana pengaruh penjualan (*sales*), biaya operasional, dan *return* saham terhadap *corporate social responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2009-2013. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel penjualan,

biaya operasional dan *return* saham baik secara bersama-sama maupun individual berpengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility (CSR)*.

2. Nilai *adjusted R<sup>2</sup>* yang diperoleh terhadap perusahaan manufaktur dengan sampel sebesar 0,22 yang memiliki arti bahwa pengaruh variabel penjualan, biaya operasional, dan *return* saham terhadap *corporate social responsibility* adalah sebesar 22,0% dan sisanya 77,0% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian ini.

Berdasarkan kesimpulan hasil analisis data dapat diajukan beberapa saran sebagai berikut :

1. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperbesar jumlah sampel dan memperpanjang tahun pengamatan.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mempertimbangkan lebih banyak jenis perusahaan dalam analisis.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan menambah variabel yang digunakan sebagai proksi dari CSR.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Anatan, Lina. 2008. "Corporate Social Responsibility (CSR): Tinjauan Teoritis dan Praktik di Indonesia". Universitas Kristen Maranatha.
- Anggraini, Devi *et al.* 2011. "Pengaruh Corporate Governance Terhadap Luas Pengungkapan Corporate Social Responsibility di Dalam Sustainability Report". Universitas Riau.
- Cahyati, Ari Dewi. 2011. "Corporate Social Responsibility: Perspektif Akuntansi". Universitas Diponegoro Semarang.
- Fanani, Baihaqi dan Mahben Jalil. 2013. "Pengaruh Pengungkapan Informasi Aktivitas Sosial Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan". Jurnal PERMANA. Vol. 5 No. 1. pp 51-61 @Universitas Pancasakti Tegal.
- Ghozali, Imam & Anis Chariri. 2007. *Teori Akuntansi*. Semarang: Badan Undip.
- Harmoni, Ati & Ade Andriyani. 2008. "Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Official Website Perusahaan Studi Kasus: PT. Unilever Indonesia Tbk". Seminar Ilmiah Nasional Komputer dan Sistem Intelijen (KOMMIT), @Universitas Gunadarma, 1411-6286.
- Hendriksen, Eldon S. dan Michael F. Van Breda. 2002. *Teori Akunting*. Terjemahan oleh Herman Wibowo. Buku 2. Edisi Kelima. Jakarta: Interaksara.
- Leki, Rambu dan Y. Jogi Christiawan. 2013. "Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Penjualan dan Biaya Operasional Perusahaan di Bursa Efek Indonesia Tahun 2007-2011". Business Accounting Review. Vol. 1 No. 2. @Universitas Kristen Petra.
- Masnila, Nelly. 2010. "Corporate Social Responsibility: Sebuah

- Pandangan dari Sudut Akuntansi (Corporate Social Responsibility: An Overview from Accounting Perspective). Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
- Muid, Dul. 2011. "Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Stock Return (Studi Empiris Perusahaan yang Terdaftar di BEI Tahun 2008-2009)". Universitas Diponegoro Semarang.
- Panggabean, Rosinta Ria dan Holly Deviarti. 2012. "Evaluasi Pengungkapan Akuntansi Lingkungan Dalam Perspektif PT Timah (Persero) Tbk". Binus Business Review. Vol. 3 No. 2. pp 1010-1028 @Universitas Bina Nusantara.
- Peiris, Dinusha & John Evans. 2009. "The Relationship between Environmental Social Governance Factors and Stock Returns". Universitas New South Wales. Australia. (<http://ssm.com/abstract=1725077>)
- Permanasari, Mirra. 2010. "Bukti Empiris Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Tingkat Profitabilitas, Besaran ajak Penghasilan, dan Biaya Operasi Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia". Jurnal Akuntansi Universitas Gunadarma.
- Purwanto, Agus. 2011. "Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Terhadap Corporate Social Responsibility". Jurnal Akuntansi dan Auditing. Vol. 8 No. 1. pp 1-94 @Universitas Diponegoro.
- Sayekti, Yosefa & Ludovicus Sensi Wondabio. 2007. "Pengaruh CSR Disclosure Terhadap Earning Response Coeficient (Suatu Studi Empiris Pada Perusahaan yang Terdaftar Di Bursa Efek Jakarta)". Simposium Nasional Akuntansi X.
- Suharto, Edi. 2008. "Corporate Social Responsibility: What is and Benefits for Corporate". Available at: ([www.google.com](http://www.google.com))
- Sukanto, Eman. 2012. "Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Stock Return Pada Perusahaan yang berkaitan Dengan Lingkungan yang Listing Di Bursa Efek Indonesia Than 2010-2011". Fokus Ekonomi, Vol. 7 No. 2. pp 45-57 @STIE Pelita Nusantara, 1907-6304  
<http://www.beritasatu.com/lingkungan/156069-pedoman-pelaporan-csr-resmi-diluncurkan.html>