

Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Indeks SRI-KEHATI Bursa Efek Indonesia)

(*The Effect of Corporate Social Responsibility on Corporate Financial Performance (Empirical Study of Companies Listed in SRI-KEHATI index of Indonesia Stock Exchange)*)

Gema Bangun Djaya Atmadja*, Ririn Irmadariyani, Novi Wulandari
Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jember (UNEJ)
Jln. Kalimantan 37, Jember 68121
E-mail: gemaatmadja@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap kinerja keuangan perusahaan berdasarkan pengukuran akuntansi yang diprosikan dengan *return on equity* dan kinerja keuangan perusahaan berdasarkan pengukuran pasar yang diprosikan dengan *tobin's-q*. Pengukuran pengungkapan *corporate social responsibility* berdasarkan pedoman pengungkapan global reporting initiative generation four (GRI-G4). Populasi penelitian yang digunakan adalah semua perusahaan yang terdaftar dalam indeks SRI-KEHATI Bursa Efek Indonesia periode 2013-2016. Sampel penelitian terdiri dari 19 perusahaan yang dipilih menggunakan metode *purposive sampling* dari 33 perusahaan yang terdaftar dalam indeks SRI-KEHATI Bursa Efek Indonesia. Data yang digunakan merupakan laporan tahunan perusahaan dan harga saham yang didapatkan dari situs Bursa Efek Indonesia serta situs perusahaan yang menjadi sampel. Metode pengujian hipotesis yang digunakan adalah analisis regresi sederhana. Hasil penelitian menunjukkan pengungkapan *corporate social responsibility* tidak terbukti berpengaruh pada kinerja keuangan perusahaan, baik kinerja keuangan berdasarkan pengukuran akuntansi maupun kinerja keuangan berdasarkan pengukuran pasar.

Kata Kunci: Indeks SRI-KEHATI, Kinerja Keuangan, Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.

Abstract

This research aim to discover and analysis the effect of corporate social responsibility disclosure to corporate financial performance based on accounting measurement proxy with return on equity and corporate financial performance based on market measurement proxy with *tobin's-q*. Measurement of corporate social responsibility disclosure based on guidelines disclosure of global reporting initiative generation four (GRI-G4). Research population that been used was all companies that listed in SRI-KEHATI index of Indonesia Stock Exchange in 2013-2016 period. Research sample consisted of 19 companies selected using *purposive sampling* method from 33 companies listed in SRI-KEHATI index of Indonesia Stock Exchange. Data that was used are companies annual report and stock price obtained from Indonesia Stock Exchange website as well as the website of companies that became sample. Hypothesis testing method that been used was simple regression analysis. The research result showed that corporate social responsibility disclosure are not proven to have an effect on corporate financial performance, either financial performance based on accounting measurement and financial performance based on market measurement.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Financial Performance, SRI-KEHATI Index.

Pendahuluan

Pasar modal menurut Undang-Undang No. 8 Tahun 1995 adalah kegiatan yang bersangkutan dengan penawaran umum dan perdagangan efek, perusahaan publik yang berkaitan dengan efek yang diterbitkannya, serta lembaga dan profesi yang berkaitan dengan efek. Pasar modal yang merupakan sarana bagi pencari modal dan investor untuk saling bertransaksi sangat bergantung pada pertukaran informasi. Informasi-informasi tersebut penting karena dapat mempengaruhi keputusan yang diambil para investor. Menurut Fadhilla (2016), salah satu informasi yang digunakan oleh para investor dalam mengambil keputusan investasi adalah informasi kinerja perusahaan, terutama informasi kinerja keuangan perusahaan. Dengan mengetahui

informasi ini, para investor memiliki harapan bahwa modal yang mereka tanamkan akan dapat dikelola dengan baik dan menghasilkan keuntungan jika diberikan pada perusahaan dengan kinerja keuangan yang baik. Selain itu, Epstein dan Freedman (1994) menemukan bahwa investor individual tertarik pada informasi sosial yang dilaporkan dalam laporan tahunan. Kumpulan informasi tersebut disebut *sustainability report*. Pengungkapan *sustainability report* menjadi penting karena dapat meyakinkan para pemangku kepentingan akan adanya kemajuan dalam upaya mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan perusahaan. *Corporate social responsibility* yang merupakan salah satu *sustainability report* digunakan untuk menyatakan pelaksanaan kewajiban moral yang dimiliki oleh perusahaan kepada para *stakeholders*. *Corporate social responsibility* mulai

* Corresponding author

berkembang seiringan dengan banyaknya gerakan sosial yang menuntut tanggung jawab perusahaan atas dampak kegiatan operasional perusahaan yang mengakibatkan terjadinya perubahan keadaan sosial di masyarakat seperti gerakan penolakan penangkapan paus berlebihan di Samudra Antartika, gerakan penolakan reklamasi Teluk Benoa di Bali serta gerakan-gerakan lainnya. Adanya dampak sosial yang dirasakan perusahaan membuat perusahaan menaruh perhatian yang lebih besar pada aktivitas tanggung jawab sosial yang harus dilakukan.

Implementasi kegiatan *corporate social responsibility* di Indonesia sudah dimulai sejak awal 2000-an, walaupun kegiatan dengan esensi yang sama telah berjalan sejak tahun 1970-an (Rahim, 2012). Berdasarkan pernyataan Rahim tersebut, dapat disimpulkan bahwa perusahaan-perusahaan di Indonesia telah memiliki kesadaran atas tanggung jawab yang dimiliki perusahaan kepada lingkungan sekitar perusahaan. *Corporate social responsibility* di Indonesia telah diatur dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 yang diperkuat dengan Peraturan Pemerintahan No. 47 Tahun 2012. Berdasarkan peraturan di atas dapat disimpulkan bahwa semua badan usaha selaku subjek hukum di Indonesia memiliki tanggung jawab sosial dan lingkungan yang wajib dilaporkan dalam laporan tahunan. Namun, belum adanya peraturan mengenai standar pelaporan atas pelaksanaan tanggung jawab sosial menuntut perusahaan bersaing untuk melaksanakan dan menyajikan laporan secara kreatif, namun di sisi lain membuat para investor dan pihak berkepentingan harus lebih teliti mengenai isi dari laporan yang dilakukan perusahaan.

Penyampaian *corporate social responsibility* penting dilakukan untuk meminimalisir terjadinya berbagai hal yang dapat merugikan perusahaan, seperti rusaknya citra perusahaan, penolakan oleh masyarakat sekitar ataupun penurunan kinerja pekerja. Di sisi lain, pelaksanaan *corporate social responsibility* dapat memberikan dampak positif bagi perusahaan karena dapat memperkuat hubungan perusahaan dengan para *stakeholders* serta dapat mengurangi keterbatasan modal yang dialami oleh perusahaan dengan cara meningkatkan kepercayaan kreditor. Oleh sebab itu, pengungkapan atas kegiatan *corporate social responsibility* yang dilakukan dapat berdampak pada kegiatan operasional perusahaan yang secara langsung dapat mengakibatkan perubahan dalam kinerja keuangan.

Dalam penelitian terdahulu, beberapa peneliti menemukan adanya pengaruh signifikan dari pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap kinerja keuangan perusahaan dengan *accounting-based measurement* (Sari dan Suaryana, 2013; Putri et al., 2014; dan Hamdani, 2014). Namun, Yaparto et al. (2013), Mustafa dan Handayani (2014) serta Dewi dan Monalisa (2016) menemukan tidak adanya pengaruh atas pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap kinerja perusahaan dengan *accounting-based measurement*. Rosiliana et al. (2014) menemukan hasil penelitian yang berbeda dimana hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan pengaruh yang tidak konsisten antara *corporate social responsibility* terhadap kinerja perusahaan dengan *accounting-based measurement*. Dalam hubungan antara pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap kinerja keuangan dengan pengukuran berbasis pasar atau *market-based measurement* juga mengalami inkonsistensi

hasil. Guenster et al. (2011) dan Ajilaksana (2011) menemukan adanya pengaruh yang signifikan atas pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap kinerja perusahaan. Namun, Ardimas dan Wardoyo (2014) serta Johansson et al. (2015) menemukan pengaruh negatif atas pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap kinerja perusahaan. Keberagaman hasil yang diperoleh membuat perlunya dilakukan penelitian baru untuk memastikan ada tidaknya pengaruh yang terjadi, sehingga diperoleh keyakinan yang lebih kuat atas ada tidaknya pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Penelitian ini merupakan penelitian pengembangan dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Johansson et al. (2015), dimana pembeda dalam penelitian ini adalah tempat dan waktu penelitian yang dilakukan serta metode penelitian. Periode penelitian dipilih selama empat tahun dalam rentang tahun 2013-2016 didasarkan pada pertimbangan diterbitkannya standar GRI-G4 pada tahun 2013. Periode penelitian juga dipilih untuk menggambarkan keadaan terbaru mengenai pengaruh dari pengungkapan *corporate social responsibility*. Selain itu, berbeda dengan penelitian sebelumnya, objek penelitian dibatasi dengan mengambil semua perusahaan yang terdaftar dalam Indeks SRI-KEHATI di Bursa Efek Indonesia. Indeks ini secara khusus memuat emiten atau perusahaan yang memiliki kinerja yang sangat baik dalam mendorong usaha-usaha berkelanjutan, serta memiliki kesadaran terhadap lingkungan hidup, sosial dan tata kelola perusahaan yang baik (Kehati, 2016).

Manajer perusahaan yang merupakan agen memiliki tanggung jawab untuk mencapai ekspektasi pihak prinsipal. Dalam upaya memenuhi tanggung jawab yang dimilikinya, pihak agen akan berusaha secara maksimal untuk mengelola modal yang dipercayakan kepadanya. Salah satu pengukuran yang dapat digunakan untuk mengetahui efektifitas kinerja dalam mencapai ekspektasi dari para *shareholders* adalah *accounting-based measurements*. Melalui pengukuran ini, pihak *shareholders* dapat menilai kegiatan yang dilakukan manajemen. Salah satu upaya peningkatan kinerja adalah dengan melakukan peningkatan efisiensi dan efektivitas pengelolaan sumber daya yang disokong oleh mandat penuh dari pihak prinsipal yang merupakan pemilik dari sumber daya perusahaan. Perolehan mandat ini hanya dapat dilakukan dengan melakukan pengungkapan informasi yang salah satunya adalah informasi *corporate social responsibility* perusahaan untuk memberi kepastian pada pihak prinsipal bahwa aktivitas perusahaan yang salah satunya adalah usaha peningkatan pengelolaan sumber daya tidak berdampak buruk pada citra pihak prinsipal.

Menurut teori *stakeholders*, dukungan dari pihak *stakeholders* atas segala aktivitas perusahaan penting untuk mencapai keberhasilan pelaksanaan kegiatan operasional perusahaan untuk memperoleh keuntungan. Oleh sebab itu, perusahaan perlu menjalin hubungan baik dengan pihak *stakeholders*. Kegiatan *corporate social responsibility* menjadi salah satu kegiatan yang dapat meningkatkan citra perusahaan kepada para *stakeholders*. Peningkatan kerjasama dengan pihak *stakeholders* sejalan dengan teori legitimasi, dimana kerjasama dengan masyarakat yang merupakan salah satu pihak *stakeholders* penting untuk dilakukan oleh perusahaan. Kerjasama yang baik dengan masyarakat

bertujuan untuk meminimalisir terjadinya konflik yang dapat menurunkan aktivitas operasional perusahaan yang berujung pada penurunan keuntungan. Selain itu, kerjasama yang baik dengan pihak *stakeholders* baik itu masyarakat maupun pemilik modal juga perlu diikuti dengan kerjasama dengan lingkungan. Berdasarkan teori *triple bottom line*, ketiga unsur tersebut saling terkait dan harus secara seimbang dijalankan oleh perusahaan untuk menjaga kelangsungan bisnis perusahaan. Salah satu usaha yang dapat dilakukan untuk menjaga hubungan dengan lingkungan adalah dengan menggunakan program *corporate social responsibility* perusahaan.

Sari dan Suaryana (2013), Putri et al. (2014) dan Hamdani (2014) menemukan adanya pengaruh yang signifikan atas pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap kinerja keuangan perusahaan yang diukur dengan *accounting-based measurements*. Pengaruh positif ini menunjukkan bahwa aktivitas *corporate social responsibility* dapat meningkatkan profitabilitas, serta kelangsungan hidup perusahaan, sehingga keuntungan perusahaan akan meningkat sejalan dengan meningkatnya aktivitas *corporate social responsibility*. Berdasarkan uraian di atas, hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H₁: pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan dengan dasar pengukuran berbasis akuntansi (*accounting-based measurements*).

Menurut teori keagenan, agen dan prinsipal memiliki kontrak kerja untuk memastikan tercapainya tujuan perusahaan seefektif dan seefisien mungkin. Dalam upaya pencapaian tujuan, pihak agen akan berusaha meningkatkan kinerja perusahaan yang merupakan gambaran kondisi perusahaan. Sri Hartini (2010) dalam Mustafa dan Handayani (2014) menyatakan bahwa para investor melakukan *overview* suatu perusahaan dengan melihat kinerja keuangan yang mencerminkan tinggi rendahnya nilai perusahaan. Perubahan nilai perusahaan yang tidak dapat dihindari oleh manajemen di dalam pasar harus menjadi perhatian khusus agar langkah atau keputusan manajemen yang akan diambil tidak berefek negatif dengan nilai perusahaan. Oleh sebab itu, perlu dilakukan pengukuran kinerja dengan *market-based measurement*, agar nilai perusahaan di pasar dapat dipantau. Manajemen memerlukan persetujuan dari pihak prinsipal atas pelaksanaan aktivitas perusahaan agar pihak prinsipal tidak melakukan penarikan modal dari perusahaan yang dapat mengakibatkan penurunan aktivitas perusahaan. Salah satu upaya dalam meningkatkan kepercayaan adalah dengan melakukan pengungkapan informasi atas kegiatan perusahaan yang salah satunya *corporate social responsibility*. Pengungkapan tersebut diharapkan dapat memberikan kepastian terjaganya kepentingan yang dimiliki pihak prinsipal.

Teori *stakeholders* mengungkapkan bahwa perusahaan tidak hanya memiliki tanggung jawab terhadap *shareholders* perusahaan tetapi juga pada *stakeholders* perusahaan. Selain itu, keberhasilan aktivitas yang dijalankan oleh perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholders* pada perusahaan. Oleh sebab itu, perusahaan perlu untuk menjaga hubungan baik dengan para *stakeholders* yang salah satunya dengan menjalankan *corporate social responsibility* yang dapat memastikan

terlaksanakannya kepentingan yang dimiliki oleh pihak *stakeholders*. Kegiatan *corporate social responsibility* juga sejalan dengan teori legitimasi yang menjelaskan kebutuhan perusahaan atas penerimaan dari masyarakat untuk meminimalisir konflik dengan masyarakat, agar aktivitas perusahaan dapat dijalankan dengan lancar. Kegiatan yang dilakukan perusahaan juga penting untuk menjaga kelestarian lingkungan yang merupakan sumber daya lain yang diperlukan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan. Hal ini sejalan dengan teori *triple bottom line* dimana keseimbangan antara usaha perusahaan dalam menghasilkan profit harus diimbangi dengan usaha melestarikan lingkungan dan hubungan baik dengan masyarakat yang salah satunya dikelompokkan dalam *stakeholders* perusahaan. Dalam upaya memperoleh legitimasi dan melaksanakan tanggung jawab terhadap lingkungan, salah satu strategi perusahaan adalah melalui pelaksanaan kegiatan *corporate social responsibility* yang digunakan untuk menunjukkan kegiatan perusahaan tidak bertentangan dengan norma sosial yang ada di masyarakat sehingga kegiatan perusahaan yang salah satunya pengelolaan aset, baik dengan peningkatan penjualan akibat naiknya kepercayaan konsumen, maupun dalam hal peningkatan kinerja perusahaan akibat meningkatnya kebanggaan karyawan atas meningkatnya citra baik perusahaan.

Guenster et al. (2011) dan Ajilaksana (2011) menunjukkan adanya pengaruh *corporate social responsibility* yang positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan yang diukur dengan *market-based measurements*. Pengeluaran biaya yang digunakan untuk kegiatan *corporate social responsibility* menimbulkan citra positif perusahaan di masyarakat yang membuat respon yang positif pula pada produk perusahaan, yang pada akhirnya meningkatkan kepercayaan yang diperoleh perusahaan di pasar. Berdasarkan uraian di atas, hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H₂: pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan dengan dasar pengukuran berbasis pasar (*market-based measurements*).

Berdasarkan penjabaran di atas, permasalahan yang diteliti pada penelitian ini antara lain, yang pertama apakah pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan dengan pengukuran berbasis akuntansi (*accounting-based measurement*) yang terdaftar dalam Indeks SRI-KEHATI Bursa Efek Indonesia dan yang kedua apakah pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan dengan pengukuran berbasis pasar (*market-based measurement*) yang terdaftar dalam Indeks SRI-KEHATI Bursa Efek Indonesia.

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka tujuan dari penelitian ini yang pertama untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap kinerja keuangan perusahaan dengan pengukuran berbasis akuntansi (*accounting-based measurement*) yang terdaftar dalam Indeks SRI-KEHATI Bursa Efek Indonesia dan yang kedua adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap kinerja keuangan perusahaan dengan pengukuran berbasis pasar (*market-based measurement*) yang terdaftar dalam Indeks SRI-KEHATI Bursa Efek Indonesia.

Metode

Rancangan Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian *explanatory research* karena merupakan penelitian yang berusaha untuk memperoleh kejelasan mengenai fenomena yang terjadi di dunia empiris dan berusaha untuk mendapatkan jawaban dalam rangka menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel penelitian melalui analisis data dalam rangka pengujian hipotesis. Pendekatan kuantitatif digunakan selama penelitian melalui analisis data dengan prosedur statistik.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data penelitian ini, yaitu data sekunder. Data sekunder merupakan data yang tidak diperoleh langsung dari sumber penelitian utama. Data yang digunakan penelitian ini berasal dari laporan tahunan (*annual report*) perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2013-2015.

Populasi dan Sampel

Populasi dari penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar dalam Indeks SRI-KEHATI Bursa Efek Indonesia dari tahun 2013 sampai tahun 2016. Sampel yang digunakan dalam penelitian didapatkan dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Kriteria yang digunakan dalam memilih sampel adalah, semua perusahaan yang terdaftar di Indeks SRI-KEHATI Bursa Efek Indonesia selama sembilan periode indeks yang berentang dari periode november 2012 sampai periode november 2016, perusahaan yang mengungkapkan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini selama rentang periode penelitian.

Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan model persamaan regresi linier sederhana untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dari pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap kinerja keuangan perusahaan. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif statistik, uji asumsi klasik yang dilakukan dengan menggunakan uji normalitas, uji autokorelasi dan uji heteroskedastisitas. Uji hipotesis digunakan untuk memeriksa model regresi dan signifikansi koefisien yang diperoleh.

Hasil dan Pembahasan

Hasil Analisis Deskriptif

Tabel 1. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
<i>Corporate Responsibility</i>	<i>Social</i> 76	0,12	0,79	0,3460	0,13714
<i>Return on Equity</i>	76	0,02	1,34	0,2271	0,26677
<i>Tobin's-Q</i>	76	0,08	27,36	2,2986	4,81498

Sumber: data sekunder, 2017.

Berdasarkan tabel 1, adanya perbedaan yang besar antara nilai maksimum dari variabel kinerja keuangan *tobin's-Q* yang sebesar 27,36 dengan nilai rata-rata variabel sebesar 2,2986 membuat perlu dilakukannya pendeteksian ada tidaknya data dengan nilai ekstrim yang dapat mempengaruhi model regresi yang terbentuk. Pendeteksian data *outlier*

dilakukan dengan nilai *standard deviation* pada setiap variabel yang memiliki nilai > 3

Tabel 2. Hasil Deteksi *Outlier* Model Regresi Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap *Return on Equity*

Case Number	Std. Residual	Return on Equity	Predicted Value	Residual
19 (UNVR 2013)	4,112	1,33	0,2367	1,09546
38 (UNVR 2014)	4,160	1,34	0,2367	1,10812
57 (UNVR 2015)	3,650	1,22	0,2503	0,97218
76 (UNVR 2016)	4,043	1,34	0,2639	1,07705

a. Dependent Variable: Return on Equity

Sumber: data sekunder, 2017

Tabel 3. Hasil Deteksi *Outlier* Model Regresi Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap *Tobin's-Q*

Case Number	Std. Residual	Tobin's-Q	Predicted Value	Residual
19 (UNVR 2013)	5,179	27,36	2,4827	24,87447
38 (UNVR 2014)	4,341	23,33	2,4827	20,84919
57 (UNVR 2015)	3,828	21,13	2,7446	18,38518
76 (UNVR 2016)	3,017	13,65	2,9064	10,64667

a. Dependent Variable: Tobin's-Q

Sumber: data sekunder, 2017

Hasil deteksi outlier yang ditunjukkan tabel 2 dan tabel 3 menunjukkan adanya empat data outlier yang harus dikeluarkan dari sampel data pada kedua model regresi yang digunakan, dimana keempat data merupakan data dari Perusahaan Unilever Indonesia. Oleh sebab itu, data sampel yang digunakan dengan jumlah awalnya 76 data sampel dikurangi 4 data outlier menjadikan sampel data yang digunakan dalam penelitian berjumlah 72 data. Berikut adalah hasil analisis statistik deskriptif setelah dikeluarkannya data *outlier* atas variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian:

Tabel 4. Analisis Deskriptif Setelah *Outlier*

Variabel	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
<i>Corporate Responsibility</i>	<i>Social</i> 7	0,12	0,79	0,3460	0,13714
<i>Return on Equity</i>	76	0,02	0,34	0,1669	0,07269
<i>Tobin's-Q</i>	72	0,08	5,99	1,2392	1,21108

Sumber: data sekunder, 2017.

Berdasarkan tabel 4, variabel *corporate social responsibility* memiliki nilai minimum sebesar 0,12 dan nilai maksimum sebesar 0,79 dengan nilai rata-rata sebesar 0,3460 serta nilai *standard deviation* sebesar 0,13714. Variabel *return on equity* memiliki nilai minimum sebesar 0,02 dan nilai maksimum sebesar 0,34 dengan rata-rata sebesar 0,1669 serta nilai *standard deviation* sebesar 0,07269. Variabel *tobin's-Q* memiliki nilai minimum sebesar 0,08 dan nilai maksimum

5,99 dengan nilai rata-rata sebesar 1,2392 serta nilai *standard deviation* sebesar 1,21108.

Analisis Regresi Linier

Tabel 5. Regresi Model Pertama

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	0,411	0,058	
CSR	-0,022	0,099	-0,026

Dependent Variable: Return on Equity

Sumber: data sekunder, 2017.

Berdasarkan tabel 5 model regresi yang diperoleh adalah:

$$\hat{Y} = \alpha + b X$$

$$\hat{Y} = 0,411 - 0,022 X$$

Model regresi diatas menunjukkan apabila variabel *corporate social responsibility* tidak mengalami penurunan atau bernilai 0, maka variabel *return on equity* akan memiliki nilai konstan sebesar 0,411. Nilai koefisien sebesar 0,022 menjelaskan bahwa setiap peningkatan 1 satuan pada *corporate social responsibility* akan menurunkan nilai dari *return on equity* sebesar 0,022 satuan.

Tabel 6. Regresi Model Kedua

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	0,952	0,381	
CSR	0,842	1,035	0,097

a. Dependent Variable: Tobin's-Q

Sumber: data sekunder, 2017.

Berdasarkan tabel 6 model regresi yang diperoleh adalah:

$$\hat{Y} = \alpha + b X$$

$$\hat{Y} = 0,952 + 0,842 X$$

Model regresi diatas menunjukkan apabila variabel *corporate social responsibility* tidak mengalami penurunan atau bernilai 0, maka variabel *tobin's-Q* akan memiliki nilai konstan sebesar 0,952. Nilai koefisien sebesar 0,842 menjelaskan bahwa setiap peningkatan 1 satuan pada *corporate social responsibility* akan menurunkan nilai dari *tobin's-Q* sebesar 0,842 satuan.

Uji Asumsi Klasik

Tabel 7. Hasil Uji Normalitas Data

Unstandardized Residual	CSR terhadap Return on Equity	CSR terhadap Tobin's-Q
N		72
Normal Parameters	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	0,09259056
Most Extreme	Absolute	0,094
	Positive	0,086

Differences	Negative	-0,094	-0,149
Test Statistic		0,796	1,514
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,551	0,060

Sumber: data sekunder, 2017.

Berdasarkan hasil uji normalitas dapat diketahui bahwa nilai probabilitas signifikan (*Asymp. Sig*) dari model regresi *corporate social responsibility* terhadap *return on equity* sebesar 0,551 atau lebih dari 0,05. Nilai probabilitas ini menunjukkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian pengaruh *corporate social responsibility* terhadap *return on equity* memiliki distribusi yang normal.

Pada model regresi *corporate social responsibility* pada *Tobin's-Q* uji normalitas menunjukkan nilai probabilitas signifikansi (*Asymp. Sig.*) sebesar 0,060 atau lebih dari 0,05. Nilai ini menunjukkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian pengaruh *corporate social responsibility* terhadap *Tobin's-Q* memiliki distribusi yang normal.

Tabel 8. Hasil Uji Autokorelasi

Model	Durbin-Watson
1	2318
2	1689

Sumber: data sekunder, 2017.

Berdasarkan hasil uji autokorelasi diatas, model pertama atau model regresi pengaruh *corporate social responsibility* terhadap *return on equity* menunjukkan nilai Durbin-Watson (DW) sebesar 2,318. Nilai tersebut lebih besar dari batas atas (dU) 1,6457 dan kurang dari (4-dU) 2,3543. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi dalam model regresi pengaruh *corporate social responsibility* terhadap *return on equity*.

Pada model kedua nilai DW yang diperoleh sebesar 1,689 yang lebih besar dari batas atas (dU) 1,6457 dan kurang dari (4-dU) 2,3543. Hal tersebut menunjukkan tidak adanya autokorelasi pada model regresi kedua mengenai pengaruh *corporate social responsibility* terhadap *Tobin's-Q*.

Tabel 9. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model Regresi	Signifikans i	Keterangan
1	0,297	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
2	0,616	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber: data sekunder, 2017.

Model pertama dalam uji heteroskedastisitas diatas menunjukkan signifikansi dari model regresi *corporate social responsibility* pada *return on equity* sebesar 0,297. Signifikansi sebesar 0,297 atau lebih besar dari 0,05 menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan tidak memiliki masalah heteroskedastisitas.

Pada model regresi kedua atau regresi *corporate social responsibility* pada *Tobin's-Q*, uji heteroskedastisitas yang dihasilkan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,616. Nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05 menunjukkan bahwa

model regresi yang digunakan tidak memiliki masalah heteroskedastisitas.

Uji Hipotesis

Tabel 10. Hasil Uji Statistik T

Model	T Hitung	T Tabel	Signifikansi
CSR terhadap Return on Equity	-0,219	1,66691	0,827
CSR terhadap Tobin's-Q	0,813	1,66691	0,419

Sumber: data sekunder, 2017.

Pengaruh *corporate social responsibility* terhadap *return on equity* pada tabel 10 menunjukkan signifikansi lebih dari 0,05 bernilai 0,827. Selain itu, T hitung sebesar -0,219 lebih kecil dari T tabel 1,66691. Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa variabel *corporate social responsibility* tidak berpengaruh pada variabel *return on equity*.

Pengaruh *corporate social responsibility* terhadap *Tobin's-Q* pada tabel 10 menunjukkan signifikansi lebih dari 0,05 bernilai 0,419. Selain itu, T hitung sebesar 0,813 lebih kecil dari T tabel 1,66691. Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa variabel *corporate social responsibility* tidak berpengaruh pada variabel *Tobin's-Q*.

Tabel 11. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Mode l	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,026	0,001	-0,014	0,09325
2	0,097	0,009	-0,005	1,21398

a. Predictors: (Constant), CSR

b. Dependent Variable: 1. Return on Equity ; 2. Tobin's-Q

Sumber: data sekunder, 2017.

Berdasarkan tabel diatas, nilai korelasi (R) sebesar 0,026 menunjukkan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen lemah karena nilai $R < 0,05$. Sedangkan nilai dari Adjusted R^2 sebesar 0,001 menunjukkan bahwa hanya 0,001 variasi variabel dependen (*return on equity*) yang dapat dijelaskan oleh variabel independen (*corporate social responsibility*), dimana untuk sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini yang mungkin dapat mempengaruhi pengembalian ekuitas perusahaan. Nilai korelasi (R) untuk model regresi kedua yang dapat dilihat pada tabel 11 bernilai 0,097 yang menunjukkan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen kuat karena nilai $R > 0,05$. Sedangkan nilai dari R^2 sebesar 0,009 yang menunjukkan bahwa hanya 0,009 variasi variabel *Tobin's-Q* yang dapat dijelaskan oleh variabel independen (*corporate social responsibility*), dimana untuk sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini yang mungkin dapat mempengaruhi nilai dari *Tobin's-Q*.

Tabel 12. Hasil Uji Statistik F

Model	Signifikansi
CSR terhadap Return on Equity	0,827
CSR terhadap Tobin's-Q	0,419

Sumber: data sekunder, 2017.

Uji F dilakukan dengan signifikansi sebesar 0,05 atau 5%. Berdasarkan tabel 12 model pengaruh *corporate social responsibility* terhadap *return on equity* menunjukkan signifikansi lebih dari 0,05 atau bernilai 0,827. Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dapat digunakan untuk memprediksi pengaruh pada variabel terikat. Pengaruh *corporate social responsibility* terhadap *Tobin's-Q* pada tabel 12 menunjukkan signifikansi lebih dari 0,05 bernilai 0,419. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dapat digunakan untuk memprediksi pengaruh pada variabel terikat atau dalam model ini adalah variabel *Tobin's-Q*.

Pembahasan

Pengaruh corporate social responsibility terhadap kinerja keuangan perusahaan dengan dasar pengukuran berbasis akuntansi

Hasil penelitian menunjukkan nilai $T_{hitung} < T_{tabel}$ (-0,219 < 1,66691) dengan tingkat signifikansi 0,827 > 0,05 Selain itu, nilai dari R^2 sebesar 0,001 yang menunjukkan bahwa hipotesis pertama (H1) ditolak atau pengungkapan *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan dengan dasar pengukuran berbasis akuntansi (*accounting-based measurements*) yang diprosikan dengan *return on equity*. Hasil ini berarti bahwa pengeluaran dalam usaha melakukan pengungkapan *corporate social responsibility* kurang mempengaruhi kegiatan operasional perusahaan dalam mengelola aktiva yang dimiliki untuk memperoleh keuntungan sehingga kurang memberikan dampak yang signifikan bagi usaha perusahaan untuk meningkatkan pengembalian atas modal yang dititipkan kepada perusahaan. Selain itu, hasil ini menunjukkan bahwa pengungkapan atas *corporate social responsibility* tidak secara signifikan mempengaruhi biaya keagenan yang terjadi. Titisari et al. (2010) menjelaskan bahwa kebanyakan investor memiliki persepsi yang rendah terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* karena perusahaan hanya melakukan kewajiban tersebut sebagai bagian dari iklan dan kebanyakan perusahaan menghindari untuk memberikan informasi yang relevan.

Pengungkapan *corporate social responsibility* yang diharapkan dapat membangun hubungan yang baik dan memperoleh legitimasi dari pihak *stakeholders* serta memenuhi tanggung jawab lingkungan perusahaan sehingga dapat memperlancar aktivitas pengelolaan sumber daya dalam penelitian ini ditunjukkan tidak memberikan pengaruh pada aktivitas pengembalian modal oleh perusahaan. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengungkapan aktivitas *corporate social responsibility* masih kurang memberikan

dampak pada hubungan perusahaan dengan pihak *stakeholders* karena kegiatan pengungkapan dilakukan secara tidak serius sehingga menurunkan kepercayaan pengguna informasi tersebut. Dewi dan Monalisa (2016) menyatakan tidak berpengaruhnya pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap *return on equity* kemungkinan dikarenakan rendahnya interpretasi pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan. Selain itu, Indriana et al. (2008) menjelaskan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh sejumlah perusahaan saat ini merupakan upaya menutupi keburukan perusahaan atau hanya sebuah *lips service*. Hal tersebutlah yang membuat pihak prinsipal, *stakeholders*, masyarakat maupun pihak berkepentingan lain jarang menggunakan informasi *corporate social responsibility* yang dikeluarkan perusahaan sebagai alat pengambil keputusan.

Hasil penelitian ini menunjukkan nilai dari R^2 sebesar 0,001 menjelaskan variasi variabel dependen (*return on equity*) yang dapat dijelaskan oleh variabel independen (*corporate social responsibility*) hanya sebesar 0,001, dimana untuk sisanya dipengaruhi oleh variabel lain. Hasil ini menguatkan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dewi dan Monalisa (2016), Mustafa dan Handayani (2014), Yaparto et al. (2013), Titisari et al. (2010), Lindrawati dan Budianto (2008) dan Fauzi et al. (2007) yang menunjukkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap *return on equity*. Hasil penelitian yang ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Margaretha (2012), Sari dan Suaryana (2013) dan Putri et al. (2014) yang menemukan adanya hubungan antara pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Pengaruh corporate social responsibility terhadap kinerja keuangan perusahaan dengan dasar pengukuran berbasis pasar

Hasil penelitian mengenai pengaruh *corporate social responsibility* terhadap kinerja keuangan berbasis pasar yang diprosikan oleh *tobin's-Q* menunjukkan nilai $T_{hitung} < T_{tabel}$ ($0,813 < 1,66691$) dengan tingkat signifikansi $0,419 > 0,05$. Selain itu, nilai dari R^2 sebesar 0,009 yang menunjukkan bahwa hipotesis kedua (H_2) ditolak atau pengungkapan *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan dengan dasar pengukuran berbasis pasar (*market-based measurements*). Perubahan dalam pengungkapan kegiatan *corporate social responsibility* tidak diikuti dengan perubahan yang setara dalam *tobin's-q* sehingga dapat disimpulkan kegiatan pengungkapan *corporate social responsibility* tidak mempengaruhi penilaian para pelaku pasar modal (investor). Pengungkapan *corporate social responsibility* yang merupakan salah satu usaha perusahaan untuk menghilangkan biaya keagenan serta meningkatkan kepercayaan pihak prinsipal tidak mempengaruhi reaksi kepercayaan pihak prinsipal. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* tidak dapat memberi kepastian pada pihak prinsipal atas sesuai tidaknya aktivitas perusahaan dengan kepentingan yang dimiliki pihak prinsipal. Menurut Yuliana dan Juniarti (2015), *corporate social responsibility* dinilai tidak

memberikan nilai tambah yang dapat menguntungkan investor.

Menurut teori *stakeholders*, perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri, namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholders*-nya. Selain untuk memenuhi tanggung jawabnya perusahaan juga perlu menjaga hubungan dengan *stakeholders* agar aktivitas operasional perusahaan diterima dengan baik serta perusahaan dapat memperoleh legitimasi atas kegiatan operasionalnya. Menurut teori legitimasi, legitimasi yang diperoleh perusahaan penting karena dapat memperkecil peluang adanya konflik dengan masyarakat sehingga kegiatan perusahaan dapat dilakukan dengan lancar. Hasil penelitian ini menunjukkan *stakeholders* perusahaan kurang menganggap pengungkapan *corporate social responsibility* mewakili tanggung jawab perusahaan terhadap *stakeholders*. Hal ini ditegaskan oleh Ardimas dan Wardoyo (2014) yang dalam penelitiannya menunjukkan pengungkapan *corporate social responsibility* yang telah dilakukan oleh perusahaan tidak direspon atau ditanggapi oleh pasar modal. Dalam teori *triple bottom line* yang menyatakan adanya tiga tanggung jawab utama perusahaan yakni tanggung jawab dalam menghasilkan keuntungan, menjaga hubungan dengan *stakeholders*, serta tanggung jawab dalam menjaga lingkungan. Penelitian ini menunjukkan pengungkapan *corporate social responsibility* kurang memuaskan para pelaku modal di pasar modal dalam pemberian informasi pemenuhan tanggung jawab perusahaan. Dewi dan Monalisa (2016) menyatakan bahwa tidak adanya standar pelaporan dari *corporate social responsibility* serta perbedaan jumlah laporan kegiatan *corporate social responsibility* antara satu perusahaan dengan perusahaan yang lain dapat membuat para investor enggan melihat laporan pengungkapan kegiatan *corporate social responsibility* serta tidak memasukkan laporan pengungkapan kegiatan *corporate social responsibility* dalam menentukan keputusan investasi mereka. Perbedaan jumlah laporan tersebut dikarenakan perusahaan tidak memberikan perhatian yang optimal dalam mengungkapkan kegiatan *corporate social responsibility* (Prasetyo, 2012).

Hasil penelitian ini menunjukkan nilai dari R^2 sebesar 0,009 menjelaskan variabel independen (*corporate social responsibility*) hanya sebesar 0,009 dapat menjelaskan perubahan yang terjadi pada variabel dependen (*tobin's-Q*) yang sisanya dipengaruhi oleh variabel lain. Hasil ini menguatkan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Johansson (2015), Yuliana dan Juniarti (2015) serta Ardimas dan Wardoyo (2014) yang menunjukkan tidak adanya pengaruh antara pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap kinerja keuangan yang diprosikan dengan *tobin's-Q*. Tidak adanya pengaruh ini dikarenakan seringnya perusahaan hanya mengungkapkan berbagai hal yang baik dan menutupi hal yang menurut perusahaan tidak memberikan keuntungan bagi perusahaan pada laporan yang diungkapkan. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Guenster et al. (2011) dan Ajilaksana (2011) yang menemukan adanya hubungan antara pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap kinerja keuangan perusahaan berbasis pasar.

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel pengungkapan *corporate social responsibility* tidak memiliki pengaruh signifikan untuk memproyeksikan kinerja keuangan perusahaan berbasis akuntansi yang dalam penelitian ini diproksikan menggunakan *return on equity* sebesar 0,001 sehingga hipotesis pertama (H1) ditolak. Penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan kegiatan *corporate social responsibility* tidak memiliki pengaruh pada aktivitas perusahaan dalam usaha memberikan pengembalian atas modal kepada para pemilik modal. Selain itu, variabel pengungkapan *corporate social responsibility* juga tidak memiliki pengaruh signifikan untuk memproyeksikan kinerja keuangan perusahaan berbasis pasar yang dalam penelitian ini diproksikan menggunakan *tobin's-q* sebesar 0,009 sehingga hipotesis kedua (H2) ditolak. Penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan kegiatan *corporate social responsibility* tidak memiliki pengaruh pada keputusan investasi para investor.

Referensi

- Ajilaksana, I. D. K. Y. 2011. Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *Skripsi*. Semarang. Program Studi Akuntansi Universitas Diponegoro.
- Ardimas, W. dan Wardoyo. 2014. Pengaruh Kinerja Keuangan dan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan pada Bank Go Publik yang terdaftar di BEI. *BENEFIT Jurnal Manajemen dan Bisnis*. 18(1): 57-66.
- Dewi, K. dan Monalisa. 2016. Effect of Corporate Social Responsibility Disclosure on Financial Performance with Audit Quality as a Moderating Variable. *Bimus Business Review*. 7(2): 149-155.
- Epstein, M. J., dan M. Freedman. 1994. Social Disclosure and the Individual Investor. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*. 7(4): 94-109.
- Fadhilla, E. R. 2016. Pengaruh *Return on Asset* (ROA), *Earning Per Share* (EPS) dan Ukuran Perusahaan terhadap Harga Saham pada Perusahaan Sektor Otomotif dan Komponennya yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2014. *Skripsi*. Fakultas Bisnis dan Manajemen Universitas Widyatama.
- Fauzi, H., L. S. Mahoney, dan A. A. Rahman. 2007. The Link between Corporate Social Performance and Financial Performance Evidence from Indonesia Companies. *Social and Environmental Accounting*. 1(1): 149-159.
- Guenster, N., R. Bauer, J. Derwall, dan K. Koedijk. 2011. The Economic Value of Corporate Eco-Efficiency. *European Financial Management*. 17(4): 679-704.
- Hamdani, M. 2014. Hubungan Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Kinerja Keuangan dan Harga Saham pada Perusahaan LQ45. *Jurnal Organisasi dan Manajemen*. 10(1): 27-36.
- Indriana I., E. Nurhyati dan L. Uzliawati. 2008. Dampak Implementasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility) terhadap Kinerja Perusahaan. Banten: *Universitas Tirtayasa*. 13(1).
- Johansson, S., A. Karlsson, dan C. Hagberg. 2015. The Relationship between CSR and Financial Performance: a Quantitative Study Examining Swedish Publicly Traded Companies. *Tesis*. Växjö: Marketing Program. Linnaeus University.
- Kehati. 2016. Indeks SRI KEHATI. <http://www.kehati.or.id/indeks-sri-kehati/>. [Diakses pada 10 Juni 2017].
- Lindrawati, N. F. dan J.Th Budianto. 2008. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan yang Terdaftar sebagai 100 *Best Corporate Citizens* oleh KLD Research & Analytics. *Majalah Ekonomi*. 18(1).
- Margaretha, F. 2012. Analisis CSR dan Kinerja Keuangan, Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar pada Indeks SRI KEHATI. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*. 5(2).
- Mustafa, C. C., dan N. Handayani. 2014. Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*. 3(6): 1-16.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 47 Tahun 2012. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas. 4 April 2012. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 89. Jakarta.
- Prasetyo, W. 2012. Implementasi Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Spiritualitas Pribadi. *Ekuitas: Jurnal Ekonomi dan Keuangan*. 16(3): 332-351.
- Putri, F. A., Darminto, dan Dwiatmanto. 2014. Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi pada Indeks SRI-KEHATI yang Listing di BEI Periode 2010-2012). *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*. 13(1).
- Rahim, R. 2012. Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) pada PT Bank Sulselbar sebagai Wujud Tanggung Jawab Sosial terhadap Stakeholders dan Lingkungan Corporate. *Tesis*. Makasar: Program Studi Akuntansi Universitas Hasanuddin.
- Rosiliana, K., G. A. Yuniarta, dan N. A. S. Darmawan. 2014. Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan: Studi Empiris pada Perusahaan LQ45 di Bursa Efek Indonesia Periode 2008-2012. *Jurnal Akuntansi Program SI*. 2(1).
- Sari, N. L. K. M., dan I. G. N. A. Suaryana. 2013. Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Kinerja Perusahaan dengan Kepemilikan Asing sebagai Variabel Moderator. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*. 3(2): 248-257.
- Titisari, K. H., E. Suwardi dan D. Setiawan. 2010. Corporate Social Responsibility (CSR) dan Kinerja Perusahaan. *Simposium Nasional Akuntansi XII*. Universitas Jendral Soedirman Purwokerto.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1995. Pasar Modal. 10 Nopember 1995. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1995 Nomor 64. Jakarta.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007. *Perseroan Terbatas*. 16 Agustus 2007. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 106. Jakarta.
- Yaparto, M., D. Frisko dan R. Eriandani. 2013. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Pada Sektor Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Pada Periode 2010-2011. *Calyptra: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*. 2(1).
- Yuliana, O. dan Juniarti. 2015. Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan di Indonesia yang bergerak di Sub Sektor Retail dan Trade, Healthy Care, Computer dan Service, dan Investment Company. *Business Accounting Review*. 3(2): 151-160.