

**PENGARUH PROFITABILITAS DAN *LEVERAGE* TERHADAP
PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI
BURSA EFEK INDONESIA (BEI)**

ARTIKEL ILMIAH



MUKMIN DARMAWAN

2010310091

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2014**

PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Mukmin Darmawan
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 24 Agustus 1992
N.I.M : 2010310091
Jurusan : Akuntansi
Program Pendidikan : Strata 1
Konsentrasi : Akuntansi Manajemen
Judul : Pengaruh *Profitabilitas* Dan *Leverage*
Terhadap Pengungkapan *Corporate Social*
Responsibility Perusahaan Manufaktur Yang
Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI)

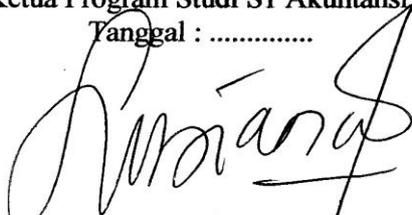
Disetujui dan diterima baik oleh :

Dosen Pembimbing,
Tanggal :



(Dr. Diah Ekaningtyas, MM)

Ketua Program Studi S1 Akuntansi,
Tanggal :



(Dr. Luciana Spica Almilialia, S.E., M.Si.)

**PENGARUH PROFITABILITAS DAN *LEVERAGE* TERHADAP
PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI
BURSA EFEK INDONESIA (BEI)**

Mukmin Darmawan
STIE Perbanas Surabaya
Email : zupi.mukmin@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study was to examine the influence of profitability and Leverage against the disclosure of corporate social responsibility (CSR). This research population was 148 manufacturing companies listed on the Indonesia stock exchange in 2010-2012. This research sample taken using a Purposive sampling method so that the retrieved sample as many as 16 companies for 3 years of research. Data were analyzed by using multiple regression analysis method with the help of the program SPSS 20.00. The results of this study indicate that the variable profitability has an impact on of corporate social responsibility, while the Leverage variable did not have an impact on disclosure of corporate social responsibility.

Keywords: Profitabilitas, Leverage, corporate social responsibility disclosure

Latar Belakang

Keberadaan suatu perusahaan secara langsung maupun tidak langsung memiliki dampak yang dirasakan tidak hanya bagi para pemegang saham (*shareholders*) namun juga bagi para pemangku kepentingan (*stakeholders*) lainnya seperti pegawai, pelanggan, pemerintah, masyarakat, dan lingkungan. Dampak tersebut dapat berupa dampak yang menguntungkan namun juga dapat berupa dampak yang justru merugikan. Oleh karena berbagai dampak itulah, sejatinya

perusahaan selain berorientasi pada profit (aspek ekonomi) dituntut pula untuk memiliki suatu tanggung jawab, baik kepada *stakeholders* (aspek sosial) maupun kepada lingkungan (aspek lingkungan). Tanggung jawab sosial perusahaan diharapkan dapat memberikan timbal balik kepada *stakeholders* maupun lingkungannya atas berbagai dampak yang timbul selama perusahaan beroperasi (*going concern*) sehingga keberadaan perusahaan dapat diterima di lingkungan sekitar. Menurut Almar, dkk (2012:514)

Tujuan utama dari kegiatan yang dilakukan suatu perusahaan adalah untuk memperoleh laba, karena laba sangat berperan dalam menjaga kelangsungan hidup perusahaan sesuai dengan prinsip *going concern*. Untuk mencapai hal tersebut, perusahaan dapat meningkatkan kinerjanya dengan mengelola aktivitas bisnisnya secara efektif, efisien, dan ekonomis. Perusahaan tidak dapat hanya mengandalkan penjualan saja dalam meningkatkan pendapatan dan memperoleh laba tanpa memperhatikan kepedulian terhadap lingkungan dan sosialnya, karena masyarakat lebih pintar dalam memilih produk yang akan mereka konsumsi dan cenderung untuk memilih produk yang diproduksi oleh perusahaan yang peduli terhadap lingkungan dan atau melaksanakan kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang pada penulisan selanjutnya ditulis CSR. Survey yang dilakukan Booth-Harris Trust Monitor (2001) dalam Sutopoyudo (2009), menunjukkan bahwa mayoritas konsumen akan meninggalkan suatu produk yang mempunyai citra buruk atau diberitakan *negatif*.

Almar, dkk (2012:515) Mengatakan Kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan pada umumnya akan berpengaruh terhadap peningkatan *profitabilitas* perusahaan, walaupun akan menambah biaya bagi perusahaan, namun pasti akan timbul suatu citra perusahaan di mata masyarakat. Secara tidak langsung akan menarik masyarakat untuk menggunakan produk perusahaan tersebut, sehingga

dapat meningkatkan *profitabilitas* perusahaan.

Banyak manfaat yang diperoleh perusahaan dengan pelaksanaan CSR, antara lain produk semakin disukai oleh konsumen dan perusahaan diminati *investor*. CSR dapat digunakan sebagai alat *marketing* baru bagi perusahaan bila itu dilaksanakan berkelanjutan. Seiring meningkatnya loyalitas konsumen dalam waktu yang lama, maka penjualan perusahaan akan semakin membaik, dan pada akhirnya dengan pelaksanaan CSR diharapkan tingkat *profitabilitas* dan citra perusahaan juga meningkat. Oleh karena itu, CSR berperan penting dalam meningkatkan nilai perusahaan sebagai hasil dari peningkatan penjualan perusahaan dengan cara melakukan berbagai aktivitas sosial di lingkungan sekitarnya.

Satria berpendapat saat ini CSR telah menjadi isu global yang fenomenal di dunia, dimana kepekaan serta kepedulian terhadap sosial serta etika bisnis telah menjadi suatu hal yang fundamental. Berbagai macam isu mengenai CSR yang muncul, sedikit banyak telah mendorong perusahaan untuk menaruh perhatian lebih terhadap CSR (Satria, & Daljono, 2013:3). Salah satu pemberitaan yang pernah di muat di surat kabar Kompas ialah kasus kontroversial berkaitan dengan isu tanggung jawab sosial perusahaan yang terjadi di Indonesia adalah kasus Freeport di Papua. Kasus Freeport membawa kerugian besar bagi negara Indonesia khususnya masyarakat Papua karena Freeport tidak hanya berhasil menjarah

kandungan sumber daya alam terbesar di Indonesia yaitu emas dan tembaga tetapi juga menimbulkan permasalahan sosial di Papua. Selama 45 tahun aktivitas pertambangan Freeport di Papua telah menorehkan catatan buruk bagi penegakan Hak Asasi Manusia (HAM) Indonesia di mata internasional. Kerusakan lingkungan, kemiskinan masyarakat lokal, perampokan hak, kekerasan, dan pembunuhan warga Papua telah menjadi keprihatinan nasional, bahkan internasional (Kompas, 26 November 2011). Disinilah dibutuhkan adanya tanggung jawab sosial oleh Freeport selaku perusahaan agar dapat mengatasi berbagai permasalahan tersebut. Kasus Freeport setidaknya telah membuka mata pemerintah Indonesia dan dunia akan pentingnya praktik CSR oleh perusahaan.

Saat ini CSR bukan lagi bersifat sukarela/komitmen yang dilakukan perusahaan di dalam mempertanggung jawabkan kegiatan perusahaannya, melainkan bersifat wajib/menjadi kewajiban bagi beberapa perusahaan untuk melakukan atau menerapkannya. Berdasarkan Surat Keputusan Menteri Keuangan nomor 1232/KMK.013/1989, mewajibkan BUMN menyisihkan 1-5% laba yang

Landasan teoritis dan pengembangan hipotesis

Teori stakeholder

Isi dari *Stakeholders theory* menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya

mereka peroleh untuk membina usaha kecil dan koperasi atau yang saat ini diubah menjadi program kemitraan bina lingkungan (PKBL) yang mengacu pada surat keputusan menteri negara BUMN No. Kep-236/MBU/2003 Tanggal 17 juni 2003. Hal ini diatur dalam Undang - Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas (UU PT), yang disahkan pada 20 Juli 2007. Pasal 74 Undang-Undang Perseroan Terbatas menyatakan : (1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL). (2) TJSL merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. (3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan nomor 40 tahun 2007 (www.hukumonline.com). perusahaan khususnya perseroan terbatas yang bergerak di bidang pertambangan atau yang berkaitan dengan sumber daya alam harus melaksanakan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat.

sendiri, namun memberikan manfaat bagi *stakeholders* (Chariri, 2007, p. 409). Adanya pihak yang diutamakan di dalam perusahaan yaitu *stakeholders*. Terdapat sejumlah *stakeholders* yang ada di masyarakat, dengan adanya pengungkapan CSR merupakan cara

untuk mengelola hubungan organisasi dengan kelompok *stakeholders* yang berbeda. Tujuan utama dari perusahaan adalah menyeimbangkan konflik antara *stakeholders*. Pengungkapan CSR bagi suatu perusahaan bersifat penting, hal demikian karena para *stakeholders* perlu untuk mengevaluasi dan mengetahui sejauh mana perusahaan dalam melaksanakan peranannya sesuai dengan keinginan *stakeholders*, sehingga menuntut adanya akuntabilitas perusahaan atas kegiatan CSR yang telah dilakukannya (Riswari, 2012). Jika diperhatikan dari pengertian diatas, tanggung jawab sosial perusahaan adalah salah satu tanggung jawab yang tidak boleh dilupakan. Tanggung jawab ini tentunya berhubungan dengan *outside stakeholder* yaitu kesejahteraan masyarakat baik yang ada disekitar perusahaan maupun masyarakat secara global. Dengan memperhatikannya, perusahaan diharapkan dapat beroperasi dengan baik sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai.

Pengertian CSR

CSR sering kali disebut sebagai tanggung jawab sosial perusahaan telah banyak disampaikan oleh para pakar maupun lembaga internasional. Ada beberapa pengertian CSR menurut pakar ataupun lembaga, sebagai berikut:

1. CSR merupakan suatu konsep terintegrasi yang menggabungkan aspek bisnis dan sosial dengan selaras agar perusahaan dapat membantu tercapainya kesejahteraan para *Stakeholder*,

serta dapat mencapai *profit* maksimum sehingga dapat meningkatkan harga saham (Nugraha, 2011:2-3).

3. CSR menurut Sutanto dalam Warda (2013:10), membagi CSR ke dalam dua golongan besar tanggung jawab sosial, yaitu tanggung jawab internal dan tanggung jawab eksternal. Tanggung jawab internal meliputi tanggung jawab kepada para pemangku kepentingan dalam hal *profit* dan pertumbuhan, serta kepada para pekerja dalam hal pekerjaan dan pengembangan karir yang menguntungkan pekerja dan perusahaan. Sedangkan tanggung jawab eksternal menyajikan perusahaan sebagai pembayar pajak dan penyedia pekerjaan yang berkualitas, meningkatkan kesejahteraan dan kompetensi masyarakat baik dalam bidang bisnis yang sesuai dengan bisnis perusahaan maupun tidak, serta menjaga lingkungan.

4. Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) dalam Warda(2013:11), CSR merupakan komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan para karyawan perusahaan, keluarga karyawan, berikut komunitas-komunitas setempat (lokal), masyarakat secara keseluruhan, dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan. Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa CSR merupakan suatu tindakan yang dilakukan perusahaan sesuai

dengan kemampuan perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan di sekitar perusahaan itu berada. CSR juga bukan merupakan beban bagi perusahaan, tetapi merupakan modal sosial perusahaan yang dapat berkontribusi untuk keberlanjutan perusahaan dan membantu tercapainya kesejahteraan *stakeholders* serta dapat meningkatkan *profit*.

Landasan Hukum CSR

Landasan hukum yang menyangkut CSR terdapat dalam makalah mengenai CSR oleh Octafiani, dkk (2011) sebagai berikut:

a. Keputusan Menteri BUMN No. Kep-236/MBU/2003 Tanggal 17 juni 2003. Tentang Program Kemitraan Bina Lingkungan (PKBL) dalam Kerangka Acuan Kerja (KAK) *Workshop* Kajian Penerapan Pasal 74 Undang-Undang PT Nomor 40 Tahun 2007, dikemukakan bahwa peraturan mengenai tanggung jawab sosial perusahaan, pada awalnya hanya mengikat Badan Usaha Milik Negara (BUMN), dengan aktivitas sosial yang lebih dikenal dengan istilah Program Kemitraan dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan (PKBL). PKBL pada dasarnya terdiri dari dua jenis, yaitu program penguatan usaha kecil melalui pemberian pinjaman dana bergulir dan pendampingan (disebut Program Kemitraan) serta program pemberdayaan (disebut Program Bina Lingkungan).

- b. Undang-Undang PT Nomor 40 tahun 2007 yang berisi peraturan mengenai diwajibkannya melakukan CSR. Direksi yang bertanggung jawab bila ada permasalahan hukum yang menyangkut perusahaan dan CSR.
- c. Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007, tentang Penanaman Modal, baik penanaman modal dalam negeri, maupun penanaman modal asing. Dalam penjelasan pasal 15 huruf b menyebutkan bahwa yang dimaksud dengan “tanggung jawab sosial perusahaan” adalah tanggung jawab yang melekat pada setiap perusahaan penanaman modal untuk tetap menciptakan hubungan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat
- d. Undang-Undang Minyak dan Gas Bumi Nomor 22 Tahun 2001, disebutkan pada Pasal 13 ayat 3 (p): “Kontrak Kerja Sama sebagaimana dimaksudkan dalam ayat (1) wajib memuat paling sedikit ketentuan-ketentuan pokok yaitu: pengembangan masyarakat sekitarnya dan jaminan hak-hak masyarakat.

Manfaat Corporate Social Responsibility

Menurut Branco dan Rodrigues (2012), membagi dua manfaat CSR bila dikaitkan dengan keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) dari sebuah perusahaan. Yaitu dari sisi internal maupun eksternal.

1. Manfaat Internal CSR, yaitu:

- a. Pengembangan aktivitas yang berkaitan dengan sumber daya manusia. Serangkaian aktivitas pengembangan sumber daya

- manusia dicapai dengan menciptakan para karyawan yang memiliki keterampilan tinggi. Karyawan yang berkualitas akan menyumbang pada sistem manajemen sumber daya manusia yang lebih efektif. Misalnya, dengan meningkatnya loyalitas dan moral dari karyawan.
- b. Adanya pencegahan polusi dan reorganisasi pengelolaan proses produksi dan aliran bahan baku, serta hubungan dengan *supplier* yang berjalan dengan baik. Muaranya adalah peningkatan performa lingkungan perusahaan.
 - c. Menciptakan budaya perusahaan, kapasitas sumber daya manusia, dan organisasi yang baik. Integrasi antar fungsi di dalam perusahaan diharapkan juga akan terjadi. Selain itu, partisipasi para karyawan di dalam perusahaan dan keterampilan mereka diharapkan meningkat pula.
 - d. Kinerja keuangan, dengan dilakukannya CSR, kinerja keuangan perusahaan menjadi lebih baik. Kualitas lingkungan yang turut disumbangkan oleh korporasi bukan hanya secara langsung mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan, tetapi juga meningkatkan kepemilikan pemodal.
2. Manfaat eksternal CSR, yaitu:
- a. Penerapan CSR akan meningkatkan reputasi perusahaan sebagai badan yang mengembang dengan baik pertanggung jawaban secara sosial. Hal ini menyangkut pemberian pelayanan yang lebih baik kepada pihak eksternal atau pemangku kepentingan eksternal.
 - b. CSR merupakan satu bentuk diferensiasi produk yang baik. Artinya, sebuah produk yang memenuhi persyaratan-persyaratan ramah lingkungan dan merupakan hasil dari perusahaan yang bertanggungjawab secara sosial. Untuk itu, diperlukan kesesuaian antara berbagai aktivitas sosial dengan karakteristik perusahaan yang juga khas. Karakteristik ini mempengaruhi ekspektasi dari para pemangku kepentingan tentang bagaimana seharusnya perusahaan bertindak.
 - c. Melaksanakan CSR dan membuka kegiatan CSE itu secara publik merupakan instrumen untuk komunikasi yang baik dengan masyarakat. Pada gilirannya semuanya akan membantu menciptakan reputasi dan *image* perusahaan yang lebih baik. Dengan demikian, akan membantu perusahaan dan para karyawannya dalam membangun keterikatan dengan komunitas secara lebih terintegrasi.
 - d. Kontribusi CSR terhadap kinerja perusahaan pun dapat terwujud paling tidak dalam dua bentuk. Pertama, dampak positif yang timbul sebagai insentif (*rewards*) atas tingkah laku positif dari perusahaan. Kontribusi ini sering disebut sebagai kesempatan (*opportunities*). Kedua, kemampuan perusahaan untuk mencegah munculnya konsekuensi dari tindakan yang buruk atau dikenal sebagai “jaring pengaman” atau *safety nets* bagi perusahaan.

Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dan mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektifitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Intinya adalah penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan. Penggunaan rasio profitabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan perbandingan antara berbagai komponen yang ada dilaporan keuangan neraca dan laporan laba rugi. Pengukuran dapat dilakukan untuk beberapa periode operasi. Tujuannya adalah agar terlihat perkembangan perusahaan dalam rentang waktu tertentu, baik penurunan atau kenaikan, sekaligus mencari penyebab perubahan tersebut.

Leverage

Menurut Horne dan Wachowicz (2012:169) *Financial Leverage* merupakan penggunaan sumber dana yang memiliki beban tetap, dengan harapan akan memberikan tambahan keuntungan yang lebih besar dari pada beban tetapnya, sehingga keuntungan pemegang saham bertambah. Menurut Rahardjo (2007), rasio *leverage* merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi seluruh kewajibannya (baik jangka pendek maupun jangka panjang).

Pengaruh Profitabilitas terhadap CSR

Menurut Donovan dan Gibson dalam Putri, Rafika. (2014:64)

hubungan antara pengungkapan CSR dan Profitabilitas memiliki hubungan negatif karena perusahaan (manajemen) merasa tidak perlu mengungkapkan tanggung jawab sosial yang tinggi ketika perusahaan sedang memiliki tingkat profitabilitas tinggi karena perusahaan (manajemen) menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan. Sebaliknya, pada saat tingkat profitabilitas rendah, mereka berharap para pengguna laporan akan membaca "*good news*" kinerja perusahaan, misalnya dalam lingkup sosial, dan dengan demikian investor akan tetap berinvestasi di perusahaan tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Lungu, *et. al* (2011) dalam Putri, Rafika. (2014:64) menyatakan bahwa terdapat hubungan negatif signifikan antara profitabilitas dan pengungkapan CSR, hal demikian bahwa dalam jangka pendek perusahaan dengan perubahan yang lebih tinggi dalam pendapatan dan dengan pengembalian yang lebih tinggi atas ekuitas selama satu tahun, cenderung baik untuk memberikan yang lebih kecil perihal pentingnya CSR. Dengan semakin meningkatnya profit suatu perusahaan, maka cadangan dana untuk melakukan aktivitas pengungkapan CSR akan semakin besar, hal tersebut karena biaya untuk pelaksanaan pengungkapan CSR sudah tersedia. Dalam beberapa penelitian yang dilakukan oleh Sudana dan Arlindania (2011), dan Novrianto (2012) dalam Putri, Rafika. (2014:64) bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR, karena

perusahaan mempunyai tingkat profitabilitas yang tinggi maka akan mengungkapkan informasi CSR yang telah dilakukannya. Dengan adanya pengungkapan CSR, *stakeholders* dapat mengevaluasi dan mengetahui sejauh mana perusahaan dalam melaksanakan peranannya sesuai dengan keinginan *stakeholders*, sehingga menuntut adanya akuntabilitas perusahaan atas kegiatan CSR yang telah dilakukannya. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu tersebut, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H1: Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai Pengungkapan Aktivitas CSR perusahaan Manufaktur.

Pengaruh *Leverage* terhadap CSR

Penelitian yang dilakukan oleh Nur dan Priantinah (2012) *leverage* berpengaruh signifikan dan negatif, karena manajemen dengan tingkat *leverage* yang tinggi cenderung mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *debt holders*. Selain itu, semakin tinggi tingkat *leverage*, maka semakin besar kemungkinan perusahaan akan melanggar perjanjian kredit sehingga perusahaan akan berupaya untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba di masa depan.

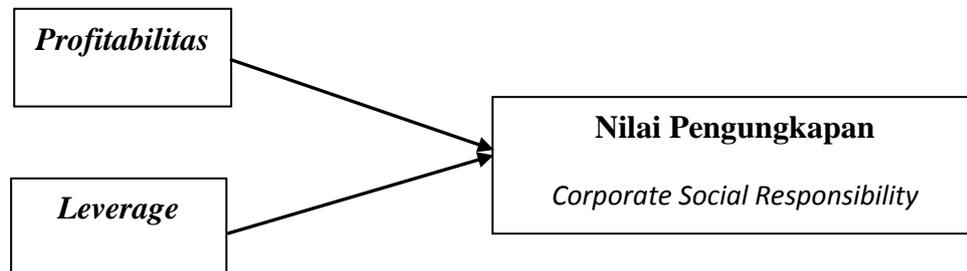
Dengan laba yang dilaporkan lebih tinggi akan mengurangi kemungkinan perusahaan melanggar perjanjian kredit. Supaya laba yang

dilaporkan tinggi maka manajer harus mengurangi biaya-biaya, termasuk biaya untuk mengungkapkan informasi sosial. Perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas daripada perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah. Semakin luas pengungkapan, maka makin banyak informasi yang dapat diperoleh investor, hal ini dilakukan supaya investor dapat memperoleh keyakinan atas terjaminnya hak mereka sebagai kreditur. Anugerah, dkk., (2010:70). Mia dan Al Mamun (2011) berpendapat bahwa perusahaan dengan *leverage* tinggi akan mendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial yang makin banyak. Hal ini disebabkan perusahaan dengan *leverage* tinggi memiliki tekanan yang lebih besar dari bank, kreditur, investor sehingga perusahaan berupaya untuk melonggarkan tekanan ini dengan cara melakukan banyak *disclose* dengan tujuan memberikan keyakinan ke bank, kreditur, investor bahwa perusahaan tidak melanggar *covenants* yang ada.

maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H2: *Leverage* berpengaruh terhadap nilai Pengungkapan Aktivitas CSR perusahaan Manufaktur.

Kerangka pemikiran yang mendasari penelitian ini dapat digambarkan sebagaiberikut:



Gambar 1: Kerangka pemikiran

METODE PENELITIAN

Klasifikasi Sample

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan variabel *Profitabilitas* yang diukur dengan variabel ROA, *Leverage* dan pengungkapan CSR. Data dari variabel diperoleh dari laporan keuangan dan *annual report* yang menggunakan mata uang rupiah pada perusahaan-perusahaan manufaktur sektor industri pengolahan yang terdaftar di BEI dimana perusahaan melaksanakan dan mengungkapkan aktivitas CSR secara *mandatory* (berkelanjutan). Periode data yang digunakan adalah tahun 2010-2012.

Data Penelitian

Sumber data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumber asli, sedangkan data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung melalui perantara. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yaitu data mengenai laporan keuangan perusahaan manufaktur sektor industri pengolahan yang go public pada tahun 2010-2012. Total objek penelitian adalah 16 Perusahaan

dengan masing-masing di ambil 3 tahun laporan keuangan menjadi 48 laporan keuangan yang diperoleh dari website BEI (www.idx.co.id) atau website perusahaan. Data mengenai pengungkapan CSR diperoleh dari *annual report* masing-masing perusahaan yang diperoleh dari website BEI (www.idx.co.id) dan *sustainability report* yang ada di website masing-masing perusahaan. Metode pengumpulan data yang akan digunakan untuk dianalisis dalam penelitian ini adalah metode dokumenter, karena data yang dikumpulkan adalah data sekunder dalam bentuk laporan tahunan dan *sustainability report* perusahaan manufaktur sektor industri pengolahan yang dijadikan subyek penelitian.

Variabel penelitian

Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah: Variabel Independen: *Prifitabilitas* yang diukur dengan ROA, dan *Leverage* Variabel Dependen: Pengungkapan CSR

Definisi Operasional Variabel

ROA

Return On Asset (ROA) adalah rasio yang mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat aset tertentu. Penghitungan ROA menggunakan pengukuran yang digunakan oleh Nurika Restuningdiah (2007), yaitu:

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba bersih sesudah pajak}}{\text{Total Aset}}$$

Leverage

Sugiono (2009) dalam Putri (2014:64) rasio *leverage* bertujuan untuk menganalisis pembelanjaan yang dilakukan berupa komposisi utang dan modal, serta kemampuan perusahaan untuk membayar bunga dan beban tetap lainnya. Fahmi (2012) Putri (2014:64) mengemukakan bahwa rasio *leverage* adalah mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang. Sebaiknya perusahaan harus menyeimbangkan berapa utang yang layak diambil dan dari mana sumber-

sumber yang dapat dipakai untuk membayar hutang.

$$\text{Leverage} = \frac{\text{Total Debt}}{\text{Total Aset}}$$

Pengukuran CSR

Perhitungan indeks CSDI dilakukan dengan menggunakan pendekatan dikotomi yaitu setiap item CSR dalam instrumen penelitian yang diungkapkan oleh perusahaan diberikan nilai 1 dan nilai 0 jika tidak diungkapkan berdasarkan *checklist* yang digunakan oleh Megawati Cheng dan Yulius Jogi Christiawan (2011). Selanjutnya skor dari setiap item tadi dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan. Setelah itu indeks CSR didapatkan dengan rumusan sebagai berikut:

Pengungkapan CSR :

$$\frac{\text{Jumlah item yang di ungkapkan}}{\text{Jumlah item yang di tetapkan GRI}}$$

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Deskriptif

Tabel 1
Hasil Analisis Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maksimum	Rata-rata	Std. Deviasi
Profitabilitas	48	.01	3.14	.2898	.46699
Leverage	48	.07	.76	.3869	.20974
Pengungkapan CSR	48	.06	.50	.3354	.10999

Sumber: Hasil output SPSS

Data yang digunakan adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia selama periode 2010-2012. Jika dilihat dari Tabel 4.2 hasil SPSS

diatas nilai sample ROA yang di gunakan adalah 48 sample. Nilai minimum ROA dari hasil penelitian ini adalah 0,01. Ini menandakan bahwa kemampuan perusahaan

untuk menghasilkan laba sangatlah rendah, karena nilai penjualan pada perusahaan tersebut sangat kecil, nilai ROA paling kecil adalah 0,01%. Nilai ini dimiliki oleh PT. Voksel Electric (VOKS) pada tahun 2010. Nilai maksimum ROA dari hasil penelitian ini adalah 3,14. Ini menandakan bahwa kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba sangatlah tinggi, karena nilai penjualan pada perusahaan tersebut sangat besar, nilai ROA paling besar adalah 3,14%. Nilai ini dimiliki oleh PT. Fajar Surya Wisesa. (FASW) pada tahun 2012. Nilai (*mean*) Rata-rata ROA yang di dapat dalam penelitian ini selama periode 2010 hingga 2012 adalah 0,2898% dari total sample yang digunakan. Dan hasil Standar deviasi atau jumlah selisih nilai rata-rata data ROA adalah sebesar 0,46699% dari total sample yang digunakan.

nilai sample *Leverage* yang digunakan adalah 48 sample. Nilai minimum *leverage* dari hasil penelitian ini adalah 0,07. Ini menandakan bahwa kewajiban yang di tanggung perusahaan (baik jangka panjang maupun jangka pendek) sangatlah rendah, nilai *Leverage* paling kecil adalah 0,07%. Nilai ini dimiliki oleh PT. Lautan Luas (LTLS) pada tahun 2012. Nilai maksimum *leverage* dari hasil penelitian ini adalah 0,76. Ini menandakan bahwa kewajiban yang di tanggung perusahaan (baik jangka panjang maupun jangka pendek) sangatlah tinggi, nilai *Leverage* paling besar adalah 0,76%. Nilai ini dimiliki oleh PT. Lautan Luas (LTLS) pada tahun 2011. Nilai (*mean*) Rata-rata *leverage* yang

didapat dalam penelitian ini selama periode 2010 hingga 2012 adalah 0,3869% dari total sample yang digunakan. Dan hasil Standar deviasi atau jumlah selisih nilai rata-rata data *leverage* adalah sebesar 0,20974% dari total sample yang digunakan.

Nilai minimum dari data ini adalah 0,06. Ini menandakan bahwa pengungkapan kegiatan CSR yang di lakukan perusahaan tersebut sangatlah kecil, karena kesadaran perusahaan akan pentingnya tanggungjawab terhadap lingkungan dan sosialnya sangatlah rendah, nilai pengungkapan CSR paling kecil adalah 0,06%. Nilai ini dimiliki oleh PT Kabelindo Murni Tbk. (KBLM) pada tahun 2010. Nilai maksimum dari data ini adalah 0,50. Ini menandakan bahwa pengungkapan kegiatan CSR yang di lakukan perusahaan tersebut sangatlah besar, karena kesadaran perusahaan akan pentingnya tanggungjawab terhadap lingkungan dan sosialnya sangatlah tinggi, nilai pengungkapan CSR paling besar adalah 0,50%. Nilai ini dimiliki oleh PT Indocement Tunggul Prakarsa Tbk. (INTP) pada tahun 2012. Nilai (*mean*) Rata-rata nilai pengungkapan CSR yang didapat dalam penelitian ini selama periode 2010 hingga 2012 adalah 0,3354% dari total sample yang digunakan. Dan hasil Standar deviasi atau jumlah selisih nilai rata-rata dari pengungkapan CSR adalah sebesar 0,10999% dari total sample yang diguakan.

Uji Normalitas

Pada penelitian ini digunakan uji normalitas data dengan menggunakan uji statistik *Kolmogrov-Smirnov*. Penting sekali

memastikan bahwa data tersebut terdistribusi secara normal karena data yang normal tersebut terbebas dari pengaruh variabel lain yang kuat namun tidak masuk dalam model regresi. Jika data tersebut sudah normal, maka hasil estimasi dari model regresi tersebut tidak akan menyestakan. Pada uji ini dapat dilihat pada tingkat signifikansi dari data tersebut. Apabila nilai

signifikansinya lebih besar dari 0.05 %, maka data residual terdistribusi secara normal (Imam Ghozali, 2006). Jika data tersebut telah normal, artinya data siap untuk diolah dengan menggunakan uji t. Dibawah ini adalah hasil dari uji normalitas dengan uji statistik *Kolmogorov-Smirnov*

Hasil Analisis dan Pembahasan

Tabel 4.5
UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		48
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.09955164
Most Extreme Differences	Absolute	.129
	Positive	.067
	Negative	-.129
Kolmogorov-Smirnov Z		.894
Asymp. Sig. (2-tailed)		.400
a. Test distribution is Normal.		

Sumber: Hasil output SPSS

Berdasarkan hasil output pada tabel diatas, dapat diperoleh informasi bahwa nilai *Kolmogorov-Smirnov Z* untuk *unstandardized residual* adalah sebesar 0,894 dengan Asymp. Sig (2-tailed) yaitu sebesar

0,400. Nilai signifikansi ini lebih besar dari 0,05 yaitu $0,400 > 0,05$ yang menunjukkan bahwa data terdistribusi normal. Setelah data dipastikan telah terdistribusi secara normal, artinya data ini layak untuk dilakukan uji regresi linear untuk pengambilan keputusan.

Tabel 2
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.400	.031		12.730	.000
	Profitabilitas	.208	.072	.397	2.903	.006
	Leverage	-.054	.032	-.229	-1.674	.101
a. Dependent Variable: Pengungkapan CSR						

Berdasarkan hasil analisis data dari uji koefisien t tes diketahui t hitung nya bernilai 2,903 dengan tingkat signifikansi 0,006. Nilai signifikansi ini lebih rendah dari 0,000 ($0,006 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa H_0 diterima yang artinya variabel Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Dan Berdasarkan hasil analisis data dari uji koefisien t tes diketahui t hitung nya bernilai -1,674 dengan tingkat signifikansi 0,101. Nilai signifikansi ini lebih tinggi dari 0,05 ($0,101 \geq 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak yang artinya variabel *Leverage* tidak berpengaruh terhadap variabel pengungkapan CSR.

Hubungan antara Profitabilitas terhadap pengungkapan CSR

Seperti yang telah dijelaskan pada analisis statistik di atas, bisa dilihat bahwa nilai uji t dari persamaan yang menghubungkan antara Profitabilitas dengan nilai pengungkapan CSR memperlihatkan hasil yang signifikan. Hasil yang signifikan ini menandakan bahwa Profitabilitas berpengaruh terhadap

nilai pengungkapan CSR perusahaan. Pengaruh ini bisa berupa pengaruh positif atau pengaruh yang negatif. Untuk mengetahui hal tersebut, dapat dilihat nilai dari *Unstandardized Coefficients* pada Tabel 4.7. Jika dilihat dari nilai yang ada pada tabel tersebut, terdapat nilai koefisien yang bernilai positif. Ini menunjukkan bahwa terdapat korelasi yang positif antara Profitabilitas dengan nilai pengungkapan CSR. Ini artinya semakin tinggi Profitabilitas perusahaan, maka akan semakin banyak aktivitas CSR yang diungkapkan oleh perusahaan. Semakin tinggi Profitabilitas maka manager lebih termotifasi untuk memberikan informasi yang lebih terperinci termasuk kebebasan dan keleluasaan untuk menunjukan dan mempertanggungjawabkan seluruh program sosialnya. Hal ini disebabkan perusahaan ingin meyakinkan investor akan profitabilitas perusahaan.

Hubungan antara Leverage terhadap pengungkapan CSR

Hasil yang berbeda dibandingkan hasil sebelumnya

diperlihatkan dari hasil uji t untuk hubungan antara *Leverage* dengan nilai pengungkapan CSR. Uji t memperlihatkan tidak adanya pengaruh antara *Leverage* dan pengungkapan CSR. Hal tersebut didasarkan pada taraf signifikansi dari uji t yang jauh diatas 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa *Leverage* bukanlah hal yang mempengaruhi tinggi rendahnya pengungkapan CSR dari suatu perusahaan.

Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Rita Anugerah, Roland Hutabarat pada tahun 2010 dan juga Rafika pada tahun 2013. Keduanya memperlihatkan hasil yang tidak signifikan pada pengaruh *Leverage* dengan pengungkapan CSR. Rafika (2013) menyatakan bahwa hasil ini dikarenakan sekarang banyak perusahaan yang sudah sadar akan kepentingan lingkungan dan sosial dan tidak hanya semata mencari keuntungan untuk perusahaan sendiri, sehingga tinggi *leverage* tidak mempengaruhi pengungkapan CSR. Selain itu kualitas pengungkapan CSR juga tidak mudah untuk diukur. Sofia (2013) juga menjelaskan dalam penelitiannya bahwa perusahaan yang beresiko tinggi biasanya berusaha untuk meyakinkan kreditur dengan pengungkapan informasi yang lebih detail. Tambahan informasi diperlukan untuk menghilangkan keraguan terhadap dipenuhinya hak-hak para kreditur. Oleh karena itu perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan pengungkapan informasi yang lebih luas dibanding perusahaan

dengan tingkat *leverage* yang rendah. Teryata tambahan informasi mengenai tanggungjawab sosial perusahaan tidak dapat menghilangkan keraguan terhadap dipenuhinya hak-hak para kreditur.

KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Hasil pengamatan tentang pengaruh Profitabilitas dan *Leverage* terhadap nilai pengungkapan CSR ,sebagaimana yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan pada 16 perusahaan manufaktur dari tahun 2010 hingga 2012, ditemukan bahwa Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai pengungkapan CSR perusahaan. Korelasi yang ditimbulkanpun bernilai positif. Ini menandakan bahwa semakin tinggi Profitabilitas perusahaan semakin tinggi juga pengungkapan aktivitas CSR-nya dalam laporan tahunan perusahaan.
2. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan pada 16 perusahaan manufaktur dari tahun 2010 hingga 2012, ditemukan bahwa *Leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai pengungkapan CSR perusahaan. Korelasi yang ditimbulkan bernilai negatif. Ini menandakan bahwa semakin tinggi *Leverage* perusahaan tidak mempengaruhi pengungkapan aktivitas CSR dalam laporan tahunan perusahaan. Hasil ini dikarenakan sekarang banyak perusahaan yang sudah sadar akan pentingnya lingkungan dan sudah menjadi kewajiban perusahaan

untuk melakukan kegiatan CSR yang sudah diatur dalam Undang-Undang PT Nomor 40 tahun 2007 yang berisi peraturan mengenai diwajibkannya melakukan kegiatan CSR.

Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian yang diperoleh selama penelitian berlangsung adalah sebagai berikut:

1. Dalam proses penelitian, banyak perusahaan yang tidak mengungkapkan kegiatan CSR dalam *annual report* secara konsisten sehingga tidak dapat dimasukkan kedalam sample penelitian yang menimbulkan sedikitnya sample yang di peroleh.
2. Dalam pengambilan sample banyaknya perusahaan yang sudah tidak mempublikasikan *annual report* tahun 2010 nya di IDX sehingga peneliti perlu mencari data annual report 2010 di webside masing-masing perusahaan.

Saran

Saran yang diberikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Peneliti selanjutnya perlu mempertimbangkan untuk menambah sampel penelitian yang lebih luas yang meliputi manufaktur sektor jasa atau telekomunikasi sehingga dapat membandingkan dan menambah jumlah sample yang di teliti
2. Peneliti selanjutnya perlu mempertimbangkan untuk menambahkan tahun penelitian 2013 dan memperpanjang periode pengamatan sehingga dapat

digunakan untuk analisa jangka panjang.

DAFTAR RUJUKAN

- Agusti, R., & Indriani, D. (2012). Pengaruh Leverage, Profitabilitas, Size, Umur Perusahaan Dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *PEKBIS (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis)*, 3(01).
- Agnes, Sawir. 2001. Analisis Kinerja Keuangan dan Perencanaan Keuangan Perusahaan. Jakarta : Gramedia Pustaka
- Almar, M., Rachmawati, R., & Murni, A. 2012. pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap profitabilitas perusahaan.
- Anda, Lusiana. 2009. The Corporate Social Responsibility (CSR) Execution Of Company By Financial Investment Company In West. Artikel, (Online), (http://repository.uinand.ac.id/818/1/ARTIKEL_DIPA_ANDA_LUSIA_2009.doc, diakses 22 Januari 2014)..
- Branco, M. C., & Rodrigues, L. L. (2012). Issues in corporate social and environmental reporting research: an overview. *Issues in social and Environmental Accounting*,
- Belkaoui, Ahmed Riahi, 2000. *Teori Akuntansi*. Diterjemahkan oleh Marwata dkk. Jakarta: Salemba Empat.
- Bowman, J. M. (1978). Self-consistent field energies and wavefunctions

- for coupled oscillators. *The Journal of Chemical Physics*, 68(2), 608-610.
- Chariri, A. (2007). The Relevance of Forensic Accounting in Detecting Financial Frauds. *Jurnal Organisasi dan Manajemen*, 3(2), 81-88.
- Devina, Florence., Suryanto, L dan Zulaikha. 2004. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sosial dalam Laporan Tahunan Perusahaan Go Public di Bursa Efek Jakarta (BEJ). *Jurnal Maksi*. Volume 4. Agustus : 161-177.
- Dewi, S. P. (2013). Pengaruh Umur Perusahaan, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Leverage Terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, 15(1), 1-12.
- Dewi Aryani, Kasus Freeport, Hilangnya Nurani Pemerintah, Kompas, 26 November 2011,
- JDI Hukum. 2007. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2007 Tentang Penanaman Modal, (online). (<http://www.sjdih.depkeu.go.id/fulltext/2007/25TAHUN2007UU.htm>, diakses 19 Juni 2014).
- _____. 2007. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas, (online). (<http://www.sjdih.depkeu.go.id/fulltext/2007/40TAHUN2007UU.htm>, diakses 19 Juni 2014).
- _____. 2007. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 22 Tahun 2001 Tentang Minyak Dan Gas Bumi, (online). (<http://www.sjdih.depkeu.go.id/fulltext/2007/22TAHUN2001UU.htm>, diakses 19 Juni 2014).
- Horne, James C. Van dan Wachoicz John M. 2012. Prinsip-Prinsip Manajemen Keuangan. Jakarta: Salemba Empat
- Lusia, Anda. 2009. The Corporate Social Responsibility (CSR) Execution Of Company By Financial Investment Company In West. Artikel, (Online), (http://repository.unand.ac.id/818/1/ARTIKEL_DIPA_ANDA_LUSIA_2009.doc, diakses 22 Januari 2013).
- Imam Ghozali. 2012. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- IsmailSolihin. 2009. *Corporate Social Responsibility: From Charity to Sustainability*. Jakarta : Salemba Empat.
- Marlina, L., & Danica, C. 2009. Analisis Pengaruh Cash Position, Debt to Equity Ratio, dan Return on Assets Terhadap Dividend Payout Ratio. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 2(1), 1-6.
- Megawati Cheng dan Yulius Jogi Christiawan. 2011. Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap *Abnormal Return*. *Jurnal*

- Akuntansi dan Keuangan, vol 13, no. 1, Mei 2011: 24-36.
- Mia, Parvez dan Al-Mamun, Abdullah. 2011. *Corporate Social Disclosure During The Global Financial Crisis*. www.ccsenet.org/ijef. International Journal of Economics and Finance. Vol. 3, No. 6, Nopember 2011.
- Nugraha, J., & Anggraini, R. (2011). Nrpmp 1 Polymorphism and Susceptibility to Lung Tuberculosis In Surabaya, Indonesia. *Southeast Asian Journal of Tropical Medicine & Public Health*, 42(2), 338-341.
- Marzully Nur, dan Denies Priantinah. 2012. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* di Indonesia. *Jurnal Nominal/Volume I Nomor I/Tahun 2012*.
- Octafiani, Titiek dkk. 2011. *Penerapan Corporate Social Responsibility PT. Unilever Indonesia Dalam Mengatasi Pencemaran Lingkungan*. Makalah Disajikan Untuk Memenuhi Tugas Kelompok Etika Bisnis, Jurusan Administrasi Negara, Politeknik Negeri, Semarang, 03 Mei.
- Putri Rafika. A. 2014. Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Leverage Terhadap Pengungkapan CSR. *Business Accounting Review*, 2(1), 61-70.
- Rahmatullah Dan Kurniati, Trianita. 2011. *Panduan Praktis Pengelolaan CSR (Corporate Social Responsibility)*. Padeglang Dan Depok: Samudera Biru.
- Riswari, D. A., & Cahyonowati, N. (2012). *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Governance Ssebagai Variable Moderating*(Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Saleh, N.M., Rahman, M.R.C.A., dan Hassan, M.S. 2008. "Ownership Structure and Intellectual Capital Performance in Malaysian Companies Listed on MESDAQ".(Online), (<http://ssrn.com/abstract=1153908>,__diakses 20 januari 2014)
- Sartono, Agus. 2001. *Manajemen Keuangan Teori Dan Aplikasi*. Yogyakarta: BPFE
- Santioso, L., & Chandra, E. (2012). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, Umur Perusahaan, dan Dewan Komisaris Independen dalam Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, 14(1), 71-30.
- Sapto Rahardjo. 2006. Kiat Membangun Aset Kekayaan: Panduan Investasi Saham Dari A Sampai Z. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo. Anggota IKAPI.

- Satria, E. D., & Daljono, D. 2013. pengaruh *corporate social responsibility* (csr) terhadap kinerja keuangan perusahaan Fakultas Ekonomika dan Bisnis.
- Septiana, R. A., & DP, E. N. (2012). Pengaruh Implementasi *Corporate Social Responsibility* Terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Listing Di Bei 2007 SD 2009). *PEKBIS (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis)*, 4(02).
- Sutopoyudo. 2009. Pengaruh Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Profitabilitas Perusahaan. Sutopoyudo.wordpress.com (diakses 22 Januari 2014).
- Wahyudi, Isa Dan Azheri, Busyra. 2008. *Corporate Sosial Responsibility*. Malang: Citra Intrans Selaras.
- Warda, R. 2013. pengaruh penerapan *corporate social responsibility* terhadap profitabilitas pada perusahaan pertambangan yang tercatat di bursa efek indonesia.universitas hasanuddin makassar.