

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan suatu pertanggungjawaban yang diberikan oleh suatu perusahaan untuk memenuhi kebutuhan para *stakeholder* baik internal maupun eksternal. Seiring dengan berjalannya waktu, CSR berkembang dengan pesat. Perkembangan tersebut ditandai dengan cepatnya suatu penyebaran berita dalam dunia bisnis. Dengan berita yang cepat, juga dapat mempercepat timbulnya reaksi pasar terhadap suatu perusahaan yang berpengaruh pada nilai perusahaan. Tiap-tiap perusahaan sudah melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial yang telah dilakukan di dalam laporan tahunan namun sifatnya masih sukarela. Hal ini dikarenakan adanya pertimbangan perusahaan terhadap biaya yang dikeluarkan untuk menerapkan CSR dan manfaat yang nantinya dihasilkan setelah melakukan pengungkapan informasi sosial.

Tanggungjawab sosial perusahaan saat ini telah memiliki peranan yang sangat penting dalam suatu entitas bisnis. Bukan hanya sekedar mengikuti trend saja, tetapi juga memahami esensi dan manfaatnya menjadi fokus perusahaan. Hal ini didukung oleh sebuah penelitian yang menyatakan bahwa CSR sebagai sebuah gagasan, sehingga perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggungjawab yang berpijak pada *single bottom line* saja, melainkan sudah pada *triple bottom lines*, yaitu sosial dan lingkungan karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan atau *sustainable* (Daniri, 2014).

Salah satu informasi yang sering diminta diungkapkan oleh perusahaan yaitu *Corporate Social Responsibility* (tanggung jawab sosial perusahaan). *CSR* itu sendiri sering dianggap inti dari etika bisnis bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban finansial seperti kepada pemegang saham atau shareholder tetapi juga kewajiban-kewajiban terhadap pihak-pihak lain yang jangkauannya lebih luas yaitu: konsumen, karyawan, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan.

Kinerja keuangan perusahaan merupakan hasil dari beberapa objek yang menjadi keputusan dari individual secara terus menerus oleh pihak manajemen yang bersangkutan. Pihak-pihak yang memiliki kepentingan terhadap perkembangan suatu perusahaan sangat perlu untuk mengetahui kondisi keuangan yang berada dalam laporan keuangannya. Penilaian atas kinerja keuangan pada suatu perusahaan dapat dilakukan dengan menganalisis kinerja keuangannya. Laporan kinerja keuangan digunakan sebagai sumber informasi terhadap pemegang saham dan masyarakat umum mengenai kegiatan usaha dari perusahaan tersebut.

Beberapa tahun terakhir, kondisi keuangan merupakan salah satu masalah yang banyak dipersoalkan oleh perusahaan-perusahaan salah satunya perusahaan air minum. Sejumlah perusahaan air minum di Indonesia mengalami kondisi keuangan perusahaan yang tidak baik. Tidak hanya itu, ada beberapa masyarakat yang juga komplain karena semakin meningkatnya tarif setiap tahun yang kadang tidak sesuai dengan pemakaian. Hal ini disebabkan karena biaya operasional yang dikeluarkan PAM meningkat setiap tahunnya sehingga disesuaikan dengan

meningkatnya tarif setiap tahun yang dikeluarkan oleh masyarakat. Jika masalah ini tersebut terus menerus seperti itu tanpa ada perubahan maka bisa saja pelanggan lebih memilih menggunakan sumur sebagai sumber air dalam kehidupan sehari-hari. Sehingga jika pengguna PAM berkurang maka profit dari PAM juga akan mengalami penurunan. Maka, perlunya pengungkapan tanggung jawab sosial akan sangat membantu perusahaan untuk mengidentifikasi permasalahan yang terjadi pada perusahaan, sehingga titik permasalahan tersebut dapat diketahui sejak dini agar perusahaan dapat melakukan tahap untuk menindaklanjuti maupun memperbaiki sistem secara tepat dan efisien.

Di Indonesia ada beberapa anggapan pelaku bisnis yang berasumsi bahwa tanggung jawab sosial hanya sebagai aktivitas yang bersifat buang-buang biaya. Padahal kegiatan CSR justru memberikan begitu banyak keuntungan pada perusahaan. Tetapi secara perlahan dalam dunia usaha di Indonesia mulai sadar akan pentingnya tanggung jawab sosial perusahaan. Korporasi harus memandang bahwa tanggung jawab sosial perusahaan memang perlu diupayakan di lingkungan internal dan eksternal perusahaan. Dalam lingkup internal perusahaan, implementasi CSR merupakan keputusan strategis perusahaan yang secara dasar didesain sejak awal untuk menerapkan lingkungan kerja yang sehat demi kesejahteraan karyawan, aspek bahan baku dan limbah yang ramah lingkungan, serta semua aspek dalam menjalankan usaha dijamin tidak menerapkan praktik-praktek yang kurang baik. Dalam lingkup eksternal ini menjadi kewajiban bersama antar entitas bisnis untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat melalui pembangunan yang berkelanjutan.

Seiring berjalannya waktu, jumlah perusahaan yang menyadari pentingnya *corporate social responsibility* makin meningkat. Hal ini dapat dilihat dari laporan KPMG tahun 2017, di mana 93 persen perusahaan dari daftar 250 perusahaan terbesar di dunia melaporkan tentang kegiatan CSR yang dilakukan. CSR dianggap sebagai salah satu atribut kunci yang menentukan reputasi dan dipercaya dapat meningkatkan reputasi serta kinerja yang baik bagi perusahaan. Hal ini membawa pengaruh positif bagi reputasi dan penilaian masyarakat serta stakeholder terhadap perusahaan secara umum.

Ambadar (2008) mengemukakan beberapa motivasi dan manfaat yang diharapkan perusahaan dengan melakukan tanggung jawab sosial perusahaan meliputi: 1) perusahaan terhindar dari reputasi negatif perusak lingkungan yang hanya mengejar keuntungan jangka pendek tanpa memperdulikan akibat dari perilaku buruk perusahaan, 2) kerangka kerja etis yang kokoh dapat membantu para manajer dan karyawan menghadapi masalah seperti permintaan lapangan kerja di lingkungan dimana perusahaan bekerja, 3) perusahaan mendapat rasa hormat dari kelompok inti masyarakat yang membutuhkan keberadaan perusahaan khususnya dalam hal penyediaan lapangan pekerjaan, 4) perilaku etis perusahaan aman dari gangguan lingkungan sekitar sehingga dapat beroperasi secara lancar.

Dalam mengantisipasi persaingan yang begitu ketat, serta untuk dapat meningkatkan pendapatan pada perusahaan, maka Perusahaan Air Minum (PAM) Tirta Mangkaluku Kota Palopo perlu meningkatkan kinerja karyawan melalui pengetahuan dari setiap karyawan khususnya mengenai kebutuhan masyarakat akan air bersih. PAM Tirta Mangkaluku Kota Palopo juga harus konsisten dan

berkelanjutan serta bertanggung jawab untuk memberikan pelayanan kepada pelanggan karena air merupakan salah satu kebutuhan pokok dalam kehidupan sehari-hari dan memiliki peran penting dalam mendukung kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang telah mengkaji tentang ukuran perusahaan terhadap tanggung jawab sosial yaitu pada penelitian Nur dan Prantinah (2012) yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap tanggung jawab sosial. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa semakin banyak jumlah aset pada perusahaan maka akan semakin banyak pula pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Akan tetapi penelitian ini tidak sejalan dengan Aulia (2011) yang mengemukakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Adapun pada penelitian Pradnyani dan Sisdyanti (2015) tentang profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR (tanggung jawab sosial). Akan penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Nur dan Prantinah (2012) yang menunjukkan profitabilitas yang diproksi dengan ROA menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR. Pada penelitian yang telah dilakukan Pradnyani dan Sisdyanti (2015) yang mengatakan bahwa leverage berpengaruh dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial karena dengan penerapan *leverage* dapat menambah nilai perusahaan dikarenakan adanya perhitungan pajak, yang terjadi akibat pemakaian hutang yang ditekan, maka menjadikan perusahaan mendapat kemudahan pajak. Berbeda dengan penelitian

Nur dan Priantinah (2012) yang mengatakan leverage berpengaruh negative dan signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Berdasarkan latar belakang fenomena permasalahan yang telah dijelaskan di atas, adanya *gap* di beberapa penelitian terdahulu, maka peneliti ingin membuktikan apakah hasil penelitian selanjutnya akan sama atau berbeda apabila dilakukan dengan lokasi penelitian serta perbedaan pola pikir mengenai kinerja keuangan yang diantaranya adalah ukuran perusahaan, profitabilitas, dan tingkat *leverage* terhadap tanggung jawab sosial. Maka penulis melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Kinerja Keuangan Terhadap Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Pada PT. PAM Tirta Mangkaluku Kota Palopo”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial pada PT. PAM Tirta Mangkaluku Kota Palopo?
- b. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial pada PT. PAM Tirta Mangkaluku Kota Palopo?
- c. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial pada PT. PAM Tirta Mangkaluku Kota Palopo?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui :

- a. Untuk mengetahui apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial pada PT. PAM Tirta Mangkaluku Kota Palopo.
- b. Untuk mengetahui apakah profitabilitas berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial pada PT. PAM Tirta Mangkaluku Kota Palopo.
- c. Untuk mengetahui apakah *leverage* berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial pada PT. PAM Tirta Mangkaluku Kota Palopo.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memiliki manfaat teoritis dan praktis.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan agar dapat memberikan kontribusi pada pengembangan ukuran-ukuran konseptual dan model yang berhubungan dengan suatu kinerja tanggung jawab sosial disuatu perusahaan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Memberikan saran dan masukan dalam menetapkan kebijakan serta sebagai tambahan pengetahuan bagi perusahaan khususnya pada PT. PAM Tirta Mangkaluku Kota Palopo mengenai kinerja tanggung jawab sosial.

1.5 Ruang Lingkup

Adapun ruang lingkup pada penelitian ini peneliti membatasi ruang lingkup masalah yang terlalu meluas atau menyimpang dalam penelitian sehingga peneliti dapat lebih fokus untuk dilakukan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

Adapun landasan teori pada penelitian ini yaitu teori stakeholder.

Teori stakeholder adalah teori yang menggambarkan kepada pihak mana saja (stakeholder) perusahaan bertanggungjawab Freeman (2001). Perusahaan harus menjaga hubungan dengan stakeholder-nya dengan mengakomodasi keinginan dan kebutuhan stakeholdernya, terutama stakeholder yang mempunyai *power* terhadap ketersediaan sumber daya yang digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan, misal tenaga kerja, pasar atas produk perusahaan dan lain-lain (Chariri dan Ghozali, 2007). Salah satu strategi yang dapat dilakukan untuk menjaga hubungan dengan para stakeholder perusahaan adalah dengan melaksanakan CSR, dengan pelaksanaan CSR diharapkan keinginan dari stakeholder tersebut dapat terakomodasi sehingga akan menghasilkan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan stakeholdernya. Hubungan yang harmonis akan berakibat pada perusahaan agar dapat mencapai keberlanjutan atau kelestarian perusahaannya (*sustainability*).

Stakeholders terdiri dari orang atau sekelompok orang yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh berbagai keputusan, kebijakan dalam pelaksanaan aktivitas operasi. Menurut Ghazali dan Chariri (2007:409), teori stakeholder merupakan teori yang menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri, namun harus memberikan manfaat kepada seluruh stakeholder-nya (pemegang saham, kreditor, konsumen,

supplier, pemerintah, masyarakat, analis, dan pihak lain). Kelompok stakeholder inilah yang menjadi bahan pertimbangan bagi manajemen perusahaan dalam mengungkap atau tidak suatu informasi dalam laporan perusahaan tersebut. Selanjutnya Sidharta (2010) menjelaskan bahwa dalam teori stakeholder pelaksanaan CSR tidak hanya dihadapkan kepada pemilik atau kepada pemegang sahamnya saja, tetapi juga terhadap para stakeholders yang terkait dan terkena dampak dari keberadaan perusahaan. Mereka adalah pihak-pihak yang mempengaruhi dan dipengaruhi baik secara langsung maupun tidak langsung atas aktivitas serta kebijakan yang diambil dan dilakukan oleh perusahaan.

2.2 Kinerja Keuangan Perusahaan

2.2.1 Pengertian Kinerja

Menurut Mulyadi (2001) kinerja adalah istilah umum yang digunakan untuk menunjukkan sebagian atau seluruh tindakan atau aktivitas dari suatu organisasi pada suatu periode. Berdasarkan pendapat tersebut dapat diketahui bahwa kinerja merupakan indikator dari baik buruknya keputusan dari suatu organisasi dalam pengambilan keputusan.

Mangkunegara (2000:67) dalam bukunya *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*, mengemukakan pengertian kinerja sebagai berikut : Kinerja adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang karyawan dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikannya. Sedangkan Rivai (2006:309) mengatakan bahwa kinerja merupakan perilaku nyata yang ditampilkan setiap orang sebagai prestasi kerja yang dihasilkan oleh karyawan sesuai dengan perannya dalam perusahaan. Adapun

pengertian kinerja menurut Robbins yang diterjemahkan oleh Pasolong, kinerja adalah hasil evaluasi terhadap pekerjaan yang dilakukan oleh pegawai dibandingkan kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya (Pasolong, 2007:176).

2.2.2 Pengertian Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan dalam suatu perusahaan sangat erat kaitannya dengan penilaian mengenai sehat atau tidak sehatnya perusahaan. Apabila tingkat kinerja suatu perusahaan baik, maka baik pula tingkat kesehatan perusahaan tersebut. Menurut Mulyadi (2012:20) “Kinerja keuangan adalah penentuan secara periodic efektifitas operasional suatu oerганisasi berdasarkan sasaran, standard dan criteria yang ditetapkan”. Sedangkan Fahmi (2012:2) menjelaskan “Kinerja keuangan adalah analisis yang dilakukan untuk melihat sejauh mana suatu perusahaan telah melaksanakan dengan menggunakan aturan-aturan pelaksanaan keuangan secara baik dan benar”. Menurut Sucipto (2003:6) pengertian kinerja keuangan adalah “penentuan ukuran-ukuran tertentu yang dapat mengukur keberhasilan suatu organisasi atau perusahaan dalam menghasilkan laba”. Pendapat Sawir (2012:15) “Kinerja keuangan adalah kondisi yang mencerminkan keadaan keuangan suatu perusahaan berdasarkan sasaran, standard kinerja yang ditetapkan”.

Dari beberapa pendapat di atas disimpulkan bahwa kinerja keuangan merupakan suatu prestasi yang telah dicapai oleh perusahaan untuk selanjutnya akan dilakukan penilaian kinerja keuangan dengan cara melakukan analisis tentang baik atau buruknya keputusan sebagai gambaran mengenai hasil kinerja dan operasi perusahaan yang tertuang dalam laporan keuangan berdasarkan pada

aturan-aturan yang berlaku secara baik dan benar sehingga dapat tercapainya tujuan yang diharapkan perusahaan tersebut.

2.2.3 Pengukuran Kinerja Keuangan

Pengukuran kinerja keuangan mengandung arti yang penting bagi pengambilan keputusan pada perusahaan baik bagi pihak intern maupun ekstern. Menurut Mulyadi (2012:419) Pengukuran kinerja adalah penentuan secara periodic tampilan perusahaan yang berupa kegiatan operasional, struktur organisasi, dan karyawan yang berdasarkan sasaran, standard dan kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya.

2.2.4 Tujuan Pengukuran Kinerja Keuangan

Menurut Munawir (2012:31) menyatakan bahwa tujuan dari pengukuran kinerja keuangan perusahaan adalah:

a. Mengetahui tingkat likuiditas

Likuiditas menunjukkan kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangan yang harus segera diselesaikan pada saat ditagih.

b. Mengetahui tingkat solvabilitas

Solvabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangannya apabila perusahaan tersebut dilikuidasi, baik keuangan jangka pendek maupun jangka panjang.

c. Mengetahui tingkat rentabilitas

Rentabilitas atau yang sering disebut dengan profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu.

d. Mengetahui tingkat stabilitas

Stabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan untuk melakukan usahanya dengan stabil, yang diukur dengan mempertimbangkan kemampuan perusahaan untuk membayar hutang-hutangnya serta membayar beban bunga atas hutang-hutangnya tepat pada waktunya.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pengukuran kinerja keuangan memberikan penilaian atas pengelolaan aset perusahaan oleh manajemen dan manajemen perusahaan juga dituntut untuk melakukan evaluasi serta tindakan perbaikan atas kinerja keuangan perusahaan yang tidak sehat tersebut.

2.2.5 Kinerja Keuangan Yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Aktivitas sosial perusahaan merupakan salah satu komponen yang digunakan dalam laporan tahunan. Kurangnya standar baku yang mengatur tentang pelaporan aktivitas sosial perusahaan menyebabkan adanya keanekaragaman bentuk pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan.

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi pertanggungjawaban sosial, seperti ukuran perusahaan, profitabilitas, ukuran dewan komisaris, maupun profile yang dianggap sebagai variabel penduga dalam pengungkapan pertanggungjawaban sosial. Mengingat banyaknya faktor yang mempengaruhi pertanggungjawaban sosial, maka penelitian ini akan melihat apakah ukuran perusahaan, profitabilitas, dan leverage perusahaan akan berpengaruh atau tidak terhadap pertanggungjawaban sosial yang dilakukan oleh perusahaan.

a. Ukuran perusahaan

Pada dasarnya menurut Sulastini (2007) dalam Untari (2010: 5) ukuran perusahaan hanya terbagi dalam tiga kategori yaitu perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium firm*) dan perusahaan kecil (*small firm*). Penentuan ukuran perusahaan ini didasarkan kepada total asset perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan maka sumber informasi pada perusahaan yang tersedia juga semakin luas dan mudah diakses oleh publik. Menurut Sudaryono (2007: 110) perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung memiliki tuntutan publik akan informasi yang lebih tinggi dibanding dengan perusahaan yang berukuran lebih kecil.

Cowen et al. (1987) dalam Untari (2010: 5) perusahaan yang lebih besar melakukan aktivitas yang lebih banyak sehingga menyebabkan dampak yang lebih besar terhadap lingkungan. Perusahaan yang lebih besar mungkin akan memiliki pemegang saham yang memiliki kepentingan dengan program sosial yang dibuat oleh suatu perusahaan dalam laporan tahunan. Laporan tahunan merupakan alat yang efisien untuk mengkomunikasikan informasi tentang tanggungjawab sosial perusahaan. Semakin besar suatu perusahaan maka semakin luas pengungkapan tanggung jawab sosial yang akan dibuat oleh perusahaan.

b. Profitabilitas

Menurut Heinze (1976) dalam Anggraini (2006: 10) profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham.

Menurut Yuliana et al. (2008: 252) tingkat profitabilitas yang tinggi mendorong manajer untuk memberikan informasi yang lebih terperinci termasuk kebebasan dan keleluasaan untuk menunjukkan dan mempertanggungjawabkan seluruh program sosialnya. Hal ini disebabkan manajer ingin meyakinkan investor akan profitabilitas perusahaan. Menurut Darwis (2009: 55) sesuai teori legitimasi ketika perusahaan memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi perusahaan menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan. Sebaliknya pada saat tingkat profitabilitas perusahaan rendah, perusahaan berharap pemakai laporan keuangan akan membaca *good news* kinerja perusahaan misalnya lingkup sosial perusahaan dan dengan demikian investor akan tetap berinvestasi di perusahaan.

c. *Leverage*

Menurut Untari (2010: 6) tingkat *leverage* adalah untuk melihat kemampuan perusahaan dalam menyelesaikan semua kewajibannya kepada pihak lain. Perusahaan dengan tingkat *leverage (debt to equity ratio)* yang tinggi menunjukkan komposisi total hutang semakin besar dibanding dengan total ekuitas sehingga berdampak semakin besar beban perusahaan terhadap pihak kreditor. Menurut Darwis (2009: 55) teori keagenan memprediksi bahwa perusahaan dengan tingkat *leverage* yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi karena biaya keagenan perusahaan dengan struktur modal seperti itu lebih tinggi.

Menurut Febrina dan Suaryana (2011: 9) perusahaan yang berisiko tinggi berusaha untuk meyakinkan kreditor dengan pengungkapan informasi yang lebih detail. Tambahan informasi diperlukan untuk menghilangkan keraguan terhadap dipenuhinya hak-hak para kreditor. Oleh karena itu perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan pengungkapan informasi yang lebih luas (termasuk di dalamnya pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan) dibandingkan dengan perusahaan yang tingkat *leveragenya* rendah.

2.3 Tanggung Jawab Sosial (*Corporate Social Responsibility*)

2.3.1 Pengertian Tanggung Jawab Sosial (*Corporate Social Responsibility*)

Corporate Social Responsibility (yang biasa disingkat dengan CSR) merupakan salah satu wujud pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat. Hal ini sesuai dengan pernyataan Beny (2012:6) bahwa CSR diartikan sebagai tindakan korporasi atau perusahaan besar dalam memberikan tanggung jawab berupa materi seperti uang, peralatan, atau hadiah lainnya kepada komunitas, organisasi atau individu di wilayah di mana perusahaan tersebut beroperasi. Ebert (2003) mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* sebagai usaha perusahaan untuk menyeimbangkan komitmen-komitmennya terhadap kelompok-kelompok dan individual-individual dalam lingkungan perusahaan tersebut, termasuk didalamnya adalah pelanggan, perusahaan-perusahaan lain, para karyawan, dan investor. Wudan Shen (2013) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* adalah komitmen perusahaan dalam memberikan kontribusi

jangka panjang terhadap suatu issue tertentu di masyarakat atau lingkungan untuk dapat menciptakan lingkungan yang lebih baik.

Hery (2013:139) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* adalah komitmen perusahaan dalam memberikan kontribusi jangka panjang terhadap suatu *issue* tertentu di masyarakat atau lingkungan untuk dapat menciptakan lingkungan yang lebih baik. Menurut Pearce dan Rabinson yang dialih bahasakan oleh Kiroyan (2006:54) mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* adalah konsep bahwa perusahaan harus melayani masyarakat sosial sebaik memberikan keuntungan *financial* kepada pemegang saham dan harus berkelanjutan seara terus menerus yang pada akhirnya para manajer akan menyadari bahwa keputusan untuk menerapkan *Corporate Social Responsibility* adalah keputusan yang sangat penting dalam perencanaan strategis.

Menurut Firman (2007) tanggung jawab sosial adalah suatu konsep yang bermaterikan tanggung jawab sosial dan lingkungan oleh perusahaan kepada masyarakat luas, khususnya di wilayah perusahaan tersebut beroperasi. Anggraini (2006) menyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan diperlukan untuk memperhatikan kondisi lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada, agar dapat mensejahterakan masyarakat di sekitarnya. Untuk itu terdapat satu hal penting yang harus menjadi perhatian bagi perusahaan ataupun pelaku bisnis diantaranya mengenai kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan.

CSR harus dilihat sebagai satu kesatuan yang menjadi kepedulian perusahaan dengan dasar tiga prinsip (*triple bottom lines*) seperti yang dikemukakan oleh Elkington (1998:79) sebagai berikut:

- a. *Profit*: Perusahaan tetap berorientasi untuk mencari keuntungan ekonomi yang memungkinkan untuk terus beroperasi dan berkembang.
- b. *People*: Perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan manusia. Beberapa perusahaan mengembangkan program CSR, seperti: pemberian beasiswa bagi pelajar sekitar perusahaan, pendirian sarana pendidikan dan kesehatan, penguatan kapasitas ekonomi lokal, bahkan ada beberapa perusahaan yang merancang berbagai skema perlindungan sosial bagi warga setempat.
- c. *Planet*: Perusahaan harus peduli terhadap lingkungan hidup dan kelangsungan keragaman hayati. Beberapa CSR memang telah berpijak pada prinsip ini, umumnya berupa penghijauan, penyediaan air bersih, perbaikan pemukiman, pengembangan pariwisata (*ekoturisme*).

Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh suatu perusahaan dimana merupakan wujud tanggung jawab dan sikap kepedulian perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat. Tanggung jawab sosial perusahaan saat ini telah menunjukkan adanya kesadaran bahwa terdapat potensi timbulnya dampak buruk dari suatu kegiatan usaha. Dampak buruk tersebut tentunya harus dikurangi sedemikian rupa sehingga tidak membahayakan keselamatan masyarakat sekaligus tetap bersifat mendukung terhadap dunia usaha untuk masa yang akan datang.

2.3.2 Tujuan *Corporate Social Responsibility*

Adapun tujuan *Corporate Social Responsibility* adalah sebagai berikut :

- a. Untuk meningkatkan dan mempertahankan citra pada suatu perusahaan.

- b. Untuk membebaskan akuntabilitas organisasi atas dasar asumsi adanya perjanjian yang telah disetujui antara organisasi dan masyarakat.
- c. Sebagai perpanjangan dari pelaporan keuangan tradisional dan tujuannya agar dapat memberikan informasi kepada masyarakat.

Menurut Uddin (2008), tujuan dari CSR adalah untuk menjadikan aktivitas bisnis perusahaan dan budaya perusahaan berkelanjutan dalam tiga aspek yakni :

1. Aspek ekonomi

Aspek ekonomi dari CSR meliputi pemahaman mengenai dampak-dampak ekonomi dari kegiatan bisnis perusahaan. Bagaimanapun, tanggung jawab ekonomi bukan hanya masalah perusahaan yang bertanggungjawab secara finansial, pencatatan jumlah tenaga kerja dan hutang dalam laporan akhir tanggung jawab sosial perusahaan. Dimensi ekonomi dari agenda *sustainability* harus lebih memperhatikan dampak langsung dan tidak langsung yang disebabkan oleh kegiatan operasi perusahaan terhadap lingkungan tempat perusahaan beroperasi dan para *stakeholders*.

2. Aspek sosial

Dewasa ini telah banyak perusahaan yang meningkatkan perhatiannya secara aktif terhadap aspek sosial. Memberikan perhatian terhadap aspek sosial akibat dari kegiatan operasi perusahaan secara langsung maupun tidak langsung. Aspek ini mencakup karyawan yang bekerja pada perusahaan, komunitas dimana tempat perusahaan atau kegiatan operasi perusahaan berada, konsumen dan keseluruhan pihak yang termasuk dalam *stakeholders*.

3. Aspek lingkungan dan ekologi

Terdapat berbagai macam dampak yang terjadi pada lingkungan akibat dari aktivitas operasional perusahaan. Pada umumnya, dampak yang terjadi terhadap lingkungan cenderung dampak yang negatif seperti eksploitasi sumber daya alam yang terlalu berlebihan atas sumber daya alam yang tidak dapat diperbaharui, polusi, degenerasi biodiversitas, perubahan iklim, rusaknya kawasan perhutanan, dsb.

2.3.3 Manfaat *Corporate Sosial Responsibility*

Kotler Sdkk (2005) menjelaskan bahwa terdapat banyak manfaat yang dapat diperoleh atas aktivitas CSR. Adapun manfaat dari CSR tersebut adalah sebagai berikut :

- a. Meningkatkan penjualan dan market share.
- b. Memperkuat brand positioning.
- c. Meningkatkan citra perusahaan.
- d. Menurunkan biaya operasi.
- e. Meningkatkan daya tarik perusahaan dimata para investor dan analisis keuangan.

Melaksanakan CSR secara konsisten dalam jangka panjang akan menumbuhkan rasa keberterimaan masyarakat terhadap perusahaan. Kondisi seperti itulah yang pada gilirannya dapat memberikan keuntungan ekonomi bisnis kepada perusahaan yang bersangkutan. CSR tidaklah harus dipandang sebagai tuntutan represif dari masyarakat, melainkan sebagai kebutuhan dunia usaha.

Secara garis besar kita dapat mengelompokkan bentuk-bentuk pemanfaatan CSR dalam tiga besaran, yaitu:

1. Bantuan Fisik Program

Dalam upaya meningkatkan sarana dan prasarana umum perusahaan menggunakan dana CSR untuk bangunan-bangunan yang diperlukan atau layak untuk diperbaiki, seperti perbaikan jembatan dan jalan, perbaikan sekolah, perbaikan rumah ibadah, pembuatan pondok rapat, dan pengadaan air pada daerah-daerah terpencil.

2. Bidang Kesehatan

Pemeliharaan kesehatan merupakan salah satu hal yang pokok bagi masyarakat. Kesehatan masyarakat akan berdampak pada kualitas kerja sehari-hari. Diasumsikan jika tingkat kesehatan masyarakat rendah, maka kinerja warga juga akan menjadi rendah. Salah satu contoh penyaluran dana CSR yang dapat dilakukan yaitu pengadaan alat-alat atau perlengkapan di rumah sakit, yang tujuan agar masyarakat tidak perlu lagi mengeluarkan biaya yang banyak untuk mendapatkan pelayanan kesehatan yang baik.

3. Bidang Pendidikan

Program bantuan untuk pendidikan yang telah berjalan saat ini adalah beasiswa bagi peserta didik berprestasi yang kurang mampu dan program bantuan untuk guru bantu. Program bantuan guru bantu merupakan program bantuan dana kepada seluruh guru bantu yang bekerja pada setiap sekolah. Namun sayangnya, program tersebut masih kurang diikuti oleh guru bantu

karena sistem penerimaan bantuan terasa sulit dilakukan, terutama jika akses guru bantu menuju kantor perusahaan yang melakukan CSR cukup jauh.

Selain kekhususan CSR pada ketiga bidang tersebut, saat ini di bidang pendidikan dan kesehatan sedang melakukan kolaborasi untuk masyarakat dalam memberikan CSR. Manfaat CSR juga dapat dirasakan melalui pemberian beasiswa dan asuransi kesehatan bagi pelajar berprestasi untuk melanjutkan studinya ke Perguruan Tinggi. Tujuan yang diharapkan oleh orang tua siswa yang kurang mampu agar tidak perlu khawatir dengan biaya pendidikan dan kondisi kesehatan anaknya saat menjalani pendidikan di masa mendatang karena telah dijamin oleh program pada CSR. Hanya saja perlu diwaspadai agar pemberian CSR tepat sasaran sehingga bagi siswa berprestasi yang benar-benar tidak mampu secara finansial dapat merasakan manfaatnya.

2.3.4 Prinsip-Prinsip *Corporate Sosial Responsibility*

Prinsip-prinsip dasar *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang menjadi pelaksanaan yang menjiwai atau menjadi informasi dalam pembuatan keputusan menurut ISO 26000 dalam Agustina (2013) meliputi :

- a. Kepatuhan terhadap hukum
- b. Menghormati instrumen atau badan-badan internasional
- c. Mengobati *stakeholders* dan kepentingannya
- d. Akuntabilitas
- e. Transparansi
- f. Perilaku yang beretika
- g. Melakukan tindakan pencegahan

h. Menghormati dasar-dasar HAM

2.3.5 Pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility*

Menurut Freedman dalam Agustina (2013) ada tiga pendekatan dalam pelaporan kinerja sosial, yaitu :

a. Pemeriksaan Sosial (*Social Audit*)

Pemeriksaan sosial mengukur dan melaporkan dampak ekonomi, sosial dan lingkungan dari program-program yang berorientasi sosial dari operasi-operasi perusahaan. Pemeriksaan sosial dilakukan dengan membuat suatu daftar aktivitas-aktivitas perusahaan yang memiliki konsekuensi sosial, lalu auditor sosial akan mencoba mengestimasi dan mengukur dampak dampak yang ditimbulkan oleh aktivitas-aktivitas tersebut.

b. Laporan Sosial (*Social Report*)

Berbagai alternatif format laporan untuk menyajikan laporan sosial telah diajukan oleh para akademis dan praktisioner. Pendekatan-pendekatan yang dapat dipakai oleh perusahaan untuk melaporkan aktivitas-aktivitas pertanggungjawaban sosialnya ini dirangkum oleh Dilley dan Weygant menjadi empat kelompok sebagai berikut (Henry dan Murtanto dalam Agustina, 2013):

1. *Inventory Approach*

Perusahaan mengkompilasikan dan mengungkapkan sebuah daftar yang komperhensif dari aktivitas-aktivitas sosial perusahaan. Daftar ini harus memuat semua aktivitas sosial perusahaan baik yang bersifat positif maupun negatif.

2. *Cost Approach*

Perusahaan membuat daftar aktivitas-aktivitas sosial perusahaan dan mengungkapkan jumlah pengeluaran pada masing-masing aktivitas tersebut.

3. *Program Management Approach*

Perusahaan tidak hanya mengungkapkan aktivitas-aktivitas pertanggung jawaban sosial tetapi juga tujuan dari aktivitas tersebut serta hasil yang telah dicapai oleh perusahaan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan itu.

4. *Cost Benefit Approach*

Perusahaan mengungkapkan aktivitas yang memiliki dampak sosial serta biaya dan manfaat dari aktivitas tersebut. Kesulitan dalam penggunaan pendekatan ini adalah adanya kesulitan dalam mengukur biaya dan manfaat sosial yang diakibatkan oleh perusahaan terhadap masyarakat.

c. Pengungkapan Sosial dalam Laporan Tahunan (*Disclosure In Annual Report*)

Pengungkapan sosial dalam pengungkapan informasi tentang aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan lingkungan sosial perusahaan. Pengungkapan sosial dapat dilakukan melalui berbagai media antara lain laporan tahunan, laporan interim, prospektus, pengumuman kepada bursa efek atau melalui media masa. Perusahaan cenderung untuk mengungkapkan informasi yang berkaitan dengan aktivitasnya dan dampak yang ditimbulkan oleh perusahaan tersebut (Gray,dkk dalam Budi, 2011) menyebutkan ada tiga studi, yaitu :

1. *Decision Usefulness Studies*

Balkaoui (1989) dalam Budi (2011) mengemukakan bahwa perusahaan yang melakukan aktivitas sosial akan mengungkapkannya dalam laporan keuangan. Sebagian dari studi-studi yang dilakukan oleh para peneliti yang mengemukakan pendapat ini menemukan bukti bahwa informasi sosial dibutuhkan oleh para pemakai laporan keuangan.

Para analis, banker dan pihak lain yang dilibatkan dalam penelitian tersebut diminta untuk melakukan pemeringkatan terhadap informasi akuntansi. Informasi akuntansi tersebut tidak terbatas pada informasi akuntansi tradisional yang telah dinilai selama ini, tetapi juga informasi yang lain yang relatif baru dalam wacana akuntansi. Mereka menempatkan informasi aktivitas sosial perusahaan pada posisi yang *moderately important*.

2. *Economic Theory Studies*

Studi ini menggunakan *agency theory* dimana menganalogikan manajemen sebagai agen dari suatu prinsipal. Lazimnya, prinsipal diartikan sebagai pemegang saham atau tradisional users lain. Namun, pengertian prinsipal tersebut meluas menjadi seluruh interest group perusahaan yang bersangkutan. Sebagai agen, manajemen akan berupaya mengoperasikan perusahaan sesuai dengan keinginan publik.

3. *Social and Political Theory Studies*

Studi di bidang ini menggunakan teori *stakeholders*, teori legitimasi organisasi dan teori ekonomi politik. Teori *stakeholders* mengasumsikan bahwa eksistensi perusahaan ditentukan oleh para *stakeholder*.

Pengungkapan kinerja sosial pada laporan tahunan perusahaan seringkali dilakukan secara sukarela oleh perusahaan. Adapun alasan-alasan perusahaan untuk mengungkapkan kinerja sosial secara tidak sukarela (Henderson and Person, 1998 dalam Budi, 2011) antara lain :

a. *Internal decision making*

Manajemen membutuhkan informasi untuk menentukan efektifitas dari informasi sosial tertentu dalam mencapai tujuan sosial perusahaan. Data harus tersedia agar biaya dari pengungkapan tersebut dapat diperbandingkan dengan manfaatnya bagi perusahaan. Walaupun hal ini sulit diidentifikasi dan diukur, tetapi analisis secara sederhana lebih baik dari pada tidak sama sekali.

b. *Product differentiation*

Akuntansi kontemporer tidak memisahkan pencatatan biaya dan manfaat aktivitas sosial perusahaan dalam laporan keuangan, sehingga perusahaan yang tidak bertanggung jawab akan terlihat lebih sukses dibandingkan perusahaan yang bertanggung jawab. Hal ini mendorong perusahaan yang bertanggung jawab untuk mengungkapkan informasi

tersebut sehingga masyarakat dapat membedakan mereka dari perusahaan lain.

c. *Enlightened self interest*

Perusahaan melakukan pengungkapan untuk menjaga keselarasan sosialnya dengan para stakeholder yang terdiri dari *stockholder*, kreditur, karyawan, pemasok, pelanggan, pemerintah dan masyarakat karena mereka dapat mempengaruhi penjualan dan harga saham perusahaan.

Manfaat pengungkapan CSR menurut Adam dan Zutshi (dalam Rahmawati 2012) adalah :

- a. Peningkatan profit bagi perusahaan dan kinerja finansial yang lebih baik.
- b. Menurunkan resiko benturan dengan komunitas masyarakat sekitar.
- c. Mampu meningkatkan reputasi perusahaan tersebut yang juga merupakan bagian dari pembangunan citra perusahaan (*corporate image building*).

2.4 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan dalam penyusunan penelitian, yang berguna sebagai perbandingan dan rujukan bagi penelitian selanjutnya. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap kinerja karyawan yang digunakan untuk melandasi penelitian ini, dan sebagai penunjang dalam penyusunan penelitian yang akan dilakukan seperti pada tabel 2.1 berikut ini.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Penulis dan Judul	Variabel	Hasil	Perbedaan dan Persamaan
1.	Mansur (2012) Pelaporan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Perbankan Syariah Berdasarkan Perspektif <i>Syariah Enterprise Theory</i> .	<i>Corporate Social Responsibility</i> (X), <i>Syariah Enterprise Theory</i> (Y).	Menemukan bahwa pelaporan tanggung jawab sosial Bank Syariah Mandiri masih sangat terbatas, secara sukarela, serta masih jauh dari kesesuaian dengan <i>Syariah Enterprise Theory</i> .	Perbedaan pada penelitian ini yaitu terdapat pada subjek penelitian dan tahun teliti. Persamaan penelitian terletak pada variabel dependen (tanggung jawab sosial atau <i>corporate social responsibility</i>).
2.	Khusnul Fauziah dan Probowo Yodho J. (2012) Analisis Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perbankan Syariah Di Indonesia <i>Islamic Social Reporting Indeks</i> .	Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (X), Indonesia <i>Islamic Social Reporting Indeks</i> (Y)	Hasil penelitian ini menunjukkan skor indeks ISR tertinggi adalah Bank Muamalat Indonesia dengan skor 73% dan skor terendah adalah Bank Panin Syariah dengan skor 41%.	Perbedaannya, pada penelitian ini dilihat berdasarkan pada <i>Islamic Social Reporting Indeks</i> . Sedangkan persamaannya penelitian ini sama-sama memiliki variabel tanggung jawab sosial.
3.	Agustin (2014) Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.	<i>Corporate Social Responsibility</i> (X), Nilai perusahaan (Y).	Menyebutkan bahwa secara serempak CSR, presentase kepemilikan manajemen, profitabilitas dan berpengaruh signifikan	Perbedaan penelitian ini yaitu lokasi yang diteliti dan tempat penelitiannya berbeda. Sedangkan persamaannya juga terletak pada variabelnya.

Lanjutan Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

			terhadap nilai perusahaan.	
4.	Helen Octavia Hermi (2014) Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2010 Dan 2011.	Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (X), Kinerja Perusahaan (Y).	Pengungkapan aktivitas CSR (CSR <i>Disclosure</i>) di dalam penelitian ini berpengaruh positif dan memiliki dampak produktif yang signifikan terhadap variabel ROAt+1 (sebagai proksi untuk kinerja keuangan perusahaan).	Perbedaan penelitian terletak pada subjek penelitian dan periode waktu yang digunakan serta tahun teliti. Persamaan penelitian terletak pada variabel dependen yaitu tanggung jawab sosial perusahaan.
5.	Ermawati (2014) Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia	<i>Corporate Social Responsibility</i> (X), Kinerja Keuangan (Y).	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan <i>Return On Asset</i> (ROA) dan <i>Return On Equity</i> (ROE).	Perbedaan penelitian terletak pada subjek penelitian dan tahun teliti. Persamaan penelitian terletak pada kedua variabelnya.
6.	Devi Lestari (2015) Pelaksanaan <i>Corporate Social Responsibility</i> yang Terdapat Perbankan Syariah Dalam	<i>Corporate Social Responsibility</i> (X), <i>Syariah Enterprise Theory</i> (Y).	Bahwa efektifitas pelaksanaan <i>Corporate Social Responsibility</i> dalam stakeholders baik internal	Perbedaan pada penelitian ini yaitu terdapat pada subjek penelitian dan tahun teliti. Persamaan penelitian terletak pada variabel dependen

Lanjutan Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

	Perspektif <i>Syariah Enterprise Theory</i> (Studi PT Bank Mandiri Syariah Cabang Malang).		maupun eksternal menurut <i>Syariah Enterprise Theory</i> terlaksana dengan baik.	(tanggung jawab sosial atau <i>corporate social responsibility</i>).
7.	Wijaya, Husni Falah (2015) Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Citra Perusahaan (Survei Masyarakat Penerimaan Program CSR PT. PINDAD Persero Di Kelurahan Sendayu.	<i>Corporate Social Responsibility</i> (X), Citra Perusahaan (Y).	Hasil Analisisnya Menunjukkan Bahwa Variabel-Variabel Dalam Konsep CSR secara bersama-sama dan secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap citra perusahaan.	Pebedaan pada penelitian ini yaitu terdapat pada subjek penelitian dan tahun teliti. Persamaan penelitian terletak pada variabel dependen (tanggung jawab sosial atau <i>corporate social responsibility</i>).
8.	Maria Magdalena Ni Made Meilany Subadi, I Gde Ary Wirajaya (2016) Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Dan <i>Intellectual Capital</i> Pada Kinerja Pasar.	Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (X), <i>Intellectual Capital</i> (X2), Kinerja Pasar (Y).	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel <i>corporate social responsibility</i> secara statistik berpengaruh negatif terhadap pada kinerja pasar perusahaan Manufaktur. Sedangkan variabel <i>interlectual capital</i> secara statistik tidak berpengaruh terhadap kinerja pasar	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian saya berada pada sampel penelitian, dan tahun yang digunakan juga berbeda yaitu 2011-2014 dengan 2016-2020. Persamaannya yaitu pada variabel yang membahas tanggung jawab sosial atau <i>corporate social responsibility</i> .

Lanjutan Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

			perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2014.	
9.	Weny Putri (2016) Pengaruh pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Ukuran Perusahaan, Risiko, Dan Pengungkapan Media Sebagai Variabel Pengendali Pada Perusahaan Manufaktur Yang Tercatat Bursa Efek Indonesia periode 2011-2014.	Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (X), Kinerja Keuangan Dengan Ukuran Perusahaan, Risiko, Dan Pengungkapan Media Sebagai Variabel Pengendali (Y).	Hasil penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa selain pada pengukuran periode yang sama, pengungkapan CSR yang dilakukan pada periode sebelumnya memiliki pengaruh positif dan signifikan juga terhadap kinerja keuangan yang diprosikan dengan ROA dan ROE pada periode yang akan datang.	Pebedaan pada penelitian ini yaitu terdapat pada subjek penelitian dan tahun teliti. Persamaan penelitian terletak pada variabel dependen (tanggung jawab sosial atau <i>corporate social responsibility</i>).
10.	Fariz Novianto, Dkk (2017) Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Terhadap Citra Perusahaan PT. Beiersdorf Indonesia (Studi Pada	<i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) (X), Citra Perusahaan (Y).	Hasil analisis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel ini CSR yang terdiri dari <i>Community Support</i> dan <i>Environment</i> secara simultan berpengaruh signifikan	Pebedaan pada penelitian ini yaitu terdapat pada subjek penelitian dan tahun teliti. Persamaan penelitian terletak pada variabel dependen (tanggung jawab sosial atau <i>corporate social responsibility</i>).

Lanjutan Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

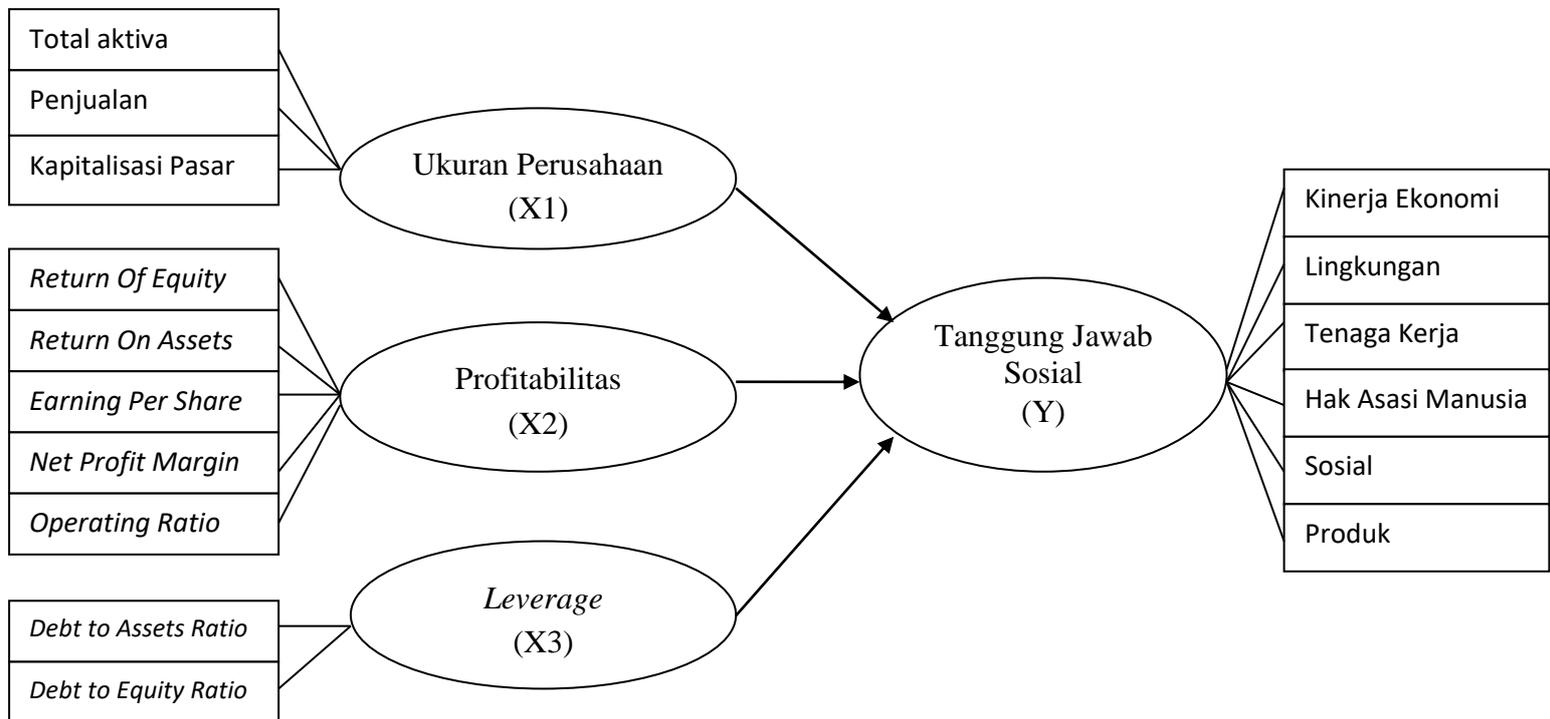
	Pengunjung Merbabu Family Park Kota Malang		terhadap variabel citra perusahaan, secara parsial berpengaruh signifikan terhadap citra perusahaan.	
11.	Harningsih, Agustin, dan Setiawan (2019) Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan CSR Dan Kebijakan Deviden Sebagai Variabel Moderasi.	Kinerja Keuangan (X), Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan CSR Dan Kebijakan Deviden Sebagai Variabel Moderasi (Y).	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kinerja keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.	Pebedaan pada penelitian ini yaitu terdapat pada subjek penelitian dan tahun teliti. Persamaan penelitian terletak pada variabel independen (kinerja keuangan).
12.	Yesica, Sitorus, dan Purwanto (2020) Pengaruh Tata Kelola Perusahaan Yang Baik Dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan. (Studi Yang Terdaftar Dalam Indeks LQ45 Tahun 2018).	Tata Kelola Perusahaan Yang Baik (X1), Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (X2), Kinerja Keuangan (Y).	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja keuangan perusahaan yang diukur melalui return of asset dan tobins'Q dipengaruhi oleh tata kelola perusahaan yang baik dengan sifat kolerasi positif.	Pebedaan pada penelitian ini yaitu terdapat pada subjek penelitian dan tahun teliti. Persamaan penelitian terletak pada variabelnya (tanggung jawab sosial perusahaan dan kinerja keuangan).
13.	Rini, Salim, dan Priyono (2021) Analisis Pengaruh Kinerja	Kinerja Keuangan (X), Tanggung Jawab Sosial	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran dan	Pebedaan pada penelitian ini yaitu terdapat pada subjek penelitian. Persamaan

Lanjutan Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

	Keuangan Terhadap Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (<i>Corporate Social Responsibility</i>) Pada Bank Bum Di Indonesia. (Studi Pada Bank Bum Periode 2010-2019).	Perusahaan (<i>Corporate Social Responsibility</i>) (Y).	profitabilitas berpengaruh terhadap sosial perusahaan tanggung jawab pada bank BUMN, sedangkan leverage tidak berpengaruh terhadap sosial perusahaan tanggung jawab pada bank-bank milik Negara di Indonesia.	penelitian terletak pada variabel independen dan variabel dependennya.
--	--	--	---	--

2.5. Kerangka Konseptual

Menurut Kusumayati (2009) bahwa kerangka konsep merupakan hubungan antara konsep yang dibangun sebagai pedoman dalam melakukan penelitian. Pada penelitian ini penulis akan meneliti tentang kinerja keuangan terhadap tanggung jawab sosial. Variabel-variabel dalam penelitian ini yaitu ukuran perusahaan (X1), profitabilitas (X2), *leverage* (X3) dan tanggung jawab sosial (Y). Kerangka konseptual penelitian ini, yaitu sebagaimana dalam gambar 2.1 berikut ini :



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

2.6 Hipotesis

Hipotesis penelitian merupakan dugaan sementara yang digunakan sebelum dilakukannya penelitian dalam hal pendugaannya menggunakan statistik untuk menganalisisnya. Berdasarkan kerangka konseptual di atas maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H₁ Diduga ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap tanggung jawab sosial pada PT. PAM Tirta Mangkaluku Kota Palopo.

H₂ Diduga profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap tanggung jawab sosial pada PT. PAM Tirta Mangkaluku Kota Palopo.

H₃ Diduga *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap tanggung jawab sosial pada PT. PAM Tirta Mangkaluku Kota Palopo.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian merupakan suatu proses penemuan mengenai suatu masalah yang ditemukan untuk dikembangkan kemudian dibuktikan kebenarannya melalui proses-proses yang telah dilalui terkait waktu, pikiran, materi dan tenaga. Penelitian juga dilakukan atas dasar penemuan masalah yang juga dapat menambah pengetahuan. Menurut Anggoro (2009:3.17) kegunaan desain penelitian “adalah bahwa desain penelitian dirancang untuk menjawab pertanyaan dan atau mengetes hipotesis penelitian.

Desain penelitian yang akan dilakukan peneliti pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Latar Belakang

Latar belakang masalah diidentifikasi berdasarkan fenomena-fenomena yang terjadi pada masyarakat, sehingga didapatkan judul yang sesuai dengan masalah yang dihadapi.

b. Rumusan Masalah

Rumusan masalah merupakan suatu pertanyaan yang dicari jawabannya dilakukan dengan cara pengumpulan data.

c. Konsep Teori

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat, maka peneliti menggunakan berbagai teori untuk menjawab pertanyaan tersebut dengan mencari dan membaca jurnal atau referensi-referensi yang berhubungan dengan masalah

tersebut. Penemuan penelitian sebelumnya dapat digunakan untuk memberikan jawaban sementara terhadap masalah penelitian (hipotesis).

d. Pengajuan Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang berdasarkan pada teori dan didukung oleh penelitian yang relevan.

e. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif.

f. Menyusun Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan sebagai alat pengumpul data. Instrumen pada penelitian ini berupa laporan keuangan perusahaan.

g. Kesimpulan

Kesimpulan adalah bagian akhir dari proses penelitian yang telah dilakukan berupa respon atau jawaban dan informasi mengenai masalah yang bermanfaat sebagai dasar pembuatan keputusan.

3.2 Lokasi Dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di PT. PAM Tirta Mangkaluku Kota Palopo.

Waktu penelitian ini dilakukan pada bulan Mei-Juni 2021.

3.3 Populasi Dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subyek/obyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2014). Populasi pada

penelitian ini adalah keseluruhan data laporan keuangan perusahaan, sejak berdirinya PT. PAM Tirta Mangkaluku Kota Palopo.

Sugiyono (2014) menyatakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel pada penelitian ini adalah data laporan keuangan pada PT. PAM Tirta Mangkaluku Kota Palopo tahun 2015-2019.

3.4 Jenis Dan Sumber Data

a. Jenis Data

Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif merupakan data atau informasi yang diperoleh dalam bentuk angka-angka yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

b. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder adalah data atau informasi yang diperoleh secara tidak langsung. Data sekunder yaitu data yang dikumpulkan oleh lembaga pengumpul data dan yang telah menggunakan dan mempublikasikannya.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan data subjek dan data dokumenter. Data subjek diperoleh secara langsung melalui pengamatan terhadap objek penelitian (lokasi penelitian) dan dengan proses tanya jawab untuk mendapatkan data atau informasi sesuai yang akan dianalisis. Sedangkan data dokumenter diperoleh secara tidak langsung dari

literatur, jurnal penelitian terdahulu, serta dokumen lain yang diperlukan dalam penyusunan penelitian ini.

3.6 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

3.6.1 Variabel Penelitian

Variabel yang terdapat pada penelitian ini yaitu variabel independen dan variabel dependen.

a. Variabel Independen (Variabel Bebas)

Variabel independen (variabel bebas) merupakan variabel yang mempengaruhi atau variabel yang menyebabkan timbulnya variabel terikat (dependen).

Penelitian ini menggunakan dua variabel independen yaitu sebagai berikut :

1. Ukuran Perusahaan (X_1)

Ukuran perusahaan merupakan skala untuk menentukan besar atau kecilnya perusahaan diukur menggunakan total asset yang dimiliki oleh perusahaan. Rumus ukuran perusahaan yaitu:

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Ln Total Aktiva}$$

2. Profitabilitas (X_2)

Rasio profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba dalam suatu periode tertentu. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektifitas manajemen dalam suatu perusahaan yang ditunjukkan dari laba yang dihasilkan dari penjualan atau pendapatan investasi. Kemampuan perusahaan menghasilkan laba dalam hubungannya dengan penjualan (*gross profit margin*), total aset (*return on investment/return on assets*)

maupun modal sendiri (*return on equity*). Profitabilitas dihitung dengan *return on asset* (ROA). Menurut Irham Fahmi (2013:136) Skala pengukuran yang digunakan adalah skala rasio dengan rumus sebagai berikut :

$$ROA = \frac{\text{Laba Sebelum Pajak}}{\text{Jumlah Aktiva Perusahaan}}$$

3. *Leverage* (X_3)

Leverage merupakan pengukur besarnya aktiva yang biayai dengan hutang-hutang yang digunakan untuk membiaya aktiva berasal dari kreditur, bukan dari investor ataupun pemegang saham. *Leverage* atau *solvabilitas* suatu perusahaan menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi setiap kewajiban finansialnya apabila perusahaan tersebut likuidasi pada suatu waktu. Weston dan Copeland (1997) merumuskan rasio *leverage* sebagai berikut :

$$DER = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

b. Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Variabel dependen (variabel terikat) merupakan variabel yang dipengaruhi akibat adanya variabel bebas (independen). Variabel dependen pada penelitian ini adalah tanggung jawab sosial pada PT. PAM Tirta Mangkaluku Kota Palopo.

Tanggung jawab sosial perusahaan adalah suatu pendekatan bisnis yang memberikan kontribusi terhadap pembangunan berkelanjutan dengan memberikan manfaat dalam aspek ekonomi, sosial dan lingkungan bagi

seluruh pemangku kepentingan. Instrumen pengukuran yang dapat digunakan dalam pengungkapan CSR adalah *Corporate Social Responsibility Index* (CSRI). Menurut Haniffa (2005), rumus perhitungan CSRI yaitu sebagai berikut :

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

Keterangan :

CSRI_j : *Corporate Sosial Responsibility Disclosure Index* perusahaan j

n_j : Jumlah item untuk perusahaan j

$\sum X_{ij}$: Total angka atau skor yang diperoleh masing-masing perusahaan.

Dummy variable : 1 = jika item I diungkapkan; 0 = jika item i tidak diungkapkan.

3.6.2 Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan penjelasan tentang suatu variabel yang sedang diteliti.

a. Ukuran Perusahaan (X₁)

Ukuran perusahaan adalah suatu ukuran, skala atau variabel yang menggambarkan besar-kecilnya perusahaan berdasarkan beberapa ketentuan, seperti nilai ekuitas, nilai perusahaan atau total asset yang dimiliki perusahaan.

b. Profitabilitas (X₂)

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu pada tingkat penjualan, asset dan modal saham tertentu.

c. *Leverage* (X_3)

Leverage adalah penggunaan dana utang atau pinjaman yang dipergunakan untuk meningkatkan *return* atau keuntungan dalam sebuah bisnis atau investasi.

d. Tanggung Jawab Sosial (*Corporate Social Responsibility*) (Y)

Corporate social responsibility adalah suatu konsep bahwa perusahaan memiliki dan mempunyai berbagai tanggung jawab termasuk kepada semua yang berkepentingan pada perusahaan seperti konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas serta pada lingkungan yang melingkupi aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan.

3.7 Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan pada penelitian ini adalah uji asumsi klasik, yaitu sebagai berikut :

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2016:154).

Cara yang dilakukan untuk menguji normalitas dengan grafik *Normality Probability Plot*. Ketentuan yang digunakan adalah:

1. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Selain *Normality Probability Plot* ada juga uji *Kolmogorov-Smirnov Text* yaitu data yang dapat dianalisis pada nilai residual hasil regresi dengan kriteria jika probabilitas $> 0,05$ maka data terdistribusi normal, dan sebaliknya jika probabilitas $< 0,05$ maka data tidak terdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Ghozali, 2016:103). Salah satu cara mendeteksi adanya multikolinearitas adalah dengan melihat *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai *cut off* yang umum digunakan untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai *Tolerance* $< 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF > 10$. Jika nilai tolerance lebih dari sama dengan 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10 maka dapat disimpulkan terjadi multikolinearitas.

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Autokorelasi dapat diketahui melalui Uji Durbin-Watson (D-W Test), adalah pengujian yang digunakan untuk mengetahui apakah di dalam model yang digunakan terdapat autokorelasi diantara variabel-variabel yang diamati.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual (kesalahan pengganggu) satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varian dan residual satu pengamatan ke

pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan apabila berbeda maka disebut heterokedastisitas (Ghozali, 2016:134).

3.8 Analisis Data

Adapun analisis data pada penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dan pengujian hipotesis.

3.8.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menguji pengaruh variabel-variabel independen dan dependen, data diolah dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Regresi linear berganda ini juga digunakan untuk mengetahui hubungan antara satu variabel dengan variabel lain, dengan kata lain metode ini digunakan untuk mengetahui bagaimana hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Dua variabel tersebut adalah variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Adapun bentuk regresi linear berganda secara matematis dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana :

Y = Tanggung Jawab Sosial

a = Konstanta

$b_1 - b_3$ = Koefisien Regresi

X_1 = Ukuran Perusahaan

X_2 = Profitabilitas

X_3 = *Leverage*

e = Standar Error

3.8.2 Pengujian Hipotesis

a. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan paling baik dalam analisis regresi atau mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam memvariasi dependen, dimana hal yang ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2) antara 0 (nol) dan 1 (satu). Koefisien determinasi (R^2) nol, berarti variabel independen sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen, apabila koefisien determinasi mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

b. Uji Parsial (Uji T)

Uji t adalah pengujian untuk meneliti pengaruh tiap-tiap variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam pengujian ini dikatakan signifikan apabila nilai sig $< 0,05$ maka variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

c. Uji Simultan (Uji F)

Uji f adalah pengujian untuk meneliti variabel secara keseluruhan terhadap variabel dependen yang umumnya menggunakan uji f. Dalam pengujian ini dikatakan signifikan apabila nilai signifikannya $< 0,05$.

BAB IV

PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Perusahaan Air Minum (PAM) Tirta Mangkaluku pada awalnya didirikan oleh bangsa Belanda yang tinggal dan bermukim di tanah luwu pada tahun 1941 dengan nama “*Water Leideng Afdeling*”, untuk memenuhi kebutuhan air bersih komunitas Belanda di tanah Luwu pada saat itu. Berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Luwu Nomor : 12 tahun 1985 dan Surat Keputusan Menteri Pekerjaan Umum Nomor : 66-KPTS-1991 tanggal 2 Desember 1991 tentang Penyerahan Pengelolaan Prasarana dan Sarana Penyediaan Air Bersih di Kabupaten Luwu kepada Gubernur Sulawesi Selatan maka pada tanggal 9 Desember 1991 Badan Pengelolaan Air Minum (BPAM) Kabupaten Luwu dialihstatuskan menjadi Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kabupaten Luwu dengan berita acara Penyerahan Pengelolaan dari Ditjen Cipta Karya yang diwakili oleh Direktur Air Bersih kepada Gubernur Sulawesi Selatan yang diwakili oleh Wakil Gubernur.

4.1.2 Visi dan Misi

a. Visi

“Menjadi salah satu PAM terkemuka di Indonesia”

1. Menjadi salah satu yang terkemuka, mengandung makna motivasi yang kuat untuk melakukan sebuah proses perubahan yang berkesinambungan dan terencana dalam rangka mengangkat PDAM Kota Palopo sejajar

dengan PDAM-PDAM yang lebih dahulu maju, dengan memanfaatkan potensi dan kemampuan yang dimiliki.

2. Rumusan ini dapat pula diartikan sebagai suatu proses yang kompetitif melalui berbagai upaya untuk mencapai posisi relatif diantara PDAM-PDAM lainnya di Indonesia.

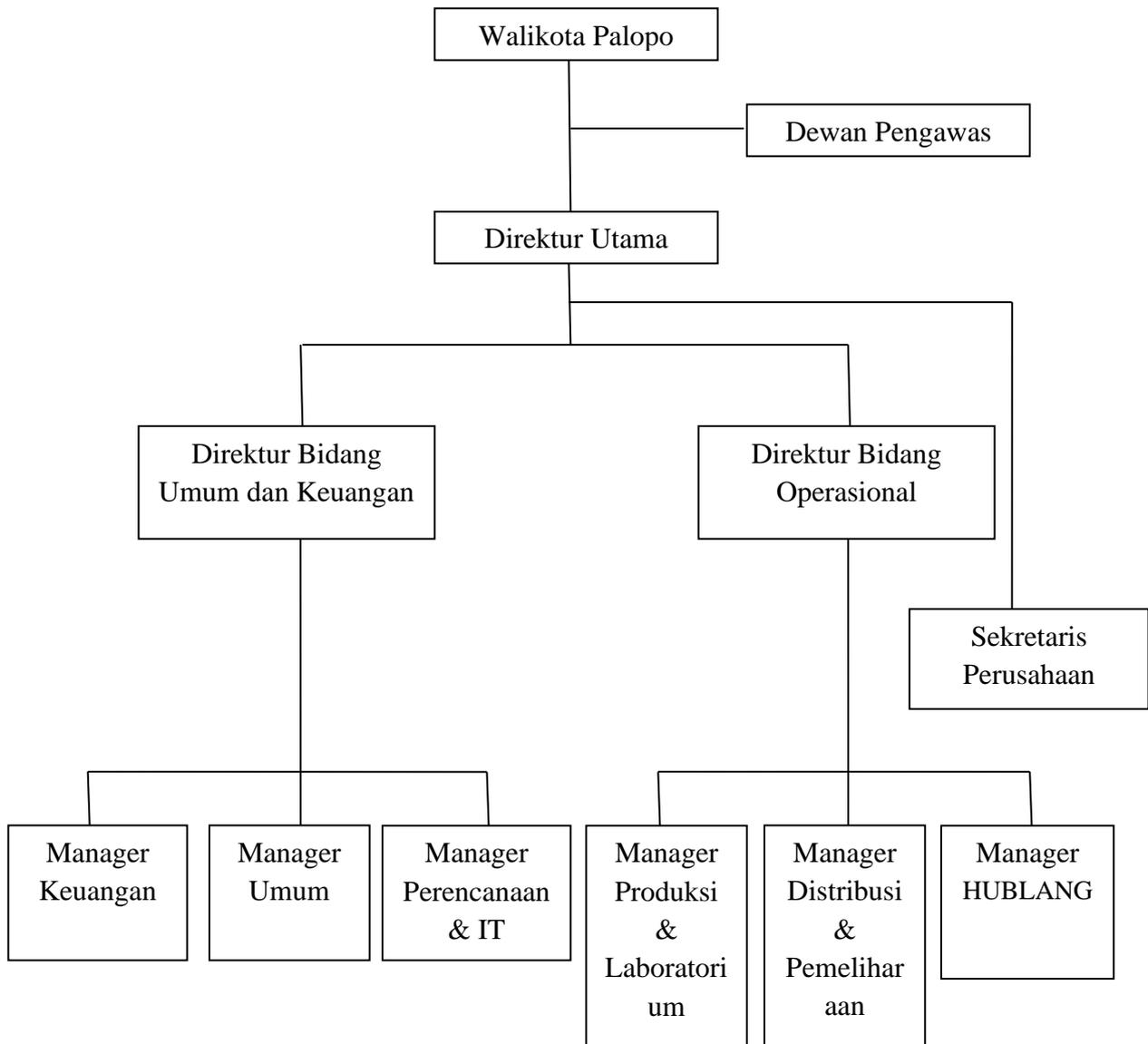
b. Misi

1. Meningkatkan Kemampuan SDM, Meningkatkan Mutu Informasi, Perkuatan Organisasi.
2. Meningkatkan keandalan sistem produksi, distribusi, menekan tingkat kehilangan air, meningkatkan kuantitas, kontinuitas dan kualitas.
3. Meningkatkan kepuasan pelanggan.
4. Meningkatkan pencapaian keseimbangan arus kas dan keuntungan.

c. Tujuan Umum

1. Meningkatnya tingkat pelayanan kepada masyarakat dan meningkatnya kesejahteraan karyawan yang akan mendorong motivasi kerja.
2. Menjadikan karyawan dan masyarakat merasa memiliki perusahaan (PDAM).

4.1.3 Struktur PAM Tirta Mangkaluku Kota Palopo



Gambar 4.1 Struktur PAM Tirta Mangkaluku Kota Palopo

4.2 Hasil Penelitian

Tabel 4.1
Tabulasi Data Penelitian

Tahun	X1 (Ukuran Perusahaan)	X2 (Profitabilitas)	X3 (<i>Leverage</i>)	Y (Tanggung Jawab Sosial)
2015	89,005,889,004	0,0168941260497092	3,002,415,090,934,540	0,306593406373404
2016	96,223,703,358	0,0162117448252847	0,251961791255878	0,317572417562417
2017	93,812,397,213	0,0288594698721208	0,2182854932900578	0,216560439560437
2018	91,746,932,448	0,0022126286944894	0,1845522489831023	0,361538461538461
2019	90,824,079,908	0,0185640585592267	0,1556020196200747	0,383516483516483

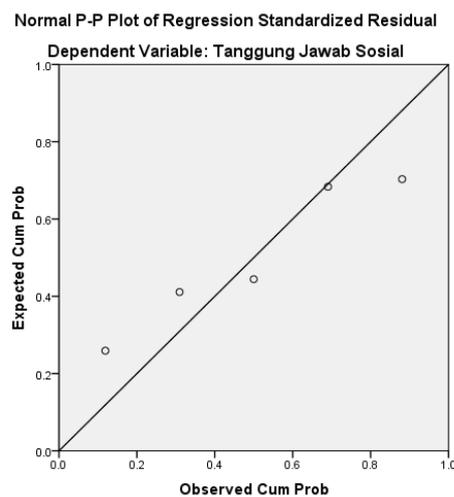
Berdasarkan tabel 4.1 di atas proses untuk mendapatkan variabel-variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu variabel ukuran perusahaan yang dapat dilihat dari total aktiva terdapat pada laporan keuangan, variabel profitabilitas dilihat dari laba sebelum pajak dibagi jumlah aktiva perusahaan pada laporan keuangan, dan variabel *leverage* dilihat dari total utang dibagi total ekuitas pada laporan keuangan, serta variabel tanggung jawab sosial dilihat dari *Corporate Social Responsibility Index (CSRI)*.

4.2.1 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada kelompok data atau variabel, apakah sebaran data berdistribusi normal ataupun tidak. Cara untuk mendeteksi data berdistribusi

normal atau tidak dapat dilihat dengan analisis grafik dan statistic. Pada analisis grafik dapat dilihat dengan melihat *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya. Sedangkan pada analisis statistic digunakan uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov Text* dengan ketentuan jika nilai probabilitas (*Asymp. Sig*) > 0,05 maka data terdistribusi berdistribusi normal. Berikut hasil pengolahan data menggunakan program SPSS versi 20 yang disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut :



Sumber: Pengolahan data SPSS, tahun 2021

Gambar 4.2

Hasil Uji Normalitas *Probability Plot*

Berdasarkan hasil grafik normality probability plot di atas, terlihat bahwa titik-titik menyebar sekitar garis diagonal. Maka dapat disimpulkan bahwa residual berdistribusi normal.

Hanya saja jika pengujian normalitas data hanya dengan melihat grafik dapat menyesatkan dan tidak memberikan hasil yang akurat sehingga perlu dilakukan uji normalitas menggunakan statistic agar dapat lebih meyakinkan. Untuk memastikan apakah data disekitar garis diagonal berdistribusi normal, maka dapat dilakukan uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan melihat data residualnya apakah terdistribusi normal atau tidak. Jika nilai signifikasinya lebih besar dari 0,05 maka data tersebut data yang normal.

Tabel 4.2
Hasil Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov*
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardi zed Residual
N		5
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	.01404140
Most Extreme Differences	Absolute	.230
	Positive	.211
	Negative	-.230
Kolmogorov-Smirnov Z		.515
Asymp. Sig. (2-tailed)		.954

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Pengolahan SPSS, tahun 2021

Berdasarkan tabel di atas maka dapat dilihat bahwa residual memiliki asymptotic signifikan sebesar $0,954 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat kolerasi yang tinggi antar variabel bebas atau tidak. Uji ini dapat dilakukan dengan cara melihat nilai tolerance dan VIF dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika nilai tolerance di atas 0,10 dan nilai VIF di bawah 0,10 maka model tersebut tidak terjadi multikolinearitas. Hasil pengolahan data dengan program SPSS versi 20 sebagai berikut :

Tabel 4.3
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	27.850	.643		43.281	.015	
	Ukuran Perusahaan	.532	.012	.297	45.405	.014	.797
	Profitabilitas	.254	.013	.269	18.844	.034	.167
	Leverage	-.636	.012	-.756	55.097	.012	.181

a. Dependent Variable: Tanggung Jawab Sosial
Sumber: Pengolahan data SPSS, tahun 2021

Berdasarkan tabel di atas maka dapat disimpulkan jika model regresi tidak mengalami gangguan multikolinearitas. Hal ini sesuai dengan uji multikolinearitas dengan cara melihat nilai tolerance dan VIF. Berdasarkan nilai tolerance pada variabel ukuran perusahaan (X1) sebesar $0,797 > 0,10$

variabel profitabilitas (X2) sebesar 0,167 sedangkan variabel *leverage* sebesar 0,181. Sementara nilai VIF pada variabel ukuran perusahaan sebesar $1,255 < 0,10$ variabel profitabilitas sebesar $5,987 < 0,10$ dan variabel *leverage* sebesar $5,536 < 0,10$ artinya tidak terjadi gejala multikolinearitas.

c. Uji Autokorelasi

Uji ini digunakan untuk menghindari terjadinya autokorelasi pada suatu penelitian. Terjadinya autokorelasi dapat menyebabkan penaksiran yang tidak efisien. Model regresi yang baik yaitu bebas dari autokorelasi. Untuk mendeteksi masalah autokorelasi dalam penelitian ini, dapat dilakukan dengan menggunakan Durbin Watson (*Durbin Watson Test*) dengan ketentuan apabila nilai DW berada diantara nilai dU dan 4-dU ($dU < DW < 4-dU$) maka tidak terjadi autokorelasi. Apabila nilai DW dibawah dL ($DW < dL$) dan apabila nilai DW di atas 4-dL maka terjadi autokorelasi. Berikut ini hasil dari pengolahan data :

Tabel 4.4
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	1.000 ^a	1.000	.	.	1.000	.	4	0	.	1.456

a. Predictors: (Constant), Unstandardized Residual, *Leverage*, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas

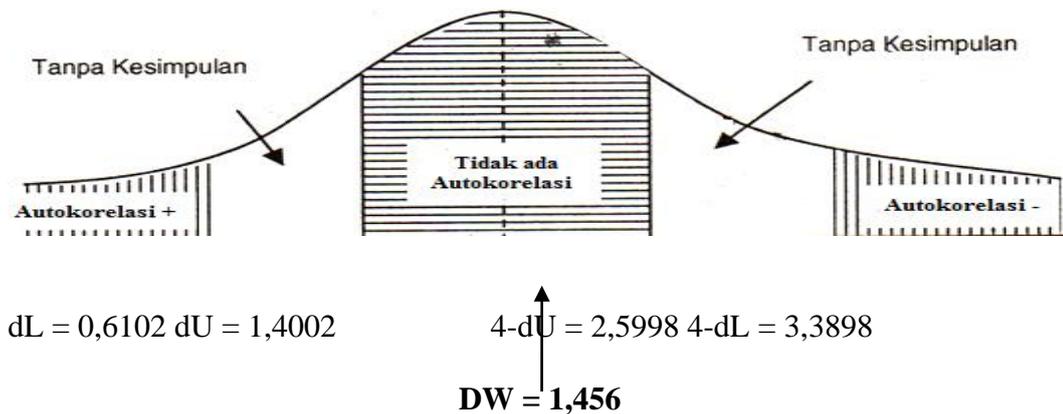
b. Dependent Variable: Tanggung Jawab Sosial

Sumber: Pengolahan data SPSS, tahun 2021

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai Durbin-Watson (DW) sebesar 1,456. Nilai tabel dengan menggunakan alpha 5% atau 0,05 dengan jumlah

sampel sebanyak 5 dan jumlah variabel independen 3, maka tabel Durbin-Watson diperoleh $dL = 0,6102$ dan $dU = 1,4002$

Gambar 4.3
Kriteria Pengambilan Keputusan Autokolerasi



Berdasarkan keterangan di atas, terlihat bahwa nilai DW sebesar 1,456 berada diantara nilai dU dan $4-dU$ yang artinya bahwa model regresi terhindar dari gejala autokolerasi.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini digunakan untuk melihat apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual dari suatu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika dalam model regresi terdapat nilai yang sama (tetap/konstan) maka dikatakan homokedastisitas. Yang diharapkan pada suatu model regresi yaitu dengan adanya homokedastisitas.

Untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas pada model regresi digunakan uji gletser. Uji ini dilakukan dengan meregresi nilai absolut residual terhadap variabel independen. Ketentuannya apabila nilai probabilitas lebih besar dari alpha ($Sig > 0,05$) maka tidak terjadi heterokedastisitas dan

begitupun sebaliknya. Berikut ini hasil pengolahan data menggunakan SPSS versi 20 sebagai berikut :

Tabel 4.5
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.007	.005		1.463	.382
	X1_B2	.077	.043	3.618	1.797	.323
	X2_B2	-.274	.182	-6.226	-1.506	.373
	X3_B2	.052	.052	2.865	1.014	.496

a. Dependent Variable: ABS_RES1
Sumber: Pengolahan data SPSS, tahun 2021

Berdasarkan hasil output di atas dapat dilihat pada nilai signifikan (sig) variabel ukuran perusahaan (X1) sebesar $0,323 > 0,05$ variabel profitabilitas (X2) sebesar $0,373 > 0,05$ dan variabel *leverage* (X3) sebesar $0,496 > 0,05$. Maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji gletser, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

4.2.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear ini digunakan untuk menguji hubungan, kolerasi atau pengaruh lebih dari satu variabel terikat. Berikut regresi linear berganda.

Tabel 4.6
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics

	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	27.850	.643		43.281	.015		
1 Ukuran Perusahaan	.532	.012	.297	45.405	.014	.797	1.255
Profitabilitas	.254	.013	.269	18.844	.034	.167	5.987
Leverage	-.636	.012	-.756	-	.012	.181	5.536
				55.097			

a. Dependent Variable: Tanggung Jawab Sosial
Sumber: Pengolahan data SPSS, tahun 2021

Berdasarkan output SPSS pada tabel di atas, dapat dirumuskan persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 27.850 + 532X_1 + 254X_2 - 636X_3 + e$$

Dari nilai konstanta dengan koefisien regresi pada tabel 4.6 dapat dijelaskan sebagai berikut :

- Nilai konstanta (a) diperoleh sebesar 27.850 bernilai positif artinya variabel ukuran perusahaan, variabel profitabilitas, dan variabel *leverage* sama dengan nol (0) maka variabel tanggung jawab sosial mengalami kenaikan sebesar 27.850.
- Nilai koefisien regresi variabel ukuran perusahaan (X1) mengalami kenaikan sebesar 532 yang artinya apabila nilai mengalami kenaikan 1% maka variabel tanggung jawab sosial (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 532.
- Nilai koefisien regresi variabel profitabilitas (X2) mengalami kenaikan sebesar 254 yang artinya apabila nilai mengalami kenaikan 1% maka variabel tanggung jawab sosial (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 254.

- d. Nilai koefisien regresi variabel *leverage* (X3) bernilai negative sebesar -636 yang artinya apabila variabel lainnya bernilai tetap dan mengalami kenaikan 1% maka akan menurunkan variabel tanggung jawab sosial (Y) sebesar -636.

4.2.3 Pengujian Hipotesis

a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk mengetahui seberapa besar variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Berikut ini hasil pengolahan data menggunakan program SPSS versi 20 sebagai berikut :

Tabel 4.7
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	1.000 ^a	1.000	1.000	.028

a. Predictors: (Constant), Leverage , Ukuran Perusahaan , Prifitabilitas
Sumber: Pengolahan data SPSS, tahun 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai Adjusted R Square (R^2) adalah 1.000 artinya bahwa 10% variabel tanggung jawab sosial dapat dijelaskan oleh variabel ukuran perusahaan (X1), profitabilitas (X2), dan *leverage* (X3). Sedangkan sisanya sebesar 90% dipengaruhi oleh variabel lain.

b. Uji Parsial (Uji t)

Uji t adalah pengujian untuk meneliti pengaruh tiap-tiap variabel independen terhadap variabel dependen. Uji ini dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel} dengan tingkat signifikan sebesar 5%. Kriteria pengujian yang dapat

dilakukan yaitu jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_1 diterima. Hasil uji dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.8
Hasil Uji Parsial (t)

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	27.850	.643		43.281	.015
	Ukuran Perusahaan	.532	.012	.297	45.405	.014
	Prifitabilitas	.254	.013	.269	18.844	.034
	Leverage	-.636	.012	-.756	-55.097	.012

a. Dependent Variable: Tanggung Jawab Sosial
Sumber: Pengolahan data SPSS, tahun 2021

1. Uji hipotesis ukuran perusahaan (X1) terhadap tanggung jawab sosial

Berdasarkan output tabel 4.8 dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 45,405 dan nilai t_{tabel} sebesar 2,91999 sedangkan nilai signifikannya 0.014 artinya nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan signifikansi $< 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel ukuran perusahaan berpengaruh dan signifikan terhadap tanggung jawab sosial.

2. Uji hipotesis profitabilitas (X2) terhadap tanggung jawab sosial

Berdasarkan output tabel 4.8 dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 18,844 dan nilai t_{tabel} sebesar 2,91999 sedangkan nilai signifikannya 0.034 artinya nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan signifikansi $< 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh dan signifikan terhadap tanggung jawab sosial.

3. Uji hipotesis leverage (X3) terhadap tanggung jawab sosial

Berdasarkan output tabel 4.8 dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar -55,097 dan nilai t_{tabel} sebesar 2,91999 sedangkan nilai signifikannya 0,012 artinya nilai

$t_{hitung} > t_{tabel}$ dan signifikansi $< 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *leverage* berpengaruh dan signifikan terhadap tanggung jawab sosial.

c. Uji Simultan (Uji f)

Pengujian ini dapat dilakukan dengan mengetahui pengaruh seluruh variabel independen secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel dependen dengan taraf signifikan 5% dengan ketentuan jika nilai sig $< 0,05$ maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Hasil uji dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.9
Hasil Uji Simultan (f)

ANOVA ^a						
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	23.199	3	7.733	9805.533	.007 ^b
	Residual	.001	1	.001		
	Total	23.200	4			

a. Dependent Variable: Tanggung Jawab Sosial

b. Predictors: (Constant), Leverage , Ukuran Perusahaan , Profitabilitas

Sumber: Pengolahan data SPSS, tahun 2021

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai f_{hitung} sebesar 9805.533 dan f_{tabel} pada tingkat signifikan 5% sebesar 19.16 sedangkan nilai signifikannya sebesar 0.007 maka dapat disimpulkan bahwa nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ dan nilai sig $0,007 < 0,05$ sehingga variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap tanggung jawab sosial.

4.3 Pembahasan Hasil Penelitian

Tabel 4.10
Akumulasi Hasil Pengujian Hipotesis

Kode	Hipotesis	Hasil
H ₁	Terhadap pengaruh ukuran perusahaan terhadap tanggung jawab sosial	Diterima
H ₂	Terhadap pengaruh profitabilitas terhadap tanggung jawab sosial	Diterima
H ₃	Terhadap pengaruh <i>leverage</i> terhadap tanggung jawab sosial	Diterima

Sumber: Pengolahan data SPSS, tahun 2021

a. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Tanggung Jawab Sosial

Hipotesis pertama yang diajukan menunjukkan bahwa diduga ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap tanggung jawab sosial. Berdasarkan hasil pengujian statistik secara parsial menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,014 < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap tanggung jawab sosial. Semakin besar ukuran perusahaan maka akan semakin banyak mengungkapkan CSR. Hal tersebut karena perusahaan besar akan menghadapi tekanan yang lebih besar dibandingkan perusahaan kecil, yaitu tekanan untuk melakukan pertanggungjawaban sosial. Ketersediaan sumber daya dan dana membuat perusahaan merasa perlu membiayai penyediaan informasi untuk pertanggungjawaban sosialnya. Dengan mengungkapkan kepedulian pada lingkungan melalui pelaporan keuangan, maka perusahaan dalam jangka waktu

panjang bisa terhindar dari biaya yang sangat besar akibat dari tuntutan masyarakat. Oleh karena itu besar kecilnya ukuran suatu perusahaan berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial (CSR).

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Nur dan Prantinah (2012), Sembiring (2005), Eddy (2005), dan Anggraeni (2006) menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap tanggung jawab sosial. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa semakin banyak jumlah aset pada perusahaan maka akan semakin banyak pula pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Akan tetapi penelitian ini tidak sejalan dengan Anggraini (2006), Aulia (2011), dan Jayanti (2011) yang mengemukakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

b. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Tanggung Jawab Sosial

Hipotesis kedua yang diajukan menunjukkan bahwa diduga profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap tanggung jawab sosial. Berdasarkan hasil pengujian statistik secara parsial menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,034 < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap tanggung jawab sosial. Hal ini berarti semakin besar profitabilitas maka semakin besar pula tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan. Pengaruh profitabilitas terhadap tanggung jawab sosial lebih besar terjadi di kelompok perusahaan dengan tingkat CSR yang luas dibandingkan dengan kelompok perusahaan dengan tingkat CSRnya sedikit. Hubungan antara profitabilitas perusahaan dengan tanggung jawab

sosial telah menjadi anggapan dasar untuk mencerminkan pandangan bahwa reaksi sosial memerlukan gaya manajerial. Sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pula pengungkapan informasi sosial.

Penelitian ini sejalan dengan Pradnyani dan Sisdyanti (2015) yang mengatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR (tanggung jawab sosial). Akan penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Nur dan Prantinah (2012), Trisnawati (2014) yang menunjukkan profitabilitas yang diproksi dengan ROA menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR.

c. Pengaruh *Leverage* Terhadap Tanggung Jawab Sosial

Hipotesis ketiga yang diajukan menunjukkan bahwa diduga *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap tanggung jawab sosial. Berdasarkan hasil pengujian statistik secara parsial menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,012 < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap tanggung jawab sosial. Hal ini berarti semakin tinggi *leverage* maka semakin luas pengungkapan tanggung jawab sosial. Hal ini menunjukkan bahwa rasio *leverage* digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang. Perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi berkewajiban untuk melakukan pengungkapan lebih luas dibandingkan perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah. Oleh karena itu, kreditor akan meyakinkan bahwa perusahaan tersebut

dapat memenuhi kewajibannya pada saat jatuh tempo dan akan berusaha memberikan informasi yang lebih luas mengenai kondisi perusahaan. Perusahaan harus menyediakan informasi secara komprehensif karena akan membutuhkan biaya lebih tinggi, maka perusahaan dengan *leverage* tinggi akan menyediakan informasi yang lebih lengkap.

Penelitian ini sejalan dengan Pradnyani dan Sisdyani (2015) yang mengatakan bahwa *leverage* berpengaruh dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial karena dengan penerapan *leverage* dapat menambah nilai perusahaan dikarenakan adanya perhitungan pajak, yang terjadi akibat pemakaian hutang yang ditekan, maka menjadikan perusahaan mendapat kemudahan pajak. Berbeda dengan penelitian Nur dan Priantinah (2012) yang mengatakan *leverage* berpengaruh negative dan signifikan terhadap pengungkapan CSR.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan pada PT. PAM Tirta Mangkaluku, maka hasil yang diperoleh sebagai berikut :

- a. Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap tanggung jawab sosial pada PAM Tirta Mangkaluku Kota Palopo.
- b. Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap tanggung jawab sosial pada PAM Tirta Mangkaluku Kota Palopo.
- c. *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap tanggung jawab sosial pada PAM Tirta Mangkaluku Kota Palopo.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini mempunyai keterbatasan-keterbatasan yang menjadi bahan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya agar mendapatkan hasil yang lebih baik. Keterbatasan tersebut sebagai berikut :

- a. Variabel-variabel yang bisa digunakan untuk mengetahui pengaruh terhadap tanggung jawab sosial ada banyak, namun dalam penelitian ini hanya empat variabel yang digunakan yaitu, variabel independen: ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage*; serta satu variabel dependen, yaitu tanggung jawab sosial. Sehingga untuk penelitian selanjutnya perlu adanya penambahan variabel-variabel independen yang lain agar mampu menjelaskan jumlah informasi sosial yang diungkapkan.

- b. Sampel yang digunakan hanya perusahaan daerah, sehingga tidak diketahui bagaimana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen pada jenis perusahaan lain.
- c. Tahun yang diteliti hanya lima tahun, untuk mendapatkan hasil yang lebih baik, peneliti selanjutnya dapat menambah tahun yang akan diteliti.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penulisan penelitian maka saran yang diajukan peneliti adalah sebagai berikut :

- a. Bagi perusahaan, diharapkan agar lebih meningkatkan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) agar dapat meningkatkan reputasi dalam perusahaan.
- b. Bagi penelitian selanjutnya sebaiknya menambahkan variabel, jumlah sampel dan tahun yang akan diteliti.

DAFTAR RUJUKAN

- Apriani, D. (2013). Pelaporan Corporate Social Responsibility (Csr) Perbankan Syariah Berdasarkan Perspektif Syariah Enterprise Theory (Set) (Studi kasus pada PT Bank Muamalat Indonesia) (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Ariani, D., & Dwiyanto, B. M. (2013). Analisis Pengaruh Supply Chain Management Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Pada Industri Kecil dan Menengah Makanan Olahan Khas Padang Sumatera Barat). *Diponegoro Journal of Management*, 30-39.
- Astri, H. (2012). Pemanfaatan Corporate Social Responsibility (CSR) Bagi Peningkatan Kualitas Hidup Manusia Indonesia. *Aspirasi: Jurnal Masalah-masalah Sosial*, 3(2), 151-165.
- Deikme, P. (2013). Motivasi Kerja dan Budaya Organisasi Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pegawai Bagian Keuangan Sekda Kabupaten Mimika Provinsi Papua. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(3).
- Dewi, R. K., & Widagdo, B. (2013). Pengaruh corporate social responsibility dan good corporate governance terhadap kinerja perusahaan. *Manajemen Bisnis*, 2(1).
- Ermawati, E. (2014). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Ernawan, E. (2014). Tanggung jawab sosial perusahaan (corporate social responsibility). *Jurnal Manajemen dan Bisnis (Performa)*, (2).
- Fauziah, K. (2013). Analisis pengungkapan tanggung jawab sosial perbankan syariah di indonesia berdasarkan islamic social reporting indeks. *Jurnal Dinamika Akuntansi*, 5(1).
- Gantino, R. (2016). Pengaruh corporate social responsibility terhadap kinerja keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia periode 2008-2014. *Jurnal Dinamika Akuntansi Dan Bisnis*, 3(2), 19-32.
- Kusnasari, S. D. (2014). Pelaksanaan Corporate Social Responsibility yang terdapat pada Perbankan Syariah dalam Prespektif Shariah Enterprise Theory Studi kasus pada Bank BRI Syariah dan Bank Mandiri Syariah. *Jurnal Akuntansi AKUNESA*, 3(1)

- Lutfi, A. M., & Sunardi, N. (2019). Pengaruh Current Ratio (Cr), Return On Equity (Roe), Dan Sales Growth Terhadap Harga Saham Yang Berdampak Pada Kinerja Keuangan Perusahaan (Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal SEKURITAS (Saham, Ekonomi, Keuangan dan Investasi)*, 2(3), 83-100.
- Lutfi, I. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Studi Kasus Pada Restoran Cepat Saji McDonald's Indonesia di Kota Semarang (Doctoral dissertation, Diponegoro University).
- Mangoting, Y. (2007). Biaya Tanggung Jawab Sosial Sebagai Tax Benefit. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 9(1), 35-42.
- Novariantio, F., Hamid, D., & Mawardi, M. K. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Citra Perusahaan PT. Beiersdorf Indonesia (Studi Pada Pengunjung Merbabu Family Park Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 42(2), 51-58.
- Nur, M., & Priantinah, D. (2012). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility Di Indonesia (Studi Empiris Pada Perusahaan Berkategori High Profile Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia). *Nominal: Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 1(2), 22-34.
- Octavia, H., & Hermi, H. (2014). Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2010 Dan 2011). *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 1(1), 41-59.
- Pradnyani, I. G. A. A., & Sisdyani, E. A. (2015). Pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage, dan ukuran dewan komisaris pada pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 11(2), 384-397.
- Pramukti, A., & Buana, A. P. (2019). Pengungkapan Tanggungjawab Sosial dan Kinerja Keuangan. *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi*, 3(2), 301-306.
- Pratiwi, R. (2012). Pengaruh Tingkat Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dan Corporate Social Responsibility dengan Kinerja Keuangan Perusahaan. In *Forum Bisnis Dan Kewirausahaan Jurnal Ilmiah STIE MDP* (Vol. 2, No. 1, pp. 17-23). STIE MDP.
- Prayudah, A. (2015). Perbandingan Kinerja Keuangan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Doctoral dissertation, Politeknik Negeri Sriwijaya).
- Purba, I. B. G. I. W., & Yadnya, I. P. (2015). Pengaruh ukuran perusahaan dan leverage terhadap profitabilitas dan pengungkapan corporate social responsibility (Doctoral dissertation, Udayana University).

- Putri, W. (2016). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Ukuran Perusahaan, Risiko dan Pengungkapan Media Sebagai Variabel Pengendali pada Perusahaan Manufaktur yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2014". *Jurnal Tesis Program Pascasarjana Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya*.
- Putri, W. Y. (2017). Pengaruh Regulator, Kepemilikan Institusional, Ukuran Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Carbon Emission Disclosure (Studi Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2014-2016) (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas Bandung).
- Putrianti, E. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Leverage Terhadap Kinerja Keuangan: Implikasinya Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2016) (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi UNISSULA).
- Ratnasari, R. (2012). Corporate Social Responsibility, Tanggungjawab Sosial atau Strategi Perusahaan?. *Jurnal Akuntansi AKUNESA*, 1(1).
- Saad, R. (2020). Pengaruh Stres Kerja dan Konflik Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PERUMDA PAM Tirta Mangkaluku Kota Palopo (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Palopo).
- Sindhudiptha, I. N. S. Y., & Yasa, G. W. (2013). Pengaruh Corporate Social Responsibility pada kinerja keuangan perusahaan dan Implikasinya terhadap nilai perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 4(2), 388-405.
- Tampi, B. J. (2014). Pengaruh Gaya Kepemimpinan dan Motivasi terhadap Kinerja karyawan pada PT. Bank Negara Indonesia, tbk (regional sales manado). *Acta Diurna Komunikasi*, 3(4).
- Wahyuni, S. F. (2018). Pengaruh corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel moderating. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 1(1), 109-117.
- Wijayanti, F. T., & Prabowo, M. A. (2011). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap kinerja keuangan perusahaan. *Simposium Nasional Akuntansi XIV*.