



## PENGARUH ELEMEN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP RENTABILITAS

Ahmad Hijri Alfian, Abdul Rohman<sup>1</sup>

Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro  
Jl. Prof. Soedharto SH Tembalang, Semarang 50239, Phone: +622476486851

### ABSTRACT

*The aim/ the objective of this research is for study the effect of the Corporate Social Responsibilities elemen disclosure to one of the financial soundness ratio. this research uses the CSR disclosure index as a measure based on GRI indicators version 3.1. The sample are 23 companies from consumer good's listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in the period 2009 to 2011 until total company for the samples are 46 companies. While the analysis method which is used to examine the effect of CSR disclosure on the profitability ratio is using multiple linier regression analysis, classical assumption test and test hypotheses. The result of this research that indicate a significant effect of CSR toward ROE as an analytical tool of profitability when tested simultaneously. And if tested partially based on elements of CSR, the only of social and environmental performance that significantly impact ROE. Meanwhile, ROE not impact on the labor, human rights and product performance..*

*Keywords: CSR, ROE, GRI, Consumer good's*

### PENDAHULUAN

. *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan kini telah mengalami pertumbuhan yang belum pernah terjadi sebelumnya. Jika dahulu CSR hanya menjadi wacana atau agenda tahunan bagi perusahaan, maka sekarang banyak perusahaan terlibat dalam kegiatan sosial. Pengambilan keputusan ekonomi hanya dengan melihat kinerja keuangan suatu perusahaan, saat ini sudah tidak relevan lagi. Eipstein dan Freedman (1994), dalam Anggraini (2006), menemukan bahwa investor juga tertarik terhadap informasi sosial yang dilaporkan dalam laporan tahunan. Untuk itu dibutuhkan suatu sarana yang dapat memberikan informasi mengenai aspek sosial, lingkungan dan keuangan secara sekaligus. Sarana tersebut dikenal dengan nama laporan berkelanjutan (*sustainability reporting*). *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan salah satu bentuk *sustainability reporting* yang memberikan keterangan tentang berbagai aspek-aspek perusahaan mulai dari aspek sosial, lingkungan dan keuangan sekaligus yang tidak dapat dijelaskan secara tersirat oleh suatu laporan keuangan perusahaan saja (Siti A, 2011). Survei yang dilakukan Sutopoyudo (2009) dalam Siti Andriyati (2011) menunjukkan bahwa mayoritas konsumen akan meninggalkan suatu produk yang mempunyai citra buruk atau diberitakan negative. Kondisi yang terjadi saat ini adalah banyak produk yang menjadi konsumsi masyarakat seperti bahan pangan, minuman, kosmetik, obat- obatan, dan produk konsumtif lainnya disalahgunakan seperti menjual kembali produk yang sudah kadaluarsa, pemberian zat- zat berbahaya dalam proses produksi maupun pemakaian zat formalin dalam proses pengawetan.

Hal tersebut tentunya akan sangat meresahkan masyarakat sebagai konsumen. Tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan terhadap masyarakat harus wajib dilakukan sebagai bentuk kepedulian perusahaan terhadap konsumennya. Banyak manfaat yang diperoleh perusahaan dengan pelaksanaan *corporate social responsibility*, antara lain produk semakin disukai oleh konsumen dan perusahaan diminati oleh investor. *Corporate social responsibility* juga dapat digunakan sebagai alat *marketing* baru bagi perusahaan bila itu dilaksanakan berkelanjutan, Saat ini yang terjadi pada banyak perusahaan di Indonesia adalah salah mengartikan CSR itu sendiri. Seperti yang dilaporkan Lingkar Studi CSR (2008), banyak perusahaan di Indonesia menganggap CSR dalam satu sudut pandang saja, Di Indonesia CSR dikuatkan dengan adanya aturan UU. PT

---

<sup>1</sup> *Corresponding author*

No. 40 Tahun 2007. Dalam Undang-undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, pada bab IV, bagian kedua, pasal 66 (2), poin c yang mengatur tentang laporan tahunan, disebutkan bahwa direksi harus menyampaikan laporan tahunan yang sekurang-kurangnya memuat laporan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Serta bab V tentang Tanggung Jawab Sosial, pada pasal 74 (1), (2), (3), dan (4) disebutkan bahwa perusahaan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan yaitu berupa biaya yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.

Di Indonesia penelitian mengenai pengaruh CSR yang telah dilakukan oleh Dahlia dan Siregar (2008), menyatakan bahwa tingkat pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan berpengaruh positif terhadap variabel ROE (Return On Equity) sebagai analisis rentabilitas. Dan berdasarkan uraian diatas, tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“PENGARUH ELEMEN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP RENTABILITAS (Studi pada perusahaan *Consumer good’s* di Indonesia yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia ”**. Perusahaan yang dijadikan sampel adalah perusahaan dengan indeks *consumer good’s*, dimana perusahaan ini mempunyai keterkaitan yang tinggi dengan konsumen karena aktifitas dari perusahaan ini adalah memproduksi barang- barang kebutuhan masyarakat atau konsumen.

## KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Dewasa ini konsep CSR semakin berkembang, dan dengan berkembangnya konsep CSR tersebut maka banyak teori yang muncul yang diungkapkan mengenai CSR ini. Teori tersebut diantaranya adalah teori *triple bottom line* dan *stakeholder theory*. Teori *triple bottom line* memberi pandangan bahwa jika sebuah perusahaan ingin mempertahankan kelangsungan hidupnya, maka perusahaan tersebut harus memperhatikan “3P”. Selain mengejar keuntungan (*profit*), perusahaan juga harus memperhatikan dan terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*) dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*) (Yusuf Wibisono, 2007). Teori *stakeholder* lebih mempertimbangkan posisi para *stakeholder* yang dianggap lebih berkuasa atau memiliki peranan vital dalam suatu perusahaan atau organisasi. Para *stakeholder* inilah yang menjadi pertimbangan utama bagi perusahaan untuk mengungkapkan atau tidak mengungkapkan suatu informasi dalam laporan keuangan (Belkaoui, 1989).

### Hipotesis

#### 1. Hubungan Kinerja Lingkungan Dan Rentabilitas

Tanggung jawab sosial secara lebih sederhana dapat dikatakan sebagai timbal balik perusahaan kepada masyarakat dan lingkungan sekitarnya karena perusahaan telah mengambil keuntungan dari lingkungan sekitarnya. Aktifitas Perusahaan dalam proses pengambilan keuntungan tersebut seringkali perusahaan menimbulkan kerusakan lingkungan ataupun dampak sosial lainnya (Siti A, 2011). Dari kerusakan lingkungan yang ditimbulkan oleh perusahaan, maka perusahaan wajib melakukan proses pemulihan dan rehabilitasi akibat kerusakan lingkungan yang ditimbulkan. Dengan perusahaan melakukan proses pemulihan maupun rehabilitasi terhadap lingkungan sekitar secara tidak langsung akan memberikan efek atau pandangan kepada masyarakat bahwa perusahaan sangat memperhatikan keadaan lingkungan sekitar. Perhatian terhadap lingkungan juga tidak hanya dilakukan pada lingkungan sekitar, tetapi juga harus mencakup lingkungan hidup dalam masyarakat luas (Dalam: Listrik Indonesia edisi 25). Jika tindakan CSR terhadap lingkungan hidup yang dilakukan perusahaan dilakukan secara berkelanjutan, maka penilaian masyarakat terhadap perusahaan juga akan baik (Yusuf Wibisono, 2007). Dengan penilaian yang baik dari masyarakat dan konsumen maka dalam jangka panjang penjualan produk tentunya juga akan meningkat. Dengan meningkatnya penjualan maka rentabilitas dari perusahaan juga akan meningkat pula. CSR juga dapat digunakan sebagai sarana promosi yang praktis bagi perusahaan untuk lebih memperkenalkan identitas maupun produknya kepada masyarakat luas. Maka hipotesis pertama dapat dirumuskan sebagai berikut:

**H1 : Terdapat pengaruh kinerja Lingkungan terhadap Rentabilitas**

## 2. Hubungan Kinerja Tenaga Kerja Dan Rentabilitas

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, bahwa konsep CSR yang dilakukan oleh perusahaan tidak selalu berorientasi pada eksternal perusahaan saja tetapi di dalam lingkungan internal perusahaan juga perlu melakukan kegiatan CSR (Siti A, 2011). Salah satu sasaran dari konsep CSR yang harus dilakukan adalah kepada tenaga kerja perusahaan itu sendiri. Karena keberadaan suatu perusahaan tidak bisa terlepas dari peranan para tenaga kerjanya. Oleh karena itu perusahaan perlu memberikan perhatian kepada para tenaga kerjanya. Sebagai bentuk perhatian perusahaan terhadap tenaga kerjanya, maka perusahaan harus menerapkan CSR kepada tenaga kerjanya. Program CSR yang dilakukan oleh perusahaan terhadap tenaga kerja khususnya tenaga kerja pada divisi penjualan mempunyai tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan serta memberikan motivasi untuk lebih optimal dalam bekerja. Dalam jangka panjang perusahaan akan memperoleh hasil produksi yang maksimal karena kinerja tenaga kerja akan lebih optimal (Edi Suharto, 2011). Lebih khususnya jika perusahaan memberikan perhatian terhadap karyawan di bidang penjualan maka penjualan produk perusahaan akan meningkat, begitu pula laba yang didapatkan oleh perusahaan. Dengan hasil kinerja di bidang penjualan yang optimal maka penjualan produk perusahaan juga akan meningkat, dan rentabilitas akan meningkat pula. Maka dari uraian diatas, hipotesis kedua adalah

**H2 : Terdapat pengaruh kinerja tenaga kerja terhadap Rentabilitas**

## 3. Hubungan Kinerja HAM Dan Rentabilitas

Konsep CSR jika dihubungkan dengan Hak Asasi Manusia akan tidak jauh berbeda dengan konsep CSR yang dihubungkan dengan tenaga kerja. Seperti halnya CSR yang dilakukan oleh perusahaan terhadap tenaga kerjanya, maka konsep CSR yang dihubungkan dengan Hak Asasi Manusia akan tertuju pada internal perusahaan (Nick Doren, 2011). Apabila di dalam praktek operasi perusahaan nilai-nilai HAM dijunjung tinggi maka akan menimbulkan suasana atau kondisi kerja yang lebih kondusif daripada perusahaan yang kurang memperhatikan nilai-nilai HAM di dalam operasinya. Nilai-nilai HAM yang perlu diperhatikan adalah ketika manajemen menghargai hak asasi kepada para tenaga kerjanya (GRI 3.0, 2006). Misalnya, hak untuk menjalankan ibadah shalat bagi para tenaga kerja yang beragama islam, maka manajemen harus memberikan waktu lebih pada saat jam istirahat saat bekerja. Dengan menjunjung nilai-nilai HAM maka kondisi kinerja pada perusahaan akan lebih kondusif dan tidak mengganggu karyawan dalam bekerja. Kondisi yang kondusif juga berarti akan menimbulkan suasana kerja yang lebih produktif. Jika perusahaan memiliki suasana kerja yang kondusif maka hasil produksi yang dihasilkan akan maksimal (GRI 3.0, 2006). Dengan kondisi kinerja yang lebih optimal maka akan mempengaruhi baik buruknya kinerja karyawan perusahaan pada umumnya, dan karyawan di bidang penjualan khususnya. Jika kinerja karyawan bidang penjualan lebih optimal dalam bekerja, maka penjualan produk perusahaan akan meningkat begitu pula dengan laba yang di dapat perusahaan. Maka dari uraian diatas diperoleh hipotesis ketiga yaitu:

**H3 : Terdapat pengaruh kinerja Hak Asasi Manusia terhadap Rentabilitas**

## 4. Hubungan Kinerja Sosial Masyarakat Dan Rentabilitas

Di dalam prakteknya, perusahaan juga harus mengetahui kondisi terjadi di dalam lingkungan sosial masyarakat itu sendiri. Karena apa yang terjadi di dalam lingkungan masyarakat juga akan menentukan nasib perusahaan itu sendiri. Posisi masyarakat yang mempunyai peran vital bagi perusahaan sebagai salah satu stakeholder perusahaan yaitu konsumen akan menjadi faktor penentu kelangsungan perusahaan (Siti A, 2011). Masyarakat akan menilai baik-buruknya perusahaan yang dapat dilihat dari kegiatan atau aktifitas perusahaan tersebut. CSR dapat dijadikan perusahaan sebagai strategi perusahaan untuk menarik simpati dari masyarakat. Karena apabila masyarakat sudah mempunyai penilaian baik kepada perusahaan maka akan timbul loyalitas masyarakat terhadap produk yang dihasilkan oleh perusahaan dan terus menjadikan produk perusahaan sebagai pilihannya (SME, 2007). Dengan timbulnya loyalitas masyarakat terhadap produk perusahaan, maka penjualan produk yang dilakukan juga akan meningkat. Karena CSR yang dilakukan perusahaan secara tidak langsung

menjadi media promosi bagi perusahaan untuk memperkenalkan produknya kepada masyarakat. Dengan tingkat penjualan produk yang tinggi maka rentabilitas perusahaan juga akan meningkat. Dari uraian diatas dapat diperoleh hipotesis selanjutnya, yaitu:

#### **H4 : Terdapat pengaruh kinerja Sosial Masyarakat terhadap Rentabilitas**

### **5. Hubungan Kinerja Tanggung Jawab Produk Dan Rentabilitas**

Isu mengenai masalah produk juga harus menjadi perhatian bagi perusahaan. Karena produk merupakan cerminan dan output dari perusahaan. Perhatian terhadap produk dapat dilakukan perusahaan dengan menjaga keamanan serta kualitas produk itu sendiri. Perhatian terhadap produk dimulai dari proses produksi hingga produk tersebut dikonsumsi oleh masyarakat. Produk yang terjaga keamanan dan kualitasnya akan lebih mudah untuk diterima oleh masyarakat. Melalui CSR perusahaan dapat menjaga dan mengontrol produk yang sudah dihasilkannya. Serta melalui CSR pula perusahaan dapat mengetahui apa yang diinginkan masyarakat terhadap produknya (GRI 3.0,2006). Kondisi produk yang sesuai selera dan keinginan masyarakat akan membuat produk tersebut selalu dipilih oleh masyarakat (Alfia, 2008). Dengan permintaan produk yang tinggi dari konsumen maka tingkat penjualan juga akan meningkat. Peningkatan penjualan berarti tingkat rentabilitas atau laba perusahaan juga akan meningkat. Maka dari uraian diatas dapat diperoleh hipotesis ke lima, yaitu:

#### **H5 : Terdapat pengaruh kinerja Tanggung Jawab Produk terhadap Rentabilitas**

## **METODE PENELITIAN**

### **Variabel Penelitian**

Variabel independen dari penelitian ini adalah elemen *corporate social responsibility* yang sesuai dengan draft ISO 26000 yang dalam pengungkapannya menggunakan GRI 3.1 dan menggunakan lima indikator kinerja, yaitu lingkungan, tenaga kerja, HAM, Sosial Masyarakat, dan Tanggung jawab produk. Untuk tujuan itu, suatu *checklist* telah didesain mencakup kategori-kategori pengungkapan CSR yang sesuai dengan distribusi data perusahaan-perusahaan di Indonesia. Dalam indikator kinerja yang menjadi pengungkapan tersebut terdapat beberapa kategori. Untuk kinerja lingkungan terdapat 30 kategori, kinerja tenaga kerja terdapat 15 kategori, HAM terdapat 11 kategori, Sosial masyarakat terdapat 10 kategori, sedangkan tanggung jawab produk terdapat 9 kategori. Dan tiap kategori berisi tentang detail yang lebih baik tentang area pengungkapan yang spesifik dan ditandai dengan menggunakan kode 0 atau 1. Nilai 0 diberikan jika tidak ada informasi yang diungkapkan. Dan nilai 1 diberikan jika perusahaan telah melakukan beberapa kegiatan yang sesuai dengan kategori yang dikodekan. Sedangkan untuk menganalisis rasio rentabilitas akan dihitung menggunakan rumus ROE (*Return On Equity*), perhitungan ROE digunakan dalam menghitung rentabilitas karena sesuai dengan beberapa penelitian terdahulu yang menggunakan analisis ROE untuk menghitung hubungan CSR berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Rumus Perhitungan ROE adalah:

$$ROE = \frac{EAT}{Equity}$$

Keterangan:

ROE = Return On Equity Perusahaan

EAT = Laba Setelah pajak pada periode tertentu

Equity = Jumlah modal sendiri perusahaan i pada periode tertentu

### **Penentuan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan jenis *consumer goods* yang listing di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2009 – 2011. Sedangkan sampel adalah sebagian dari populasi (j. Supranto, 2001). Metode pengambilan sampel adalah "*Purposive Sampling*" artinya pengambilan sampel dengan mempertimbangkan karakteristik populasi. Populasi dalam penelitian ini adalah

perusahaan jenis *consumer goods* yang listing di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2009 - 2011. Sedangkan sampel adalah sebagian dari populasi (j. Supranto, 2001). Adapun metode pengambilan sampel adalah “*Purposive Sampling*” artinya pengambilan sampel dengan mempertimbangkan karakteristik populasi.

### Metode Analisis

Analisis yang digunakan untuk menilai variabilitas tanggung jawab sosial perusahaan sebagai variabel independen dengan rentabilitas sebagai variabel dependen adalah dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Analisis tersebut mencakup uji simultan (uji f), uji individual (uji t), serta uji hipotesis. Regresi juga dapat menilai hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen (Imam Ghazali, 2001). Model regresi yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah sebagai berikut:

$$Y = \beta + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + B_4X_4 + B_5X_5 + \varepsilon$$

Keterangan :

Y = Rentabilitas yang diukur dengan ROE

X<sub>1</sub> = Indikator Kinerja Lingkungan

X<sub>2</sub> = Indikator Kinerja Tenaga kerja

X<sub>3</sub> = Indikator Kinerja Hak Asasi Manusia b2

X<sub>4</sub> = Indikator Kinerja Sosial Masyarakat

X<sub>5</sub> = Indikator Kinerja Tanggung Jawab Produk

E = Error

Selain analisis regresi digunakan juga analisis uji asumsi klasik serta koefisien determinasi.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Deskripsi Sampel Penelitian

Berdasarkan data yang diperoleh dari laporan tahunan dan juga laporan keuangan perusahaan *consumer good's* periode tahun 2009 - 2011 yang diunduh dari web Bursa Efek Indonesia, [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) maka diperoleh data sampel yang akan digunakan sebagai objek penelitian pengaruh elemen *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap rasio rentabilitas yang akan diukur menggunakan ROE akan ditampilkan pada Tabel 1 berikut:

**Tabel 1**  
**Daftar Sampel Penelitian**

	<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah</b>
1	Jumlah Populasi Perusahaan <i>Consumer good's</i>	32 Perusahaan
2	Perusahaan <i>consumer good's</i> yang konsisten mengeluarkan laporan tahunan yang berakhir pada periode 2009- 2010	23 perusahaan
3	Perusahaan <i>consumer good's</i> yang konsisten mengeluarkan laporan keuangan yang berakhir pada periode 2010- 2011	23 Perusahaan
4	Jadi sampel yang digunakan untuk penelitian ini adalah sejumlah 23 perusahaan dengan 2 periode tahun, yaitu periode tahun 2008- 2009 dan 2009- 2010	46 Perusahaan

Sumber: Dari data penelitian yang diolah

### Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif akan menjelaskan deskripsi data dari seluruh variabel yang akan dimasukkan dalam model penelitian. Analisis statistik deskriptif akan memberikan suatu gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai minimum, maksimum, rata-rata (*mean*), standar deviasi dari masing- masing variabel penelitian. Lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 2:

**Tabel 2**  
**Hasil Statistik Deskriptif Variabel Dependent dan Independent**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Rentabilitas	46	-1.17	1.13	.1717	.35159
Lingkungan	46	.00	.66	.1552	.14225
Tenaga kerja	46	.06	.73	.3861	.15490
HAM	46	.00	.36	.1311	.08206
Sosial	46	.10	.50	.2783	.09168
Produk	46	.11	.66	.3396	.14998

Sumber: Dari data penelitian yang diolah

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah didalam model regresi ditemukan korelasi antar variabel bebas. Untuk mengetahuinya kita dapat melihat Tabel 3 di bawah ini:

**Tabel 3**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

Elemen CSR	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Lingkungan	.754	1.327
Tenaga Kerja	.846	1.181
HAM	.684	1.462
Sosial	.915	1.093
Produk	.731	1.367

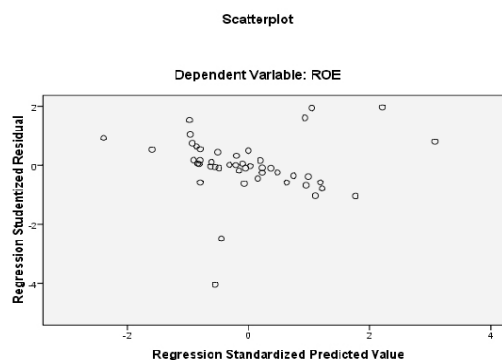
Sumber: Dari data penelitian yang diolah

Jika dilihat dari hasil perhitungan Tabel 3 di atas, maka hasilnya adalah nilai tolerance menunjukkan tidak ada variabel yang memiliki nilai tolerance yang kurang dari 10% (Tolerance < 10%) yang berarti tidak ada korelasi antar variabel bebas yang nilainya lebih dari 95%. Dan hasil perhitungan nilai *variance inflation factor* (VIF) juga menunjukkan hal yang sama yaitu tidak ada satupun variabel yang memiliki nilai VIF yang lebih dari 10 (VIF > 10). Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi.

#### Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari satu residual satu ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut *homokedastisitas* dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Dan untuk menganalisis apakah model regresi mengandung heterokedastisitas atau tidak dapat dilihat pada grafik scatterplot di bawah ini:

**Gambar 1**



Jika dilihat dari grafik scatterplot pada Gambar 1 di atas maka terlihat titik- titik menyebar secara acak tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi rentabilitas berdasarkan masukan variabel bebas atau independent yaitu lingkungan, tenaga kerja, HAM, sosial masyarakat, dan tanggung jawab produk.

**Uji Autokorelasi**

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam satu model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 atau sebelumnya. Untuk menguji apakah terdapat autokorelasi atau tidak maka digunakan uji Durbin-Watson (DW Test). Hasilnya dapat dilihat dari Tabel 4 di bawah ini:

**Tabel 4**  
**Hasil Uji Autokorelasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.509 <sup>a</sup>	.259	.167	.32093	2.320

Sumber: Dari data penelitian yang diolah

Nilai DW berdasarkan tabel di atas adalah sebesar 2,320. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai tabel dengan menggunakan derajat kepercayaan, jumlah sampel yaitu 46 dan jumlah variabel bebas 5, maka di tabel Durbin-Watson akan didapatkan nilai sebagai berikut:

**Tabel 5**  
**Tabel Perhitungan Durbin-Watson**

K = 5		
N	dl	du
15	0,56	2,21
50	1,34	1,77

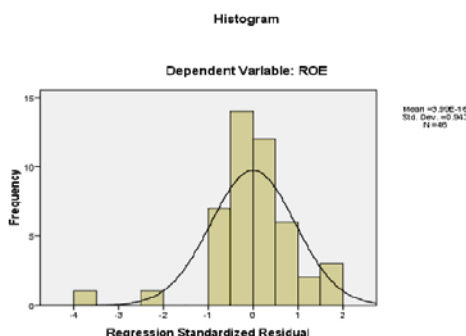
Sumber: Dari data penelitian yang diolah

Karena pada tabel Durbin Watson tidak ada sampel 46, maka diambil sampel dengan jumlah nilai 50 karena yang mendekati. Maka didapat nilai dl yaitu 1,34 dan du 1,77. Hasilnya nilai DW untuk model regresi indikator lingkungan, tenaga kerja, HAM, sosial masyarakat, dan tanggung jawab produk berada diantara nilai du dan 4- du, yaitu  $1,77 < 2,32 < 2,33$ . Dan setelah dilihat dari perhitungan tersebut, maka hasilnya tidak ada autokorelasi pada model regresi dalam penelitian ini.

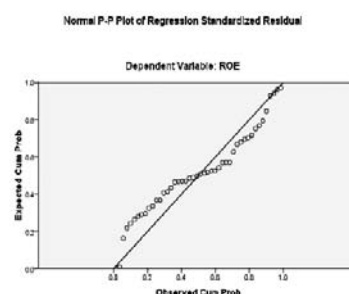
**Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel- variabelnya memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang berdistribusi normal atau mendekati normal (Imam Ghozali, 2001). Pengujian ini dilakukan dengan menganalisis grafik di bawah ini.

**Gambar 2**



**Gambar 3**



Dengan melihat tampilan grafik histogram pada Gambar 2 maupun grafik normal plot pada Gambar 3 dapat dilihat bahwa grafik histogram memberikan pola distribusi yang mendekati normal. Sedangkan pada grafik normal plot terlihat titik-titik menyebar disekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Kedua grafik menunjukkan model regresi layak dipakai karena memenuhi asumsi normalitas.

### Pembahasan Hasil Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat apakah terdapat pengaruh antara indikator kinerja lingkungan, tenaga kerja, HAM, sosial masyarakat, serta tanggung jawab produk dan rentabilitas yang diukur menggunakan ROE. Berdasarkan perhitungan regresi berganda yang menggunakan SPSS, maka hasilnya nampak pada Tabel 6.

**Tabel 6**  
**Ringkasan Hasil Uji Hipotesis**

No	Elemen CSR	t	Sig.	Hasil		
				t tabel	Sig. 5%	Pengaruh
1	Lingkungan	2.387	.022	$2,387 \geq 2,013$	$0,022 < 0,05$	Ada
2	Tenaga Kerja	-1.504	.141	$-2,013 \leq -1,504 \leq 2,013$	$0,141 > 0,05$	Tidak
3	HAM	-1.502	.141	$-2,013 \leq -1,502 \leq 2,013$	$0,141 > 0,05$	Tidak
4	Sosial Masyarakat	2.083	.044	$2,083 \geq 2,013$	$0,044 < 0,05$	Ada
5	Tanggung Jawab Produk	.853	.399	$-2,013 \leq 0,853 \leq 2,013$	$0,399 > 0,05$	Tidak

Sumber: Dari data penelitian yang diolah

Dari hasil pengujian di atas dapat dilihat bahwa kinerja lingkungan mempunyai tingkat signifikansi 0,022 yang berarti indikator lingkungan mempunyai pengaruh terhadap rentabilitas karena jika dihitung menggunakan derajat kepercayaan 5% maka  $0,022 < 0,05$ . Dari Tabel 2 hasil analisis deskriptif bisa diketahui tujuh perusahaan yang konsisten selama 2 tahun melakukan aktivitas CSR kinerja lingkungan secara baik. Hal ini dapat dilihat dari jumlah presentase dari tujuh perusahaan yang melebihi rata-rata presentase jumlah perusahaan lainnya dalam melaporkan aktivitas CSR kinerja lingkungan yaitu 15%. Tujuh perusahaan ini mempunyai presentase aktivitas CSR kinerja lingkungan diatas presentase rata-rata perusahaan lainnya, dan tujuh perusahaan itu adalah PT Gudang Garam, PT Kalbe Farma, PT Unilever Indonesia, PT Multi Bintang Indonesia, PT Akhasa Wira International, PT Prydam Farma Indonesia, PT Schering-Plough Indonesia. Sedangkan perusahaan yang paling sering melaporkan aktivitas CSR dalam 2 tahun terakhir adalah PT Kalbe Farma, dan perusahaan yang paling sedikit melaporkan aktivitas CSR dalam 2 tahun terakhir adalah PT Sekar laut. Sedangkan untuk analisis rentabilitas perusahaan yang dilihat dari Tabel 2, maka terdapat 10 perusahaan yang mempunyai nilai rentabilitas diatas rata-rata. Rata-rata untuk perusahaan consumer good's adalah 17%. Perusahaan yang mempunyai nilai rentabilitas yang tinggi adalah PT Gudang Garam, PT Kalbe Farma, PT Unilever Indonesia, PT Delta Jakarta, PT Tempo Scan Pacific, PT Multi Bintang Indonesia, PT Akhasa Wira Internasional, PT Merck, PT Mayora Indah, dan PT Indofood Sukses Makmur.

Dari jumlah 23 perusahaan *consumer good's* hanya terdapat tujuh perusahaan yang konsisten melaksanakan aktivitas CSR dengan baik. Walaupun hanya terdapat tujuh perusahaan yang melakukan aktivitas CSR kinerja lingkungan dengan baik tetapi sudah menggambarkan bahwa perusahaan *consumer good's* sudah melakukan aktivitas CSR kinerja lingkungan dengan baik. Hal tersebut mampu dibuktikan dengan melihat Tabel 2, yang menggambarkan bahwa dari tujuh perusahaan yang mempunyai aktivitas CSR Kinerja lingkungan baik terdapat lima perusahaan yang juga mempunyai tingkat rentabilitas yang tinggi. Fakta tersebut dapat menggambarkan bahwa aktifitas CSR kinerja lingkungan yang baik dapat mempengaruhi tingkat rentabilitas suatu perusahaan. Perusahaan yang mempunyai nilai aktifitas CSR kinerja lingkungan



yang baik serta tingkat rentabilitas yang tinggi adalah PT Gudang Garam, PT Kalbe Farma, PT Unilever Indonesia, PT Multi Bintang Indonesia, dan PT Akhasa Wira International. Hal tersebut dapat terjadi karena jika perusahaan melakukan suatu tindakan yang berhubungan dengan lingkungan maka perusahaan secara langsung memperlihatkan bentuk tanggung jawabnya terhadap lingkungan sekitar. Dengan perusahaan memperlihatkan perhatian terhadap lingkungan sekitar, maka secara tidak langsung masyarakat menilai bahwa perusahaan mempunyai perhatian yang besar terhadap lingkungan. Terlepas dari apakah perusahaan hanya melakukan CSR yang menitik beratkan hanya pada sektor lingkungan. Karena hal tersebut sudah bisa memperlihatkan kepada masyarakat bahwa perusahaan sudah melakukan tanggung jawab sosialnya melalui CSR. Seperti yang sudah dijelaskan diatas, pada jaman modern saat ini masyarakat sebagai salah satu *stakeholder* akan cenderung memilih produk yang berasal dari perusahaan yang mempunyai perhatian lingkungan sekitar. Dengan terus mendapat perhatian dan disukai oleh masyarakat sebagai konsumen, maka secara langsung penjualan produk perusahaan juga akan meningkat begitu juga dengan profit atau laba perusahaan. Hasil yang di dapat dari penelitian ini untuk hipotesis pertama yaitu kinerja lingkungan yang berpengaruh terhadap rentabilitas berbeda dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh I Dewa Ketut Yudyadhana (2011), yang menyatakan bahwa aktivitas CSR tidak berpengaruh terhadap rentabilitas. Hal ini dapat terjadi karena akitivitas CSR yang dilakukan perusahaan secara tidak langsung dapat digunakan sebagai media promosi yang dapat meningkatkan penjualan dan memaksimalkan laba.

Dari hasil pengujian kinerja tenaga kerja terhadap rentabilitas yang dapat dilihat pada tabel di atas. Kinerja tenaga kerja mempunyai tingkat signifikansi sebesar 0,141 yang berarti bahwa indikator kinerja tenaga kerja tidak mempunyai pengaruh terhadap rentabilitas karena jika dihitung menggunakan derajat kepercayaan 5% maka  $0,141 > 0,05$ . Dari Tabel 2 hasil analisis deskriptif bisa diketahui sepuluh perusahaan yang konsisten selama 2 tahun melakukan aktivitas CSR kinerja lingkungan secara baik. Hal ini dapat dilihat dari jumlah presentase dari sepuluh perusahaan yang melebihi rata-rata presentase jumlah perusahaan lainnya dalam melaporkan aktivitas CSR kinerja tenaga kerja yaitu 38%. Sepuluh perusahaan ini mempunyai presentase aktivitas CSR kinerja tenaga kerja diatas presentase rata-rata perusahaan lainnya, dan sepuluh perusahaan itu adalah PT Kalbe Farma, PT Unilever Indonesia, PT Akhasa Wira International, PT Schering-Plough Indonesia, PT Kimia Farma, PT Kedawung Setia Industrial, PT Kedaung Indah Can, PT MERCK, PT Indofood Sukses Makmur, dan PT Prasadha Aneka Niaga. Sedangkan perusahaan yang paling sering melaporkan aktivitas CSR dalam 2 tahun terakhir adalah PT Kimia Farma, dan perusahaan yang paling sedikit melaporkan aktivitas CSR dalam 2 tahun terakhir adalah PT Cahaya Kalbar.

Dari 23 jumlah perusahaan *Consumer good's* terdapat sepuluh perusahaan yang konsisten melaporkan aktivitas CSR kinerja tenaga kerja. Walaupun terdapat banyak perusahaan yang melaksanakan aktivitas CSR terhadap tenaga kerja, tetapi hal ini tidak berpengaruh terhadap penjualan produk atau rentabilitas secara langsung. Hal itu dapat terjadi karena aktivitas CSR yang dilakukan perusahaan fokus kepada internal perusahaan yang bertujuan untuk mendapatkan kondisi kerja yang lebih baik, yang tidak berpengaruh langsung terhadap penjualan produk perusahaan maupun rentabilitas perusahaan. Hal tersebut mampu dibuktikan dengan melihat Tabel 2, yang menjelaskan bahwa dari sepuluh perusahaan yang mempunyai aktivitas CSR Kinerja tenaga kerja baik hanya terdapat lima perusahaan yang juga mempunyai tingkat rentabilitas yang tinggi. Fakta tersebut dapat menggambarkan bahwa aktifitas CSR kinerja tenaga kerja yang baik belum tentu dapat mempengaruhi tingkat rentabilitas suatu perusahaan. Perusahaan yang mempunyai nilai aktifitas CSR kinerja tenaga kerja yang baik serta tingkat rentabilitas yang tinggi adalah PT Kalbe Farma, PT Unilever Indonesia, PT Multi Bintang Indonesia PT Akhasa Wira International dan PT MERCK. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh I Dewa ketut Yudyadhana (2011) yang menyatakan bahwa kinerja tenaga kerja tidak berpengaruh terhadap rentabilitas perusahaan.

Dari hasil pengujian kinerja HAM terhadap rentabilitas yang dapat dilihat pada tabel di atas, maka kinerja HAM mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,141. Jika dibandingkan dengan derajat kepercayaan 5% yaitu 0,05 maka indikator HAM ini tidak berpengaruh terhadap rentabilitas

karena  $0,141 > 0,05$ . Dari Tabel 2 hasil analisis deskriptif bisa diketahui hanya tiga perusahaan yang konsisten selama 2 tahun melakukan aktivitas CSR kinerja HAM secara baik. Hal ini dapat dilihat dari jumlah presentase dari tiga perusahaan yang melebihi rata-rata presentase jumlah perusahaan lainnya dalam melaporkan aktivitas CSR kinerja HAM yaitu 13%. Tiga perusahaan ini mempunyai presentase aktivitas CSR kinerja HAM diatas presentase rata-rata perusahaan lainnya, dan tiga perusahaan itu adalah PT Kalbe Farma, PT Kimia Farma, dan PT Indofarma. Sedangkan perusahaan yang paling sering melaporkan aktivitas CSR dalam 2 tahun terakhir adalah PT Indofarma dan perusahaan yang paling sedikit melaporkan aktivitas CSR dalam 2 tahun terakhir adalah PT Davomas Abadi dan PT Kedaung Indah Can.

Dari 23 jumlah perusahaan *consumer good's* hanya terdapat 3 perusahaan yang melakukan aktivitas CSR kinerja HAM dengan baik. Walaupun dapat dilihat bahwa semua perusahaan *consumer good's* telah melaksanakan aktivitas CSR, tetapi aktivitas CSR kinerja HAM tidak berpengaruh terhadap rentabilitas perusahaan. Sama halnya dengan kinerja tenaga kerja bahwa program CSR yang dilakukan perusahaan untuk kepatuhan terhadap nilai-nilai HAM di lingkungan perusahaan ditujukan pada internal perusahaan yang bertujuan untuk lebih mengkonduksifkan lingkungan kerja agar kinerja para karyawan dapat optimal, tetapi kondisi kerja internal yang baik tidak akan berpengaruh langsung terhadap penjualan produk perusahaan maupun laba serta rentabilitas perusahaan. Hal tersebut mampu dibuktikan dengan melihat Tabel 2, yang menjelaskan bahwa dari tiga perusahaan yang mempunyai aktivitas CSR Kinerja HAM baik hanya terdapat satu perusahaan yang juga mempunyai tingkat rentabilitas yang tinggi. Fakta tersebut dapat menggambarkan bahwa aktifitas CSR kinerja HAM yang baik belum tentu dapat mempengaruhi tingkat rentabilitas suatu perusahaan. Perusahaan yang mempunyai nilai aktifitas CSR kinerja HAM yang baik serta tingkat rentabilitas yang tinggi adalah PT Kalbe Farma. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh I Dewa ketut Yudyadhana (2011) yang menyatakan bahwa kinerja HAM tidak berpengaruh terhadap rentabilitas perusahaan.

Dari hasil pengujian kinerja sosial masyarakat terhadap rentabilitas yang dapat dilihat pada tabel di atas, maka kinerja sosial masyarakat mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,044. Berarti kinerja sosial masyarakat mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap rentabilitas karena jika diukur dengan derajat kepercayaan 5% maka  $0,044 < 0,05$ . Dari Tabel 2 hasil analisis deskriptif bisa diketahui 12 perusahaan yang konsisten selama 2 tahun melakukan aktivitas CSR kinerja sosial masyarakat secara baik. Hal ini dapat dilihat dari jumlah presentase dari 12 perusahaan yang melebihi rata-rata presentase jumlah perusahaan lainnya dalam melaporkan aktivitas CSR kinerja sosial masyarakat yaitu 27%. Ke 12 perusahaan ini mempunyai presentase aktivitas CSR kinerja sosial masyarakat diatas presentase rata-rata perusahaan lainnya, dan 12 perusahaan itu adalah PT Gudang Garam, PT Unilever Indonesia, PT Tempo Scan Pacific, PT Multi Bintang Indonesia, PT Darya-Varia, PT Kimia Farma, PT Mandom Indonesia, PT Prydam Farma Indonesia, PT Indofood Sukses Makmur, PT Indofarma, PT Bentoel International dan PT Prasadha Aneka Niaga. Sedangkan perusahaan yang paling sering melaporkan aktivitas CSR dalam 2 tahun terakhir adalah PT Multi Bintang Indonesia, dan perusahaan yang paling sedikit melaporkan aktivitas CSR dalam 2 tahun terakhir adalah PT Kedaung Indah Can. Dari 23 jumlah perusahaan *consumer good's* terdapat 12 perusahaan yang konsisten melaporkan aktivitas CSR kinerja sosial masyarakat. Banyak nya jumlah perusahaan yang melakukan aktivitas CSR kinerja sosial menandakan bahwa aktivitas sosial masyarakat memang berpengaruh terhadap penjualan produk dari perusahaan serta rentabilitas tu sendiri. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan melihat Tabel 2, yang dapat menggambarkan dari 12 perusahaan yang mempunyai aktivitas CSR Kinerja sosial masyarakat baik terdapat lima perusahaan yang juga mempunyai tingkat rentabilitas yang tinggi. Fakta tersebut dapat menggambarkan bahwa aktifitas CSR kinerja sosial masyarakat yang baik dapat mempengaruhi tingkat rentabilitas suatu perusahaan. Perusahaan yang mempunyai nilai aktifitas CSR kinerja sosial masyarakat yang baik serta tingkat rentabilitas yang tinggi adalah PT Gudang Garam, PT Unilever Indonesia, PT Tempo Scan Pacific, PT Multi Bintang Indonesia, dan PT Indofood Sukses Makmur.

Hal ini dapat terjadi karena aktivitas CSR yang dilakukan perusahaan terhadap sosial masyarakat akan selalu mendapatkan perhatian langsung dari masyarakat. Seperti pengadaan program-program yang dilakukan perusahaan yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan

masyarakat sekitar maupun masyarakat luas akan mampu memperlihatkan bahwa perusahaan melakukan tanggung jawab sosial perusahaannya. Dengan menjalankan aktivitas CSR secara berkelanjutan dan terus mendapat perhatian serta mendapat penilaian yang baik dari masyarakat atau konsumen, maka produk perusahaan juga akan semakin disenangi oleh masyarakat sebagai konsumen. Dan target penjualan akan selalu tercapai, begitu pula dengan laba atau profit yang diperoleh oleh perusahaan. Maka dari itu kinerja sosial masyarakat akan selalu berpengaruh terhadap rentabilitas atau profitabilitas perusahaan. Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh I Dewa Ketut Yudyadhana (2011) yang menyatakan bahwa kinerja sosial masyarakat tidak berpengaruh terhadap rentabilitas dan sekarang diuji kembali dan didapatkan hasil yang berbeda. Hal ini dapat terjadi karena aktivitas CSR terhadap sosial masyarakat yang dilakukan oleh perusahaan secara terus menerus akan secara langsung memberikan pandangan kepada masyarakat bahwa perusahaan memiliki perhatian langsung kepada lingkungan sosial serta aktivitas CSR ini secara tidak langsung dapat berfungsi sebagai media promosi gratis bagi perusahaan yang dapat meningkatkan penjualan produknya dan dapat memaksimalkan laba maupun rentabilitas perusahaan.

Dari hasil pengujian di atas untuk indikator kinerja tanggung jawab produk dapat dilihat pada tabel di atas. Dapat dilihat pada tabel bahwa kinerja tanggung jawab produk mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,853. Berarti kinerja tanggung jawab produk mempunyai tidak mempunyai pengaruh terhadap rentabilitas atau profitabilitas. Dari Tabel 2 hasil analisis deskriptif bisa diketahui ada sebelas perusahaan yang konsisten selama 2 tahun melakukan aktivitas CSR kinerja tanggung jawab produk secara baik. Hal ini dapat dilihat dari jumlah presentase dari sebelas perusahaan yang melebihi rata-rata presentase jumlah perusahaan lainnya dalam melaporkan aktivitas CSR kinerja tanggung jawab produk yaitu 33%. Sebelas perusahaan ini mempunyai presentase aktivitas CSR kinerja tanggung jawab produk diatas presentase rata-rata perusahaan lainnya, dan sebelas perusahaan itu adalah PT Gudang Garam, PT Kalbe Farma, PT Unilever Indonesia, PT Kimia Farma, PT Akhisa Wira International, PT Schering-Plough Indonesia, PT Kimia Farma, PT Kedawung Setia Industrial, PT MERCK, PT Mandom Indonesia, PT Cahaya Kalbar, PT Indofood Sukses Makmur, dan PT Schering-Plough Indonesia. Sedangkan perusahaan yang paling sering melaporkan aktivitas CSR dalam 2 tahun terakhir adalah PT Cahaya Kalbar, dan perusahaan yang paling sedikit melaporkan aktivitas CSR dalam 2 tahun terakhir adalah PT Davomas Abadi, PT Kedaung Indah Can, dan PT Sekar Laut. Dari 23 jumlah perusahaan consumer good's ada 11 perusahaan yang konsisten melakukan aktivitas CSR tanggung jawab produk dengan baik. Jumlah yang banyak bukan berarti akan secara langsung mempengaruhi penjualan produk dari perusahaan. Hal tersebut juga dijelaskan dengan melihat Tabel 2, yang menjelaskan bahwa dari 11 perusahaan yang mempunyai aktivitas CSR Kinerja tanggung jawab produk baik terdapat enam perusahaan yang juga mempunyai tingkat rentabilitas yang tinggi. Perusahaan yang mempunyai nilai aktifitas CSR kinerja tanggung jawab produk yang baik serta tingkat rentabilitas yang tinggi adalah PT Gudang Garam, PT Kalbe Farma, PT Unilever Indonesia, PT Akhisa Wira International, PT Merck, dan PT Indofood Sukses Makmur

Fakta yang dijelaskan diatas memang memperlihatkan bahwa dari 11 perusahaan yang mempunyai kinerja tanggung jawab produk terdapat enam perusahaan yang juga mempunyai tingkat rentabilitas yang tinggi. Rentabilitas yang tinggi dari perusahaan tersebut mungkin hanya sebagian yang berasal dari penjualan produk. Hal itu terjadi karena fenomena yang banyak terjadi saat ini adalah mengenai isu keamanan produk yang terus dipertanyakan oleh konsumen. Saat ini banyak sekali produk konsumtif yang biasa di konsumsi oleh masyarakat disalah gunakan oleh oknum tertentu dan dapat mengancam kesehatan dari para konsumen. Hal tersebut sangat berpengaruh terhadap menurunnya penjualan produk perusahaan. Maka dari itu aktivitas CSR mengenai tanggung jawab produk secara langsung tidak berpengaruh terhadap rentabilitas, apalagi jika diukur dalam jangka waktu yang pendek.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh I dewa Ketut Yudyadhana (2011) yang menyatakan bahwa kinerja tanggung jawab tidak berpengaruh terhadap rentabilitas perusahaan

## KESIMPULAN DAN KETERBATASAN

Dari penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan hasil analisis hipotesis pertama yang telah dilakukan, kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap rentabilitas.
2. Berdasarkan hasil analisis hipotesis kedua yang telah dilakukan, kinerja tenaga kerja tidak berpengaruh positif terhadap rentabilitas.
3. Berdasarkan hasil analisis hipotesis ketiga yang telah dilakukan, indikator kinerja HAM tidak berpengaruh positif terhadap rentabilitas.
4. Berdasarkan hasil analisis hipotesis keempat yang telah dilakukan, indikator kinerja Sosial Masyarakat berpengaruh positif terhadap rentabilitas.

Berdasarkan hasil analisis hipotesis kelima yang telah dilakukan, indikator kinerja tanggung jawab produk tidak berpengaruh positif terhadap rentabilitas. Dalam penelitian ini juga dapat ditemukan jawaban atas masalah- masalah yang dikemukakan pada rumusan masalah, yaitu:

1. Nilai elemen CSR yang mengandung tujuh subjek CSR yang diukur menggunakan indikator kinerja GRI 3.1 pada perusahaan *consumer good's* tidak semuanya bernilai tinggi, hanya pada perusahaan tertentu saja.
2. Tidak semua perusahaan dengan jenis *consumer good's* mematuhi ISO 26000 dalam aktifitas CSR perusahaan mereka yang pengungkapannya sesuai dengan GRI 3.1 tahun 2011.
3. Elemen CSR yang terdiri dari tujuh subjek CSR memberikan pengaruh terhadap rasio rentabilitas pada perusahaan *consumer good's* jika pengujiannya dilakukan secara simultan. Dan jika pengujiannya dilakukan secara parsial maka hanya tanggung jawab produk yang memberikan pengaruh terhadap rentabilitas.

Penelitian ini mempunyai beberapa keterbatasan, dan keterbatasan tersebut diantaranya adalah variabel dependen yang digunakan yaitu rentabilitas yang hanya menggunakan ROE dalam pengukurannya dirasa kurang mewakili dari rasio rentabilitas itu sendiri sehingga hasil dari penelitian ini dirasa kurang maksimal. Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan pada penelitian maka saran penulis untuk penelitian selanjutnya adalah penelitian yang meneliti tentang tingkat kinerja keuangan perusahaan yang pengungkapannya menggunakan rasio keuangan rentabilitas sebaiknya tidak menggunakan satu skala pengukuran yaitu ROE, tetapi dapat menggunakan pengukuran yang lain misalnya ROA atau NPM

## REFERENSI

- Alfia. 2008. "Pengembangan masyarakat dalam CSR". Dalam, <http://alfia08.student.ipb.ac.id/2010/06/20/peranan-csr-dalam-pengembangan-masyarakat/>. Diakses tanggal 10 Juni tahun 2010.
- Andriyati, Siti. 2011. *Corporate Social Responsibility dan Kinerja Keuangan Perusahaan*. Penelitian yang tidak dipublikasikan. Universitas Islam Sultan Agung. Semarang
- Anggraini, Fr. Reni Retno. 2006. "Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan- Perusahaan yang Terdaftar di BEJ)", Simposium Nasional Akuntansi 9, Padang, 23-26 Agustus 2006.
- ASSOSIASI PROFESI CSR INDONESIA (APCSRI). 2009, dalam <http://apcsri.blogspot.com/>. Diakses tanggal 23 mei tahun 2009.
- Balabanis, George, Philips, Hugh C., Lyall, Jonathan "Corporate Social Responsibility & Economic Performance in the Top Brithis Companies: Are They Linked?", European Business Review, Vol 98, No 1, 1988, pp. 25-44.
- Belkaoui, Ahmad dan Philip G. Karpik. 1989. *Determinants of the Corporate Decision to Disclosure Sosial Information*. Accounting, Auditing and Accountability Journal. Vol 2, No 1, p 36-51.

- Budiawan, Prima. 2009. *ANALISIS KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN DITINJAU DARI RENTABILITAS, LIKUIDITAS DAN SOLVABILITAS*. Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah. Surakarta.
- Dahlia, L. dan Siregar, V. S. 2008. *Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2005 dan 2006)*. Symposium Nasional Akuntansi XI. Pontianak.
- Daniri, Ahmad. 2008. *STANDARISASI TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN*. Diakses pada tanggal 28 Juni 2008.
- Darwin, Ali. "Akuntabilitas, Kebutuhan, Pelaporan dan Pengungkapan CSR bagi perusahaan di Indonesia", IAI-KAM, *Ebar*, Edisi 3, September- Desember 2006.
- Darwin, Ali. 2004. "*Penerapan Sustainability Reporting di Indonesia*". Konveksi Nasional Akuntansi V, Program Lanjutan, Yogyakarta.
- Doren, Nick. 2011, dalam <http://catatanlepasnick.blogspot.com/2011/03/kaitan-antara-hubungan-corporate.html>. diakses bulan maret tahun 2011.
- Epstein, J Marc and Martin Freedman. 1994. "*Social Disclosure and the Individual Investor*". Accounting, Auditing & Accountability Journal, Vol 7 Iss: 4 pp.94-109.
- Freeman, R Edward, Andrew C. Wiks and Bidhan Pamar. 2004. *Stakeholder Theory "and The corporate Objective Revisited"*. Informs online. Organization Science [Http://orgsci.journal.informs.org/content/15/3/364.abstract](http://orgsci.journal.informs.org/content/15/3/364.abstract).
- Helmi, Syafrizal. 2009. *Rasio- Rasio Keuangan Perusahaan*. Dalam [www.wordpress.com](http://www.wordpress.com). Diakses pada tanggal 4 Maret 2009.
- Gabriel Cegarra Navarro, Juan and Aurora Martinez. 2009. *Linking corporate social responsibility with admiration through organizational outcomes*. [www.emerald.com](http://www.emerald.com). Social Responsibility Journal. Vol 5 No 4 2009.
- Ghozali, Imam, 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Global Reporting Initiative*. 2006. Versi 3.0.
- Global Reporting Initiative*. 2011. Versi 3.1.
- Gunarsih, T. 2003. "*Pengaruh Struktur Kepemilikan dalam Corporate Governance dan Strategi Diversifikasi terhadap Kinerja Perusahaan*". Disertasi yang tidak dipublikasikan, Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Hackson, David and Milne, Marcus J., (1996). "some Determinants of Social and Environmental Disclosures in New Zealand Companies", *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol 9, No , pp 77-108.
- ISO 26000. Draft 4.2 on *SocialResponsibility*.
- Jalal. 2008. *Buruk Kinerja CSR dibelah*. Lingkar Studi CSR Indonesia. Bogor
- ListrikIndonesia.com .2010. *Corporate Social Responsibility*. Dalam <http://www.listrikindonesia.com/corporate-social-responsibility-untuk-lingkungan-250.html>
- Payaman Simanjuntak, *Peranan Etika dalam Bisnis*, Informasi Hukum, Depnakertrans, Tahun VII 2005, Vol. 3.
- Rakhmawati, Desi. 2009. "*Pengaruh Struktur Kepemilikan, Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Perusahaan BUMN dan Non BUMN terhadap Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (CSR Disclosure) pada Perusahaan di BEI Tahun 2009*". Semarang.
- Rawi dan Munawar. 2008. "*Pengaruh Kepemilikan Manajemen, Kepemilikan Institusi, Leverage terhadap Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Manufaktur yang listing di*



- Bursa Efek Indonesia*". Tesis S2 Tidak dipublikasikan, Magister Sains Akuntansi Universitas Diponegoro. Semarang.
- Riyanto, Bambang. 2001. *Dasar- Dasar pembelanjaan perusahaan*: Edisi empat. Yogyakarta: BPFE.
- Roberts, H Diane and John P.Koeplin. 2007. *Sustainability Reporting Practices In Portugal*. International Business & economics Research Journal vol 9 no 6. <http://journals.cluteonline.com/idx.php/IBER/article/view/3403>.
- Samsian, Herani dan Gargaring. 2010. "*Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan dan Harga Saham*". <http://wordpress.com>
- Sembiring, Eddy Rismanda. 2005. "*Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggungjawab social: studi empiris pada perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia*". Simposium Nasional Akuntansi 8. Solo. 15-16 Agustus. 2005.
- SME. 2007. *SURVEI TENTANG CSR Konsumen Makin Peduli pada Isu Lingkungan*. Dalam <http://www.marketing.co.id/2007/07/01/survei-tentang-csr-konsumen-makin-peduli-pada-isu-lingkungan/>. Diakses pada tanggal 1 juli tahun 2007.
- Sugiyono, 2008. *Statistika untuk Penelitian*, Alfabeta, Bandung.
- Suharto, Edi. 2011 "*Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*", diunduh 11 Februari 2011, dalam <http://www.tekmira.esdm.go.id>
- Supranto, J. 2001. *Statistik: Teori dan Aplikasi*. Erlangga. Jakarta.
- Sutopoyudo. 2009. *Perusahaan Penerapan Corporate Social responsibility (CSR) terhadap profitabilitas perusahaan*. <http://.wordpress.com>. diakses tanggal 30 Oktober 2009.
- Tri Setyowati, Retno. 2008. *ANALISIS RASIO KEUANGAN UNTUK MENILAI KINERJA PERUSAHAAN CONSUMER GOODS (Perusahaan Kosmetik Yang Terdaftar Di Bursa Efek Jakarta )*. Surakarta.
- Van Horne, J. C dan Wachowiz, J. M. 1997. *Prinsip- prinsip Manajemen Keuangan*. Salemba Empat. Jakarta.
- WBCSD. "Corporate Social responsibility: meeting Changing Expectations". <http://www.wbcd.org/DocRoot/hbdf19Txjmk3kDxBQDWW/CSRmeeting.pdf>. Diakses tanggal 10 Mei 2010.
- Yusuf Wibisono, *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*, Gresik: Fascho Publishing, November 2007, hal 32.
- Zweibel. Jerrey. 1996. *Dynamic capital structure under managerial entrenchment*, American Economic Review 86, 1197 – 1215.

([www.idx.co.id](http://www.idx.co.id))

([www.google.com](http://www.google.com))