

**PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
(CSR) DALAM LAPORAN TAHUNAN TERHADAP HARGA SAHAM
DENGAN LABA PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Studi Empiris pada Perusahaan yang Listing Di BEI periode 2009 – 2013)**

Nurus Sjamsi, Firda Nosita, Arief Noviarahman Zagladi

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pancasetia Banjarmasin

Jl. A Yani Km 5,5 Banjarmasin, Kalimantan Selatan

e-mail : nursjam61.stiepan@gmail.com

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Pengungkapan CSR dalam laporan Tahunan perusahaan terhadap harga saham dengan laba sebagai variabel mediasi. Studi dilakukan terhadap perusahaan yang listing di Bursa Efek Indonesia periode 2009-2013 yang secara terus menerus melaporkan program CSR nya. Penentuan sampel dengan teknik *purposive sampling*, kriteria sampel dipilih adalah semua perusahaan yang listing di BEI secara terus menerus selama periode Tahun 2009 – 2013 berjumlah delapan perusahaan. Analisis data terhadap Model Struktural menggunakan metode analisis *Partial Least Square* (PLS) dengan bantuan aplikasi *Software SmartPLS* versi 2.0.M3. Hasil penelitian ini menemukan bahwa : (1) Pengungkapan CSR dalam laporan tahunan yang terdiri atas biaya pemantauan lingkungan, biaya pemantauan produk, biaya kesejahteraan dan biaya masyarakat berpengaruh terhadap laba perusahaan; (2) Pengungkapan CSR dalam laporan tahunan yang terdiri atas biaya pemantauan lingkungan, biaya pemantauan produk, biaya kesejahteraan dan biaya masyarakat berpengaruh terhadap harga saham perusahaan, dan (3) Laba perusahaan tidak berpengaruh terhadap harga saham perusahaan atau laba (*profit*) tidak memediasi pengaruh pengungkapan CSR dalam laporan tahunan terhadap harga saham.

Kata Kunci : *Corporate Social Responsibility, Laba (Profit) dan Harga Saham*

Latar Belakang

Tidak dapat dipungkiri bahwa pertumbuhan ekonomi suatu negara, sangat ditentukan seberapa besar investasi masuk ke suatu negara, selain juga dipengaruhi faktor ekonomi lainnya. Oleh karena itu, khususnya di negara-negara berkembang berusaha menyiapkan suatu prakondisi yang dapat mendorong masuknya investasi.

Di Indonesia, sejak awal pemerintahannya Jokowi & JK, menetapkan berbagai kebijakan yang dapat mendorong masuknya investasi (modal) ke Indonesia, antara lain adalah kemudahan dan percepatan pelayanan perijinan investasi. Namun seringkali kondisi ini tidak sejalan dengan sikap masyarakat terhadap masuknya investasi di sekitar mereka, karena tidak jarang masyarakat sekitar dimana investasi itu dijalankan tidak merasakan dampak positif bagi kehidupan mereka, bahkan

sebaliknya, tidak jarang menimbulkan dampak negatif seperti kerusakan lingkungan, kerusakan infrastruktur (jalan dan jembatan) yang menjadi jalur penting bagi perekonomian masyarakat sekitar sehingga menimbulkan konflik sosial.

Merupakan hal yang lumrah bila keberadaan suatu perusahaan adalah bertujuan untuk mencapai profit yang sebanyak-banyaknya. Namun yang sangat disayangkan, masih ada perusahaan-perusahaan yang terlalu terfokus kepada kegiatan ekonomi dan produksi yang mereka lakukan, sehingga melupakan keadaan masyarakat di sekitar wilayah beroperasinya dan juga melupakan aspek-aspek kelestarian lingkungan (<http://noanggie.wordpress.com/2008/04/07/penerapan-prinsip-tanggung-jawab-sosial-dan-lingkungan-perusahaan>). Profit itu harusnya dapat dihasilkan dengan perilaku etis yang megedepankan etika bisnis

yang baik dan dapat diterima oleh *stakeholders*. Berperilaku bisnis secara mulia, jujur, adil dan bertanggung jawab adalah kewajiban untuk menjaga eksistensi perusahaan agar diterima dengan baik dalam rantai bisnisnya. Namun, saat ini hal tersebut belum cukup bagi perusahaan. Perusahaan semakin menyadari bahwa CSR (*Corporate Social Responsibility*) juga diperlukan sebagai bentuk kepedulian terhadap kepentingan *stakeholder* (Rachman, Asep & Emir, 2011). Keberhasilan suatu perusahaan biasanya ditandai dengan kinerja keuangan yang positif baik dari segi pencapaian laba dan pertumbuhan perusahaan tersebut, namun ada hal lain yang tak kalah pentingnya menandai keberhasilan suatu perusahaan yaitu keberlangsungan (*sustainability*). Kunci utama pencapaian keberlangsungan adalah penerimaan publik akan kehadiran perusahaan (Miantini, 2014).

Pembangunan berkelanjutan harus dipahami dan dilaksanakan diberbagai tingkatan, baik pemerintah, perusahaan dan masyarakat, agar tercipta kondisi yang kondusif bagi iklim investasi dan dunia usaha yang harmonis dan memberi manfaat bagi semua pihak. Dalam hal ini tepat konsep pembangunan berkelanjutan yang mencakup tiga kebijakan, yaitu pembangunan ekonomi, pembangunan sosial dan perlindungan lingkungan yang oleh John Elkington digambarkan sebagai bagan *triple bottom line*, (Rachman, Asep & Emir, 2011), dalam pendekatan Profit (keuntungan), People (masyarakat) dan Planet (lingkungan), (Wibisono: 2007 dalam Miantini : 2014).

Dalam sepuluh tahun terakhir, isu tentang CSR telah menjadi familiar diranah para pemangku kepentingan dan diyakini merupakan suatu cara yang dirancang dapat dilaksanakan untuk menjawab tantangan agar pagar sosial (istilah yang digunakan PT.HM Sampurna) dapat terjaga dan dapat mendukung keberlangsungan usaha sehingga dapat menjamin keberlanjutan investasi dalam dimensi pembangunan ekonomi, pembangunan sosial dan perlindungan lingkungan. Oleh karena itulah banyak perusahaan menjadikan CSR sebagai salah satu strategi manajemen resiko dalam operasional perusahaan. Perkembangan

selanjutnya berkenaan dengan pengelolaan CSR, adalah bergesernya pengelolaan CSR yang semula merupakan kegiatan kesukarelaan perusahaan (*phylantropy* = sumbangan kemanusiaan) yang sering kali bersifat spontanitas dan belum terkelola dengan baik, menjadi kewajiban perusahaan. Hal senada sudah dinyatakan oleh Rachman, Asep dan Emir (2011), bahwa CSR bukan hanya sebuah kesukarelaan, tetapi telah menjadi tuntutan agar perusahaan bisa bertahan dan berkembang.

Terbitnya Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan terbatas (PT) secara substansial memuat materi CSR yang diatur dalam Pasal 74 ayat (1) : bahwa Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL). Oleh karenanya CSR merupakan kewajiban yang diatur oleh undang-undang. Pelaku bisnis tidak hanya dituntut untuk memperoleh keuntungan dari lapangan usahanya, melainkan mereka juga diminta untuk memberikan kontribusi positif terhadap lingkungan sosialnya. Banyak penelitian yang menunjukkan bahwa CSR dan pengembangan hubungan yang konstruktif dengan stakeholder turut menentukan keberhasilan perusahaan dalam jangka panjang. (Rachman, Asep & Emir, 2011). Namun demikian, pengaturan CSR di dalam peraturan perundangan-undangan Indonesia tersebut masih menciptakan kontroversi dan kritikan. Kalangan pebisnis memandang CSR sebagai suatu kegiatan sukarela, sehingga tidak diperlukan pengaturan di dalam peraturan perundang-undangan. Menurut Ketua Umum Kadin, Mohammad S. Hidayat, CSR adalah kegiatan di luar kewajiban perusahaan yang umum dan sudah ditetapkan dalam perundang-undangan formal, sehingga jika diatur akan bertentangan dengan prinsip kerelaan dan akan memberikan beban baru kepada dunia usaha (<http://noanggie.wordpress.com/2008/04/07/penerapan-prinsip-tanggung-jawab-sosial-dan-lingkungan-perusahaan>).

Persoalan yang kemudian timbul adalah bagaimana pengungkapan CSR dalam perlakuan akuntansi perusahaan? Undang-

Undang tidak secara eksplisit menunjukkan apakah dana CSR dialokasikan sebagai biaya yang otomatis akan memengaruhi laba ataukah merupakan persentase bagian laba bersih yang dialokasikan sebagai pendanaan bagi program CSR?

Menurut Sulasi Rongiyati (2008), TJSL sebagaimana dimaksud pada UU PT, pasal 74 ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. Penempatan anggaran TJSL sebagai biaya perseroan dimaksudkan agar pelaksanaannya tidak membebani laba perusahaan yang dapat berimbang pada penurunan laba perusahaan atau bahkan kerugian bagi perusahaan. Artinya biaya pelaksanaan TJSL pada akhir tahun buku harus diperhitungkan sebagai salah satu pengeluaran perseroan. Agar dapat diperhitungkan sebagai biaya pengurang penghasilan kena pajak (PPKP), maka rencana kegiatan TJSL yang akan dilaksanakan dan anggaran yang dibutuhkan wajib dimuat dalam rencana kerja tahunan. Disamping itu dengan memperhatikan ketentuan pajak yang berlaku, biaya pelaksanaan TJSL harus merupakan biaya yang dikeluarkan perseroan untuk mendapatkan, menagih dan memelihara penghasilan. Sementara itu berdasarkan UU No. 19 Tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara yang mengatur penyisihan sebagian laba bersih Badan Usaha Milik Negara (BUMN) untuk keperluan pembinaan usaha kecil/ koperasi serta pembinaan masyarakat sekitar BUMN, sebagaimana tercantum dalam Pasal 88 Ayat (1). Selanjutnya Keputusan Menteri BUMN No. 23/MBU/ 2003 tentang Pedoman Pelaksanaan Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan, sebagai ketentuan lebih lanjut dari Pasal 88 Ayat (1) UU BUMN antara lain mengatur besaran penyisihan laba setelah pajak maksimal 1% (satu persen) melalui penetapan Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS). Demikian juga di beberapa perusahaan tambang praktik CSR yang dikenal dengan program *Community*

Developmen (CD), dananya dialokasikan dari bagi hasil laba bersih perusahaan.

Meskipun berbeda perlakuan akuntansinya, pengungkapan dana CSR diharapkan dapat mencapai secara seimbang antara tujuan pencapaian ekonomis, sosial dan pelestarian lingkungan, sebagaimana pertimbangan hukum Putusan MK Nomor 53/PUU-VI/2008 dalam perkara permohonan pengujian UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas terhadap UUD Tahun 1945, bahwa Pengungkapan informasi TJSL dalam laporan tahunan juga merupakan salah satu cara perusahaan untuk membangun, mempertahankan, dan melegitimasi kontribusi perusahaan dari sisi ekonomi dan politis. Demikian juga pendapat Mas Akhmad Daniri, Ketua Komite Nasional Kebijakan Governance dalam kata Pengantar Buku panduan Lengkap Perencanaan CSR (2008), menyatakan bahwa CSR sebagai media untuk memberikan manfaat pada stakeholder dan upaya untuk memperkuat kinerja perusahaan, sekaligus pembangunan berkelanjutan. Melalui pandangan ini, CSR seharusnya menjadi bagian integral dari strategi perusahaan.

Berdasarkan latar belakang di atas dan ditengah kontroversi CSR tersebut, melalui studi empiris terhadap laporan keuangan perusahaan yang listing di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009-2013, bahwa CSR yang diukur melalui pengungkapan : biaya pemantauan lingkungan, biaya pemantauan produksi, biaya kesejahteraan dan biaya masyarakat, seharusnya tidak mengurangi capaian laba perusahaan dan dapat meningkatkan kinerja perusahaan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah pengungkapan CSR dalam laporan tahunan berpengaruh terhadap laba perusahaan yang listing di BEI Tahun 2009-2013 ?
2. Apakah pengungkapan CSR dalam laporan tahunan berpengaruh terhadap harga saham perusahaan yang listing di BEI tahun 2009-2013?
3. Apakah laba Perusahaan memengaruhi harga saham perusahaan yang listing di BEI Tahun 2009-2013?

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wacana baru bagi para pengambil kebijakan di perusahaan dan stakeholders, terkait program CSR di Perusahaan. Pada sisi lainnya juga untuk mengefektifkan kegiatan CSR yang tepat sasaran, dan sesuai kebutuhan *stakeholders*. Bagi para pembaca, calon investor dan Badan Otoritas Pasar Modal, informasi yang diperoleh dari hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan terkait temuan yang menghubungkan pengungkapan program CSR dalam laporan keuangan tahunan dan pengaruhnya terhadap pembentukan laba dan perkembangan harga saham. Sedangkan bagi para mahasiswa yang tertarik dengan topik CSR dan Laporan keuangan, dapat menjadi bahan untuk penelitian lebih lanjut dan mendalam sehingga dapat menghasilkan generalisasi.

Kajian Literatur

Beberapa pengertian terkait dengan variabel-variabel dalam penelitian ini dijelaskan sebagai berikut :

1. *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Berbagai pengertian tentang CSR, Menurut Philip Kotler (dalam Rachman, Asep & Emir, 2011), CSR dikatakan sebagai *discretionary* yang dalam arti luas berarti sesuatu yang perlu dilakukan, sedangkan menurut *World Business Council for Sustainable Development*, CSR bukan sekadar *discretionary*, tetapi suatu komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan melalui kerjasama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan. (Anwar, Siti dan Gagaring, 2009). Sedangkan menurut Pearce & Robinson dalam buku yang berjudul *Manajemen Strategis* (dialih bahasakan oleh Yanivi Bachtiar dan Christine), mengemukakan bahwa: “Tanggung jawab sosial perusahaan adalah gagasan bahwa suatu perusahaan memiliki tugas untuk melayani masyarakat sekaligus

kepentingan keuangan pemegang sahamnya”. Sulasi Rongiyati (2008), memberikan pengertian bahwa CSR diartikan sebagai kumpulan kebijakan dan praktik yang berhubungan dengan *stakeholders*, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat dan lingkungan, serta komitmen perusahaan untuk memberikan kontribusi dalam pembangunan berkelanjutan. Dan International *Organization for Standardization (ISO)* 2006 menterjemahkan tanggung jawab sosial sebagai tanggung jawab suatu organisasi atas dampak dari keputusan dan aktivitasnya terhadap masyarakat dan lingkungan melalui perlakuan yang transparan dan etis yang konsisten dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat, memperhatikan kepentingan para *stakeholders*, sesuai hukum yang berlaku dan konsisten dengan norma-norma internasional, serta terintegrasi di seluruh aktivitas organisasi baik kegiatan, produk maupun jasa. Dan yang cukup menarik adalah definisi CSR yang dibuat lingkaran studi CSR Indonesia, yakni “ upaya sungguh-sungguh dari entitas bisnis untuk meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif operasinya terhadap seluruh pemangku kepentingan dalam ranah ekonomi, sosial dan lingkungan agar mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan” (Rachman, Asep & Emir, 2011).

Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, CSR secara substansial disebutkan dalam Pasal 74 (1) sebagai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL), bahwa Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL). Maka subyek yang dikenai kewajiban melaksanakan TJSL. dimaksud adalah “perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang sumber daya alam” yaitu perseroan yang kegiatan usahanya mengelola dan memanfaatkan sumber daya alam. Sedangkan yang dimaksud

dengan “perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya yang berkaitan dengan sumber daya alam” adalah perseroan yang tidak mengelola dan tidak memanfaatkan sumber daya alam, tetapi kegiatan usahanya berdampak pada fungsi kemampuan sumber daya alam. (Sulasi Rongiyati, 2008 .Laporan Penelitian tentang Aspek Hukum Pengaturan TJSL dalam UU PT).

Meskipun berbagai kebijakan dan praktik yang selama ini menjadi program TJSL (CSR) telah dijalankan dalam berbagai bidang, namun diartikan hanya sebatas *Charity, philanthropy* dan *community Development*, belum menggambarkan pendekatan *Tripple Bottom Line*, maka Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 telah mengharuskan TJSL sebagai program dan rencana kegiatan yang dilaksanakan dan dianggarkan sesuai dibutuhkan, wajib dimuat dalam rencana kerja tahunan. Disamping itu dengan memerhatikan ketentuan pajak yang berlaku, biaya pelaksanaan TJSL harus merupakan biaya yang dikeluarkan perseroan untuk mendapatkan, menagih dan memelihara penghasilan.

Sulasi Rongiyati (2008) bahwa *Standar International Organization for Standardization* (ISO), pada September 2004 merumuskan ISO 26000: *Guidance Standard on Social Responsibility* sebagai panduan dan standardisasi untuk tanggung jawab sosial yang menjadi standar pedoman untuk penerapan CSR; mencakup 7 (*tujuh*) isu pokok, yaitu: (1) Pengembangan masyarakat; (2) Konsumen; (3) Praktek kegiatan institusi yang sehat; (4) Lingkungan; (5). Ketenagakerjaan; (6). Hak Asasi Manusia; dan (7) *Organizational Governance* (Organisasi Kepemerintahan).

Pengungkapan CSR didalam laporan keuangan menjadi penting untuk menilai seberapa baik perusahaan khususnya di Indonesia adalah Perseroan Terbatas, berkewajiban menyajikan laporan pelaksanaan tanggung jawab social dan lingkungan menjadi bagian yang harus dimuat dalam laporan tahunan

perseroan, sebagaimana diatur dalam UU PT, Pasal 68 Ayat (2) huruf c. Demikian juga pemerintah Inggris berdasarkan *Companies Act* 2006, mewajibkan perusahaan publik melaporkan secara terbuka kinerja sosial dan lingkungan, disamping kinerja usahanya. Masyarakat luas dapat mengakses laporan tersebut serta mengamati secara langsung kinerja perusahaan publik yang ada di Inggris. (Sulasi Rongiyati, 2008).

Pentingnya melaporkan pengungkapan program CSR yang dibiayai oleh perusahaan akan berdampak strategis bagi pertumbuhan laba dan dalam jangka panjang akan memperbaiki *financial performance* dan akses pada modal dan meningkatkan image pada perusahaan (*corporate image*) (CF.Rachman, Asep & Emir, 2011). Demikian juga pertimbangan hukum Putusan MK Nomor 53/PUU-VI/2008 dalam perkara permohonan pengujian UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas terhadap UUD Tahun 1945, menyatakan bahwa: pengungkapan informasi TJSL dalam laporan tahunan juga merupakan salah satu cara perusahaan untuk membangun, mempertahankan, dan melegitimasi kontribusi perusahaan dari sisi ekonomi dan politis. Semakin meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap produk dan jasa perusahaan, akan dikaitkan bagaimana image yang timbul dimasyarakat sebagai konsumen akan cenderung memilih produk dan jasa yang dihasilkan secara baik, jujur dan beretika yang dihasilkan perusahaan yang peduli terhadap lingkungan dan sosial. Hal ini senada dengan pendapat Yusiana Miantini pada Seminar Akuntansi FE Universitas Kuningan (2014) Pengaruh Tanggung jawab Sosial Terhadap Kinerja Perusahaan, Masyarakat cenderung untuk memilih produk yang diproduksi oleh perusahaan yang peduli terhadap lingkungan dan atau melaksanakan CSR. Banyak manfaat yang diperoleh perusahaan dengan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility*, antara lain produk semakin disukai oleh

konsumen dan perusahaan diminati investor, selain juga dapat digunakan sebagai alat marketing baru bagi perusahaan bila itu dilaksanakan berkelanjutan. Meskipun melaksanakan CSR yang berarti perusahaan akan mengeluarkan sejumlah biaya dan pada akhirnya akan menjadi beban yang mengurangi pendapatan sehingga tingkat profit perusahaan akan turun. Akan tetapi dengan melaksanakan CSR, citra perusahaan akan semakin baik sehingga loyalitas konsumen makin tinggi. Seiring meningkatnya loyalitas konsumen dalam waktu yang lama, maka penjualan perusahaan akan semakin membaik, dan pada akhirnya diharapkan tingkat profitabilitas perusahaan juga meningkat (Satyo, Media Akuntansi Edisi 47,2005 dalam Yusiana Miantini 2014). Penelitian Balabanis dkk, 1988 (dalam Danu Candra, 2011) yang menunjukkan bahwa pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan yang *listing* di *London Stock Exchange* berkorelasi positif dengan profitabilitas secara keseluruhan..

Berdasarkan tujuan laporan keuangan perusahaan harus mencerminkan informasi tentang pembiayaan CSR. Pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan, akan berdampak positif pada *image* masyarakat (konsumen) terhadap perusahaan atau *Good Corporate Governance*, akibatnya akan meningkatkan penjualan dan secara jangka panjang akan menghasilkan pertumbuhan laba yang terus menerus, pada gilirannya akan meningkatkan nilai saham perusahaan. penelitian yang telah dilakukan oleh Strike dkk (2006) dalam Danu Candra (2011), menyatakan bahwa CSR dapat menjadi sinyal positif bagi perusahaan yang mengumumkan menjalankan program CSR. Menurut Rahman (2009) suatu kegiatan dalam praktiknya disebut CSR apabila memiliki sejumlah unsur, yaitu *continuity and sustainability* (berkesinambungan dan berkelanjutan), *community empowerment* (pemberdayaan komunitas), dan *two ways communication* (komunikasi dua arah),

sehingga perusahaan perlu mempertimbangkan kegiatan CSR yang akan dilakukan.

Oleh karena itu pengungkapan dalam laporan keuangan perusahaan, sesuai dengan yang dilaporkan meliputi : Biaya Pemantauan Lingkungan, Biaya Pemantauan Produk, Biaya Kesejahteraan dan Biaya Masyarakat.

2. Laba Perusahaan (*profitable*).

Salah satu tujuan mendirikan perusahaan adalah untuk memperoleh laba yang optimal dengan pengorbanan yang minimal. Tujuan ini akan dapat dicapai melalui perencanaan dan penganggaran serta pengendalian dari setiap aktivitas usaha agar perusahaan dapat membiayai seluruh kegiatan secara efisien dan efektif dan ini dilakukan secara terus menerus. Seperti dinyatakan oleh Yusiana Miantini (2014), Keputusan perusahaan akan melaksanakan program tentu tidak terlepas dari tujuan utamanya untuk menghasilkan keuntungan. Oleh karena itu dapatlah dipastikan bahwa tujuan utama perusahaan adalah menghasilkan keuntungan yang optimal. Persoalannya adalah bagaimanakah laba/keuntungan (profit) dapat dicapai sehingga dapat dicapai secara berkelanjutan?

Para teoritis kebanyakan sepakat bahwa laba (*Profit*) diartikan sebagai selisih lebih pendapatan atas biaya yang timbul dalam rangka usaha untuk menghasilkan pendapatan tersebut selama periode tertentu. Senada dengan itu menurut Harnanto (2003), pengertian laba secara umum adalah selisih dari pendapatan di atas biaya-biayanya dalam jangka waktu (periode) tertentu). Laba sering digunakan sebagai suatu dasar untuk pengenaan pajak, kebijakan deviden, pedoman investasi serta pengambilan keputusan dan unsur prediksi (<https://kelompoklaba.wordpress.com/2008/08/27/laba/August,27,2008>).

Sedangkan menurut Soemarso (2004) bahwa yang dimaksud dengan laba adalah sejauh mana suatu perusahaan memperoleh pendapatan dari kegiatan penjualan sebagai selisih dari keseluruhan

usaha yang didalam usaha itu terdapat biaya yang dikeluarkan untuk proses penjualan selama periode tertentu. (<http://fitriyanifitriyanifitriyani.blogspot.co.id/2013/01/pengertian-laba.html>).

Laba atau rugi dari aktivitas perusahaan biasanya di laporkan dalam laporan keuangan tahunan perusahaan. Laporan Keuangan tahunan tersebut menyajikan Neraca, Laporan Laba-Rugi dan Laporan Peralihan Modal. Laporan keuangan memberikan banyak informasi kepada pemegang saham dan masyarakat umum tentang usaha suatu perusahaan.

Laporan Laba-Rugi adalah suatu bentuk laporan keuangan yang menyajikan informasi hasil usaha perusahaan yang isinya terdiri dari pendapatan usaha dan beban usaha untuk satu periode akuntansi tertentu. suatu laporan keuangan perusahaan akan berupa neraca dan laporan laba rugi serta rasio keuangan rasio likuiditas, solvabilitas, profitabilitas, leverage, aktivitas, pertumbuhan, penilaian pasar dan produktivitas (Harahap, 2008). Laba atau rugi akan dimanfaatkan sebagai ukuran untuk menilai prestasi perusahaan, untuk memprediksi pertumbuhan laba dan sebagai dasar ukuran penilaian lain, seperti laba per lembar saham. Dapat disimpulkan bahwa tujuan dilaporkannya laba atau rugi dari hasil suatu usaha adalah merupakan indikator efisiensi penggunaan dana yang digunakan sebagai dasar untuk pengukuran, penentuan, pengendalian, motivasi prestasi manajemen dan sebagai dasar kenaikan kemakmuran serta dasar pembagian deviden untuk para investor yang menanamkan modalnya pada perusahaan.

Unsur-unsur yang menjadi bagian pembentuk laba adalah pendapatan dan biaya. Dengan mengelompokkan unsur-unsur pendapatan dan biaya, akan dapat diperoleh hasil pengukuran laba yang berbeda antara lain: laba kotor, laba operasional, laba sebelum pajak, dan lababersih.

Menurut Supriyono (2002) mengemukakan bahwa laba yang didapat

oleh perusahaan berbeda-beda sesuai dengan urutan dan jenisnya. Laba yang akan dicapai tersebut digolongkan terlebih dahulu, dikaitkan dengan penetapan pengukuran laba, adalah sebagai berikut:

(1) **Laba kotor atas penjualan**

merupakan selisih dari penjualan bersih dan harga pokok penjualan. Laba ini dinamakan laba kotor hasil penjualan bersih belum dikurangi dengan beban operasi lainnya untuk periode tertentu.

(2) **Laba bersih operasi** perusahaan yaitu laba kotor dikurangi dengan sejumlah biaya penjualan, biaya administrasi dan umum.

(3) **Laba bersih sebelum potongan pajak** merupakan pendapatan perusahaan secara keseluruhan sebelum potongan pajak perseroan, yaitu perolehan apabila laba operasi dikurangi atau ditambah dengan selisih pendapatan dan biaya lain-lainnya.

(4) **Laba kotor sesudah potongan pajak** yaitu laba bersih setelah ditambah atau dikurangi dengan pendapatan dengan pajak perseroan. Dalam penelitian ini, variabel laba (*profit*) adalah laba bersih setelah dikurangi pajak-pajak dan pajak perseroan yang disajikan dalam laporan keuangan perusahaan.

3. Harga Saham.

Laba (*profit*) bersama laporan lainnya seperti neraca digunakan juga untuk menghitung rasio-rasio keuangan, seperti rasio likuiditas, solvabilitas, profitabilitas, leverage, aktivitas, pertumbuhan, penilaian pasar dan produktivitas (Harahap, 2008). Salah satu rasio yang digunakan untuk menilai seberapa bagus tingkat laba suatu perusahaan adalah profitabilitas. Rasio profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dengan memanfaatkan sumberdaya ekonominya secara efisien dan efektif. *Profitabilitas* diperlukan sebagai dasar untuk memprediksi kinerja keuangan perusahaan dimasa depan dan bagi pihak tertentu digunakan untuk hal-hal lain, seperti kemampuan perusahaan atas komitmen yang jatuh tempo, pembayaran

dividen dan pergerakan harga sekuritas (saham).

Dalam hal menilai pergerakan harga saham dapat dilakukan melalui dua pendekatan, yaitu :

1. Pendekatan Tradisional , terdiri atas :
 - (a) Analisis Teknikal, yaitu menggunakan data atau catatan mengenai pasar itu sendiri untuk berusaha mengakses permintaan dan penawaran saham tertentu maupun pasar secara keseluruhan; (b) Analisis fundamental, yaitu didasarkan pada suatu anggapan bahwa setiap saham memiliki nilai instinsik dn nilai ini kemudian diestimasi olh investor atau analisis.
2. Pendekatan Portofolio modern; Pendekatan ini menekankan pada aspek psikologi bursa dengan aasumsi hipotesis mengenai bursa, yaitu hipotesis pasar efisien. Pasar efisien diartikan bahwa harga-harga saham yang terefleksikan secara menyeluruh pada seluruh informasi yang ada di bursa. (Anwar, Siti dan Gagaring,2009).

Dalam penelitian ini, harga saham yang dipergunakan adalah informasi yang didapat dari pencatatan harga saham bulanan yang kemudian dibuat rerata tahunan yang diperoleh dari data BEI.

Metode Penelitian

Populasi dalam peneltian adalah perusahaan terbuka yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2009-2013 dan yang secara konsisten mengungkapkan pembiayaan TJSL / CSR dalam Laporan Tahunannya.

Penentuan sampel dalam penelitian ini dengan teknik *purposive sampling*, dengan penentuan kriteria sampel yang dipilih adalah (1) semua perusahaan yang listing di BEI secara terus menerus selama periode Tahun 2009 – 2013. Sedangkan perusahaan selame periode Tahun 2009-2013 pernah di *delisting* tidak dimasukan sebagai sampel. (2) Perusahaan yang listing di BEI periode Tahun 2009-2013 tersebut telah mempublikasikan pengungkapan pembiayaan

TJSL/CSR nya secara kontinyu dalam laporan Tahunannya.

Data dalam penelitian adalah data sekunder dan sifat data time series. Sumber data diperoleh dari publikasi pada Web Bursa Efek Indonesia terhadap lapran keuangan tahunan, periode Tahun 2009 – 2013.

Berdasarkan Model Struktural yang dibangun dengan jumlah sampel yang kecil hanya delapan pengamatan, maka metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Partial Least Square* (PLS) dengan bantuan aplikasi *Software SmartPLS* versi 2.0.M3.

Pengungkapan pembiayaan CSR dalam laporan tahunan yang dipublikasikan pada web BEI akan menimbulkan image positif bagi perusahaan (*brand image*). Banyak penelitian yang menunjukkan bahwa CSR dan pengembangan hubungan yang konstruktif dengan *stakeholder* turut menentukan keberhasilan perusahaan dalam jangka panjang (Rachman, Asep & Emir, 2011), dengan melaksanakan CSR, citra perusahaan akan semakin baik sehingga loyalitas konsumen makin tinggi. Seiring meningkatnya loyalitas konsumen dalam waktu yang lama, maka penjualan perusahaan akan semakin membaik, dan pada akhirnya tingkat *profitabilitas* perusahaan juga meningkat (Satyo, Media Akuntansi Edisi 47,2005 dalam Yusiana Miantini 2014). Penelitian Balabanis dkk ,1988 dalam Danu Candra (2011) yang menunjukkan bahwa pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan yang *listing* di *London Stock Exchange* berkorelasi positif dengan profitabilitas secara keseluruhan. Oleh karena itulah hipotesis yang disusun pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

H1 : Pengungkapan CSR dalam laporan tahunan yang terdiri atas biaya pemantauan lingkungan, biaya pemantauan produk, biaya kesejahteraan dan biaya masyarakat berpengaruh terhadap laba perusahaan.

Penelitian Agus Muharram dalam <http://www.beritabumi.or.id> bahwa CSR dapat menciptakan brand image (citra

produk) dari suatu perusahaan. Brand image tentu saja sangat berperan dalam mendorong volume penjualan, mempertahankan loyalitas konsumen lama, serta membangun/mengembalikan citra positif perusahaan yang sebelumnya (mungkin) sempat terdistorsi. Hasil akhir dari implementasi CSR ini tentu saja juga kembali kepada peningkatan *corporate value* yang akhirnya berpaling kepada shareholder lagi.” Nilai perusahaan adalah pertimbangan penting bagi investor dalam menanamkan modalnya. Sehingga CSR akan berpengaruh pada pertumbuhan investasi yang berarti akan meningkatkan harga saham di pasar Bursa. Hasil penelitian Sayekti dan Wondabio (2007) dalam Anwar, Siti dan Gagaring (2009), terkait dengan pengaruh *disclosure* terhadap *Earning Response Coefficient* (ERC), yang menyimpulkan bahwa investor mengapresiasi informasi CSR yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Saputro (2007) tentang perbandingan harga saham dan volume saham sebelum dan setelah pengumuman ISRA (*Indonesian Sustainability Reporting Awards*) dan menemukan bahwa ternyata informasi tersebut tidak direspon oleh investor, di mana harga saham dan volume perdagangan keempat perusahaan (PT Astra International.Tbk, PT Sumalindo Lestari jaya.Tbk, Bank danamon dan PT PP London Sumatera Tbk) yang meraih award tidak mengalami perubahan. Oleh karena itulah hipotesis yang disusun pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

H2 : Pengungkapan CSR dalam laporan tahunan yang terdiri atas biaya pemantauan lingkungan, biaya pemantauan produk, biaya kesejahteraan dan biaya masyarakat berpengaruh terhadap harga saham perusahaan.

Program TJSL/CSR perusahaan yang diungkap dalam laporan tahunan akan bermanfaat dalam menciptakan reputasi perusahaan, sebagai perusahaan bukan hanya mencapai tujuan ekonomi semata, tetapi juga peduli dan ikut berkontribusi kepada

kepentingan masyarakat/ *stakeholders* dan lingkungan, sehingga keberadaan perusahaan ini juga dirasakan oleh masyarakat dan banyak komunitas dalam peningkatan kesejahteraan serta mengatasi masalah yang mengancam generasi masa depan serta sumber daya alam, juga dengan memperkokoh profitabilitas perusahaan. (Cf. Yusiana Miantini 2014). ROA dan ROE sebagai rasio yang menggambarkan *profitabilitas* akan memengaruhi keputusan investor untuk menginvestasikan dananya. Peningkatan permintaan atas saham akan meningkatkan harga saham tersebut. Penelitian Hartono dan Chendrawati (1999) dalam Anwar, Siti dan Gagaring (2009), hasil penelitiannya menjelaskan bahwa ROA berpengaruh kuat dan signifikan terhadap tingkat pengembalian saham. Kharisma menemukan ROE berpengaruh tidak signifikan terhadap harga saham. Sementara Purnomo (1998) berpendapat bahwa semakin besar ROE menandakan bahwa perusahaan semakin baik dalam menyejahterakan para pemegang saham. Analoginya ROE yang semakin baik dibentuk dari laba yang juga semakin meningkat. Oleh karena itulah hipotesis yang dibangun pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

H3 : Laba perusahaan berpengaruh signifikan terhadap terhadap harga saham perusahaan.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis terhadap data yang diperoleh dari web BEI terhadap perusahaan yang secara konsisten memublikasikan dalam laporan tahunan variabel CSR yang dilaporkan sebagai biaya pemantauan; biaya pemantauan produk ; biaya kesejahteraan dan biaya masyarakat, capaian laba dan rata-rata harga saham pertahun sejak Tahun 2009 – 2013, hasil analisisnya sebagai berikut :

1. Pengungkapan CSR dalam Laporan Keuangan dan Laba Perusahaan.

Pengungkapan CSR sebagai biaya pemantauan; biaya pemantauan produk; biaya kesejahteraan dan biaya masyarakat berpengaruh signifikan terhadap laba (profit) pada tingkat kepercayaan 90 %,

Namun tidak signifikan pada tingkat kepercayaan 95 %. Dengan demikian Hipotesis 1 yang berbunyi : Pengungkapan CSR dalam laporan tahunan yang terdiri atas biaya pemantauan lingkungan, biaya pemantauan produk, biaya kesejahteraan dan biaya masyarakat berpengaruh terhadap laba perusahaan, dinyatakan terbukti.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Penelitian Balabanis dkk (1988) yang menunjukkan bahwa pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan yang *listing* di *London Stock Exchange* berkorelasi positif dengan profitabilitas secara keseluruhan.

Pengungkapan CSR sebagai biaya pemantauan lingkungan dipercaya sebagai faktor yang sangat memengaruhi perolehan laba. Hal ini bisa dipahami karena pemantauan lingkungan sebagai isu yang cukup krusial, karena akhir-akhir ini perusahaan khususnya yang mengelola sumberdaya alam “dituduh” kurang berhasil menjaga dan melindungi sumberdaya alam dari kemusnahan. Akibatnya kegiatan perusahaan dituduh menimbulkan dampak negatif bagi keberlangsungan hidup dan menimbulkan biaya sosial yang tinggi. Dengan demikian pengungkapan CSR dalam pemantauan lingkungan menjadi hal positif yang direspon oleh para investor dan menjadikan citra perusahaan meningkat. Peningkatan citra ini berdampak pada laba perusahaan. Ini senada dengan pendapat Satyo (Media Akuntansi Edisi 47,2005) dalam Yusiana Miantini (2014) bahwa citra perusahaan akan semakin baik sehingga loyalitas konsumen makin tinggi. Seiring meningkatnya loyalitas konsumen dalam waktu yang lama, maka penjualan perusahaan akan semakin membaik, dan pada akhirnya dengan pelaksanaan CSR, diharapkan tingkat profitabilitas perusahaan juga meningkat. Sementara Kesuma (2017) menemukan bahwa pengungkapan tema lingkungan dan energi tidak berpengaruh terhadap ROA (salah satu ukuran profitabilitas). Pengungkapan CSR lain yang dipandang

juga sangat memengaruhi laba adalah biaya pemantauan produk . Dipahami bahwa faktor pemantauan produk menjadi langkah penting bagi perusahaan dalam rangka menjaga kualitas produk yang sesuai dengan standar, ramah lingkungan dan manfaatnya sesuai harapan konsumen. Kondisi ini dapat memuaskan konsumen dan pada gilirannya akan menciptakan loyalitas konsumen, dan seperti pembahasan diatas maka penjualan akan semakin meningkat dan capaian laba juga akan meningkat. Temuan Kesuma (2017) pengungkapan tema produk dan konsumen tidak berpengaruh terhadap ROA.

Sementara pengungkapan CSR sebagai biaya kesejahteraan menghasilkan loading factor yang negatif atau dalam arah yang berlawanan. Ini sejalan dengan temuan Kesuma (2017) bahwa tema ketenagakerjaan (identik dengan biaya kesejahteraan) negatif terhadap ROA. Dan biaya masyarakat juga dalam arah yang berlawanan dan sementara Kesuma (2017) menemukan hubungan yang positif dan signifikan biaya masyarakat terhadap ROA. Kondisi ini menggambarkan bahwa pengeluaran biaya kesejahteraan dan biaya masyarakat harus dilaksanakan tepat sasaran. Karena boleh jadi pengeluaran biaya kesejahteraan, hanya dinikmati sebagian kelompok tidak secara luas mendorong pada peningkatan kesejahteraan. Demikian juga biaya masyarakat, apabila hanya dinikmati sekompok orang saja, tidak akan mencapai sasaran yang direncanakan dari program CSR. Hal ini sejalan dengan temuan Kesuma (2017) bahwa pengungkapan tema kemasyarakatan tidak berpengaruh signifikan.

2. Pengungkapan CSR dalam Laporan Keuangan dan Harga Saham Perusahaan

Pengungkapan CSR dalam laporan tahunan ,sebagai biaya pemantauan; biaya pemantauan produk ; biaya kesejahteraan dan biaya masyarakat berpengaruh signifikan terhadap laba (*profit*) pada

tingkat kepercayaan 95 %. Dengan demikian Hipotesis 2 yang berbunyi : Pengungkapan CSR dalam laporan tahunan yang terdiri atas biaya pemantauan lingkungan, biaya pemantauan produk, biaya kesejahteraan dan biaya masyarakat berpengaruh terhadap harga saham perusahaan, dinyatakan terbukti. Pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan membawa pengaruh positif terhadap harga saham di pasar modal. Pengungkapan CSR direspon positif oleh para investor dan ini berarti meningkat nilai perusahaan (*Corporate value*).

Hasil penelitian ini mendukung teori agency bertujuan memaksimalkan nilai perusahaan, bahwa pengungkapan CSR dalam laporan tahunan dipandang sebagai transparansi yang dilakukan oleh manajemen menunjukkan adanya tata kelola perusahaan yang baik (*good corporate governance*), menggambarkan bahwa pertumbuhan perusahaan secara berkelanjutan menjadi tujuan yang dapat memberi keyakinan bagi principal. Demikian juga sejalan dengan hasil penelitian Eipstein & Freedman (1994) bahwa investor individual tertarik terhadap informasi sosial yang dilaporkan dalam laporan keuangan. Informasi tersebut berupa keamanan dan kualitas produk serta aktivitas lingkungan. Selain itu mereka menginginkan informasi mengenai etika, hubungan dengan karyawan dan masyarakat. Lajili dan Zeghal (2006) menemukan bahwa perusahaan yang lebih banyak mengungkapkan informasi *human capital* (yang juga merupakan bagian dari CSR) memiliki kinerja pasar yang lebih baik dibandingkan dengan perusahaan yang lebih sedikit mengungkapkan informasi tersebut. Namun penelitian ini berlawanan dengan temuan Saputro (2007) yang menyatakan bahwa ternyata informasi keberhasilan program CSR tidak direspon oleh investor, di mana harga saham dan volume perdagangan perusahaan yang meraih award atas program CSR tidak mengalami perubahan (Anwar, Siti dan Garing, 2009).

Loading factor CSR yang dihasilkan dari penelitian ini adalah sangat memengaruhi terhadap harga saham perusahaan, dimana CSR dalam bentuk biaya pemantauan lingkungan, pemantauan produk, biaya kesejahteraan dan biaya masyarakat mampu memengaruhi harga saham. Dengan demikian pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan direspon positif oleh investor, artinya sebagai perusahaan dengan citra *good corporate governance*, mampu meningkatkan kepercayaan investor pada pertumbuhan perusahaan secara berkelanjutan dan meningkatkan nilai perusahaan, meningkatkan permintaan atas saham perusahaan di pasar BEI, pada gilirannya akan meningkatkan harga.

3. laba Perusahaan dan Harga Saham Perusahaan.

Meskipun ada pendapat dan hipotesis yang menyatakan bahwa pengungkapan CSR dalam laporan tahunan dapat memengaruhi perolehan laba perusahaan, ternyata hasil penelitian ini menemukan bahwa laba (*profit*) tidak secara otomatis akan membawa pada peningkatan harga saham, hal ini dibuktikan dengan hasil analisis yang menemukan bahwa pengaruh laba (*profit*) terhadap harga saham tidak signifikan. Tidak signifikannya hubungan ini bisa dijelaskan, bahwa memaksimalkan laba (*profit*) sebagai tujuan perusahaan, tidaklah menjadi satu-satunya pertimbangan bagi calon investor, atau investor untuk melakukan permintaan atas saham tertentu yang akan berdampak pada peningkatan harga saham, akan tetapi permintaan terhadap saham tersebut juga dipengaruhi pertimbangan lain, seperti nilai perusahaan, tata kelola perusahaan yang baik dan pengelolaan perusahaan secara berkelanjutan yang muncul sebagai akibat dari pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan. Pertimbangan tersebut akan direspon oleh para investor dengan meningkatnya permintaan terhadap saham dan selanjutnya akan meningkatkan harga

saham. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profit tidak memediasi pengaruh pengungkapan CSR yang terdiri dari biaya pemantauan; biaya pemantauan produk; biaya kesejahteraan dan biaya masyarakat terhadap harga saham, sehingga hipotesis 3 yang berbunyi : Laba perusahaan berpengaruh terhadap signifikan terhadap harga saham perusahaan dinyatakan tidak terbukti.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Kharisma dalam Anwar, Siti dan Gagaring (2009) menemukan ROE berpengaruh tidak signifikan terhadap harga saham, dan tidak sejalan dengan temuan penelitian Anwar, Siti dan Gagaring (2009) yang menyatakan ada pengaruh signifikan antara ROA, ROE (sebagai ukuran profitabilitas), EVA (nilai tambah ekonomis) dan CSR terhadap harga saham. Demikian juga penelitian Hartono dan Chendrawati (1999), hasil penelitiannya menjelaskan bahwa ROA berpengaruh kuat dan signifikan terhadap tingkat pengembalian saham. Sementara Purnomo (1998) berpendapat bahwa ROE berpengaruh atau memiliki hubungan positif dengan harga saham, demikian juga Wahyuningsih (2004) menemukan bahwa ROE berpengaruh terhadap harga saham.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap perusahaan yang telah listing secara terus menerus selama periode Tahun 2009-2013, di Bursa Efek Indonesia (BEI) , didapat simpulan-simpulan sebagai berikut : (1.) Pengungkapan CSR dalam laporan tahunan yang terdiri atas biaya pemantauan lingkungan, biaya pemantauan produk, biaya kesejahteraan dan biaya masyarakat berpengaruh terhadap laba perusahaan; (2) : Pengungkapan CSR dalam laporan tahunan yang terdiri atas biaya pemantauan lingkungan, biaya pemantauan produk, biaya kesejahteraan dan biaya masyarakat berpengaruh terhadap harga saham perusahaan, dan (3) Laba perusahaan tidak berpengaruh

terhadap signifikan terhadap harga saham perusahaan atau laba (profit) tidak memediasi pengaruh pengungkapan CSR dalam laporan tahunan terhadap harga saham.

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka saran yang disampaikan adalah sebagai berikut : (1) Bagi manajemen perusahaan: (a) agar laporan tahunan menyertakan juga laporan atas penyelenggaraan program CSR terkait pelaksanaan tanggungjawab sosial dan lingkungan, karena hal ini dapat memberikan nilai tambah bagi perusahaan berupa peningkatan citra perusahaan, kepercayaan investor dan masyarakat terhadap perusahaan meningkat terhadap tata kelola perusahaan yang baik dan berkelanjutan dan meningkatkan akses kepada modal, (b) Menyusun program CSR dengan pelibatan *stakeholders* secara aktif dan dapat memenuhi harapan; (2) Bagi Pemerintah untuk lebih meningkatkan monitoring terhadap penyelenggaraan CSR, bekerjasama dengan asosiasi pengusaha serta menetapkan regulasi yang lebih tegas lagi; (3) Bagi investor dan masyarakat, hasil penelitian memberi masukan dalam mempertimbangkan penempatan investasi sahamnya dengan melihat lebih dalam kontribusi perusahaan untuk upaya pembangunan berkelanjutan dan kelestarian lingkungan bagi kehidupan masa yang akan datang.

Penelitian ini juga memiliki serangkaian keterbatasan yang perlu untuk diperhatikan oleh peneliti selanjutnya. Keterbatasan-keterbatasan tersebut meliputi:

1. Keterbatasan variabel penelitian ini adalah variabel endogen yang hanya berupa laba perusahaan, bisa dikembangkan dengan rasio-rasio keuangan lainnya. Dapat juga dengan lebih mengembangkan variabel-variabel lain seperti inflasi, tingkat suku bunga acuan, biaya sosial, dan lain sebagainya.
2. Keterbatasan sampel yang kecil hanya yakni perusahaan manufaktur dan perkebunan. Dapat lebih dikembangkan

dengan perbankan sehingga jumlah pengamatannya lebih memenuhi.

DAFTAR PUSTAKA

-2008. Penerapan Prinsip Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (<http://noanggie.wordpress.com/2008/04/07/penerapan-prinsip-tanggung-jawab-sosial-dan-Lingkungan-perusahaan>) diakses Pebruari 2010.
-2008.Pengelompokan Laba (https://kelompoklaba.wordpress.com/2008/08/27/laba_August, 27,2008), diakses 30 Agustus 2017
- Agus Muharram dalam <http://www.beritabumi.or.id> diakses pada tanggal 28 Agustus 2017
- Anwar Samsinar, Siti Haerani dan Gagaring Pagalung. 2009. Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan dan Harga Saham.
- Danu Candra Indrawan, 2011. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Perusahaan, Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.Semarang.
- Fitriyani dalam (<http://fitriyanifitriyanifitriyani.blogspot.co.id/2013/01/pengertian-laba.html>). Diakses tanggal 28 Agustus 2017
- Kesuma. Indrawati Mara.2017. Analisis Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Kinerja Keuangan (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2012-2014) Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini Vol 8 No.01 Juli 2017.
- Miantini Yusiana. 2014. Pengaruh Tanggung jawab Sosial Terhadap Kinerja Perusahaan. Seminar Akuntansi FEUniversitas Kuningan
- Pearce H. John A., and Richard B. Robinson, Jr. 2008. Manajemen Strategis-formulasi, Implementasi dan Pengendalian, Edisi 10 (Penerjemah Yanivi Bachtian dan Cristine).Salemba Empat, Jakarta.
- Rahman M. Nurdizal, Asep Efendi dan Emir Wicaksana. 2011. Panduan Lengkap Perencanaan CSR, Penebar Swadaya , Bogor.
- Sayekti dan Wandabio. 2007. Pengaruh CSR *Disclouser* Terhadap *Earning Response Coefecient*. Simposium Nasional Akuntansi.
- Sulasi Rongiyati, 2008 .Laporan Penelitian tentang Aspek Hukum Pengaturan Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas.Sekretariat Jenderal DRR RI.