

## **INDUSTRY PROFILE DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY EXPENDITURE**

Ni Luh Putu Fivetina Wulan Ade Arika<sup>1</sup>  
I Putu Sudana<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia  
e-mail: fivetina@yahoo.co.id/ +6285737205132

<sup>2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia

### **ABSTRAK**

*Corporate social responsibility expenditure* merupakan seluruh biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam menjalankan program tanggung jawab sosialnya. Besaran *corporate social responsibility expenditure* perusahaan dapat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dan sensitivitas perusahaan terhadap lingkungan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh profitabilitas pada *CSR expenditure* dan perbedaan *CSR expenditure* antara perusahaan *high profile* dan *low profile*. Penelitian dilakukan pada perusahaan yang terdaftar di BEI tahun 2012-2015. Sampel penelitian sebanyak 196 amatan yang diperoleh dengan metode *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah *stepwise multiple regression*. Hasil uji statistik menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif pada *CSR expenditure*, sedangkan hasil uji beda *Mann-Whitney* menunjukkan terdapat perbedaan *CSR expenditure* antara perusahaan *high profile* dan *low profile*.

**Kata kunci:** profitabilitas, *CSR expenditure*, *high profile*, *low profile*

### **ABSTRACT**

*Corporate social responsibility expenditure* is all expenses incurred in conducting company's social responsibility program. The magnitude of company's *corporate social responsibility expenditure* can be influenced by the company's ability to gain profits and its sensitivity to the environment. This study aimed to examine the effect of profitability on *CSR expenditure* and the differences of *CSR expenditure* between high and low profile company's. The study was conducted on companies listed in the Indonesia Stock Exchange in 2012-2015. Sample of 196 observation is obtained with *purposive sampling method*. Data are analyzed using *stepwise multiple regression*. Statistical test results show that profitability negatively affect on *CSR expenditure*, while the results of *Man-Whitney test* shows that there are differences *CSR expenditure* between high and low profile company's.

**Keywords:** *profitability*, *CSR expenditure*, *high profile*, *low profile*

## **PENDAHULUAN**

Meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya lingkungan hidup menyebabkan perusahaan tidak lagi dapat semena-mena mengeksploitasi sumber daya demi keuntungannya semata. Perusahaan dituntut untuk mampu bertanggung jawab atas semua kegiatan operasi yang dilakukannya dalam rangka memperoleh

laba dengan melaksanakan program *Corporate Social Responsibility*. *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD), lewat makalah publikasinya yang berjudul *Making Good Bussines Sense* karya Richard Holme dan Pill Watts (2000) mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama 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.

Pada dasarnya, tanggung jawab sosial merupakan komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya (UUPT Nomor 40 Tahun 2007). Tentu dalam melaksanakan tanggung jawab sosialnya perusahaan akan mengeluarkan sejumlah biaya. Seluruh biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk menjalankan seluruh aktivitas tanggung jawab sosialnya disebut dengan *Corporate Social Responsibility Expenditure*.

Besarnya pengeluaran perusahaan dalam melaksanakan aktivitas CSRnya bergantung pada besar kecilnya program yang akan dijalankan. Semakin besar program yang akan dijalankan, maka semakin besar pula jumlah dana yang diperlukan untuk menutupi biaya pelaksanaan program tanggung jawab sosial tersebut. Hingga saat ini belum ada peraturan yang secara jelas mengatur jumlah ideal dana yang dialokasikan untuk kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan

swasta. Beberapa regulasi seperti Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas dan Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas juga belum mencantumkan persentase biaya tanggung jawab sosial yang sebaiknya dikeluarkan oleh perseroan. Hanya BUMN yang dimandatkan untuk mengalokasikan maksimal sebesar 4% dari keuntungan yang diperolehnya untuk membiayai program kemitraan dan bina lingkungannya (PKBL).

Wacana Dewan Perwakilan Rakyat yang akan mematok besaran dana tanggung jawab sosial perusahaan swasta di kisaran dua hingga tiga persen dari keuntungan menimbulkan pro dan kontra. Beberapa pihak menganggap bahwa persentase tersebut terlalu tinggi dan dapat memberatkan perusahaan (Triyono, 2016). Sebenarnya program tanggung jawab sosial bergantung pada proses interaksi sosial, tidak dipaksakan, melainkan bersifat sukarela yang berdasarkan etika serta dorongan moral, dan pada umumnya tidak hanya sekedar mematuhi peraturan perundang-undangan. Maka dari itu, didalam prakteknya, pelaksanaannya aktivitas CSR selalu menyesuaikan pada apa yang dibutuhkan masyarakat dan kemampuan perusahaan (Daniri, 2009).

Kemampuan keuangan perusahaan merupakan salah satu faktor terpenting dalam mendanai kegiatan tanggung jawab sosialnya. Perbandingan jumlah dana tanggung jawab sosial dengan laba bersih merupakan salah satu indikator yang digunakan untuk menilai komitmen perusahaan terhadap isu sosial di sekelilingnya (Bahrudin dkk., 2013). Eka (2011) menyebutkan bahwa perseroan yang memperoleh keuntungan besar seharusnya aktif dalam menyelenggarakan

program tanggung jawab sosial. Artinya besaran *CSR Expenditure* dapat dipengaruhi oleh besarnya profitabilitas. Teori hierarki kebutuhan Maslow dapat menjelaskan bahwa ketika perusahaan telah mampu memenuhi kebutuhan dasarnya yaitu memperoleh profit, maka perusahaan akan memiliki kemampuan untuk melanjutkan pemenuhan kebutuhan ke tingkat selanjutnya hingga mencapai kebutuhan akan tanggung jawab sosial.

Hal tersebut juga dapat dijelaskan dengan teori *ability to pay*. *Ability to pay* merupakan kemampuan perusahaan untuk membayar yang didasarkan atas sumber daya yang dimilikinya (profit). Perusahaan yang memiliki profit yang lebih tinggi memiliki sumber daya yang lebih banyak dan kemampuan yang lebih besar untuk melaksanakan program tanggung jawab sosialnya sehingga akan berimplikasi pada besaran *CSR expenditure* perusahaan tersebut. Hal ini didukung dengan penelitian yang dilakukan Rai dan Bansal (2015) yang menyatakan bahwa “*higher profits lead to more CSR expenditure as resources are available*”.

Beberapa penelitian sebelumnya yang mengkaji pengaruh profitabilitas terhadap *CSR Expenditure* memperoleh hasil yang berbeda-beda. Penelitian Nazira (2015) memperoleh hasil profitabilitas tidak berpengaruh pada *CSR expenditure* perusahaan. Penelitian Chauhan dan Amit (2014) mendapatkan hasil bahwa profitabilitas berpengaruh negatif pada *CSR expenditure*. Penelitian yang dilakukan Rai dan Bansal (2015) tentang faktor yang mempengaruhi biaya tanggung jawab sosial di India menemukan hasil bahwa profitabilitas, tipe industri, dan faktor lingkungan dapat mempengaruhi *CSR expenditure*. Adanya ketidakkonsistenan hasil penelitian tersebut memberi petunjuk masih diperlukan

penelitian kembali mengenai pengaruh profitabilitas pada *CSR expenditure*. Jika hanya menghubungkan profitabilitas dengan *corporate social responsibility expenditure* saja, sering kali dapat mengaburkan pandangan bahwa industri menghadapi kompleksitas bisnis dan lingkungan yang berbeda-beda sesuai dengan *industry profile*-nya.

*Industry profile* merupakan pengelompokan perusahaan berdasarkan tingkat sensitivitasnya terhadap lingkungan (Apriyanti, 2015). Intensitas degradasi lingkungan yang diakibatkan oleh operasional *high profile* dan *low profile industry* berbeda. Industri yang banyak memanfaatkan sumber daya alam dan menghasilkan polusi dalam kegiatan operasinya mendapatkan lebih banyak perhatian masyarakat dibandingkan dengan industri *low profile*. Untuk mengantisipasi adanya penolakan dari masyarakat sekitar, maka perusahaan akan memperhatikan tanggung jawab sosialnya untuk lingkungan. Mereka bahkan mencoba untuk menghindari publikasi negatif dengan menjalankan program pengembangan masyarakat dan praktek ramah lingkungan (Earnhart dkk., 2014). Maka dari itu, diperkirakan terdapat potensi bahwa kedua tipe perusahaan memiliki pengeluaran *corporate social responsibility expenditure* yang berbeda, sehingga penelitian ini juga mengkaji perbedaan *corporate social responsibility expenditure* perusahaan berdasarkan *industry profile*-nya.

Berdasarkan penjelasan tersebut, adapun pokok permasalahan yang diteliti yaitu : 1) Apakah profitabilitas berpengaruh pada *CSR expenditure*? 2) Apakah terdapat perbedaan *CSR expenditure* antara perusahaan *high profile* dan *low profile*?

Kegunaan teoritis penelitian ini adalah untuk memberikan tambahan temuan empiris bagi kajian-kajian pada ranah pengaruh profitabilitas pada *Corporate Social Responsibility Expenditure*. Pengklasifikasian perusahaan berdasarkan *industry profile*-nya dilakukan untuk memperoleh bukti empiris apakah terdapat perbedaan *Corporate Social Responsibility Expenditure* sesuai dengan teori yang digunakan. Kegunaan praktis penelitian adalah dapat dijadikan sumber informasi dan masukan kepada investor maupun calon investor mengenai pentingnya biaya tanggung jawab sosial sebagai bahan pertimbangan sebelum menanamkan modalnya karena berkaitan dengan *sustainability* perusahaan bersangkutan.

Teori *stakeholder* mengisyaratkan bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab sosial yang mengharuskan mereka untuk mempertimbangkan kepentingan semua pihak yang terkena dampak dari aktivitas yang dilakukannya (Branco dan Rodrigues, 2007). Dengan kata lain, perusahaan tidak hanya memiliki tanggung jawab hanya kepada investor tetapi juga kepada masyarakat dan lingkungan fisik sekitar perusahaan.. Salah satu harapan *stakeholder* adalah ketika perusahaan memperoleh hasil kinerja keuangan yang baik (laba) maka perusahaan diharapkan dapat memberikan kontribusi positif dalam sebuah kegiatan sosial dan mengungkapkannya dengan transparan dalam *annual report* yang diterbitkan (Putri, 2013). Banyak perusahaan meningkatkan pengungkapan *corporate social responsibility expenditure* dalam laporan tahunannya untuk menarik investor dan memuaskan *stakeholder* lainnya seperti karyawan, pelanggan, pemasok, pemerintah, regulator, distributor, dan lain-lain (Rajput, 2012).

Terdapat banyak perusahaan multinasional yang ikut berkontribusi dalam pengembangan masyarakat sekitar tempat dimana mereka menjalankan operasionalnya (Rai dan Bansal, 2014). Hal ini dikarenakan adanya anggapan bahwa perusahaan merupakan pihak yang mendapatkan manfaat dari penggunaan sumber daya yang ada, sedangkan masyarakat merupakan pihak yang merasakandampak negatif dari penggunaan sumber daya tersebut. Oleh sebab itu, perseroan wajib mengalokasikan sebagian laba yang didapat untuk pengembangan masyarakat, pemulihan kerusakan yang diakibatkan oleh aktivitas perusahaan, dan lainnya (Purwanto, 2011).

Teori hierarki kebutuhan yang dikemukakan oleh Maslow mengimplikasikan bahwa perusahaan harus dapat memenuhi kebutuhan dasarnya terlebih dahulu (profit) untuk dapat memenuhi kebutuhan di tingkat selanjutnya yaitu *corporate social responsibility* (Arifian, 2011). Eka (2011) menyatakan bahwa perseroan yang memiliki keuntungan besar wajib berperan menyelenggarakan tanggung jawab sosial. Teori *ability to pay* mengisyaratkan bahwa semakin banyak sumber daya yang dimiliki perusahaan (profit), maka perusahaan akan memiliki kemampuan lebih untuk membiayai program CSR-nya. Jadi, diduga profitabilitas berpengaruh pada *CSR expenditure* perusahaan.

H<sub>1</sub>: Profitabilitas berpengaruh pada *corporate social responsibilityexpenditure*

Teori legitimasi mengindikasikan bahwa perusahaan terikat kontrak sosial dengan masyarakat dimana perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber ekonomi. Menurut teori legitimasi, perusahaan terus berusaha untuk meyakinkan operasinya telah sesuai dengan nilai yang ada di masyarakat atau lingkungan

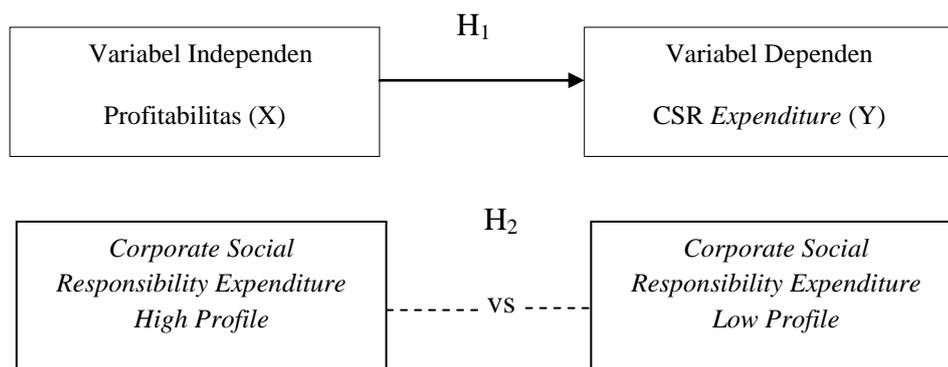
dimana perusahaan tersebut berada agar keberadaan mereka diterima oleh masyarakat sekitar (Deegan, 2002). Faktanya, kemampuan perusahaan dalam bersaing dan bertahan hidup sangat bergantung pada keadaan lokasi dimana mereka beroperasi (Porter dan Kramer, 2002). Ini artinya untuk menjaga keberlanjutan usahanya, perusahaan wajib memperhatikan dampak lingkungan yang dapat ditimbulkan oleh aktivitas operasinya.

Faisal dkk. (2012), menemukan industri *high profile* memiliki pengungkapan tanggung jawab sosial lebih luas jika dibandingkan dengan industri *low profile*. Pengungkapan yang lebih luas tentu akan berimplikasi pada besaran *corporate social responsibility expenditure* yang akan dikeluarkan. Perusahaan yang termasuk dalam kategori *high profile* umumnya memiliki karakteristik seperti memiliki jumlah tenaga kerja atau karyawan yang banyak dan dalam operasionalnya menghasilkan residu, seperti limbah dan polusi. Oleh karena itu, perusahaan berkategori *high profile* akan lebih banyak mendapat perhatian dari masyarakat ketimbang perusahaan berkategori *low profile*, sehingga perusahaan terkategori *high profile* akan lebih memperhatikan tanggung jawab sosialnya. Jadi, dapat diduga bahwa terdapat perbedaan *CSR expenditure* antara perusahaan *high profile* dan *low profile*.

H<sub>2</sub>: Terdapat perbedaan *CSR expenditure* antara perusahaan *high profile* dan *low profile*

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif berbentuk asosiatif. Lokasi penelitian dilakukan pada perusahaan yang *listed* di BEI tahun 2012-2015 dengan mengakses website resmi [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). Objek dari penelitian ini adalah CSR *expenditure*, *industry profile*, dan profitabilitas perusahaan. Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif dengan sumber data sekunder. Penelitian ini menggunakan *corporate social responsibility expenditure* sebagai variabel terikat, sedangkan variabel bebas yang digunakan pada penelitian ini yaitu profitabilitas dan *industry profile*.



**Gambar 1.**  
**Kerangka Konseptual Penelitian**

Sumber: Data Diolah, 2016

Kontribusi perusahaan dalam melaksanakan kegiatan sosialnya bisa diberikan dalam berbagai bentuk, diantaranya bantuan dana, bantuan tenaga ahli dari perusahaan, bantuan berupa barang, maupun berbagai bentuk bantuan lainnya (Lindrawati, 2008). Tentu untuk membeli kelengkapan kegiatan tersebut perusahaan akan mengeluarkan biaya-biaya. Biaya tersebut dinamakan *CSR expenditure*. Menurut Zuraedah (2010) dan Victoria (2015), *CSR Expenditure* dapat dihitung dengan menggunakan:

$$\text{Alokasi Biaya CSR} = \frac{\text{Biaya Tanggung Jawab Sosial pada waktu (t)}}{\text{Laba (Rugi) Bersih pada waktu (t-1)}} \times 100\% \quad \dots (1)$$

Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan untuk mendapatkan keuntungan atau ukuran efektivitas pengelolaan manajemen perusahaan (Wiagustini, 2010:76). Penelitian ini menggunakan rasio *Return On Equity* (ROE) sebagai proksi profitabilitas. ROE yang semakin meningkat menunjukkan kinerja perusahaan yang semakin baik, karena peningkatan rasio mengindikasikan bahwa kinerja manajemen efektif dalam mengelola sumber dana pembiayaan operasionalnya untuk menghasilkan keuntungan (Putri, 2013). Rasio ROE menghitung profitabilitas dengan membagi keuntungan bersih yang diperoleh perseroan dengan total ekuitas perseroan yang bersumber dari para pemegang saham, dimana pemegang saham tersebut merupakan salah satu *stakeholder* perusahaan. ROE dalam penelitian ini adalah ROE tahun 2011-2014 sesuai dengan rumus rasio alokasi biaya CSR yang mengarah pada penggunaan laba tahun sebelumnya. Adapun rumus ROE yang akan digunakan yaitu:

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\% \quad \dots (2)$$

*Industry profile* dibagi menjadi dua kelompok, yaitu *high profile* dan *low profile*. *Industry profile* diukur dengan variabel dummy dimana skor 1 untuk perusahaan *high profile* dan skor 0 untuk perusahaan *low profile*. Patten (1991) menggolongkan perusahaan perminyakan, kimia, dan hutan serta kertas ke dalam kelompok perusahaan *high profile*. Hackstone dan Milne (1996), Purwanto (2011), Anggraini (2006) mengklasifikasikan perusahaan yang tergolong kategori industri *high-profile* yakni perusahaan tembakau dan rokok, perminyakan dan

pertambangan lain, otomotif, kertas, hutan, kimia, agribisnis, penerbangan, media dan komunikasi, energi (listrik), *engineering*, produk makanan dan minuman, pariwisata, transportasi serta kesehatan. Kelompok industri *low profile* yakni *supplier* peralatan medis, perbankan dan keuangan, bangunan, produk tekstil dan tekstil, properti, produk rumah tangga dan produk personal, *retailer*, (Sembiring, 2005).

Populasi penelitian ini adalah perusahaan yang *listed* di BEI tahun 2012-2015, yaitu sejumlah 525 perusahaan. Sampel ditentukan dengan metode *purposive sampling* yaitu penentuan didasarkan atas kriteria tertentu sehingga diperoleh sampel sebanyak 196 dalam empat tahun pengamatan. Kriteria yang digunakan dalam pemilihan sampel untuk penelitian ini adalah perusahaan yang termasuk kategori *high profile* dan *low profile*, perusahaan yang menerbitkan laporan tahunan untuk periode yang berakhir pada tanggal 31 Desember selama periode pengamatan 2012-2015, perusahaan yang melakukan pengungkapan CSR dan menyebutkan secara eksplisit nominal pengeluaran CSR pada laporan tahunan, perusahaan yang memperoleh keuntungan selama periode pengamatan 2012-2015, perusahaan yang menggunakan satuan rupiah dalam menyajikan laporan tahunannya.

Data dikumpulkan menggunakan metode penelitian arsip (*archival research*). Penelitian arsip yakni penelitian terhadap fakta yang tertulis (dokumen) atau berupa arsip data (Rahmadiansyah, 2012). Data yang dikumpulkan yaitu data yang berkaitan dengan objek yang diteliti yaitu data publikasi yang diperoleh dalam Bursa Efek Indonesia. Selain itu, dilakukan pula studi literatur seperti buku,

jurnal, skripsi, internet, atau sumberlainnya. Data dianalisis dengan menggunakan teknik *stepwise multiple regression*.

Analisis *stepwise multiple regression* merupakan analisis regresi yang dilakukan secara *step by step*. Dalam *stepwise multiple regression*, variabel independen dimasukkan jika secara statistik variabel tersebut memberikan kontribusi yang signifikan pada persamaan regresi (Meyers, dkk., 2006:216). *Stepwise multiple regression* digunakan untuk menjawab pertanyaan yang berbeda. Dalam penelitian ini, *stepwise multiple regression* digunakan untuk menganalisis persamaan regresi tanpa variabel *dummy*, dan yang kedua dengan variabel *dummy*.

*Step* pertama adalah regresi sederhana antara profitabilitas dan *corporate social responsibility expenditure*. *Step* berikutnya regresi antara profitabilitas, variabel *dummy* (*industry profile*) dengan *corporate social responsibility expenditure*. Alasan dimasukkannya variabel *dummy* ke dalam persamaan regresi sebagai proksi (cerminan) dari *industry profile* adalah untuk mendapatkan bukti pendukung dalam menjawab hipotesis kedua. Variabel *dummy* akan dapat membantu mengetahui ada atau tidaknya perbedaan rata-rata variabel terikat *corporate social responsibility expenditure* menurut *industry profile*-nya. Adapun model regresi dapat dirancang sebagai berikut :

1) Persamaan regresi tanpa *dummy*  
$$Y = a + \beta_1 X_1 + e \dots \dots \dots (3)$$

2) Persamaan regresi dengan *dummy*  
$$Y_i = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 D_i + \varepsilon \dots \dots \dots (4)$$

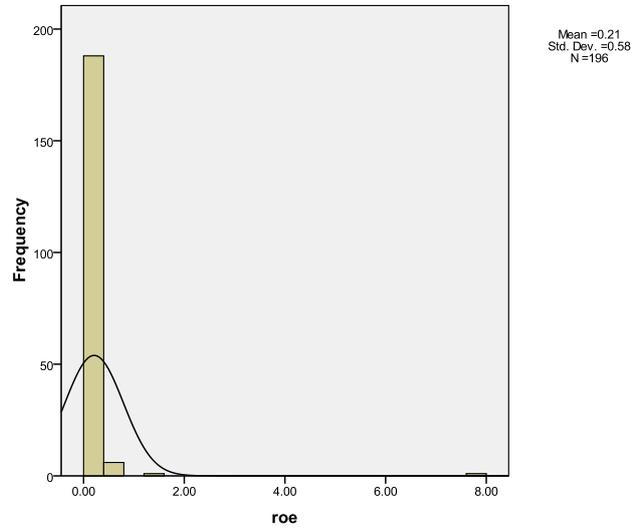
Keterangan:

Y	=	<i>Corporate Social Responsibility (CSR) Expenditure</i>
$\alpha$	=	Konstanta
X <sub>1</sub>	=	Profitabilitas
$\beta_1$	=	Koefisien Regresi X <sub>1</sub>
$\beta_2$	=	Koefisien Regresi Variabel Dummy
D <sub>i</sub>	=	<i>Industry Profile 1 = High Profile; dan 0 = Low Profile</i>
$\varepsilon$	=	<i>Error</i>

Selain *stepwise multiple regression*, dilakukan uji Beda *Mann-Whitney* untuk menjawab hipotesis kedua, yakni apakah terdapat perbedaan *corporate social responsibility expenditure* antara perusahaan *high profile* dan *low profile*.

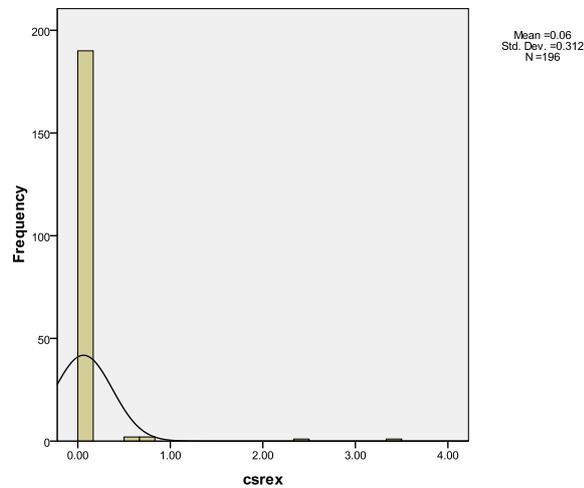
## HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum membahas hasil pengujian statistik, terlebih dahulu dilakukan pengujian statistik deskriptif pada seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian, dilanjutkan analisis hasil uji asumsi klasik, uji statistik F, uji statistik t, koefisien determinasi ( $R^2$ ), dan uji beda *Mann-Whitney*. Berdasarkan data yang diperoleh, setelah diuji normalitasnya menunjukkan bahwa residual tidak berdistribusi normal. Adanya permasalahan tersebut dapat ditanggulangi dengan mentransformasi data agar menjadi normal (Ghozali, 2014:35). Untuk menormalkan data, terlebih dahulu harus diketahui grafik histogram dari data yang dipakai. Grafik histogram dari data yang digunakan, disajikan pada gambar grafik dibawah ini.



**Gambar 2.**  
**Grafik Histogram *Return On Equity* (ROE)**

*Sumber:* Data Diolah, 2016



**Gambar 3.**  
**Grafik Histogram Alokasi *Corporate Social Responsibility Expenditure* (CSRE)**

*Sumber:* Data Diolah, 2016

Dapat dilihat, kedua grafik tersebut menceng ke kiri dan memiliki lembah yang curam. Bentuk grafik histogram data yang digunakan dinamakan *Substansial Positive Skewness*. Transformasi yang dapat dilakukan untuk menormalkan data

adalah dengan menggunakan  $\lg_{10}(x)$  sehingga didapat statistik deskriptif data hasil transformasi pada Tabel 1 berikut.

**Tabel 1.**  
**Statistik Deskriptif**

	<b>N</b>	<b>Min</b>	<b>Max</b>	<b>Mean</b>	<b>Std. Deviation</b>
Lgroe	196	-2.22877	.90260	-.8892966	.38498500
Lgcsrex	196	-5.03831	.52974	-2.1487884	.87443036
Valid N (listwise)	196				

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2016

Pada Tabel 1 di atas, dapat dijelaskan statistik deskriptif data setelah ditransformasi dari variabel yang digunakan pada penelitian ini. Nilai *mean* ROE perusahaan sebesar -0,8892966. ROE memiliki nilai minimum -2.22877 yang diperoleh PT Minna Padi Investama Tbk pada tahun 2014 Nilai maksimum sebesar 0,90260 diperoleh oleh Matahari Department Store Tbk pada tahun 2014.

Nilai rata-rata alokasi CSR *expenditure* pada perusahaan terkategori *high profile* dan *low profile* sebesar -2.1487884. Alokasi CSR *expenditure* memiliki nilai minimum -5,03831 yang dikeluarkan PT Paninvest Tbk pada tahun 2015 dan memiliki nilai maksimum 0,52974 yang dikeluarkan oleh PT Radana Bhaskara Finance Tbk pada tahun 2013. Berdasarkan Tabel 2, setelah data ditransformasi, pengujian normalitas dengan analisis Kolmogorov-Smirnov dapat diketahui nilai signifikansi sebesar  $0,246 > 0,05$ , sehingga model regresi telah berdistribusi normal.

**Tabel 2.**  
**Uji Normalitas**

		Unstandardized Residual
N		196
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	0.841006636
	Absolute	0.073
Most Extreme Differences	Positive	0.040
	Negative	-0.073
Kolmogorov-Smirnov Z		1.023
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.246

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2016

Berdasarkan pada Tabel 3, hasil uji autokorelasi menunjukkan nilai *Durbin-Watson* (DW) sebesar 2.101 pada taraf signifikan 0,05 untuk  $n=196$  dan  $k=2$ . Nilai *Durbin-Watson* (DW) hitung = 2.101 lebih besar dari  $dL = 1.748$  dan lebih kecil dari  $4-dU = 2.211$ , maka disimpulkan model regresi bebas dari autokorelasi.

**Tabel 3.**  
**Uji Autokorelasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin Watson
1	.336 <sup>a</sup>	.113	.108	.82570	
2	.377 <sup>b</sup>	.142	.133	.81425	2.101

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2016

Berdasarkan Tabel 4, seluruh variabel independen tidak ada yang menunjukkan nilai Tolerance kurang dari 0,10 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) lebih dari 10. Sehingga, model regresi lolos dari gejala multikolonieritas.

**Tabel 4.**  
**Uji Multikolinieritas**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-2.828	.149		-19.006	.000		
Lgroe	-.763	.154	-.336	-4.970	.000	1.000	1.000
2 (Constant)	-2.828	.155		-19.086	.000		
Lgroe	-.763	.152	-.344	-5.158	.000	.998	1.002
Industry_pro file	-2.828	.122	.170	2.548	.012	.998	1.002

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2016

Tabel 5 menunjukkan bahwa tingkat signifikansi variabel bebas yang digunakan sebesar 0,387 dan 0,301 lebih dari 0,05 sehingga pada model regresi yang digunakan dalam penelitian tidak ditemukan adanya gejala heteroskedastisitas.

**Tabel 5.**  
**Uji Heteroskedastisitas**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.496	.103		4.842	.000
Lgroe	-.087	.100	-.062	-.866	.387
Industry_pro file	.084	.081	.074	1.036	.301

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2016

Berdasarkan Tabel 6, uji statistik F kedua model memiliki signifikansi 0,000 yaitu lebih kecil dari 0,05 sehingga disimpulkan model regresi layak digunakan dalam memprediksi *corporate social responsibility expenditure*.

**Tabel 6**  
**Uji Statistik F**

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	16.837	1	16.837	24.696	.000 <sup>a</sup>
	Residual	132.265	194	.682		
	Total	149.102	195			
2	Regression	21.142	2	10.571	15.944	.000 <sup>b</sup>
	Residual	127.960	193	.663		
	Total	149.102	195			

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2016

**Tabel 7**  
**Uji Statistik t**

Model		Unstandardized		Standardized	t	Sig.
		Coefficients		Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.828	.149		-19.006	.000
	Lgroe	-.763	.154	-.336	-4.970	.000
2	(Constant)	-2.953	.155		-19.086	.000
	Lgroe	-.782	.152	-.344	-5.158	.000
	Industry_profile	.312	.122	.170	2.548	.012

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2016

Berdasarkan Tabel 7 maka dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

1) Hipotesis Pertama :

$$\lg_{10}\text{CSRE} = - 2,828 - 0,763 \lg_{10}\text{ROE} + \varepsilon$$

2) Hipotesis Kedua :

$$\lg_{10}\text{CSRE} = - 2,953 - 0,782 \lg_{10}\text{ROE} + 0,312 \text{ Di} + \varepsilon$$

Keterangan:

CSRE = Alokasi Biaya CSR

ROE = *Return On Equity*

Di = *Industry Profile* 1 = *High Profile*; dan 0 = *Low Profile*

$\varepsilon$  = Standar error

Berikut ini adalah interpretasi dari persamaan berdasarkan hasil pengujian statistik t pada Tabel 7.

Hipotesis pertama pada penelitian ini yaitu profitabilitas berpengaruh pada *corporate social responsibility expenditure* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2015. Nilai konstanta sebesar  $-2,828$  dapat diartikan bahwa apabila *return on equity* adalah 0, maka alokasi *corporate social responsibility expenditure*-nya bernilai  $-2,828$ . Koefisien regresi *return on equity* sebesar  $-0,763$  yang berarti jika rasio *return on equity* meningkat sebesar 1 persen, maka akan mengakibatkan penurunan pada alokasi CSR *Expenditure* perusahaan sebesar 76,3 persen. Hasil uji statistik t pada Tabel 7 rasio menunjukkan bahwa tingkat signifikansi rasio ROE sebesar 0,000 dimana taraf signifikansi ( $\alpha$ ) tersebut kurang dari 0,05 sehingga hipotesis pertama diterima. Hal tersebut mengindikasikan bahwa variabel ROE berpengaruh negatif signifikan pada *corporate social responsibility expenditure* yang diprosikan dengan alokasi biaya CSR atau dengan kata lain semakin tinggi rasio *Return On Equity* maka semakin rendah alokasi *Corporate Social Responsibility Expenditure* (CSRE).

Hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah terdapat perbedaan *corporate social responsibility expenditure* antara perusahaan terkategori *high* dan *low profile* yang *listed* di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2015. Hasil uji statistik t yang disajikan pada Tabel 7, *dummy industry profile* memiliki tingkat signifikansi 0,012 lebih kecil dari taraf signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 0,05 sehingga  $H_2$  diterima. Ini menunjukkan bahwa *industry profile* memiliki pengaruh positif pada *corporate*

*social responsibility expenditure*. Koefisien regresi *industry profile* sebesar 0,312 dapat diartikan bahwa perusahaan terkategori *high profile* ( $D = 1$ ) memiliki rata-rata *corporate social responsibility expenditure* lebih tinggi 31,2 persen dibandingkan dengan perusahaan terkategori *low profile* ( $D = 0$ ).

**Tabel 8.**  
**Uji Beda *Mann-Whitney***

<i>Mann-Whitney U</i>	3596.000
<b>Asymp. Sig. (2-tailed)</b>	<b>0,046</b>

*Sumber:* Hasil Pengolahan Data, 2016

Berdasarkan hasil uji beda *Mann-Whitney* pada Tabel 8 diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,046, karena probabilitas  $< 0,05$  maka dapat ditarik kesimpulan bahwa  $H_2$  diterima. Ini berarti rata-rata *corporate social responsibility expenditure* berbeda secara signifikan antara perusahaan terkategori *high profile* dan *low profile*.

**Tabel 9.**  
**Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.336 <sup>a</sup>	.113	.108	.82570
2	.377 <sup>b</sup>	.142	.133	.81425

*Sumber:* Hasil Pengolahan Data, 2016

Berdasarkan Tabel 9 diketahui dalam model 1, nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,113 atau 11,3%, menunjukkan bahwa 11,3% variasi dari variabel terikat, yaitu *CSR expenditure* dapat dijelaskan oleh variasi dari variabel bebas, yaitu ROE, sedangkan sisanya sebesar 88,7% dijelaskan oleh faktor lainnya yang tidak digunakan dalam model regresi penelitian ini. Setelah dimasukkan variabel *dummy industry profile* (model 2), nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,133

atau 13,3%, artinya 13,3% variasi dari variabel terikat yaitu CSR *expenditure* dapat dijelaskan oleh variasi dari variabel bebas, yaitu ROE dan *industry profile*, sedangkan sisanya sebesar 86,7% dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak digunakan dalam model regresi penelitian ini.

Pengujian hipotesis pertama memperoleh hasil bahwa profitabilitas dengan proksi ROE berpengaruh negatif pada *corporate social responsibility expenditure* yang diproksikan dengan alokasi *corporate social responsibility expenditure* (CSRE) sehingga hipotesis pertama ( $H_1$ ) dalam penelitian ini diterima. Pengaruh negatif yang diperoleh dalam penelitian disebabkan oleh kenaikan proporsi *corporate social responsibility expenditure* tidak sebesar kenaikan proporsi yang dialami *return on equity* perusahaan.

Hal ini dapat dipengaruhi oleh perbedaan kebijakan pengeluaran biaya tanggung jawab sosial yang ditetapkan oleh manajemen perusahaan. Belum adanya peraturan yang secara eksplisit mengatur besaran minimal pengeluaran biaya tanggung jawab sosial perusahaan juga menjadi salah satu alasan mengapa kenaikan *corporate social responsibility expenditure* perusahaan terkategori *high profile* dan *low profile* tidak sebesar kenaikan rasio *return on equity* perusahaan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan temuan penelitian yang diperoleh Chauhan dan Amit (2014). Hasil penelitian ini memberikan bukti empiris berlakunya teori stakeholder, teori hierarki kebutuhan Maslow dan teori *ability to pay* dalam menjelaskan hubungan antara profitabilitas dengan *corporate social responsibility expenditure* walaupun jika dilihat menggunakan pendekatan proporsi, arah pengaruhnya dapat berkebalikan.

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik, variabel dummy (*industry profile*) berpengaruh positif signifikan pada *corporate social responsibility expenditure*. Koefisien variabel dummy (*industry profile*) yang menandakan bahwa rata-rata *corporate social responsibility expenditure* perusahaan terkategori *high profile* lebih besar dibandingkan perusahaan terkategori *low profile* dan hasil uji beda yang lebih kecil dari taraf nyata 0,05 memberi bukti bahwa *corporate social responsibility expenditure* perusahaan terkategori *high profile* dan *low profile* adalah berbeda sehingga hipotesis kedua (H<sub>2</sub>) dalam penelitian ini dapat diterima.

Ini artinya semakin besar resiko yang dihadapi perusahaan, maka semakin tinggi pula pengeluaran untuk pelaksanaan program CSR perusahaan. Hal tersebut sesuai dengan teori legitimasi yang menganggap bahwa jika masyarakat merasa perusahaan tersebut telah melanggar kontrak sosial, maka kelangsungan hidup perusahaan akan terancam sehingga organisasi selalu berusaha menyelaraskan norma-norma perilaku yang ada dalam sistem sosial masyarakat dimana organisasi merupakan bagian dari sistem tersebut dengan nilai-nilai sosial yang melekat pada kegiatannya. Dapat dikatakan legitimasi perusahaan akan terjadi selama kedua sistem nilai tersebut selaras. Namun sebaliknya, akan ada ancaman terhadap legitimasi perusahaan jika ketidakselarasan aktual atau potensial terjadi diantara kedua sistem nilai tersebut. (Dowling dan Pfeffer, 1975).

Perusahaan tidak dapat mengabaikan masalah lingkungan di mana ia beroperasi (Tsoutsoura, 2004). Ketika masyarakat merasa tidak puas dan menganggap perusahaan tidak lagi dapat menjalankan operasinya sesuai dengan

norma dan nilai yang diterima di lingkungan tersebut, maka masyarakat akan mencabut “kontrak organisasi” untuk melanjutkan operasinya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan temuan yang diperoleh Rai dan Bansal (2015) bahwa perusahaan yang mencemari lingkungan menghabiskan lebih banyak biaya CSR dikarenakan adanya tekanan dari pembuat kebijakan dan konsumen. Penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa sesuai dengan teori legitimasi, perusahaan *high profile* mengeluarkan *corporate social responsibility expenditure* lebih besar dibandingkan perusahaan *low profile*.

Pengungkapan informasi sosial yang lebih banyak akan dilakukan oleh perusahaan yang memiliki dampak besar pada lingkungan (Indrawati, 2009). Pengungkapan informasi sosial yang lebih luas tentu akan berdampak pada *corporate social responsibility expenditure* yang akan lebih besar pula. Hal ini dilakukan untuk menjaga legitimasi dari masyarakat karena berdampak lebih besar pada lingkungan (*high profile*) mengalami tekanan sosial yang lebih tinggi, sehinggakan berdampak pada *going concern* perusahaan di masa depan. Investor maupun calon investor dapat menggunakan informasi ini sebagai bahan pertimbangan sebelum melakukan investasi

## **SIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil pengujian statistik yang telah didiskusikan pada bagian sebelumnya, maka dapat ditarik dua simpulan. Simpulan pertama yaitu profitabilitas berpengaruh negatif pada *corporate social responsibility expenditure*. Hal ini berarti bahwa rata-rata kenaikan alokasi *corporate social responsibility expenditure* tidak sebesar rata-rata kenaikan rasio profitabilitas. Hal

ini disebabkan oleh perbedaan kebijakan manajemen terkait dengan jumlah biaya tanggung jawab sosial yang dikeluarkan dan regulasi yang belum mengatur secara eksplisit batas minimum pengeluaran biaya tanggung jawab sosial bagi perusahaan.

Simpulan kedua yakni *corporate social responsibility expenditure* antara perusahaan terkategori *high profile* dan *low profile* berbeda. Sesuai dengan teori legitimasi, perusahaan *high profile* mengeluarkan biaya tanggung jawab sosial yang lebih besar dibandingkan dengan perusahaan *low profile*. Hal tersebut dikarenakan perusahaan *high profile* mengalami tekanan dari pembuat kebijakan dan menghadapi resiko yang lebih besar dibandingkan dengan perusahaan *low profile*. Tekanan ini diakibatkan oleh dampak lingkungan yang lebih besar dihasilkan oleh perusahaan *high profile*. Perusahaan *high profile* mengeluarkan biaya tanggung jawab sosial yang lebih tinggi untuk melegitimasi dan menjaga reputasi sehingga melanjutkan *going concern* perusahaan.

Berdasarkan simpulan tersebut, maka saran yang dapat diberikan bagi para investor maupun calon investor yang akan menanamkan modalnya pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia lebih mempertimbangkan *corporate social responsibility expenditure* dalam melakukan pengambilan keputusan investasi. Ketika mengambil keputusan investasi, investor juga harus mempertimbangkan *industry profile* perusahaan tempat investor akan berinvestasi karena *industry profile* menandakan perbedaan resiko lingkungan yang dihadapi perusahaan sehingga akan berdampak pada *sustainability* perusahaan tersebut. Bagi perusahaan semestinya mengeluarkan *corporate social responsibility*

*expenditure* bukan hanya untuk menjaga reputasi atau memperoleh legitimasi tapi harus disadari sebagai bagian dari tanggung jawab menjaga ekosistem lingkungan.

Bagi peneliti selanjutnya dalam menggunakan *ability to pay theory* harus berhati-hati karena hubungan antara profitabilitas dengan *corporate social responsibility expenditure* tidak selalu positif apalagi proksi yang digunakan adalah proporsi profitabilitas dan proporsi *corporate social responsibility expenditure*. Peneliti selanjutnya juga dapat memasukkan variabel yang sesuai dengan teori *ability to pay* seperti variabel ukuran perusahaan dalam meneliti *corporate social responsibility expenditure*.

Selain itu, *profile analysis* itu penting dilakukan ketika menganalisis hubungan antara profitabilitas dan *corporate social responsibility expenditure* karena akan diperoleh hasil yang lebih tajam apabila ketika menganalisis pengaruh profitabilitas dan *corporate social responsibility expenditure*, sampel yang digunakan dipisahkan sesuai dengan *industry profile*-nya dibandingkan dengan semua perusahaan digabungkan.

## REFERENSI

- Anggraini, Fr.Reni Retno. 2006. Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan tahunan. *Symposium Nasional Akuntansi IX*. Padang. 23-26 Agustus.
- Apriyanti, Ni Made Windya dan I.G.A.N Budiasih. 2016. Profitabilitas dan Corporate Social Responsibility pada Perusahaan High dan Low Profile. *E-jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 14 (2): 977-1004
- Branco, Manuel Castelo, dan Lucia Lima Rodrigues. 2007. Positioning Stakeholder Theory within The Debate on Corporate Social Responsibility *Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies*, 12(1). 5-15

- Chauhan, Swati dan Amit. 2014. A Relational Study of Firm's Characteristics and CSR Expenditure :*Procedia Economics and Finance*, 11:23-32
- Deegan, Craig. 2002. The Legitimising Effect of Social and Environmental Disclosures-A Theoretical Foundation. *Accounting, Auditing, and Accountability Journal*, 15(3):282-311
- Dowling J. and Pfeffer, J. (1975), "Organizational legitimacy: Social values and organizational behaviour", *Pacific Social Review*, 18 (1): 122-136.
- Earnhart, D., Khanna, M., & Lyon, T. (2014). Corporate environmental strategies in emerging economies. *Review of Environmental Economics and Policy*, 8(2): 164–185.
- Eka, Nanda Putra. 2011. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR).*Skripsi*. Universitas Diponegoro
- Faisal, Faisal, Greg Tower, dan Rusmin Rusmin. 2012. Legitimising Corporate Sustainability Reporting Throughout the World. *Australasian Accounting, Bussiness and Finance Journal*, 6(2): 19-34
- Hackstone, David and Markus J. Milne. 1996. Some Determinants of Social and Enviromental Disclosure in New Zealand Companies. *Auditing and Accountability Journal*.9 (1):77-108.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Up Date PLS Regresi*. Edisi 7. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indrawati, Novita. 2009. Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Annual Report serta Pengaruh Political Visibility dan Economic Performance. *Pekbis Jurnal*. 1(1): 1-11
- Lindrawati, Nita Felicia dan J. Th budianto . 2008. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan yang Terdaftar Sebagai 100 Best Corporate Citizens Oleh KLD Research & Analytics. *Majalah Ekonomi*, 18(1):66-83
- Meyers, Lawrence S., Glenn Gamst, dan A.J Guarino. 2006. *Applied Multivariate Research (Design and Interpretation)*. United States of America:Sage Publications,Inc.

- Nazira. 2015. Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Biaya Tanggung Jawab Sosial (CSRE) dan Implikasinya terhadap kinerja perusahaan. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia
- Patten, D.M. 1991. Exposure, legitimacy, and social disclosure. *Journal of Accounting and Public Policy*,10(4): 297-308
- Porter, Michael E. dan Mark R. Kramer. 2002. The Competitive Advantage of Corporate Philantropy. *Harvard Business Review*, 1-15.
- Purwanto, Agus. 2011. Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, terhadap Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi dan Auditing*, 8(1): 12-29
- Putri, Rani Widyasari Eko. 2013. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 2 (2): 15-36
- Rahmadiansyah, Raden Cahya. 2012. Pengaruh Kredit Bermasalah (Non Performing Loan) dan Penghapusan Kredit Bermasalah Terhadap Net Profit Margin (studi kasus pada Bank Umum yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Skripsi*. FE Universitas Widyatama
- Rai, S., & Bansal, S. (2014). An analysis of corporate social responsibility expenditure in India. *Economic and Political Weekly*, 49(50).
- Rai, Shachi dan Sangeeta Bansal. 2015. Factors Explaining Corporate Social Expenditure in India. *Review of Market Integration*, 7(1): 37-61
- Rajput, Namita, Geetanjali Batra, dan Ruchira Pathak. 2012. Linking CSR and Financial Performance: An Empirical Validation, 10(2): 42-49
- Republik Indonesia. 2007. Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. [http://www.setneg.go.id/index.php?option=com\\_perundangan&id=1776&task=detail&catid=1&Itemid=42&tahun=2007](http://www.setneg.go.id/index.php?option=com_perundangan&id=1776&task=detail&catid=1&Itemid=42&tahun=2007)(diunduh tanggal 23 September 2016).
- Sembiring, Eddy Rismanda. 2005. Karakteristik perusahaan dan pengungkapan tanggung jawab social ; studi empiris pada perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Jakarta. *Simposium Nasional Akuntansi VII*.Solo. 15-16 September
- Tsoutsoura, Margarita, (2004), Corporate Social Responsibility and Financial Performance. *Working Paper Series Haas School of Business*. 1-21
- Victoria, Ni Putu Lia. 2015. Pengaruh Tingkat Perputaran Kas, Efektivitas Pengelolaan Hutang, BOPO, Tingkat Kredit Yang Disalurkan, Dan Biaya

Corporate Social Responsibility Pada Kinerja Keuangan Bank di Bursa Efek Indonesia. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 13 (2): 625-642

Wiagustini, Ni Luh Putu. 2010. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Denpasar : Udayana University Press

Zuraedah, Isnani Ken. 2010. Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Pemoderasi. *Skripsi*. Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional Veteran. Jakarta