

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dalam Rangka *Sustainable Development Goals* terhadap Profitabilitas

Eko Purwanto

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia

Email: ekopurwanto@unibi.ac.id

Abstrak

Tujuan dari Penelitian ini adalah mengungkapkan pengaruh *Corporate Social Responsibility* dalam rangka *Sustainable Development Goals* terhadap Profitabilitas. Laporan Keuangan yang merupakan data sekunder dari Bursa Efek Indonesia dan sektor farmasi diambil sebagai objek Penelitian. Pemilihan sektor farmasi didasarkan atas fenomena limbah farmasi yang banyak ditemukan dan mencemari lingkungan. Pencemaran tersebut mengharuskan Perusahaan untuk melakukan tanggung jawab sosial. Penelitian dilakukan dengan rentang waktu 6 tahun, dari 2016 sampai tahun 2021. Uji asumsi klasik, uji koefisien regresi linier berganda, uji determinasi, uji korelasi, dan pengujian hipotesis digunakan dalam pengujian data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* dalam rangka *Sustainable Development Goals* berpengaruh terhadap profitabilitas.

Kata Kunci: CSR, SDGs, Profitabilitas.

Abstract

The purpose of this study is to reveal the effect of Corporate Social Responsibility in the context of Sustainable Development Goals on Profitability. Financial reports which are secondary data from the Indonesian Stock Exchange and the pharmaceutical sector are taken as research objects. The selection of the pharmaceutical sector is based on the phenomenon of pharmaceutical waste which is found in large numbers and pollutes the environment. The pollution requires the Company to carry out social responsibility. The research was conducted over a period of 6 years, from 2016 to 2021. Classical assumption tests, multiple linear regression coefficient tests, determination tests, correlation tests, and hypothesis testing were used in testing the data. The results of the study show that Corporate Social Responsibility in the context of Sustainable Development Goals has an effect on profitability.

Keywords: CSR, SDGs, Profitability.

1 PENDAHULUAN

Issu *Sustainable Development Goals* (SDGs) mulai dikenal sejak tahun 2015. PBB mencanangkan pembangunan berkelanjutan untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi, menjaga keberlanjutan kehidupan sosial bermasyarakat, dan menjaga kualitas lingkungan untuk kehidupan yang lebih baik di masa mendatang. Pilar pembangunan ekonomi berkelanjutan ini berlaku untuk semua Negara, tidak terkecuali Indonesia.

Indonesia merupakan bagian dari dunia melihat SDGs sebagai komponen yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Sehingga melalui Keputusan Presiden Nomor 59 Tahun 2017, Indonesia berkomitmen untuk melaksanakan SDGs sesuai dengan aturan yang berlaku umum.

Penerapan SDGs erat kaitannya dengan kegiatan CSR di Perusahaan. Perusahaan mengusahakan untuk melakukan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat di sekitar.

Wujud tanggung jawab sosial tersebut dilaksanakan dengan penuh kesadaran dan dilakukan secara continue di setiap tahunnya. Kegiatan CSR meliputi; pemberdayaan lingkungan hidup; pemberian beasiswa, pelatihan dan hal-hal lain yang berkaitan dengan dunia pendidikan; program donor darah, vaksinasi, dan kegiatan lain yang berkaitan dengan kesehatan dan keselamatan; pemberdayaan kepada masyarakat melalui kegiatan seminar, workshop, dan lain-lain dengan tujuan meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan masyarakat sekitar.

Kegiatan CSR ini semula bersifat sukarela, namun dengan adanya UU. No. 40 tahun 2007 kegiatan ini diwajibkan untuk unit usaha berbentuk Perseroan. Dengan adanya UU tersebut menjadikan Perusahaan melakukan CSR secara rutin di setiap periodenya. Kegiatan yang dilakukan tentu saja membutuhkan pendanaan yang tidak sedikit. Hal ini berbanding terbalik dengan tujuan utama Perusahaan yaitu mencapai tingkat keuntungan semaksimal mungkin.

Sektor Farmasi merupakan 1 dari sekian banyak sektor di Bursa Efek Indonesia yang menjalankan usaha dan diwajibkan untuk melakukan kegiatan CSR. Hal ini terjadi secara khusus karena perusahaan sektor Farmasi sangat bergantung pada bahan kimia yang memiliki dampak terhadap lingkungan. Perusahaan yang bergerak di sektor Farmasi didorong untuk semakin meningkatkan kepedulian terhadap lingkungan. Terlebih limbah yang ada sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari industri jika tidak dikelola dengan baik akan mengakibatkan permasalahan lingkungan. Limbah sektor industri Farmasi meliputi; obat-obatan kadaluarsa, kertas atau karton pembungkus obat; debu atau lumpur hasil kontak antara obat dan air; dan masih banyak lagi yang lainnya.

Hal tersebut diperparah dengan beberapa kejadian pembuangan limbah secara sembarangan oleh pihak industri Farmasi. Diantaranya adalah kasus pencemaran parasetamol di Teluk Jakarta pada tahun 2021, pembuangan limbah infus ke kali di Pasuruan tahun 2022, dan masih banyak kasus lain yang

menyiratkan bahwa sektor tersebut memiliki keharusan untuk mengolah dan memanfaatkan limbahnya dengan baik. Sebagai wujud tanggung jawab sosialnya, Perusahaan melakukan kegiatan CSR.

Kegiatan CSR membuat citra Perusahaan meningkat dan dianggap menutupi kesalahan-kesalahan Perusahaan dalam kegiatan operasionalnya; menghasilkan limbah dan limbah tersebut dianggap dapat merusak lingkungan. Adanya peningkatan citra positif dari masyarakat kepada Perusahaan membuat Perusahaan mendapat nama baik dari masyarakat. Perusahaan yang melakukan CSR dinilai lebih unggul dan memiliki citra baik di mata masyarakat. Masyarakat memiliki pemikiran dalam alam bawah sadarnya untuk menggunakan produk-produk dari Perusahaan yang memiliki citra baik dan akan meninggalkan produk-produk dengan citra yang kurang baik. Hal ini terjadi secara alamiah dan berlangsung secara massif.

Dalam kegiatannya di Pasar Modal, *image* ini juga melekat pada masyarakat sebagai penanam modal. Masyarakat cenderung akan membeli saham-saham yang memiliki citra baik. Hal ini dimaknai sebagai sebuah hal yang positif untuk Perusahaan. Dengan adanya persepsi citra baik dapat membuat masyarakat tertarik membeli dan menginvestasikan modalnya di Perusahaan tersebut. Sehingga secara tidak langsung, pengorbanan Perusahaan mengeluarkan biaya untuk kegiatan CSR terbayar dengan adanya peningkatan jumlah pemegang saham. Dapat dikatakan juga, kegiatan CSR dianggap memiliki efek domino. Di satu sisi, Perusahaan mempertanggung jawabkan segala yang perusahaan sudah lakukan; pencemaran limbah, dan lain-lain untuk kegiatan yang bermanfaat bagi masyarakat sekitar. Di sisi lain, kegiatan CSR membawa keuntungan ketika berbicara mengenai perdagangan di pasar modal. Masyarakat cenderung menanamkan modalnya pada Perusahaan dengan citra baik. Hal ini menjadi efek tidak langsung dari adanya kegiatan CSR yaitu sebagai sarana marketing dari Perusahaan untuk menarik para investor.

Adanya anggapan bahwa investor akan lebih tertarik menanamkan modalnya pada Perusahaan dengan citra baik menjadikan keuntungan tersendiri bagi Perusahaan. Banyaknya pemodal yang berinvestasi membuat Profitabilitas Perusahaan diyakinin juga akan bertambah. Hal ini sejalan dengan tujuan utama Perusahaan dalam kegiatan operasionalnya, yaitu memaksimalkan laba. Dengan adanya laba yang maksimal, Perusahaan dapat menjalankan kegiatan operasionalnya dengan baik. Bukan hanya itu, profitabilitas yang tinggi dapat membuat Perusahaan berinvestasi secara lebih baik lagi. Hal ini memberikan keuntungan bagi para pemegang saham karena menjadi lebih sejahtera dengan asumsi dividen tinggi akan didapatkan. Aktivitas CSR juga dianggap memberikan keuntungan tambahan bagi Perusahaan karena biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan tersebut dapat mengeliminasi kewajiban perpajakan yang ditanggung perusahaan.

Dari uraian tersebut memberikan bukti bahwa adanya hubungan antara strategi Perusahaan melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility* dalam kerangka *Sustainable Development Goals* terhadap Profitabilitas Perusahaan.

2 KAJIAN PUSTAKA

Pengungkapan CSR erat kaitannya dengan SDGs yang disepakati dan mulai diterapkan sejak tahun 2015. Indonesia yang merupakan bagian dari dunia, yang tergabung dalam PBB sepakat untuk membuat tatanan dunia menjadi lebih baik lagi dengan memperhatikan hal-hal yang berkaitan dengan lingkungan. Pengertian menurut versi *the World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) in Fox, world Bank, (2002)*, definisi CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan, adalah komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan para karyawan perusahaan, keluarga karyawan, dan masyarakat setempat (Lokal) dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan. Sutedi (2015:67) mendefinisikan CSR secara

umum merupakan kontribusi menyeluruh dan dunia usaha terhadap pembangunan berkelanjutan, dengan mempertimbangkan dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan dan kegiatannya.

CSR dapat diukur dengan menggunakan indeks *Global Reporting Initiative (GRI)* generasi ke 4 (G4) yang berjumlah 91 indikator kinerja dalam 3 kategori (ekonomi, lingkungan, dan sosial). Semakin besar indeks pengungkapan CSR pada suatu perusahaan, maka semakin tinggi pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan. Perhitungan indeks CSR, dapat dihitung berdasarkan deskripsi pengungkapan CSR pada laporan tahunan dan/atau laporan keberlanjutan pada masing-masing perusahaan yang terdaftar dengan memberikan nilai ada berapa indikator yang diungkapkan dari 91 indikator pengungkapan CSR.

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atau CSR adalah suatu konsep bahwa suatu organisasi, khususnya perusahaan memiliki suatu tanggung jawab terhadap stakeholder-nya yaitu konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan. Pada dasarnya perusahaan dituntut untuk mampu bertanggung jawab atas setiap aktivitas yang dilakukan terhadap para stakeholder. CSR merupakan suatu bentuk komitmen bisnis perusahaan untuk bertindak secara etis, sesuai aturan yang berlaku, dan berkontribusi pada pembangunan ekonomi, serta meningkatkan kualitas hidup pekerja dan masyarakat pada umumnya (Holme dan Watts, 2006 dalam Lanis dan Richardson, 2012).

Teori legitimasi dikemukakan pertama kali oleh Dowling dan Pfeffer (1975) dalam Bustanul, dkk. (2012). Teori legitimasi dikemukakan yang memberikan gambaran tentang adanya perbedaan antara nilai-nilai yang dianut perusahaan dengan nilai-nilai masyarakat, maka perusahaan akan berada pada posisi terancam dimana perbedaan tersebut dikenal sebagai *legitimacy gap*. Legitimasi gap akan muncul apabila perusahaan tidak peka terhadap dampak yang mungkin ditimbulkan dari aktivitas

perusahaan serta harapan masyarakat terhadap perusahaan dan hanya berorientasi pada menghasilkan keuntungan sebesar-besarnya (Ang dan Masella, 2015). Pengungkapan CSR sangat bermanfaat bagi perusahaan untuk meminimalkan legitimasi gap melalui peningkatan kesesuaian antara operasional perusahaan dan pengharapan masyarakat. Pembuktian legitimasi sejalan dengan penelitian Deegan (2012).

Sutedi (2015) dalam bukunya mengatakan *Agency Theory* menekankan pentingnya pemilik perusahaan menyerahkan pengelolaan perusahaan kepada tenaga-tenaga profesional yang lebih mengerti menjalankan bisnis sehari-hari. Menurut Jensen dan Meckling (1976) dalam Sutedi (2015), Agensi Teori merupakan hubungan keagenan sebagai suatu kontrak yang mana satu atau lebih principal menggunakan orang lain atau agen untuk menjalankan aktivitas perusahaan. Principal menyediakan fasilitas dan dana untuk kebutuhan operasi perusahaan, sedangkan agen sebagai pengelola berkewajiban untuk mengelola perusahaan sebagaimana dipercayakan oleh pemegang saham untuk meningkatkan nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan Tristiarini (2014), menjelaskan bahwa teori agensi pada CSR memiliki kemampuan dalam mengurangi asimetris informasi sehingga dapat mengurangi biaya agensi.

Tujuan utama perusahaan adalah memperoleh laba yang tinggi, serta meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan akan terjamin tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*) apabila perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan hidup karena keberlanjutan merupakan keseimbangan antara kepentingan-kepentingan ekonomi, lingkungan dan masyarakat. Dimensi tersebut terdapat di dalam penerapan CSR yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk pertanggungjawaban dan kepedulian terhadap lingkungan di sekitar perusahaan.

Tanggung jawab sosial perusahaan seharusnya tidak hanya berbentuk tindakan memaksimalkan laba untuk kepentingan pemegang saham (*stakeholder*), namun lebih

luas lagi bahwa kesejahteraan yang dapat diciptakan oleh perusahaan sebetulnya tidak terbatas kepada kepentingan pemegang saham, tetapi juga untuk kepentingan stakeholder, yaitu semua pihak yang mempunyai keterkaitan atau klaim terhadap perusahaan (Untung, 2008 dalam Waryanti, 2009). Hal ini dikenal dengan istilah Profitabilitas. Profitabilitas adalah sejumlah uang yang dapat dihasilkan perusahaan dengan sumber daya apapun yang dimiliki perusahaan tersebut. Tujuan akhirnya untuk setiap organisasi adalah memaksimalkan profitabilitas. Akibatnya, perusahaan mendapatkan manfaat yang terkait dengan peningkatan profitabilitas (Niresh & Velnampi, 2014).

Rasio profitabilitas merupakan ukuran efektivitas manajemen secara keseluruhan, yang ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan atau pun investasi. Semakin tinggi rasio profitabilitas merupakan gambaran kemampuan perolehan keuntungan organisasi yang lebih baik (Soemohadiwidjojo, 2015:79). Macam-macam rasio profitabilitas menurut Wahyudiono, (2014:82) diantaranya *Return on Equity* (ROE), *Return On investment* (ROI), *Earning per Share* (EPS), *Net Profit Margin* (NPM).

Mereka adalah pemasok, pelanggan, pemerintah, masyarakat lokal, investor, karyawan, kelompok politik, dan asosiasi perdagangan. Seperti halnya pemegang saham yang mempunyai hak terhadap tindakan-tindakan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan, stakeholder juga mempunyai hak terhadap perusahaan. (Waryanti, 2009). Dengan demikian hipotesis dapat dirumuskan: H1 : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan.

3 METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Adapun instrumen penelitian adalah laporan keuangan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek

Indonesia. Populasi yang digunakan adalah seluruh laporan keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI sektor industri farmasi periode 2016-2021, diperoleh data observasi penelitian sejumlah 10 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI sektor industri farmasi.

Adapun kriteria yang digunakan untuk memilih sampel dengan menggunakan metode purposive sampling adalah sebagai berikut: perusahaan industri farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2021; perusahaan industri farmasi yang listing di BEI sebelum tanggal 1 Januari 2016; perusahaan industri farmasi yang memiliki kelengkapan data yang dibutuhkan sepanjang periode 2016-2021. Metode analisis regresi *Ordinary Least Square* (OLS) digunakan dalam penelitian ini agar diketahui apakah terdapat hubungan antara variabel-variabel bebas maupun kontrol terhadap variabel terikat. Menurut Ghozali (2018), pada dasarnya pengujian dengan regresi OLS bertujuan untuk memperkirakan garis regresi.

4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Data diolah menggunakan aplikasi *Statistical Package for Social Science SPSS versi 24.0 for windows*. Peneliti menggunakan uji asumsi klasik terlebih dahulu untuk

menentukan apakah distribusi data normal, sebelum melakukan pengujian hipotesis. Pengujian tersebut meliputi; Uji normalitas digunakan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut bersifat normal atau tidak (Ghozali, 2018).

Berdasarkan pengujian yang dilakukan diketahui bahwa data terdistribusi secara normal. Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui nilai signifikansi (Asymp. Sig. 2-tailed) sebesar 0,164. Karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ($0,164 > 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa data telah berdistribusi normal.

Selanjutnya diadakan uji Multikolinearitas. Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah adanya korelasi antar variabel independen dalam model regresi. Metode yang digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dalam penelitian ini menggunakan nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* dan *Tolerance*. Model regresi yang terbebas dari multikolinearitas apabila nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* < 10 dan *Tolerance* $> 0,10$. Berdasarkan keterangan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah multikolinearitas pada model regresi penelitian ini.

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas *One Sampel Kolmogorov – Smirnov One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,14560301
Most Extreme Differences	Absolute	,108
	Positive	,065
	Negative	-,119
Test Statistic		,109
Asymp. Sig. (2-tailed)		,164 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Tabel 2. Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Coefficients ^a		Unstandardized		Standardized	t	Sig.
		Coefficients		Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,317	,040		7,838	,000
	<i>Corporate Social Resonsibility</i>	,217	,096	,292	2,275	,028

a. Dependent Variable: Profitabilitas

Sumber : Data dioleh Penulis (2021)

Selanjutnya dilakukan uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain (Ghozali, 2018). Jika *variance* dan residual atau pengamatan satu ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas dalam penelitian ini dideteksi dengan uji glejser dan memberikan hasil model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

Autokorelasi pada penelitian ini dideteksi dengan menggunakan uji Durbin-Watson. Jumlah sampel (n) adalah 60 dan jumlah variabel independen (k=2), maka didapat nilai $dL=1,4625$ dan $dU=1,6287$. Nilai $4 - 1,4625 = 2,5375$ ($4 - dL$) dan nilai $4 - 1,6287 = 2,3713$ ($4 - dU$). maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi positif atau autokorelasi negatif atau dapat disimpulkan tidak terdapat autokorelasi dalam model regresi penelitian ini.

Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah mengenai ada atau tidaknya pengaruh antara variabel *Corporate Social Responsibility* (X) terhadap Profitabilitas (Y).

5 SIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian dan analisis tentang pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Profitabilitas dapat disimpulkan bahwa CSR berpengaruh terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Farmasi periode 2016 sampai tahun 2021. *Corporate Social Responsibility* merupakan

bagian dari kegiatan *Sustainable Development Goals* yang dicanangkan PBB dan diterapkan oleh Perusahaan di Indonesia. Diharapkan seluruh Perusahaan menerapkan hal ini.

Adapun Penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu sektor penelitian hanya terbatas pada Perusahaan Farmasi dan Periode penelitian dibatasi selama 6 tahun yaitu dari tahun 2016 sampai tahun 2021. Saran untuk peneliti selanjutnya adalah melakukan generalisasi hasil dengan menambah sektor yang diteliti dan tahun penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Lindawati, A. S. L., & Puspita, M. E. (2015). Corporate Social Responsibility: Implikasi Stakeholder dan Legitimacy Gap dalam Peningkatan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 6(1), 157-174.
- Anggraini, F. R. R. (2006). Pengungkapan informasi sosial dan faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan informasi sosial dalam laporan keuangan tahunan (Studi empiris pada perusahaan-perusahaan yang terdaftar Bursa Efek Jakarta). *Simposium Nasional Akuntansi*, 9(23-26).
- Ardianti, Y., Akram, A., & Surasni, S. (2019). Pengaruh Kepemilikan Manajerial dan Komisaris Independen Terhadap Nilai Perusahaan Dengan CSR sebagai Variabel Mediasi. *E-Jurnal Akuntansi*, 27(2), 1628-1652.
- Bustanul, A. (2012). Perbedaan Kecenderungan Pengungkapan

- Corporate Social Responsibility Pengujian Terhadap Manajemen Laba Akrua dan Manajemen Laba Real. *E-Jurnal Ekonomi UNTIRTA*.
- Christiawan, Y. J., & Tarigan, J. (2007). Kepemilikan manajerial: kebijakan hutang, kinerja dan nilai perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan keuangan*, 9(1), 1-8.
- Deegan, C. (2002). Introduction: The legitimising effect of social and environmental disclosures—a theoretical foundation. *Accounting, auditing & accountability journal*, 15(3), 282-311.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Lanis, R., & Richardson, G. (2012). Corporate social responsibility and tax aggressiveness: a test of legitimacy theory. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 26(1), 75-100.
- Niresh, A., & Thirunavukkarasu, V. (2014). Firm size and profitability: A study of listed manufacturing firms in Sri Lanka. *International journal of business and management*, 9(4).
- Javeed, S. A., & Lefen, L. (2019). An analysis of corporate social responsibility and firm performance with moderating effects of CEO power and ownership structure: A case study of the manufacturing sector of Pakistan. *Sustainability*, 11(1), 248.
- Said, A. L. (2018). *Corporate Social Responsibility dalam Perspektif Governance*. Deepublish.
- Sugiyono, (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Teori Konsep dan Aplikasi)*. Bandung: Alfabeta.
- Soemahadiwidjojo, A. T. (2015). *Panduan Praktis Menyusun KPI*. Jakarta: Penebar Swadaya
- Sundari, T., & Handayani, A. E. (2019). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Ukuran Dewan Omisaris, Ukuran Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social responsibility Pada Perusahaan Go Public Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016. *Jurnal Analisa Akuntansi Dan Perpajakan*, 3(1), 55-70.
- Wahyudiono, B. (2014). *Mudah Membaca Laporan Keuangan*. Jakarta: Raih Asa Sukses.
- Waryanti. (2009). *Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan Sosial pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. Skripsi, Universitas Diponegoro.