

**PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)  
DISCLOSURE TERHADAP EARNING RESPONSE COEFFICIENT  
(STUDI KASUS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI  
BURSA EFEK INDONESIA PADA TAHUN 2014-2017)**

Imarotus Suaidah  
Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kadiri

**ABSTRACT**

*This study aims to analyze the effect of corporate social responsibility (CSR) disclosure on earnings response coefficient in manufacturing companies in 2014-2017. This research is quantitative descriptive. The population in this study are manufacturing companies listed on the Stock Exchange in 2014-2017. The sampling technique uses purposive sampling technique. The data analysis technique used is simple linear regression analysis. The results show that CSR disclosure has no influence on Earning Response Coefficient.*

*Keywords: Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure, Earning Response Coefficient, and Manufacturing Company.*

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *corporate social responsibility (CSR) disclosure* terhadap *earning response coefficient* pada perusahaan manufaktur tahun 2014-2017. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2014-2017. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *CSR Disclosure* mempunyai tidak mempunyai pengaruh terhadap *Earning Response Coefficient*.

**Kata Kunci:** *Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure, Earning Response Coefficient, dan Perusahaan Manufaktur.*

**Pendahuluan**

CSR (*Corporate Social Responsibility*) merupakan bentuk tanggung jawab secara berkelanjutan sebagai pengembangan ekonomi di lingkungan sekitar perusahaan/industri. Laporan pertanggungjawaban sosial dapat membawa dampak positif bagi perusahaan seperti meningkatnya keuntungan yang diperoleh dan

banyaknya investor yang melakukan investasi. Oleh karena itu perusahaan harus mengungkapkan kegiatannya yang namun juga meningkatkan taraf hidup masyarakat sekitar sehubungan dengan tanggungjawab sosial yang dilakukan perusahaan.

CSR mempunyai manfaat bagi perusahaan diantaranya adalah sebagai bentuk investasi jangka

panjang untuk meminimalisasi risiko sosial dan sebagai sarana meningkatkan nama perusahaan pada masyarakat sekitar. CSR dapat digunakan oleh perusahaan sebagai alat yang dapat membantu untuk meredam kritik dan melindungi citra mereka atau dapat digunakan sebagai alat yang efektif dalam masyarakat untuk membuat perusahaan bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan dengan menciptakan etos bisnis yang berkelanjutan. Adanya CSR membuat perusahaan dan masyarakat berhubungan dengan baik, saling pengertian dan saling memberi manfaat. Melalui CSR, diharapkan masyarakat berperilaku santun dan kooperatif terhadap eksistensi perusahaan, sementara perusahaan tetap dapat beroperasi sambil tetap menjalankan tanggungjawab sosial terhadap lingkungannya. Setelah perusahaan mengungkapkan laporan pertanggungjawaban sosial secara terbuka akan mengakibatkan banyak investor yang tertarik untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut.

Menurut Sartono (2010:122) profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang tinggi merupakan prestasi yang dicapai perusahaan karena laba merupakan salah satu indikator perusahaan dalam memenuhi kewajibannya kepada para pemegang saham dalam bentuk pengembalian saham. Namun demikian, laba diyakini mempunyai kemungkinan manipulasi yang dilakukan oleh manajemen perusahaan, sehingga dibutuhkan informasi lain selain laba untuk

memprediksi pengembalian saham. Sebelum investor melakukan investasi, investor harus melihat dan menganalisis informasi yang terkandung dalam laporan laba sehingga dapat membuat keputusan yang terbaik bagi investasinya. Untuk itu diperlukan alat untuk mengukur seberapa besar reaksi pasar terhadap informasi laba atau lebih dikenal dengan istilah *Earning response coefficient*.

*Earning Response Coefficient* (ERC) berguna untuk menggambarkan informasi laba yang diumumkan oleh perusahaan. ERC merupakan koefisien yang diperoleh dari regresi antara proksi harga saham dengan laba akuntansi. Menghitung nilai saham dengan menggunakan data keuangan perusahaan dapat menjadi dasar penilaian para investor untuk menentukan reaksi pasar atas informasi laba dalam return saham perusahaan. ERC sering digunakan untuk melihat perkembangan atau pertumbuhan suatu perusahaan dan dapat juga digunakan untuk menilai dari risiko saham dan *earning per share*(EPS).

Informasi tentang pengungkapan CSR merupakan kegiatan yang baik dilakukan bagi perusahaan untuk memberitahukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang, karena CSR terkait dengan bagaimana perusahaan diterima dilingkungannya secara berkelanjutan untuk dijalankan di suatu tempat. Selain pengungkapan CSR, investor juga dapat melihat profitabilitas yang diperoleh perusahaan untuk digunakan investor dalam menilai tentang usahanya. Karena kedua hal tersebut penting

untuk diperhatikan dan dijadikan acuan untuk memprediksi prospek atau perkembangan perusahaan dimasa datang.

Perusahaan manufaktur berkaitan erat dengan penggunaan sumber daya alam yang menghasilkan limbah sehingga mempunyai dampak lingkungan sosial yang relatif lebih tinggi dibandingkan perusahaan di bidang lain. Perusahaan manufaktur perlu menganalisis kinerja perusahaan dan laporan laba, karena laba tersebut dapat digunakan untuk pertimbangan dalam pengambilan keputusan di masa yang akan datang baik oleh pihak perusahaan maupun investor. Perusahaan manufaktur perlu menarik investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan, untuk itu perusahaan harus membuat laporan pertanggungjawaban sosial dan pengungkapan laporan tingkat profitabilitas yang tinggi. Jika kedua hal tersebut sudah dilaksanakan oleh perusahaan maka akan banyak investor yang tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut.

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan, peneliti tertarik untuk meneliti **“Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure terhadap Earning Response Coefficient” (Studi kasus pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2014-2017).**

#### **Batasan Penelitian**

Agar pembahasan tidak meluas maka peneliti membatasi penelitian pengaruh CSR disclosure terhadap *earning response coefficient* perusahaan yang bergerak dalam

bidang manufaktur yang terdaftar di BEI pada periode 2014-2017 dengan kriteria, perusahaan manufaktur terdaftar BEI dan mempublikasikan secara lengkap laporan keuangannya selama tahun 2014-2017.

#### **Rumusan Masalah**

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimanakah pengaruh CSR disclosure terhadap ERC?

#### **Tujuan Penelitian**

Tujuan Penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh CSR disclosure terhadap ERC.

#### **Landasan Teori**

Menurut Suharto (2008:16) CSR adalah operasi bisnis yang berkomitmen secara berkelanjutan dan melembaga tidak hanya untuk meningkatkan keuntungan perusahaan secara finansial, melainkan pula untuk pembangunan sosial-ekonomi kawasan secara holistik. Terdapat 4 manfaat CSR:

1. *Brand differentiation*
2. *Human Resources.*
3. *License to operate.*
4. *Risk Management.*

Pengungkapan (*disclosure*) laporan tanggung jawab sosial adalah sebagai informasi tentang kegiatan perusahaan dan dampaknya terhadap kondisi di masyarakat sekitar. Terdapat dua jenis pengungkapan laporan tanggung jawab sosial perusahaan yakni yang pertama adalah pengungkapan laporan tanggung jawab sosial yang bersifat wajib (*mandatory*) dilakukan perusahaan berdasarkan peraturan yang telah ditetapkan, sedangkan yang kedua adalah pengungkapan laporan tanggung jawab sosial yang bersifat sukarela (*voluntary*), dimana

pengungkapan laporan ini melebihi persyaratan minimum dari peraturan yang telah ditetapkan.

*Earning Response Coefficient* merupakan penilaian yang digunakan untuk mengetahui naik turunnya harga saham terhadap informasi laba perusahaan. Menurut Scott (2009:154), ada beberapa faktor yang menyebabkan respon pasar yang berbeda-beda terhadap laba, yaitu:

1. Beta
2. Struktur Permodalan Perusahaan
3. Kualitas Laba
4. *Growth Opportunities*
5. Persamaan Ekspektasi Investor
6. *Informativeness Of Price*

#### **Metode Penelitian**

##### **Populasi dan Sampel Penelitian**

Populasi yang digunakan adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari tahun 2014-2017. Sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini dipilih dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yakni pengambilan sampel yang dilakukan dengan mengambil sampel dari populasi dengan kriteria tertentu.

##### **Data dan Teknik Pengumpulannya**

Sumber data yang digunakan adalah data sekunder dengan jenis datanya merupakan data kuantitatif. Data yang digunakan berupa: laporan CSR perusahaan, harga saham harian pada saat *closing price*, IHSB dan *Earning Per Share* pada periode 2014-2017. Data diperoleh melalui [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) dan [www.yahoofinance.com](http://www.yahoofinance.com). Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dokumentasi. Dari dokumentasi diperoleh data berupa:

laporan CSR perusahaan, harga saham harian pada saat *closing price*, IHSB dan *Earning Per Share* pada periode 2014-2017. Data diperoleh melalui [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) dan [www.yahoofinance.com](http://www.yahoofinance.com).

##### **Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Deskriptif kuantitatif yaitu metode penelitian yang bertujuan memberikan gambaran keadaan perusahaan yang sebenarnya dari objek yang diteliti berdasarkan fakta-fakta yang ada, dengan cara mengumpulkan, mengolah dan menganalisis berbagai data menggunakan data angka-angka hasil pengukuran yang berhubungan sebagai bahan analisis. Alat analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana. Pengujian penelitian ini bertujuan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh CSR *disclosure* berpengaruh terhadap ERC.

Langkah-langkah analisis data yang dilakukan:

1. Menghitung Nilai CSR.

Perhitungan *Corporate Social Responsibility* menggunakan *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* (CSRI), dimana untuk menghitung CSRI digunakan pendekatan dikotomi yang setiap item CSR pada instrumen penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan, dan diberi nilai 0 jika tidak diungkapkan. Rumus CSRI adalah:

$$CSRIj = \frac{\sum X_{ij}}{nj}$$

Keterangan:

CSRIj : *Corporate Social Responsibility*

$X_{ij}$  : *Disclosure Index* pada perusahaan j  
: dummy variable; 1 = jika item i diungkapkan, 0 = jika item i tidak diungkapkan.  
 $n_j$  : Jumlah item untuk perusahaan j

2. Menghitung ERC perusahaan  
ERC perusahaan dihitung dengan cara meregresikan antara *Cummulative Abnormal Return (CAR)* dan *Unexpected Earning (UE)* masing-masing perusahaan manufaktur. Rumusnya adalah:

a. Menghitung CAR dengan data *closing price* untuk saham dengan periode selama pelaporan.

$$CAR_{i(t-3,t+3)} = \sum_{t=-3}^{t+3} AR_{it}$$

Dimana:

$AR_{it}$  = *Abnormal return* perusahaan i pada hari ke-t

$CAR_{i(t-3,t+3)}$  = *Cummulative abnormal return* i pada perusahaan ke-t dan (t-3,t+3) adalah lama periode pengamatan.

Sementara itu, *Abnormal Return* diperoleh dari :

$$AR_{it} = R_{it} - R_{Mit}$$

Dimana :

$AR_{it}$  : *Abnormal return* perusahaan i pada periode ke-t

$R_{it}$  : *Return* perusahaan pada periode ke-t

Untuk memperoleh data *abnormal return* tersebut, terlebih dahulu harus mencari *return* saham harian dan *return* pasar harian.

b. Menghitung *return* saham harian dengan rumus:

$$R_{it} = \frac{P_{it} - P_{it-1}}{P_{it-1}}$$

Dimana:

$R_{it}$  : *Return* harian perusahaan i pada hari ke-t

$P_{it}$  : *Harga* saham perusahaan i pada waktu t

$P_{it-1}$  : *Harga* saham perusahaan i pada hari ke-t-1

c. Menghitung *return* pasar harian

$$R_{Mt} = \frac{IHSG_{it} - IHSG_{it-1}}{IHSG_{it-1}}$$

Dimana:

$R_{Mt}$  : *Return* pasar harian

$IHSG_{it}$  : *Indeks* Harga Saham Gabungan pada hari t

$IHSG_{it-1}$  : *Indeks* harga Saham Gabungan pada hari t-1

d. Menghitung *Unexpected Earnings (UE)* masing-masing perusahaan manufaktur.

*Unexpected Earnings* merupakan proksi laba akuntansi yang menunjukkan kinerja intern perusahaan. Rumus perhitungan UE menggunakan pengukuran laba per lembar saham dengan model *random walk* sebagai berikut :

$$UE_{it} = \frac{EPS_{it} - EPS_{it-1}}{EPS_{it-1}}$$

Dimana :

$UE_{it}$  : *Unexpected Earnings* perusahaan i pada waktu t

$EPS_{it}$  : *Earnings per share (EPS)* perusahaan i pada waktu t

$EPS_{it-1}$  : *Earnings per share (EPS)* perusahaan i pada tahun t-1.

- e. Meregresikan *Cumulative Abnormal Return (CAR)* dan *Unexpected Earnings (UE)* untuk mencari nilai *earnings response coefficient*. Model regresi untuk mencari nilai ERC adalah sebagai berikut :
- $$CAR_{it} = \alpha + \beta UE_{it} + \varepsilon_{it}$$

Dimana :

$\beta$  : Nilai koefisien respon laba (ERC)

$CAR_{it}$  : *Cumulative Abnormal Return* perusahaan i pada tahun t

$UE_{it}$  : *Unexpected Earnings* perusahaan i pada tahun t

$\alpha$  : Konstanta dari hasil regresi CAR dan UE

$\varepsilon_{it}$  : Kesalahan residu

( Delvira dan Nelvrita, 2013)

### 3. Melakukan Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji autokorelasi

Menurut Ghazali (2016:107) Uji ini digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka terdapat masalah autokorelasi. Masalah autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Model regresi linier yang baik ialah regresi linier yang bebas autokorelasi.

#### b. Uji heteroskedastisitas

Menurut Ghazali (2016:134) Uji ini menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Model regresi linier yang baik ialah regresi linier yang homoskedastisitas.

#### c. Uji normalitas

Menurut Ghazali (2016:154) Uji ini menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.

### 4. Uji Hipotesis

#### a. Uji koefisien determinasi ( $R^2$ )

Menurut Ghazali (2016:170) Uji ini mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Jika hasil nilai  $R^2$  kecil, ini berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen terbatas. Hasil nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Jika hasil nilai koefisien determinasi mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

#### b. Uji Statistik t (*t test*)

Menurut Ghazali (2016:170) uji ini pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual menerangkan variasi variabel dependen.

**Hasil Uji Asumsi Klasik**

**Hasil dan Pembahasan**

**Uji Autokorelasi**

Pengujian yang dilakukan dengan menggunakan uji *Durbin-Watson (DW-Test)*. Uji *Durbin-Watson (DW-Test)* untuk autokorelasi tingkat satu (*first order autocorrelation*) dan mensyaratkan adanya *intercept*

(konstanta) dalam model regresi dan tidak ada variabel lain diantara variabel bebas. Hipotesis yang akan diuji adalah:

$H_0$  : tidak ada autokorelasi ( $r = 0$ )

$H_a$  : ada autokorelasi ( $r \neq 0$ )

Tabel 1.1  
Uji autokorelasi

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.455 <sup>a</sup>	.207	.074	.004810	1,583

a. Predictors: (Constant), ROA, CSR

b. Dependent Variable: ERC

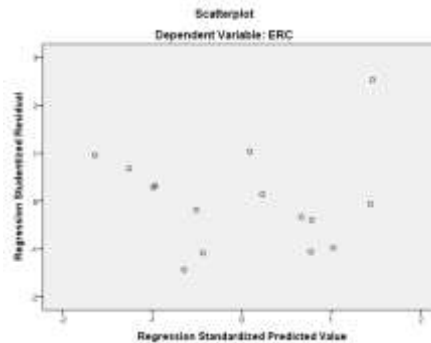
Nilai *Durbin Watson (DW-test)* yang ditunjukkan pada tabel 1.1 sebesar 1,583 akan dibandingkan dengan nilai tabel dengan menggunakan nilai signifikansi 5%. Oleh karena nilai DW 1,583 lebih besar dari batas atas (du) 1,36054 dan kurang dari 2-1,36054 (2-du), maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada autokorelasi.

**Uji Heteroskedastisitas**

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dengan

melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi- Y sesungguhnya).

Tabel 1.2  
Uji Heteroskedastisitas



Hasil perhitungan pada tabel 1.2 menunjukkan bahwa grafik scatterplots pada tabel tersebut terdapat titik-titik yang menyebar secara tidak di sekitar titik 0, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi linier atau dapat

disimpulkan bahwa terjadi homokedastisitas pada model regresi linier.

**Uji Normalitas**

Uji yang digunakan adalah uji normalitas *kolmogorov-smirnov* (K-S).

Tabel 1.3  
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
	CSR	ERC
N	15	15
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,34653
	Std. Deviation	,254139
Most Extreme Differences	Absolute	,225
	Positive	,225
	Negative	-,141
Test Statistic	,225	,233
Asymp. Sig. (2-tailed)	,060 <sup>c</sup>	,057 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Untuk hasil pengujian uji normalitas dapat dilihat pada tabel 1.3, Nilai *Asymp. Sig.* pada variabel CSR sebesar 0,060 dan nilai *Asymp. Sig.* untuk variabel ERC sebesar 0,057 dengan taraf signifikansi sebesar 5%. Hal ini berarti data pada

variabel CSR dan ERC terdistribusi secara normal.

**Uji Hipotesis**

**Uji Koefisien Determinasi**

Hasil uji koefisien determinasi sebagai berikut:



Tabel 1.4  
Koefisien Determinasi

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,455 <sup>a</sup>	,207	,074	,004810

a. Predictors: (Constant), ROA, CSR

b. Dependent Variable: ERC

Dari tampilan tabel 1.4 diatas, hasil nilai R Square = 0,207 menunjukkan angka koefisien determinasinya ( $R^2$ ), artinya variansi dalam ERC dapat dijelaskan oleh CSR sebesar 20,7% sedangkan

sisanya (79,3%) berasal dari variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

#### Uji Statistik t (Uji t)

Hasil uji statistik t dijabarkan pada tabel berikut:

Tabel 1.5  
Uji t

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,004	,003		1,428	,179
	CSR	-,004	,005	-,181	-,698	,499

a. Dependent Variable: ERC

Dari hasil perhitungan yang terdapat pada tabel 1.5, nilai signifikansi pada variabel CSR *Disclosure* sebesar 0,499, dimana hasil tersebut  $>0.05$ , hal tersebut menunjukkan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap variabel *Earning Response Coefficient*.

#### Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa perusahaan-perusahaan manufaktur telah mengungkapkan laporan tanggung jawab sosial pada laporan tahunan mereka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel CSR menjelaskan variabel ERC sebesar

20,7%, sedangkan sisanya yakni sebesar 79,3% dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel penelitian. Penelitian yang dilakukan oleh Wulandari dan Wirajaya (2014) pengungkapan *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient* dengan menggunakan ukuran perusahaan sebagai variabel kontrolnya. begitu pula penelitian yang dilakukan oleh Restuti dan Nathaniel (2014) yang menyatakan bahwa CSR tidak mempunyai pengaruh terhadap ERC ketikan menggunakan variabel kontrol BETA dan PBV. Variabel CSR yang tidak berpengaruh terhadap ERC ini

menunjukkan bahwa informasi adanya pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan tidak direspon secara positif oleh investor.

### Kesimpulan dan Saran

#### Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini bahwa variabel independen (CSR disclosure) tidak berpengaruh terhadap *Earning Response Coefficient*. Kesimpulan hasil

penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wulandari dan Wirajaya (2014), Restuti dan Nathaniel(2012).

#### Saran

Pada penelitian selanjutnya, dapat digunakan variabel lain seperti ukuran perusahaan atau *debt to equity ratio* agar *earning response coefficient* yang diperoleh perusahaan lebih baik.

### Daftar Pustaka

- Delvirita, Maisil., dan Nelvirita. (2013) "Pengaruh Risiko Sistemik, Leverage dan Persistensi Laba Terhadap Earnings Response Coefficient". *Jurnal WRA. Vol. 1, No. 1, April*
- Ghozali, Imam, (2016) *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*, Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Harahap, Sofyan Syafri, (2011) *Analisis Kritis atas Laporan Keuangan*, Jakarta: PT Rajagrafindo Persada
- Laporan Harga Saham Harian Tahun 2013-2015 tersedia pada [www.yahoo.com](http://www.yahoo.com)
- Mardikanto, Totok, (2014), *Corporate Social Responsibility*, Bandung:Penerbit Alfabeta
- Rachman, Nurdizal M. dkk (2011), *Panduan Lengkap dalam Perencanaan CSR*, Jakarta: Penebar Swadaya
- Restuti, Mi M.D. dan Nathaniel, Cecilia. (2012). "Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Earning Response Coefficient". *Jurnal Dinamika Manajemen*, Vol. 3 No. 1, 40-48.
- Sartono, Agus (2010) *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta:BPFE
- Scott, William R.. (2009). *Financial Accounting Theory. Fifth Edition*. Canada: PrenticeHall.
- Sudana, I Made, (2011), *Manajemen Keuangan Perusahaan Teori dan Praktik*, Jakarta:Penerbit Erlangga
- Suharto, Edi (2009) *Pekerjaan Sosial di Dunia Industri, Memperkuat CSR*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Yani, Ahmad, (2015), *Buku Panduan Praktikum Laboratorium Akuntansi SPSS*.Yogyakarta:ASWAJA PRESSINDO
- Website <http://www.idx.co.id>
- Wulandari, Kadek T. dan Wirajaya, I Gede A. (2014). "Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Earnings Response Coefficient". *E-Jurnal Akuntansi*, Universitas Udayana 6.3,355-369.

