

**SKRIPSI**

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*  
TERHADAP AKUNTANSI SOSIAL PT.HADJI KALLA  
CABANG POLEWALI MANDAR**

***THE INFLUENCE OF CORPORATE SOCIAL  
RESPONSIBILITY ON SOCIAL ACCOUNTING  
PT.HADJI KALLA POLEWALI MANDAR BRANCH***



**ERLINDA  
C02 16 507**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS SULAWESI BARAT  
MAJENE  
2023**

## ABSTRAK

**Erlinda** *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Akuntansi Sosial PT.Hadji Kalla Cabang Polewali Mandar, dibimbing oleh Indayani B. SE.,M.Ak dan Eni Novitasari, S.E.,M.Si*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Akuntansi Sosial PT.Hadji Kalla Cabang Polewali Mandar. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif melalui pendekatan kuantitatif yang melibatkan 88 responden. Berdasarkan hasil yang diperoleh dari analisis tersebut menunjukkan bahwa hipotesis pertama yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* memberikan pengaruh yang positif dan signifikan Terhadap Akuntansi Sosial PT.Hadji Kalla Cabang Polewali Mandar, hal ini dapat dilihat dari perolehan nilai T (uji parsial) sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05 sehingga hipotesis pertama diterima. Kemudian dari hasil Koefisien determinasi variabel (*corporate social responsibility*) dan variabel dependen (akuntansi sosial) mempunyai kontribusi sebesar 74,1%. Dengan demikian hubungan variabel independen dikatakan berpengaruh terhadap variabel dependen.

**Kata Kunci:** *Corporate Social Responsibility, Akuntansi sosial*

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang ditandai dengan industri yang semakin maju berdampak pada semakin kompleksnya aktivitas operasional serta tanggung jawab sosial perusahaan. Hal Ini mengakibatkan tuntutan terhadap perusahaan juga semakin besar (Fatmawati, 2020). Perusahaan yang baik tidak hanya dituntut untuk menghasilkan laba yang besar (*profit*). Melainkan juga memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan (*planet*) dan kesejahteraan masyarakat (*people*), ini dikarenakan dalam melaksanakan kegiatan operasionalnya perusahaan akan berinteraksi secara langsung maupun tidak langsung dengan lingkungannya. Hal tersebut sesuai dengan konsep triple bottom line Riyadi (2018) dimana tanggung jawab sosial perusahaan mencakup 3 dimensi utama yaitu mencari keuntungan (*profit*) bagi perusahaan, memberdayakan masyarakat (*people*), dan memelihara kelestarian alam/bumi (*planet*).

Namun, seiring perkembangan waktu perusahaan dituntut untuk bertanggung jawab secara sosial. Perusahaan haruslah juga memperhatikan kondisi masyarakat yang berada disekitar perusahaan agar masyarakat juga dapat merasakan manfaat dari perusahaan.

Pekembangan berikutnya berlangsung dalam dasawarsa 1970-an dengan terbitnya “*The Limits To Growth*” tahun 1972. Buku ini mengingatkan kepada masyarakat dunia bahwa bumi yang kita pijak ini mempunyai keterbatasan daya

dukung. Sementara di sisi lain, manusia bertambah secara eksponensial. Eksploitasi alam mesti dilakukan secara hati-hati supaya pembangunan dapat dilanjutkan secara berkelanjutan.

Bentuk tanggungjawab yang lain adalah terhadap lingkungan. Ini terjadi karena selain terdapat ketimpangan ekonomi antara pelaku usaha dan masyarakat disekitarnya, kegiatan usaha sering memberi dampak negatif bagi ekologi atau hubungan timbal balik antara organisme-organisme hidup dengan lingkungannya. Aktivitas pembangunan yang disertai dengan eksploitasi sumber daya alam mengakibatkan terjadinya degradasi kualitas lingkungan hidup. Perusahaan sering membuang limbah tanpa memperhatikan kondisi alam yang nantinya akan berdampak terhadap eksistensi perusahaan. Hal inilah yang melatar belakangi munculnya konsep CSR yang paling primitif.

*Corporate Social Responsibility* (CSR) yang kini sedang marak dilaksanakan oleh perusahaan-perusahaan telah mengalami perubahan dari waktu ke waktu. Konsep ini telah banyak mengalami tahapan sebelum gaungnya terasa seperti saat ini. Hal ini dapat dilihat dalam kajian Wibisono (2017) yang mengatakan bahwa pada saat industri berkembang setelah terjadi revolusi industri, kebanyakan perusahaan masih memfokuskan dirinya sebagai organisasi yang mencari keuntungan belaka.

Salah satu penggunaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah perusahaan-perusahaan manufaktur. Peranan industri manufaktur dalam ekonomi nasional dewasa ini terus meningkat, menggeser peran sektor-sektor lain. Perusahaan manufaktur adalah perusahaan yang menjual produk kepada

konsumen sehingga isu keselamatan dan keamanan produk menjadi penting untuk diungkapkan kepada masyarakat. Masalah yang ditimbulkan oleh perusahaan manufaktur mengakibatkan adanya aksi protes yang dilakukan oleh berbagai pihak yang berkepentingan, baik yang bersifat internal seperti karyawan, *stakeholder*, ataupun yang bersifat eksternal yakni serikat pekerja, pemasok, konsumen, pesaing, LSM (Lembaga Swadaya Masyarakat) dan badan-badan pemerintah, sehingga perlu terus memperhatikan akuntansi sosial dan lingkungan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan kepada konsumen dan masyarakat (Suaryana, 2019).

Akuntansi sosial ini menjadi penting karena perusahaan perlu menyampaikan informasi mengenai aktivitas sosial dan perlindungan terhadap lingkungan kepada *stakeholder* perusahaannya. Perusahaan tidak hanya menyampaikan informasi mengenai keuangan kepada investor dan kreditor yang telah ada serta calon investor atau kreditor perusahaan, tetapi juga perlu memperhatikan kepentingan sosial di mana perusahaan beroperasi. Bentuk tanggung jawab perusahaan dan kepada siapa perusahaan bertanggung jawab dapat dijelaskan oleh beberapa teori. Dengan demikian, tanggung jawab perusahaan tidak hanya kepada investor atau kepada kreditor, tetapi juga kepada pemangku kepentingan lain, misalnya karyawan, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, media, organisasi industri, dan kelompok kepentingan lainnya (Suaryana, 2019).

Akuntansi sosial adalah adanya kesadaran dan komitmen terhadap kesejahteraan sosial tidak hanya mengejar pertumbuhan ekonomi, adanya paradigma kesadaran lingkungan, tidak seperti selama ini lingkungan diabdikan

untuk perusahaan, untuk mengejar keuntungannya, munculnya perspektif ekosistem, dimana sistem global tidak bisa berjalan sendiri sendiri tanpa memperhatikan system lain, munculnya perhatian terhadap perlindungan kepentingan sosial (Ariska, 2017). Dengan gencarnya pertumbuhan ekonomi maka sering melupakan kepentingan sosial yang merugikan masyarakat, namun lama kelamaan muncul kesadaran akan pentingnya diperhatikan kepentingan sosial tidak hanya kepentingan ekonomi. Pengukuran kinerja perusahaan diperlukan untuk menentukan keberhasilan dalam mencapai tujuan perusahaan yaitu untuk memaksimalkan kekayaan dari pemegang sahamnya. Karena perusahaan pada dasarnya dijalankan oleh manusia, maka penilaian kinerja yang sesungguhnya merupakan penilaian atas perilaku manusia dalam melaksanakan peran mereka di dalam perusahaan.

Penelitian yang dilakukan Maksum dan Kholis (2017), menyimpulkan bahwa *corporate sosial responsibility* (CSR) berhubungan positif terhadap akuntansi sosial perusahaan, sehingga menunjukkan bahwa sikap perusahaan saat ini lebih adaptif terhadap lingkungan sosialnya. Sehingga perlunya laporan *corporate sosial responsibility* (CSR) dan lingkungan, sebagai bentuk laporan dan penerapannya di Indonesia. Laporan pertanggungjawaban sosial dan lingkungan tidak hanya bermanfaat bagi *stakeholders*, tetapi juga bagi perusahaan. Karena semakin pentingnya CSR ini selayaknya mendapatkan perhatian dari regulator. Selama ini belum banyak pengaturan yang dilakukan oleh regulator. Pengaturan yang dilakukan hanya bersifat persuasif.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Nurmaya (2018) dengan judul penelitian analisis *corporate sosial responsibility* (CSR) sebagai pembentuk citra perusahaan dan pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan PT. *Fast Food* Indonesia, dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa program CSR yang diterapkan dalam perusahaan memberikan pengaruh yang positif terhadap citra perusahaan. Kemudian, penelitian yang sama juga dilakukan oleh Ardilla (2020) dengan judul penelitian penerapan akuntansi sosial dan program kemitraan bina lingkungan pada PT. Rumpit enam bersaudara muara enim, dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa penerapan akuntansi sosial melalui bina lingkungan mampu meningkatkan kualitas dan memberikan kontribusi yang baik dibidang pendidikan, kesehatan, prasarana umum kepada masyarakat muara enim.

Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Afriani (2021) dengan judul penelitian Implementasi *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan PT. *Anglo Eastern Plantations*, dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa PT. *Anglo Eastern Plantations* telah melaksanakan program CSR setiap tahunnya dengan perencanaan dan implementasi yang jelas, Namun program CSR yang diterapkan pada bidang pendidikan, kesehatan, dan prasarana bagi masyarakat dari segi transparansi dan akuntabilitas masih belum maksimal

Penelitian ini dilakukan di PT. Hadji Kalla Cabang Polewali Mandar. Dengan memfokuskan pada perusahaan otomotif, transportasi, kontruksi, energi dan manufaktur. Alasan kenapa memilih perusahaan ini karena perusahaan manufaktur adalah perusahaan yang memproses bahan mentah hingga berubah

menjadi barang yang siap untuk dipasarkan yang melibatkan berbagai sumber bahan baku, proses produksi, dan teknologi. Dalam menjaga eksistensinya, perusahaan tidak dapat dipisahkan dengan masyarakat sebagai lingkungan eksternalnya. Oleh karena itu, Yunita (2020) menyimpulkan bahwa perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang erat hubungannya dengan sosial dan lingkungan sekitar atau dalam artian perusahaan yang memiliki cakupan paling luas terhadap stakeholder (Subiantoro, 2019).

Penelitian ini dilakukan untuk membuktikan adakah pengaruh dari CSR (*Corporate Social Responsibility*) terhadap akuntansi social perusahaan di PT Hadji Kalla. Meskipun penelitian ini telah cukup banyak dilakukan, akan tetapi hasil dari penelitian-penelitian yang telah dilakukan tersebut berbeda-beda.

Berdasarkan uraian diatas maka perlu dilakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Akuntansi Sosial PT. Hadji Kalla Cabang Polewali Mandar?”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan permasalahan tersebut maka dirumuskan suatu pertanyaan penelitian yakni apakah terdapat pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap akuntansi sosial PT. Hadji Kalla Cabang Polewali Mandar?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang ada, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap akuntansi sosial PT. Hadji Kalla Cabang Polewali Mandar.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat-manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi penulis

Dapat menambah pengetahuan sebagai bekal dalam menerapkan ilmu yang telah diperoleh dibangku kuliah dalam dunia kerja yang sesungguhnya.

2. Bagi Perusahaan

Dapat memberikan sumbangan pemikiran tentang pentingnya pertanggungjawaban social untuk diungkapkan di dalam laporan akuntansi social perusahaan dan sebagai pertimbangan dalam pembuatan kebijakan perusahaan untuk lebih meningkatkan kepeduliannya pada lingkungan sosial.

3. Bagi almamater

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan referensi bacaan bagi semua pihak yang membutuhkannya.

#### **1.5 Sistematika Penulisan Skripsi**

Sistematika penulisan dimaksudkan untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang akan dilakukan, maka disusun suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi yang dibahas dalam tiap-tiap bab, yaitu:

## **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini merupakan bagian awal batang tubuh skripsi, yang berisi : latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menjelaskan landasan teori tentang kualitas produk, citra merek dan keputusan pembelian, kemudian tentang hasil penelitian terdahulu, kerangka berpikir dan hipotesis penelitian

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi penjabaran secara rinci tentang metode penelitian yang secara garis besar telah disinggung pada pendahuluan

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang hasil penelitian, analisis dan pembahasan terkait dengan pengaruh brand trust, brand image terhadap keputusan pembelian

## **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan dan saran yang telah dibahas dan dianalisis dalam penelitian tentang pengaruh brand trust dan brand image terhadap keputusan pembelian

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Konsep *Corporate Social Responsibility***

##### **2.1.1 Pengertian *Corporate Social Responsibility***

Menurut WBCSD (*The World Business Council for Sustainable Development*) (2019), *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan 14 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.

Menurut Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007, CSR atau Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan 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. Sementara itu, Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 mendefinisikan CSR sebagai tanggung jawab yang melekat pada setiap perusahaan penanaman modal untuk tetap menciptakan hubungan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, norma, dan budaya masyarakat setempat.

Dalam konsep *sustainability development*, keberlanjutan suatu perusahaan bergantung pada seberapa besar perusahaan dapat bertanggungjawab terhadap dampak yang ditimbulkan dari aktivitas perusahaan. Tanggung jawab tersebut

meliputi tanggung jawab sosial dan tanggung jawab finansial. Tanggung jawab kemudian dikomunikasikan oleh perusahaan kepada *stakeholder* melalui pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Pengungkapan CSR menjadi sinyal yang diberikan pihak manajemen kepada seluruh *stakeholder* termasuk calon *investor* mengenai prospek perusahaan di masa depan serta menunjukkan nilai lebih yang dimiliki oleh perusahaan atas kepeduliannya terhadap dampak ekonomi, sosial dan lingkungan yang timbul dari aktivitas perusahaan tersebut (Lindawati dan Puspita, 2021).

Tanggung jawab sosial perusahaan lalu menjadi hal yang begitu kongkrit, baik demi terciptanya suatu kehidupan sosial yang baik maupun demi kelangsungan dan keberhasilan kegiatan bisnis perusahaan tersebut. Menurut Saidi (2019) kedermawanan sosial perusahaan secara umum sangat dipengaruhi oleh faktor dari ukuran kematangan perusahaan.

Fitriani (2020) menjelaskan bahwa pelaksanaan kegiatan CSR bertujuan membina hubungan baik dengan seluruh pihak yang terkait dengan perusahaan sekaligus untuk meningkatkan citra perusahaan, melalui hubungan timbal balik dan meraih kepercayaan. Pada dasarnya perkembangan CSR terdiri dari tiga periode, yaitu era tahun 1950-1960an, tahun 1970-1980an, dan tahun 1990-saat ini. Masing-masing periode ini berkembang sesuai dengan keadaan yang terjadi pada saat itu.

*Corporate Social Responsibility* (CSR) pada dasarnya terdiri dari tiga elemen kunci (Fitriani, 2020) yaitu sebagai berikut:

- 1) CSR adalah komitmen, kontribusi, cara pengelolaan bisnis, dan pengambilan keputusan pada perusahaan.
- 2) Komitmen, kontribusi, pengelolaan bisnis, dan pengambilan keputusan perusahaan didasarkan pada akuntabilitas, mempertimbangkan aspek sosial dan lingkungan, memenuhi tuntutan etis, legal dan profesional.
- 3) Perusahaan memberikan dampak nyata pada pemangku kepentingan dan secara khusus pada masyarakat sekitar.

Berdasarkan pengertian tersebut, tanggung jawab sosial perusahaan merupakan suatu komitmen bisnis yang berkelanjutan untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi, 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.

### **2.1.2 Prinsip-Prinsip CSR dan Tujuan CSR**

Crowther David dalam Ismayanti (2021) mengurai prinsip-prinsip tanggungjawab sosial menjadi tiga, yaitu: (1) *Sustainability*, (2) *Accountability*, dan (3) *Transparency*. *Sustainability*, berkaitan dengan bagaimana perusahaan dalam melakukan aktifitasnya, tetap memperhitungkan keberlanjutan sumber daya di masa mendatang dan kemampuan generasi mendatang. *Accountability*, merupakan upaya perusahaan terbuka dan bertanggungjawab atas aktifitas yang telah dilakukan. Akuntabilitas diperlukan, ketika aktifitas perusahaan

mempengaruhi dan dipengaruhi lingkungan eksternal. *Transparency*, merupakan prinsip penting bagi pihak eksternal. Transparansi berhubungan dengan pelaporan aktifitas perusahaan berikut dampak terhadap pihak eksternal.

Ismayanti (2021) mengemukakan tujuan CSR diantaranya yaitu, pertama, perusahaan mesti menyadari bahwa mereka beroperasi dalam satu tatanan lingkungan masyarakat. Kegiatan sosial ini berfungsi sebagai kompensasi atau upaya timbal balik atas penguasaan sumber daya alam atau sumber daya ekonomi oleh perusahaan yang terkadang bersifat ekspansif atau eksploratif, disamping sebagai kompensasi sosial karena timbul ketidaknyaman pada masyarakat. Kedua, kalangan bisnis dan masyarakat sebaiknya memiliki hubungan yang bersifat simbiosis mutualisme untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat. Perusahaan dituntut untuk memberikan kontribusi positif kepada masyarakat, sehingga bisa tercipta harmonisasi hubungan, mendongkrak citra dan performa perusahaan. Ketiga, kegiatan CSR merupakan salah satu cara untuk meredam atau bahkan menghindarkan konflik sosial. Konflik itu bisa berasal dari dampak operasional perusahaan atau akibat yang timbul antara masyarakat dengan komponen perusahaan.

### **2.1.3 Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Dalam Ismayanti (2021) Branco and Rodrigues membagi dua manfaat CSR bila dikaitkan dengan keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) dari sebuah perusahaan, yaitu dari sisi internal maupun eksternal. Dari sisi internal, manfaat itu meliputi beberapa hal di antaranya adalah sebagai berikut:

- a. Pengembangan aktivitas yang berkaitan dengan sumber daya manusia. Serangkaian aktifitas pengembangan sumber daya manusia dicapai dengan menciptakan para karyawan yang memiliki ketrampilan tinggi. Karyawan yang berkualitas akan menyumbang pada sistem manajemen sumber daya manusia yang lebih efektif. Misalnya, dengan meningkatnya loyalitas dan moral dari karyawan.
- b. Adanya pencegahan polusi dan reorganisasi pengelolaan proses produksi dan aliran bahan baku, serta hubungan dengan supplier yang berjalan dengan baik. Muaranya adalah peningkatan performa lingkungan perusahaan. Adapun bentuk-bentuk aktifitas yang dapat dilakukan, antara lain penggunaan bahan baku yang didaur ulang atau dapat dipakai kembali dan mengganti bahan baku produksi yang kurang ramah lingkungan.
- c. Menciptakan budaya perusahaan, kapabilitas sumber daya manusia, dan organisasi yang baik. Pengenalan CSR diharapkan akan memunculkan komitmen karyawan yang kuat terhadap perusahaan dan kemauan untuk belajar. Selain itu, partisipasi para karyawan di dalam perusahaan dan ketrampilan mereka diharapkan dapat meningkat.
- d. Meningkatnya kinerja keuangan, dimana dengan dilakukannya CSR, kinerja keuangan perusahaan, terutama harga saham bagi perusahaan yang telah go public, menjadi lebih baik. Misalnya, riset yang dilakukan oleh Al-Tuwaijri bersama kawan-kawan, yang menguji hubungan antara tiga variabel, yakni pengungkapan tanggungjawab terhadap lingkungan yang merupakan salah satu unsur CSR, kualitas lingkungan, dan kinerja ekonomi perusahaan pada

531 perusahaan yang terdaftar di *Wall Street* menunjukkan bahwa terdapat korelasi positif antara ketiga variabel tersebut.

Selain mendapatkan manfaat internal, terdapat beberapa manfaat eksternal dari penerapan CSR bagi suatu perusahaan, di antaranya adalah sebagai berikut:

- a. Penerapan CSR akan meningkatkan reputasi perusahaan sebagai badan yang mengemban dengan baik pertanggungjawaban secara sosial. Reputasi perusahaan yang baik akan meningkatkan loyalitas konsumen terhadap produk atau jasa yang dihasilkan. Selain itu, juga akan meningkatkan ketertarikan investor kepada perusahaan tersebut, serta memperluas jaringan bisnis dan mengurangi risiko bisnis.
- b. CSR merupakan satu bentuk diferensiasi produk yang baik. Artinya, sebuah produk yang memenuhi persyaratan-persyaratan ramah lingkungan dan merupakan hasil dari perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial. Untuk itu, diperlukan kesesuaian antara berbagai aktifitas sosial, dengan karakteristik perusahaan yang juga khas.
- c. Melaksanakan CSR dan membuka kegiatan CSR, merupakan instrumen untuk komunikasi yang baik dengan masyarakat. Dengan adanya komunikasi yang baik, maka perusahaan dapat membangun reputasi dan image yang baik.

#### **2.1.4 Model *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

*Corporate sosial responsibility* (CSR) memiliki berbagai bentuk program dalam pelaksanaannya tergantung pada kebijakan perusahaan. Mustofa (2022) mengidentifikasi ada enam hal pokok yang termasuk dalam *Corporate Social*

*Responsibility (CSR)* antara lain:

- a. *Community support*, antara lain dukungan pada program-program pendidikan, kesehatan, kesenian dan sebagainya.
- b. *Diversity*, antara lain merupakan kebijakan perusahaan untuk tidak membedakan konsumen dan calon pekerja dalam hal gender, fisik (cacat) atau ke dalam ras-ras tertentu.
- c. *Employee support*, berupa perlindungan kepada tenaga kerja, insentif dan penghargaan serta jaminan keselamatan kerja.
- d. *Environment*, menciptakan lingkungan yang sehat dan aman, mengelola limbah dengan baik dan menciptakan produk-produk yang ramah lingkungan.
- e. *Non-US operations*, perusahaan bertanggung jawab untuk memberikan hak yang sama bagi masyarakat dunia untuk mendapat kesempatan kerja antara lain dengan membuka pabrik di luar negeri (*abroad operations*).

#### **2.1.5. Indikator *Corporate Social Responsibility***

Dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya, perusahaan memfokuskan perhatiannya kepada tiga hal, yakni *profit*, masyarakat dan lingkungan. Ketiga hal inilah yang akan memberikan manfaat bagi kelangsungan perusahaan. Pertama, dari sisi *profit*, perusahaan fokus untuk menghasilkan laba sehingga dapat memberikan *dividen* bagi pemegang saham, mengalokasikan sebagian laba yang diperoleh guna membiayai pertumbuhan dan pengembangan usaha di masa mendatang, serta membayar pajak kepada pemerintah.

Kedua, dari sisi masyarakat, perusahaan fokus untuk membantu masyarakat untuk ikut berkembang. Perhatian terhadap masyarakat dilakukan dengan cara melakukan aktivitas-aktivitas serta pembuatan kebijakan yang dapat meningkatkan kompetensi yang dimiliki di berbagai bidang. Kompetensi yang meningkat ini gilirannya diharapkan akan mampu dimanfaatkan bagi peningkatan kualitas hidup masyarakat yang pada akhirnya akan berdampak pada kelangsungan perusahaan.

Ketiga, perusahaan juga fokus terhadap lingkungan, dengan lebih banyak memberikan perhatian kepada lingkungan sekitar, perusahaan dapat ikut berpartisipasi dalam usaha-usaha peletarian lingkungan demi terpeliharanya kualitas kehidupan umat manusia dalam jangka panjang. Lingkungan yang terjaga inilah yang juga turut andil dalam keberlanjutan perusahaan. Sebuah perusahaan tentu tidak akan bertahan jika tanpa konsumen dan lingkungan yang aman inilah yang menjamin bukan hanya konsumen tetapi seluruh umat manusia di lingkungan perusahaan.

#### 1. *Profit* ( Saham / Penanaman Modal )

*Profit* merupakan unsur yang paling penting dan menjadi tujuan utama dan setiap kegiatan usaha. Karena hal itulah tak heran bila fokus utama dari sebuah perusahaan adalah meningkatkan *profit* atau mengejar harga saham setinggitingginya. Menurut Rinaldi (2017) *profit* sendiri hakikatnya merupakan tambahan pendapatan yang dapat digunakan untuk menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Sedangkan aktivitas yang ditempuh untuk mendongkrak *profit* antara lain dengan meningkatkan produktivitas dan

melakukan efisiensi biaya, sehingga perusahaan memiliki keunggulan kompetitif yang dapat memberikan nilai tambah semaksimal mungkin. Masih dalam Rinaldi (2017) peningkatan produktivitas bias diperoleh dengan memperbaiki manajemen kerja melalui penyederhanaan proses, mengurangi aktivitas yang tidak efisien, menghemat waktu proses dan pelayanan. Termasuk juga menggunakan material sehemat mungkin dan memangkas biaya serendah mungkin.

## 2. *People* / pembangunan nasional( Manusia / SDM )

Masyarakat merupakan salah satu *stakeholder* yang penting dalam perusahaan. Karenanya, dukungan dari masyarakat sangat diperlukan bagi keberadaan, kelangsungan hidup, dan perkembangan perusahaan. Dengan alasan tersebut, maka Rinaldi (2017) menjabarkan bahwa perusahaan perlu berkomitmen untuk berupaya memberikan manfaat sebesar-besarnya kepada masyarakat (*people*).

Selain itu perlu disadari bahwa operasi perusahaan berpotensi memberikan dampak kepada masyarakat sekitar. Karenanya pula perusahaan perlu untuk melakukan berbagai kegiatan yang menyentuh kebutuhan masyarakat. Intinya, jika ingin eksis dan *akseptabel*, perusahaan harus menyertakan pula tanggung jawab yang bersifat sosial. Aliran pemikiran yang semakin diminati dan semakin punya daya tarik untuk masa yang akan datang nampaknya adalah aliran yang meyakini bahwa kondisi keuangan saja tidak menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*). Keberlanjutan perusahaan hanya akan terjamin apabila perusahaan

memperhatikan dimensi terkait lainnya, termasuk dimensi sosial. Sudah sangat cukup fakta bagaimana resistensi masyarakat sekitar muncul ke permukaan terhadap perusahaan yang dianggap tidak peduli dengan masyarakat sekitarnya (Rinaldi, 2017)

### 3. *Planet*

Menurut Rinaldi (2017) *Planet* adalah sesuatu yang terkait dengan seluruh bidang kehidupan kita contohnya adalah lingkungan sekitar, bagaimana PR meningkatkan kualitas lingkungan sekitar perusahaan dan juga dengan meminimalisir gangguan yang terdapat dalam lingkungan tersebut. mendefinisikan lingkungan (*planet*) adalah sesuatu yang terkait dengan seluruh bidang kehidupan kita. Semua kegiatan yang kita lakukan mulai kita bangun tidur di pagi hari hingga kita terlelap di malam hari berhubungan dengan lingkungan.

#### **2.1.6 Akuntansi Sosial**

Akuntansi sosial didefinisikan proses pemilihan variabel-variabel, ukuran dan prosedur pengukuran dari kinerja sosial tingkat perusahaan, yang secara sistematis mengembangkan informasi yang berguna untuk pengevaluasian kinerja sosial yang berkepentingan, baik di dalam maupun di luar perusahaan. Akuntansi sosial merupakan penerapan akuntansi di bidang ilmu sosial yang meliputi ilmu pengetahuan masyarakat, ilmu pengetahuan politik dan ilmu pengetahuan ekonomi (Bima, 2020). Ikhsan (2018), mendefinisikan akuntansi sosial sebagai penyusunan, pengukuran dan analisis terhadap konsekuensi-konsekuensi sosial dan ekonomi dari perilaku yang berkaitan dengan pemerintah dan wirausahawan,

khususnya hubungan antara bisnis dan lingkungannya. Lingkungan bisnis meliputi sumber daya alam, komunitas dimana bisnis tersebut beroperasi, orang-orang yang dipekerjakan, pelanggan, pesaing dan perusahaan serta kelompok lain yang berurusan dengan bisnis tersebut

Akuntansi sosial oleh Bima (2020) disebut sebagai *socio economic accounting* adalah “*the process of ordering, Measuring, and disclosing the impact of changes between a firm and its social environment*”. Jika didefinisikan secara bebas arti akuntansi sosial adalah sebuah proses pengklasifikasian, pengukuran dan pengungkapan dampak hubungan antara perusahaan dengan lingkungan sosial.

Akuntansi sosial menurut Ramanathan (2022) didefinisikan suatu proses pemilihan *variable-variable*, ukuran, dan prosedur pengukuran dari kinerja social tingkat perusahaan yang secara sistematis mengembangkan informasi yang berguna untuk mengevaluasi kinerja sosial perusahaan dan mengkomunikasikan informasi seperti itu kepada kelompok-kelompok sosial yang berkepentingan baik di dalam maupun di luar perusahaan.

Beberapa teknik pengungkapan akuntansi sosial menurut Harahap (2019) antara lain:

- a. Pengungkapan melalui surat kepada pemegang saham dalam annual report atau lainnya;
- b. Pengungkapan melalui catatan atas laporan keuangan;
- c. Pengungkapan dalam laporan tambahan seperti akun biaya pemeliharaan lingkungan, dan sebagainya.

### 2.1.7 Indikator Akuntansi Sosial

Indikator Akuntansi Sosial menurut Fahrizqy (2021) sebagai berikut:

1. Regulasi pemerintah (*governmental regulation*) Regulasi pemerintah yaitu peraturan-peraturan yang mengatur tentang tanggung jawab sosial yang dikeluarkan pemerintah dan menjadi aspek yang harus diperhatikan oleh perusahaan baik pusat maupun daerah. Beberapa contoh termasuk dalam regulasi pemerintah adalah ijin operasional perusahaan, analisis dan standar lingkungan, peraturan tentang tenaga kerja dan lainnya.
2. Tekanan masyarakat (*community pressure*); Tekanan masyarakat harus diperhatikan karena kelompok masyarakat adalah elemen konsumen yang akan mengkonsumsi hasil produksi dari perusahaan. Kelompok lain yang dapat dikategorikan bagian dari masyarakat adalah institusi pendidikan yang selalu merespon secara akademis jika terjadi sesuatu hal di dunia usaha terutama yang merugikan masyarakat umum demi kepentingan dan tujuan kelompok tertentu.
3. Tekanan organisasi lingkungan (*environmental organization pressure*) Organisasi lingkungan telah menjadi salah satu kekuatan kontrol sosial yang dapat mengawasi aktivitas perusahaan. Orientasi organisasi lingkungan secara umum adalah menghindari eksploitasi yang berlebihan terhadap lingkungan hidup demi kepentingan perusahaan (profit). Aktivitas organisasi lingkungan dapat memobilisasi gerakan masyarakat dan opini terhadap aktivitas perusahaan, sehingga kepentingan organisasi tersebut jika tidak disikapi dengan bijaksana akan berbenturan dengan kepentingan perusahaan.

4. Tekanan media massa (massmedia pressure) Media massa dalam lingkungan bisnis saat ini memiliki peran yang sangat dominan dalam membentuk opini masyarakat terhadap suatu aktivitas perusahaan. Media memberikan informasi bagi perusahaan dan dapat pula sebagai alat publikasi dan sosialisasi yang digunakan oleh perusahaan untuk dapat membangun kepercayaan publik tentang aktivitas-aktivitas sosial yang dijalankan perusahaan.

### **2.1.8 Tujuan Akuntansi Sosial**

Ramanathan (2020)) juga menguraikan tiga tujuan dari akuntansisocial yaitu :

1. mengidentifikasi dan mengukur kontribusi sosial neto periodik suatu perusahaan, yang meliputi bukan hanya manfaat dan biaya sosial yang di internalisasikan ke perusahaan, namun juga timbul dari eksternalitas yang mempengaruhi segmen-segmen sosial yang berbeda.
2. membantu menentukan apakah strategi dan praktik perusahaan yang secara langsung mempengaruhi relatifitas sumberdaya dan status individu, masyarakat dan segmen-segmen sosial adalah konsisten dengan prioritas sosial yang diberikan secara luas pada satu pihak dan aspirasi individu pada pihak lain
3. memberikan dengan cara yang optimal, kepada semua kelompok sosial, informasi yang relevan tentang tujuan, kebijakan, program, strategi dan kontribusi suatu perusahaan terhadap tujuan-tujuan sosial perusahaan

### **2.1.9 Peran Akuntansi Sosial Bagi Perusahaan**

Dari tujuan yang kami sebutkan di atas, dapat kami simpulkan bahwa akuntansi ini memiliki peran sebagai bentuk pertanggung jawaban sosial dari perusahaan para masyarakat dan lingkungan sekitar. Dengan lebih memperhatikan dan lebih tanggung jawab, diharapkan opini serta dukungan masyarakat pada kegiatan ekonomi perusahaan pun akan jadia lebih baik, sehingga jenis kegiatan yang di lakukan dapat di terima dengan baik oleh masyarakat Akuntansi sosial ini juga berperan dalam penentuan keputusan, baik untuk membuat kebijakan dan strategi perusahaan, tanpa harus mengurangi nilai sosial, demi kepentingan masyarakat dan juga perusahaan (Wulandari, 2021).

#### **2.1.10 Faktor yang Memengaruhi Akuntansi Sosial**

Adapun faktor yang dapat mempengaruhi akuntansi sosial, antara lain sebagai berikut

1. Biaya Konservasi Lingkungan Faktor ini dapat di ukur dengan menggunakan nilai mata uang, karena berkaitan dengan biaya yang harus di keluarkan perusahaan sebagai bentuk melestarikan lingkungan. Contohnya dalam hal penyediaan kolam limbah dari suatu perusahaan, dimana harus di perhitungkan tentang biaya yang akan di keluarkan adalah untuk pembuatan, pengelolaan, beserta analisis dampak lingkungan dan perawatan kolam tersebut.
2. Keuntungan Konservasi

Faktor ini akan di ukur dengan satuan fisik, misalnya seperti jumlah limbah yang di olah perusahaan secara mandiri sepersekian kilogram yang kamu pakai sebagai bio-energi dan dapat menghasilkan tenaga sepersekian kilojoule.

Hal ini dapat di hitung dengan satuan fisik keuntungan dari kegiatan konservasi perusahaan tersebut.

### 3. Profit Konservasi

Terakhir adalah faktor yang di hitung dengan satuan nilai mata uang. Pada umumnya hal ini adalah efek yang di dapat dari kegiatan konservasi yang di lakukan perusahaan. Secara tidak langsung, kegiatan yang di publikasikan adalah untuk promosi ataupun memberikan citra baik untuk perusahaan. Sebab perusahaan akan di nilai sebagai ramah lingkungan, hal ini akan membuat masyarakat lebih tertarik dan membeli produk atau jasa yang perusahaan jual sebagai wujud kontribusi untuk ikut menyelamatkan lingkungan.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Berikut beberapa hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu yang berkaitan dengan “*Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Akuntansi Soasil*” diantaranya adalah sebagai berikut:

**Tabel 2.1 Peneliti Terdahulu**

<b>No</b>	<b>Nama</b>	<b>Judul</b>	<b>Hasil Penelitian</b>	<b>Persamaan</b>	<b>Perbedaan</b>
1	Rodriguez and Fernandez (2017)	Pengaruh Penerapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (Csr) Terhadap Citra Perusahaan Pada Pt. Hadji	Menunjukkan bahwa sosial adalah menguntungkan, dan menguntungkan adalah sosial, sehingga membentuk lingkaran suci.	Penelitian terdahulu dan penelitian ini sama-sama meneliti mengenai penerapan <i>Corporate</i>	Penelitian terdahulu menggunakan metode kualitatif sedangkan penelitian ini menggunakan metode

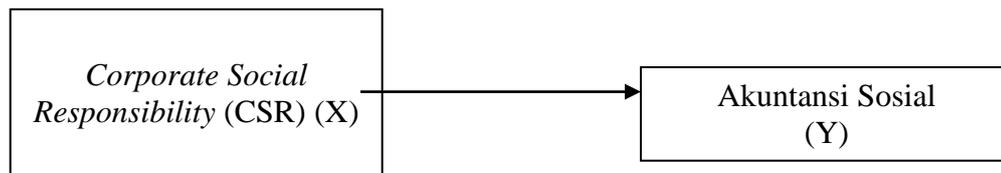
		Kalla Cabang Sultan Alauddin Makassar	Artinya, kebijakan tanggung jawab sosial berubah menjadi keuntungan yang lebih tinggi dan keuntungan yang lebih berubah menjadi kebijakan tanggung jawab sosial. Hubungan dua arah dalam CSR dan financial performance ini terbukti positif. Oleh karena itu, dalam hal ekonomi, ditegaskan bahwa untuk perusahaan ceteris paribus, peningkatan pengeluaran CSR mengarah pada peningkatan <i>financial performance</i> .	<i>Social Responsibility (Csr)</i>	kuntitatif
2	Fitriani, (2020)	Pengaruh kegiatan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> yaitu Program Beasiswa Unggulan CIMB Niaga 2011 terhadap citra Perusahaan.	Hasil penelitian menemukan bahwa kegiatan CSR Program Beasiswa Unggulan CIMB Niaga berpengaruh secara signifikan terhadap citra perusahaan pelaku CSR	Penelitian terdahulu dan penelitian ini sama-sama menggunakan system analisis Regresi Sederhana	Pernelitian terdahulu menggunakan objek program beasiswa unggulan CIMB Niaga sedangkan penelitian ini menggunakan objek PT.Hadji

					Kalla
3	Rosiliana et al (2019)	Efektivitas Program <i>Social Responsibility</i> (Csr) Yayasan Kalla Group di Masjid Al-Marka Al-Islami Makassar Tahun 2018-2019	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>corporate social responsibility</i> berpengaruh negatif atau memiliki arah hubungan yang terbalik dan tidak signifikan terhadap ROE ( <i>Return On Equity</i> ). Tetapi pengaruh positif dan signifikan terhadap ROA ( <i>Return On Asset</i> ), dan ROS ( <i>Return On Sales</i> ). Dengan demikian hipotesis kedua yang dapat di rumuskan adalah: H2 : <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif terhadap ROA pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.	Penelitian terdahulu dan penelitian ini sama-sama menggunakan metode kuantitatif	Penelitian terdahulu menggunakan rumus ROE ( <i>Return Of Equity</i> ) sedangkan penelitian ini menggunakan rumus regresi sederhana

Sumber : Hasil olahan peneliti (2023)

### 2.3 Kerangka Konseptual

Dari uraian pemikiran tersebut diatas dapat diperjelas melalui variabel pengaruh CSR terhadap akuntansi sosial, secara skematis digambarkan seperti pada gambar dibawah ini



**Gambar 2.1 Kerangka Konseptual**

### 2.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan masalah pokok yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat dirumuskan hipotesis kerja yakni :

- H0 : Diduga bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap akuntansi sosial PT. Hadji Kalla Cabang Polewali Mandar.
- H1 : Diduga bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap akuntansi sosial PT. Hadji Kalla Cabang Polewali Mandar.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

- a. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variabel *Corporate social responsibility* (X) memberikan pengaruh yang positif signifikan terhadap variabel Akuntansi sosial (Y), karena PT.Hadji Kalla selalu mengedepankan dan membangun hubungan harmonis dengan masyarakat setempat yang berdomisili di daerah tersebut khususnya di daerah Polewali Mandar.
- b. Berdasarkan hasil Koefisien Determinasi R *square* bahwa *Corporate social responsibility* mempunyai kontribusi sebesar 74,1%. sehingga dapat disimpulkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap akuntansi sosial PT. Hadji Kalla Cabang Polewali Mandar.

#### **5.2 Saran**

- a. Kiranya PT Hadji Kalla Cabang Maros dapat Meningkatkan Jumlah dana Corporate Social Responsibility (CSR) yang disalurkan kepada masyarakat sehingga lebih banyak masyarakat yang menikmati CSR, sehingga mampu meningkatkan Kepercayaan dan Loyalitas masyarakat terhadap perusahaan sehingga perusahaan akan lebih maju.
- b. Bagi pihak akademis dapat dijadikan bahan rujukan bagi peneliti-peneliti selanjutnya yang variabelnya berkaitan dengan budaya organisasi,

lingkungan kerja dan kinerja pegawai. Bagi peneliti dijadikan sebagai motivasi agar dapat terus mengembangkan dirinya dalam peningkatan sumber daya manusia.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afriani, M. (2021). *Analisis Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Akuntansi Sosial (Corporate Social Responsibility and Social Accounting) Studi Kasus Pada PT. JAMSOSTEK (Persero) Kantor Cabang Surakarta* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Ariska, K. (2017). Analisis Hubungan Antara Tata Kelola Perusahaan Melalui Pelaksanaan Akuntansi Sosial Lingkungan dan Corporate Social Responsibility Terhadap Reputasi Perusahaan (Studi Kasus pada POP Hotel Singaraja). *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi Undiksha)*, 8(2).
- Bima, T. (2020). Institusionalisasi Akuntansi Sosial Pada Perum Perhutani Blitar. *EL MUHASABA: Jurnal Akuntansi (e-Journal)*, 5(1), 75-101.
- Damayanti, Melissa Ika. (2011). Hubungan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (Csr Disclosure) Dengan Kepemilikan Institusional Pada Perusahaan Manufaktur Go Public Di Indonesia. Skripsi. Universitas Diponegoro: Semarang.
- Fahrizqi, A., D. (2021). *Faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan corporate social responsibility (csr) dalam laporan tahunan perusahaan (Studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia)* (Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro).
- Fatmawatie, N. (2020). Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dalam akuntansi sosial ekonomi di tinjau dari syariah. *EQUILIBRIUM, Jurnal Ekonomi Syariah*, 3(2), 221-237.
- Fitriani, A. (2020). Pengaruh corporate social responsibility terhadap perencanaan agresivitas pajak. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 18(1), 48.
- Harahap, E. (2019). Pengaruh profitabilitas dan pengungkapan corporate social responsibility terhadap agresivitas pajak penghasilan wajib pajak badan. *E-jurnal akuntansi Universitas Udayana*, 17(3), 2120-2144.
- Ikhsan, D. I. (2018). Akuntansi Sosial sebagai Alat Bantu Pelaporan Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility). *Balance: Media Informasi Akuntansi dan Keuangan*, 12(2), 41-55.
- Ismayanti, S. (2021). Pengaruh pengungkapan corporate social responsibility terhadap earnings response coefficient pada perusahaan high profile. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, 11(1), 1-18.

- Kholmi, M., & Nafiza, S. A. (2022). Pengaruh Penerapan Green Accounting dan Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI Tahun 2018-2019). *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 142-154.
- Lindawati dan Puspita,. (2021). Pengaruh pengungkapan corporate social responsibility terhadap abnormal return. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 13(1), 24-36.
- Mahuaruddin, R. S. (2019). Konstruksi Akuntansi Sosial Dan Lingkungan Melalui Metafora Sidiq, Amanah, Tabligh Dan Fatonah. *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 5(1), 47-52.
- Mustofa, A. W., S. (2022). Studi Literatur: Urgensi Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(2), 809-819.
- Prhcillia, P. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar di BEI. *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi*, 4(1), 95-103.
- Ramanathan .,S. (2020). Pengaruh tax planning, ukuran perusahaan, corporate social responsibility (CSR) terhadap manajemen laba. *Jurnal Akuntansi*, 6(1), 11-24.
- Rinaldi, N. (2017). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*, 3(6).
- Riskayanti, D. C. (2021). *Pengaruh corporate social responsibility terhadap kinerja perusahaan* (Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro).
- Riyadi, A. (2018). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Profitabilitas Perusahaan.
- Rodriguez and Fernandez, S. N. (2017). *Pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan corporate social responsibility (CSR)* (Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro).
- Rosiliana .,Putra, E. N., & Rahardjo, S. N. (2019). *Pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan corporate social responsibility (CSR)* (Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro).
- Saidi, W. E. (2019). Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek

Indonesia Melalui Pojok Bursa Feb Â€“Unsrat. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 5(2).

Suaryana, A. (2019). Implementasi akuntansi sosial dan lingkungan di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*, 6(1), 1-26.

Subiatoro, R. (2019). Pengaruh corporate social responsibility terhadap kinerja keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia periode 2008-2014. *Jurnal Dinamika Akuntansi Dan Bisnis*, 3(2), 19-32.

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.

Sumiati, P. (2018). *Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2011)* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).

Undang-undang Republik Indonesia No. 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas.

WBCSD. (2000). *Corporate Social Responsibility: Making Good Business Sense*. World Business Council for Sustainable Development. ISBN 2-940240-078

Wibisono, Yusuf. 2017. *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*. Gresik : Fascho Publishings

Wulandari, K. T., (2021). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Earnings Response Coefficient. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 6(3), 355-369.

Yaparto, Marissa; Frisko, Dianne; Eriandany, Rizky. (2013). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2010- 2011. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Surabaya Vol. 2 No.1*

Yunita, S.(2020). Implementasi Akuntansi Sosial Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) Di PT. Tunas Baru Lampung, Tbk. Banyuasin. *Jurnal Media Akuntansi (Mediasi)*, 3(1), 99-110.