

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE (CSR D) DALAM MENUNJANG KINERJA UMKM ART SHOP DI KAWASAN NUSA DUA BALI

I Gusti Ayu Ratih Permata Dewi¹

Putu Yudha Asteria Putri²

Putu Gede Wahyu Satya Nugraha³

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Warmadewa, Bali, Indonesia

³Fakultas Teknik Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia

ratihpermatadewiiga@yahoo.com, ydhasteria.putri@gmail.com,

putugedewahyu@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze the implementation of Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR D) in supporting UMKM Performance in the Nusa Dua Region of Bali. CSR is not only done by large companies, but has been done in Small and Medium Enterprises. This research applies descriptive qualitative data analysis method. The total UMKM artshop in the Nusa Dua area is 75 UMKM. To answer the research problem, the data analysis method used is calculating the corporate social responsibility index (CSRI), calculating profit margins at the MSME artshop, analyzing and describing the reorder from customers and marketing expansion, CSRI crosstab analysis with profit margins, further describing and analyzing the implementation corporate social responsibility (CSR) on the performance of UMKM. Based on the results of the study found that the level of implementation that has been carried out by the owner or manager of UMKM artshop who became respondents in this study included in the high category. The CSR implementation that has been carried out by UMKM artshops in the Nusa Dua area mostly does not support the financial performance of UMKM but supports its non-financial performance.

Keywords: corporate social responsibility, performance, UMKM.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi *Corporate Social Responsibility Disclosure* (CSR D) dalam menunjang Kinerja UMKM Di Kawasan Nusa Dua Bali. CSR tidak hanya dilakukan oleh perusahaan besar saja namun telah dilakukan pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Penelitian ini menerapkan metode analisis data deskriptif kualitatif. Total UMKM artshop di kawasan Nusa Dua berjumlah 75 UMKM. Untuk menjawab masalah penelitian maka metode analisis data yang dilakukan adalah menghitung *corporate social responsibility index* (CSRI), menghitung *profit margin* pada UMKM artshop, menganalisis dan mendeskripsikan adanya pemesanan kembali dari pelanggan dan perluasan pemasaran, analisis *crosstab* CSRI dengan *profit margin* selanjutnya mendeskripsikan dan menganalisis implementasi *corporate social responsibility* (CSR) terhadap kinerja UMKM. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa tingkat implementasi yang telah dilakukan oleh pemilik atau pengelola UMKM artshop yang menjadi responden dalam penelitian ini termasuk dalam kategori tinggi. Implementasi CSR yang telah dilakukan oleh UMKM artshop di kawasan Nusa Dua sebagian besar tidak menunjang kinerja keuangan dari UMKM tetapi menunjang kinerja non keuangannya.

Kata Kunci : *corporate social responsibility*, kinerja, UMKM.

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi saat ini memperhatikan lingkungan adalah salah satu hal yang sangat penting bagi pelaku bisnis. Hal ini disebabkan banyak dari pemangku kepentingan menilai suatu kesehatan bisnis tidak hanya dari pendapatan atau profit yang didapatkan, tetapi juga dinilai dari tanggung jawab yang diberikan pelaku bisnis kepada lingkungan sekitar. Tanggung jawab sosial yang diberikan oleh pelaku bisnis sering disebut dengan istilah CSR (*Corporate Social Responsibility*). CSR tidak hanya dilakukan oleh perusahaan besar saja namun telah dilakukan pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Pentingnya mengkaji CSR di UKM, dikarenakan memiliki peran yang sangat penting bagi perekonomian bangsa. Hingga saat ini Perkembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) telah mencapai 55,2 juta yang tersebar di seluruh Indonesia. Jumlah UKM tersebut 99,8% adalah Usaha Mikro kecil dan Menengah (UMKM) yang menyerap 97% tenaga kerja di Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM memiliki peranan yang sangat penting dalam pembangunan ekonomi. Sebagian besar dari pelaku UMKM saat ini sudah menerapkan CSR dalam kegiatan bisnisnya walaupun secara sederhana. CSR paling sederhana yang sering dilakukan oleh para pelaku UMKM adalah memberikan charity atau sumbangan pada masyarakat saat hari-hari besar, pembangunan fasilitas umum, pembangunan tempat ibadah, dan sumbangan pada saat gotong royong (Mardikanto, 2014:93).

Kabupaten Badung merupakan salah satu kawasan pariwisata yang banyak tersedia obyek wisatanya. Daerah ini meliputi Kuta dan Nusa Dua yang merupakan sebuah obyek wisata yang terkenal. Salah satu tempat yang paling banyak dikunjungi oleh wisatawan adalah kawasan Nusa Dua. Kawasan Nusa Dua memiliki akses pemasaran sumber daya yang membantu pemulihan pariwisata Bali ketika terjadinya peristiwa Bom Bali yang mengakibatkan penurunan pariwisata (Darma dan Michael, 2006). Semakin berkembangnya objek wisata di kawasan Nusa Dua mengakibatkan semakin berkembangnya sektor informal di lingkungan masyarakat sekitarnya. Sektor informal yang berkembang yaitu bisnis artshop.

Tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR yang dilakukan pemilik UMKM artshop tentunya untuk menjaga keharmonisan dengan tenaga kerja dan lingkungan sekitar. Pelaksanaan CSR membuat pemilik UMKM artshop mengeluarkan biaya, tetapi dengan melaksanakan CSR citra dan nama baik UMKM akan meningkat. Selain itu, CSR juga merupakan sarana untuk meningkatkan kinerja. Penelitian yang dilakukan oleh Ekadjaja dan Bunadi (2012) menunjukkan bahwa perusahaan yang mengungkapkan CSR lebih banyak, maka kinerja keuangannya lebih baik dibandingkan dengan perusahaan yang tidak mengungkapkan CSR. Namun, kinerja tidak hanya diukur dari sisi keuangan saja tetapi juga dari sisi non keuangan. Dalam Krismiaji dan Aryani (2011), banyak perusahaan yang mengimplementasikan ukuran kinerja non keuangan bersama ukuran kinerja keuangan. Permasalahan dalam penelitian ini adalah Apakah implementasi CSR menunjang kinerja UMKM art shop di kawasan Nusa Dua Bali?. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi *Corporate Social*

Responsibility Disclosure (CSRD) dalam menunjang Kinerja UMKM Di Kawasan Nusa Dua Bali, baik kinerja keuangan maupun non keuangan.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Stakeholder

Setiap kegiatan usahanya, perusahaan harus mempertimbangkan semua stakeholder, karena pengaruh para stakeholder tersebut sangat besar bagi kelangsungan hidup bagi sebuah perusahaan. Secara umum hal ini berlaku bagi semua perusahaan. Oleh karena itu, kegiatan sosial perusahaan termasuk pelestarian lingkungan seharusnya dilakukan oleh setiap perusahaan diseluruh bidang industri. Pihak yang berkepentingan (stakeholder) adalah setiap kelompok di dalam ataupun di luar perusahaan yang memiliki kepentingan terhadap kinerja organisasi (Daft, 2003:214-215). Menurut pendekatan stakeholder, organisasi memilih untuk menanggapi banyak tuntutan yang dibuat oleh para pihak yang berkepentingan (stakeholder) yaitu, setiap kelompok dalam lingkungan luar organisasi tersebut yang terkena tindakan serta keputusan organisasi. Jika tekanan dari stakeholder sangat kuat dan berpengaruh terhadap kontinuitas dan kinerja perusahaan, maka perusahaan harus bisa menyusun kebijakan dan program-program kebijakan sosial dan lingkungan yang terarah dan terintegrasi (Aji Prasetyo, 2001 dalam Januarti dan Apriyanti, 2005:232).

Kinerja Perusahaan

Kinerja perusahaan secara umum dan keunggulan kompetitif merupakan suatu ukuran untuk melihat tingkat keberhasilan dan perkembangan perusahaan kecil. Pengukuran terhadap pengembalian investasi, pertumbuhan, volume, laba dan tenaga kerja pada perusahaan umum dilakukan untuk mengetahui kinerja perusahaan (Jeaning dan Beaver, 1997:69 dalam Soleh, 2008:25). Kinerja merujuk kepada tingkat keberhasilan dalam melaksanakan tugas serta kemampuan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Kinerja dinyatakan baik dan sukses jika tujuan yang diinginkan dapat tercapai dengan baik (Donnelly, Gibson and Ivancevich, 1994 dalam Subaedi, 2010:47). Berdasarkan pengertian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa kinerja merupakan pencapaian hasil dari suatu pekerjaan yang telah dilakukan baik oleh individu maupun suatu organisasi

Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility atau tanggung jawab sosial perusahaan adalah kewajiban organisasi yang tidak hanya menyediakan barang dan jasa yang baik bagi masyarakat, tetapi juga mempertahankan kualitas lingkungan sosial maupun fisik, dan juga memberikan kontribusi positif terhadap kesejahteraan komunitas dimana mereka berada (Mirza dan Imbuh, 1997 dalam Januarti dan Apriyanti, 2005:230). Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan stakeholders

yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum (Darwin, 2004 dalam Anggraini,2006:20). *CSR activities of companies are those that exceed compliance with respect to, environmental or social regulations, in order to create the perception or reality that these firms are advancing a social goal* (Paul, 2006:3). Tanggung jawab sosial dapat dikatakan sebagai cara perusahaan mengatur proses produksi yang berdampak positif pada komunitas (Mangoting, 2007:36). CSR adalah operasi bisnis yang berkomitmen tidak hanya untuk meningkatkan keuntungan perusahaan secara finansial, melainkan pula untuk pembangunan sosial-ekonomi kawasan secara holistik, melembaga dan berkelanjutan (Suharto,2008:2). Berdasarkan beberapa pengertian di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa *Corporate Social Responsibility* merupakan komitmen dari perusahaan untuk senantiasa menyeimbangkan antara kesejahteraan pemilik perusahaan dan kesejahteraan lingkungan sosial.

Corporate Social Responsibility Disclosure Dalam Menunjang Kinerja UMKM Di Kawasan Nusa Dua

CSR tidak hanya dilakukan oleh perusahaan besar saja namun telah dilakukan pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Sebagian besar dari pelaku UMKM saat ini sudah menerapkan CSR dalam kegiatan bisnisnya walaupun secara sederhana. Semakin berkembangnya objek wisata di kawasan Nusa Dua mengakibatkan semakin berkembangnya sector informal di lingkungan masyarakat sekitarnya. Sektor informal yang berkembang yaitu bisnis artshop. Bisnis artshop merupakan pedagang yang menjual barang-barang seni khas Bali yang dijual kepada para wisatawan yang berkunjung. Bisnis artshop yang berada di kawasan Nusa Dua membentuk sebuah kelompok usaha dan menempati kios-kios kecil yang berada di kawasan wisatawan. Keberadaan bisnis artshop berada di sekitar lingkungan masyarakat dan ada juga di sekitar kawasan hotel-hotel yang ada di kawasan Nusa Dua.

Bisnis art shop ini memberdayakan masyarakat sekitar menjadi tenaga kerja, baik tenaga kerja tetap maupun tidak tetap. Pemberdayaan seperti ini merupakan salah satu bentuk dari implementasi CSR yang dilakukan pelaku UMKM Art Shop di Kawasan Nusa Dua. Tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR yang dilakukan pemilik UMKM artshop tentunya untuk menjaga keharmonisan dengan tenaga kerja dan lingkungan sekitar. Bisnis art shop ini memberdayakan masyarakat sekitar menjadi tenaga kerja, baik tenaga kerja tetap maupun tidak tetap. Pemberdayaan seperti ini merupakan salah satu bentuk dari implementasi CSR yang dilakukan pelaku UMKM Art Shop di Kawasan Nusa Dua. Tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR yang dilakukan pemilik UMKM artshop tentunya untuk menjaga keharmonisan dengan tenaga kerja dan lingkungan sekitar. Pelaksanaan CSR membuat pemilik UMKM artshop mengeluarkan biaya, tetapi dengan melaksanakan CSR citra dan nama baik UMKM akan meningkat. Selain itu, CSR juga merupakan sarana untuk meningkatkan kinerja. Penelitian yang dilakukan oleh Becchetti(2005) tentang *Corporate Social Responsibility and Corporate Performance : Evidence from a panel of US listed Companies*. Dari penelitian tersebut didapatkan hasil bahwa

biaya karyawan sebagai parameter CSR mampu meningkatkan produktivitas karyawan sebagai indikator dari Corporate Performance.

Dalam berbagai penelitian, umumnya meneliti keterkaitan CSR dengan kinerja pada perusahaan skala besar. Penelitian yang dilakukan oleh Ekadjaja dan Bunadi (2012) menunjukkan bahwa CSR memiliki pengaruh terhadap *Return On Assets* (ROA) karena perusahaan yang mengungkapkan CSR lebih banyak, kinerja keuangan lebih baik dibandingkan dengan perusahaan yang tidak mengungkapkan CSR. Kinerja keuangan akan semakin tinggi apabila perusahaan semakin luas melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial. Semakin banyak item tanggung jawab sosial perusahaan yang diungkapkan oleh perusahaan maka semakin tinggi kinerja keuangan atau dengan kata lain semakin besar laba yang diperoleh perusahaan (Shafariani, 2013). Dengan melakukan pengungkapan CSR, maka konsumen pun akan memberikan reaksi yang positif terhadap produk yang dihasilkan oleh perusahaan itu sendiri. Ini akan meningkatkan loyalitas konsumen terhadap suatu produk. Loyalitas konsumen inilah yang akan meningkatkan penjualan produk, yang berimbas pada peningkatan laba perusahaan (Sari dan Suaryana, 2013).

Corporate Social Responsibility dapat menciptakan hubungan perusahaan dengan masyarakat sekitar terjalin dengan baik. Pemberian kredit lunak kepada para pengusaha lokal akan menjadikan tambahan pendapatan bunga bagi perusahaan yang dapat meningkatkan laba bersihnya disebabkan pengurangan terhadap beban tahun berjalan. Selain itu peningkatan reputasi atas nilai perusahaan atas pelaksanaan program tanggung jawab sosial menjadikan alat promosi yang dapat diandalkan bagi perusahaan baik promosi untuk investor, masyarakat, maupun pemerintah (Hermawan dan Maf'uah, 2014). Aktivitas dari berbagai kegiatan sosial yang dilakukan perusahaan mengakibatkan stakeholder memberikan nilai positif pada perusahaan, sehingga berdampak positif juga kepada intern perusahaan serta kinerja keuangan perusahaan akan meningkat. Dapat disimpulkan bahwa aktivitas dari berbagai kegiatan sosial yang dilakukan perusahaan mengakibatkan stakeholder memberikan nilai positif pada perusahaan, sehingga berdampak positif juga kepada intern perusahaan serta kinerja keuangan perusahaan akan meningkat (Pramana dan Yadnyana, 2016).

Hasil Penelitian yang dilakukan oleh Dewi (2013) menyatakan bahwa terdapat pengaruh implementasi *Corporate Social Responsibility* terhadap laba pada UMKM batik bakaran di Kota Pati menunjukkan bahwa UMKM mendapatkan *feedback* seperti peningkatan laba, pertumbuhan penjualan, dan mendapatkan pelanggan baru¹⁸. Hal ini karena program CSR untuk karyawan yang dilakukan oleh pemilik UMKM membuat karyawan menjadi loyal dan CSR untuk lingkungan membuat masyarakat sekitar senantiasa menjaga hubungan yang baik dengan UMKM batik bakaran di Kota Pekalongan. Oleh sebab itu, karyawan dan masyarakat sekitar akan ikut merekomendasikan produk UMKM tersebut yang diharapkan dapat menarik pelanggan baru dan dapat meningkatkan penjualan yang berdampak pada peningkatan pendapatan UMKM tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif karena penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi CSRD dalam menunjang kinerja UMKM artshop di kawasan Nusa Dua. Lokasi penelitian dipilih di Kabupaten Badung tepatnya pada UMKM artshop di Kawasan Nusa Dua. Total UMKM artshop di kawasan Nusa Dua berjumlah 75 UMKM yang bersedia untuk dijadikan responden. Total UMKM artshop di kawasan Nusa Dua berjumlah 75 UMKM yang bersedia untuk dijadikan responden.

Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu : Kinerja UMKM (Y) akan diukur dari sisi finansial. Sisi finansial akan diukur dengan menggunakan *profit margin*, yaitu membandingkan antara tingkat laba dan penjualan. Sisi non finansial akan diukur dengan melihat adanya pemesanan kembali dari pelanggan dan perluasan pasar. Sedangkan pengukuran Corporate Social Responsibility (X) akan dilakukan dengan menggunakan *checklist* berdasarkan GRI G4 dengan kategori ekonomi, kategori lingkungan, dan kategori sosial dimensi praktik ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja. Pengukuran CSR dilakukan dengan memberikan nilai 1 pada pernyataan yang dilakukan oleh pemilik atau pengelola UMKM dan memberikan nilai 0 pada pernyataan yang tidak dilakukan oleh pemilik atau pengelola UMKM. Setelah *checklist* dilaksanakan, kemudian akan dihitung *Corporate Social Responsibility Index* (CSRi) untuk mengetahui tingkat penerapan CSR yang dilakukan (Angela, 2015). Rumus yang digunakan untuk menghitung CSRi adalah:

$$CSRi = V/M$$

Keterangan:

CSRi : *Corporate Social Responsibility*

V : Jumlah pernyataan yang dilakukan oleh pemilik UMKM

M : Jumlah pernyataan yang diharapkan

Teknik pengumpulan data dengan wawancara dan kuesioner. Teknik Analisis Data dilakukan dengan beberapa tahapan: 1) Menghitung *Corporate Social Responsibility Index* (CSRi). Penghitungan CSRi digunakan untuk mengetahui berapa indeks CSR yang dilakukan oleh setiap UMKM art shop. Setelah diketahui hasil CSRi dari setiap UMKM art shop, selanjutnya CSRi akan dirata-rata untuk keseluruhan UMKM dan dianalisis untuk mengetahui berapa indeks CSRi yang menjadi populasi sasaran. Apabila responden memiliki CSRi di bawah rata-rata, maka CSRi-nya rendah dan apabila responden memiliki CSRi di atas rata-rata, maka CSRi-nya tinggi; 2) Menghitung profit margin pada UMKM artshop. Untuk mengetahui kinerja keuangan pada UMKM art shop di Kawasan Nusa Dua, penulis menghitung besarnya profit margin pada setiap UMKM art shop. Setelah profit margin dihitung, selanjutnya penulis akan melakukan rata-rata terhadap profit margin untuk mengetahui keseluruhan profit margin yang menjadi populasi sasaran. Apabila profit margin dari responden di bawah rata-rata maka profit margin-nya rendah. Sebaliknya, apabila responden memiliki profit margin di atas rata-rata maka profit margin-nya tinggi; 3) Menganalisis dan mendeskripsikan adanya pemesanan kembali dari pelanggan dan perluasan

pemasaran. Dengan adanya pemesanan kembali dari pelanggan dan perluasan pemasaran, berarti program CSR yang dilakukan oleh pemilik atau pengelola UMKM menunjang kinerja non keuangan. Hal ini akan diperjelas dengan hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis kepada pemilik atau pengelola UMKM terkait dengan adanya pelanggan baru melalui pelaksanaan program CSR; 4) Analisis crosstab CSR dengan profit margin Pada tahap ini, penulis melakukan analisis crosstab dengan menggunakan alat bantu SPSS 16; 5) Mendeskripsikan dan menganalisis implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) dalam menunjang kinerja UMKM; 6) Penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Implementasi CSR UMKM Artshop Di Kawasan Nusa Dua Bali

Indeks CSR (CSR_i) digunakan untuk mengetahui sejauh mana UMKM batik melakukan implementasi program CSR. Rata-rata CSR_i dari UMKM artshop yang menjadi responden dalam penelitian ini sebesar 0,79. Rata-rata CSR_i digunakan oleh penulis untuk mengetahui tingkatan atau kategori pada CSR_i. Apabila UMKM artshop yang menjadi responden penelitian memiliki CSR_i di atas rata-rata, maka CSR_i dari UMKM tersebut tinggi. Sementara, untuk UMKM dengan CSR_i di bawah rata-rata, maka UMKM tersebut memiliki CSR_i yang rendah. UMKM artshop yang memiliki CSR_i tertinggi sebanyak 7 UMKM, dengan CSR_i sebesar 0,95, yaitu Oka Plaza Shop, Bella Shop, Agus Shop, Sumartha Bali Souvenir, Eling Bali, Tirta Souvenir dan Bali Dwipa. Ini berarti ketujuh UMKM artshop tersebut sudah melakukan hampir semua item pernyataan CSR dan memiliki kesadaran bahwa CSR merupakan hal penting untuk dilakukan dan memberikan dampak atau manfaat bagi UMKM dan bagi sesama. Kepedulian terhadap lingkungan sekitar dan terhadap tenaga kerja merupakan hal yang penting untuk dilakukan dan merupakan kewajiban bagi pemilik UMKM untuk melakukannya.

Sementara, Artshop 55 (artshop yang tidak berisi nama hanya nomor saja) memiliki CSR_i sebesar 0,57. Hal ini menunjukkan bahwa CSR_i yang dimiliki Artshop 55 merupakan CSR_i terendah dalam penelitian ini. Artinya pemilik dari Artshop 55 kurang memiliki kesadaran mengenai pentingnya implementasi program CSR. Hal ini dikarenakan pelaksanaan program CSR dirasa tidak terlalu memberikan dampak atau manfaat bagi UMKM Artshop 55. Setelah melakukan analisis *Indeks Corporate Social Responsibility* (CSR_i) dari setiap responden UMKM batik, selanjutnya penulis melakukan analisis implementasi CSR berdasarkan kategori CSR, yaitu kategori ekonomi, kategori lingkungan, dan kategori sosial dimensi praktik ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja. Berikut akan dijabarkan persentase dari jawaban responden berdasarkan kategori CSR:

a. Kategori Ekonomi

Kategori pertama dalam pengungkapan CSR adalah kategori ekonomi. Dalam kuesioner ini, kategori ekonomi diukur dengan menggunakan 7 pernyataan. Tabel 1 berikut ini menunjukkan hasil jawaban dan persentase jawaban responden:

Tabel 1. Distribusi Jawaban Kuesioner Responden Pada Kategori Ekonomi

Pertanyaan (Kode)	Jawaban Responden			
	Ya	%	Tidak	%
Pertanyaan 1 (G4-EC1)	35	47	40	53
Pertanyaan 2 (G4-EC2)	40	53	35	47
Pertanyaan 3 (G4-EC3)	15	20	60	80
Pertanyaan 4 (G4-EC4)	67	89	8	11
Pertanyaan 5 (G4-EC5)	66	88	9	12
Pertanyaan 6 (G4-EC6)	65	87	10	13
Pertanyaan 7 (G4-EC7)	57	76	18	24
Jumlah	345		180	
Persentase		65.71		34.29

Sumber: Data primer diolah, 2019.

Tabel 1 menunjukkan bahwa persentase tertinggi dari implementasi program CSR pada kategori ekonomi terdapat pada pertanyaan ke-4, yaitu sebanyak 67 responden (89%) menjawab “ya”. Sementara, sebanyak 8 responden (11%) menjawab “tidak”. Pernyataan ke-4 adalah pemberian upah sudah sesuai dengan standar. Hasil ini memiliki arti bahwa hampir semua responden telah mampu memberikan upah sesuai dengan standar yang berlaku di lokasi sekitar UMKM. Selanjutnya, pada pernyataan ke-3, sebanyak 15 responden (20%) menjawab “ya” dan sebanyak 60 responden (80%) menjawab “tidak”. Pernyataan ke-3 yaitu membuat pembukuan berkaitan dengan penerimaan bantuan keuangan atau modal dari pemerintah setempat. Ini berarti hanya sebagian kecil dari responden yang telah melakukan pembukuan berkaitan dengan penerimaan bantuan keuangan atau modal dari pemerintah setempat. Tapi, kebanyakan dari responden tidak melakukan pembukuan penerimaan bantuan keuangan atau modal dari pemerintah setempat karena responden tidak mendapatkan bantuan keuangan dari pemerintah. Hanya sebagian kecil dari responden yang mendapatkan bantuan keuangan atau modal dari pemerintah setempat. Dari tabel 1 dapat dilihat bahwa sebanyak 65.71% responden telah menjawab keseluruhan pernyataan CSR pada kategori ekonomi dengan jawaban “ya”. Ini berarti pemilik UMKM artshop yang menjadi responden telah melakukan sebagian besar item pernyataan CSR pada kategori ekonomi.

b. Kategori Lingkungan

Kategori kedua adalah kategori lingkungan. Dalam kuesioner ini, kategori lingkungan diukur dengan menggunakan 20 pernyataan. Tabel 2 yang menunjukkan hasil jawaban dan persentase jawaban responden:

Tabel 2. Distribusi Jawaban Kuesioner Responden Pada Kategori Lingkungan

Pertanyaan (Kode)	Jawaban Responden			
	Ya	%	Tidak	%
Pertanyaan 1 (G4-EN1)	5	7	70	93
Pertanyaan 2 (G4-EN2)	74	99	1	1
Pertanyaan 3 (G4-EN3)	73	97	2	3
Pertanyaan 4 (G4-EN4)	2	3	73	97
Pertanyaan 5 (G4-EN5)	74	99	1	1
Pertanyaan 6 (G4-EN6)	74	99	1	1
Pertanyaan 7 (G4-EN7)	73	97	2	3
Pertanyaan 8 (G4-EN8)	72	96	3	4
Pertanyaan 9 (G4-EN9)	72	96	3	4
Pertanyaan 10 (G4-EN10)	71	95	4	5
Pertanyaan 11 (G4-EN11)	73	97	2	3
Pertanyaan 12 (G4-EN12)	74	99	1	1
Pertanyaan 13 (G4-EN13)	55	73	20	27
Pertanyaan 14 (G4-EN14)	74	99	1	1
Pertanyaan 15 (G4-EN15)	3	4	72	96
Pertanyaan 16 (G4-EN16)	74	99	1	1
Pertanyaan 17 (G4-EN17)	2	3	73	97
Pertanyaan 18 (G4-EN18)	73	97	2	3
Pertanyaan 19 (G4-EN19)	73	97	2	3
Pertanyaan 20 (G4-EN20)	74	99	1	1
Jumlah	1165		335	
Persentase		77.67		22.33

Sumber: Data primer diolah, 2019.

Tabel 2 menunjukkan bahwa persentase tertinggi terdapat pada pernyataan 2, 5, 6, 12, 14, 16 dan 20, yaitu sebanyak 74 responden (99%) menjawab pernyataan dengan jawaban “ya”. Pernyataan 2 adalah penghematan dalam menggunakan energi (listrik, bahan bakar minyak, atau gas). Pernyataan 5 berisi Lokasi produksi tidak memberikan dampak pada lingkungan. Pernyataan 6 berisi bahwa UMKM memiliki kesadaran apabila menghasilkan dampak buruk pada lingkungan. Selanjutnya pernyataan 12 berisi limbah air yang dibuang tidak membahayakan. Pertanyaan 14 yaitu limbah zat kimia yang dibuang tidak mencemari lingkungan. Pernyataan 16 menjelaskan UMKM mengetahui limbah dapat merusak lingkungan. Dan terakhir pernyataan 20 berisi ikut serta dalam mengambil tindakan pemulihan lingkungan yang rusak.

Pada pernyataan 4 dan 17 hanya sebagian kecil responden yang memberikan jawaban “ya” yaitu, 2 responden (3%) untuk pernyataan 4. Pernyataan 4 yaitu air yang sudah digunakan didaur ulang kembali. Persentase menunjukkan bahwa

sebagian kecil dari responden menggunakan air yang sudah didaur ulang. Hasil wawancara membuktikan beberapa responden telah memiliki alat untuk menjernihkan air yang sudah digunakan untuk didaur ulang dan digunakan kembali. Pernyataan 17 berisi memberikan denda apabila melanggar peraturan mengenai lingkungan hidup. Persentase menunjukkan bahwa sebagian kecil dari responden mendapatkan denda apabila melanggar peraturan mengenai lingkungan hidup karena peraturan yang dibuat belum begitu jelas diketahui oleh UMKM yang bersangkutan. Tabel 2 dapat dilihat bahwa sebanyak 77,67% responden telah menjawab keseluruhan dari kuesioner penelitian dengan jawaban “ya” pada kategori lingkungan. Ini berarti, sebagian besar responden telah melakukan implementasi CSR dalam kategori lingkungan secara rutin.

c. Kategori Sosial, Dimensi: Praktik Ketenagakerjaan dan Kenyamanan Bekerja

Kategori ketiga dalam implementasi CSR adalah kategori sosial. Dalam penelitian ini, kategori sosial yang digunakan untuk mengukur implementasi CSR hanya terbatas pada dimensi praktik ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja. Dalam kuesioner, kategori ini diukur dengan 10 pernyataan. Berikut tabel 4 yang menunjukkan hasil jawaban dan persentase jawaban responden:

Tabel 3. Distribusi Jawaban Kuesioner Responden Pada Kategori Sosial, Dimensi: Praktik Ketenagakerjaan dan Kenyamanan Bekerja

Pertanyaan (Kode)	Jawaban Responden			
	Ya	%	Tidak	%
Pertanyaan 1 (G4-LA1)	74	99	1	1
Pertanyaan 2 (G4-LA2)	74	99	1	1
Pertanyaan 3 (G4-LA3)	74	99	1	1
Pertanyaan 4 (G4-LA4)	74	99	1	1
Pertanyaan 5 (G4-LA5)	74	99	1	1
Pertanyaan 6 (G4-LA6)	74	99	1	1
Pertanyaan 7 (G4-LA7)	71	95	4	5
Pertanyaan 8 (G4-LA8)	53	71	22	29
Pertanyaan 9 (G4-LA9)	50	67	25	33
Pertanyaan 10 (G4-LA10)	72	96	3	4
Jumlah	690		60	
Persentase		92.00		8.00

Sumber: Data primer diolah, 2019.

Tabel 3 dapat menunjukkan bahwa persentase tertinggi dari implementasi pada kategori sosial, dimensi praktik ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja terdapat pada pernyataan 1 sampai dengan pernyataan 6. Sebanyak 74 responden (99%) memberikan jawaban “ya” . Hal ini berarti semua responden telah melakukan CSR pada pernyataan ini secara rutin. CSR yang dilakukan antara lain memberikan tambahan upah bagi karyawan yang bekerja dengan baik, memperbolehkan karyawan untuk berhenti kerja sementara karena sedang hamil,

memberitahukan kepada karyawan mengenai setiap perubahan kebijakan sebelum kebijakan tersebut ditetapkan, menerima saran dari pekerja mengenai keselamatan kerja, memperhatikan karyawan yang memiliki penyakit, kecelakaan kerja atau kematian, serta memberikan informasi bahaya dampak produksi kepada karyawan. Untuk pernyataan 9 hanya sebanyak 50 responden (67%) yang menjawab pernyataan ini dengan jawaban “ya”. Pernyataan 9 yaitu adanya pelatihan bagi setiap karyawan. Persentase ini memiliki arti bahwa hanya sebagian kecil responden yang memiliki jam pelatihan untuk tenaga kerja. Sementara, sebanyak 25 responden (33%) memberikan jawaban “tidak” untuk pernyataan 9. Banyaknya responden atau pemilik UMKM yang memberikan jawaban “tidak” pada item pernyataan ini dibuktikan dengan hasil wawancara bahwa banyak responden merasa bahwa hal ini tidak perlu untuk dilakukan. Tidak ada pelatihan secara khusus untuk tenaga kerja pada UMKM artshop. Pada tabel 3 dapat dilihat bahwa sebanyak 92% responden memberikan jawaban “ya” untuk setiap item pernyataan CSR. Ini berarti bahwa sebagian besar responden sudah melakukan CSR terkait kategori sosial, dimensi praktek ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja. Artinya, sebagian besar responden memiliki kepedulian dan perhatian terhadap tenaga kerjanya.

Implementasi CSR Dalam Menunjang Kinerja UMKM

Kinerja Keuangan UMKM Batik (dengan *Profit Margin*)

Profit margin digunakan untuk mengetahui kinerja keuangan dengan membandingkan laba bersih dan penjualan. Dalam penelitian ini, *profit margin* digunakan untuk mengetahui kinerja keuangan dari setiap UMKM. Rata-rata dari *profit margin* UMKM artshop sebesar 0,30 atau 30%. Ini berarti apabila *profit margin* dari satu UMKM di atas nilai rata-rata (lebih dari 0,30 atau 30%), maka *profit margin* yang dimiliki UMKM tersebut tinggi. Sebaliknya, apabila *profit margin* yang dimiliki UMKM di bawah rata-rata (kurang dari 0,30 atau 30%), maka *profit margin* UMKM tersebut rendah. Pada tabel 5 menunjukkan bahwa sebanyak 44 responden (59%) dari total 75 responden memiliki nilai *profit margin* tinggi. Sementara, sebanyak 31 responden (41%) memiliki nilai *profit margin* rendah.

Kinerja Non Keuangan UMKM Batik (dengan adanya pemesanan kembali dan perluasan wilayah pemasaran)

Penelitian terhadap 75 responden menunjukkan bahwa semua responden telah melakukan CSR bagi tenaga kerjanya, diantaranya dengan memberikan bonus upah, cuti hamil, santunan bagi tenaga kerja yang mengalami kecelakaan, sakit, maupun kematian, dan menerima saran dari pekerja mengenai keselamatan kerja. CSR yang dilakukan pemilik UMKM tersebut ternyata dapat meningkatkan loyalitas dan kinerja dari tenaga kerja. Peningkatan loyalitas dan kinerja dari tenaga kerja berpengaruh pada kualitas produk yang dihasilkan dan ketepatan waktu dalam penyelesaian pesanan. Hal tersebut memiliki pengaruh pada kepuasan pelanggan yang berdampak pada terjadinya perluasan pasar dan pemesanan kembali dari pelanggan. Sebagian artshop yang berada di kawasan

nusa dua sudah memperluas wilayah pemasarannya sampai ke luar negeri. Perluasan pasar juga dipengaruhi oleh promosi dan rekomendasi yang dilakukan bukan hanya oleh UMKM tetapi juga oleh antar pelanggan dan masyarakat sekitar. Rekomendasi masyarakat sekitar kepada pelanggan merupakan salah satu wujud imbal balik dari CSR yang dilakukan UMKM sehingga terjalin hubungan yang baik antara pemilik UMKM dengan lingkungan dan masyarakat sekitar. Contoh CSR yang dilakukan untuk lingkungan dan masyarakat sekitar adalah adanya pengolahan limbah yang tidak mencemari lingkungan, turut membantu dalam membangun sarana dan prasarana lokasi sekitar, membantu memberikan dana jika ada kerusakan lingkungan akibat proses produksi, dan ikut serta dalam mengambil tindakan pemulihan yang rusak. CSR juga dilakukan dalam bentuk penyediaan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar. Usaha ini selain dapat mengurangi pengangguran di sekitar lokasi produksi, ternyata juga mendorong masyarakat sekitar untuk ikut serta dalam merekomendasikan produk dari usaha artshop ini.

Hasil *Crosstabulation* CSRI dengan *Profit Margin*

Analisis *crosstabulation* dengan program statistika SPSS 16 yang menunjukkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4. Analisis *Crosstabulation* CSR dengan *Profit Margin*

		Profit Margin		
		Rendah	Tinggi	Total
CSRI	Rendah	6	32	38
	Tinggi	25	12	37
Total		31	44	75

Sumber: Data olahan SPSS, 2019

Tabel 4 menampilkan hasil *crosstabulation* tingkat CSRI dengan *profit margin* sebagai kinerja keuangan UMKM. Pada tabel tersebut dapat dilihat bahwa terdapat kecenderungan CSRI tidak menunjang kinerja keuangan dari UMKM. Berikut hasil analisis *crosstabulation* pada tabel 6:

- 1) CSRI Tidak Menunjang *Profit Margin* (CSRI Tinggi-*Profit Margin* Rendah, CSRI Rendah-*Profit Margin* Tinggi)

Tabel 6 menunjukkan banyaknya UMKM yang memiliki CSRI tinggi tetapi *profit margin*-nya rendah, yaitu sebanyak 25 UMKM. Ini berarti meskipun UMKM batik melakukan CSR dengan baik tetapi tidak menunjang *profit margin* yang dihasilkan oleh UMKM batik tersebut. CSR yang dilakukan banyak dan sering tetapi tidak meningkatkan penjualan dari usaha ini secara drastis. CSR merupakan kewajiban dari seorang pemilik usaha yang harus dipenuhi sebagai upaya untuk menjaga keberlangsungan usaha. Berdasarkan hasil wawancara, salah satu pemilik UMKM menyatakan bahwa implementasi CSR yang tinggi tidak membuat kinerja keuangannya menjadi meningkat juga.

Terdapat pula 32 UMKM yang memiliki CSRI rendah tetapi *profit margin*-nya tinggi. Ini berarti walaupun CSR yang dilakukan oleh UMKM rendah

atau kurang optimal tetapi tidak berdampak pada *profit margin* yang dihasilkan oleh UMKM. Keunikan, inovasi, dan kualitas dari produk merupakan salah satu faktor meningkatnya penjualan dari usahanya. Hal ini membuktikan bahwa implementasi CSR bukan satu-satunya faktor yang dapat mendukung kinerja keuangan dari suatu usaha. Hasil ini berarti terdapat 57 dari 75 UMKM yang menjadi responden menunjukkan bahwa implementasi CSR tidak menunjang kinerja keuangan.

2) CSRI Menunjang *Profit Margin* (CSRI-*Profit Margin* Rendah, CSRI-*Profit Margin* Tinggi)

Sementara, pada tabel 6 tampak terdapat 6 UMKM yang memiliki tingkat CSRI dan *profit margin* yang rendah. Hal ini berarti tingkat CSRI dan *profit margin* ke-6 UMKM tersebut searah. Apabila UMKM rendah dalam melakukan CSR, maka *profit margin*-nya pun juga rendah.

Selanjutnya, sebanyak 12 UMKM memiliki tingkat CSRI dan *profit margin* yang tinggi. Hal ini memiliki arti bahwa CSR yang tinggi akan diikuti dengan *profit margin* yang tinggi. Implementasi CSR yang tinggi dapat menunjang kinerja keuangannya. Dari analisis tersebut ini berarti terdapat 18 dari 75 UMKM yang menunjukkan bahwa implementasi CSR menunjang kinerja keuangan.

PEMBAHASAN

Implementasi CSR Di Kawasan Nusa Dua

Meskipun berdasarkan analisis data sebagian besar UMKM artshop di kawasan Nusa Dua menunjukkan implementasi CSR tidak menunjang kinerja, tetapi tingkat implementasi CSR-nya tinggi. Dapat dilihat dari tabel implementasi setiap kategori CSR yang menghasilkan sebagian besar responden telah melakukan CSR. Penemuan tersebut selaras dengan penelitian penelitian Dewi (2013) yang menyatakan bahwa pelaksanaan CSR yang dilakukan UMKM batik di wilayah Kota Pati termasuk tinggi. Hasil yang menyatakan CSR di Kampong Batik Laweyan Solo tinggi juga dibuktikan dengan hasil wawancara yang dilakukan dengan Bapak Arif, salah seorang pengurus FPKBL yang mengatakan bahwa saat ini sebagian besar pelaku UMKM batik sudah menggunakan IPAL untuk mengolah air limbah yang dihasilkan dari proses produksi dan para pemilik UMKM batik menyadari pentingnya melakukan CSR untuk tenaga kerja dan lingkungan sekitar.

Dari persentase CSR setiap kategori dapat dilihat bahwa item pernyataan dengan persentase terendah terdapat pada kategori lingkungan dengan item pernyataan 4 dan 17. Pada pernyataan 4 dan 17 hanya sebagian kecil responden yang memberikan jawaban "ya" yaitu 2 responden (3%). Pernyataan 4 yaitu air yang sudah digunakan didaur ulang kembali. Persentase menunjukkan bahwa sebagian kecil dari responden menggunakan air yang sudah didaur ulang. Ini disebabkan sebagian besar responden tidak melakukan pendaurulangan atau penjernihan kembali air untuk digunakan kembali. Sebagian besar responden langsung membuang air yang sudah digunakan dalam proses produksi dan menggunakan air bersih untuk proses produksi berikutnya. Pernyataan 17 berisi

memberikan denda apabila melanggar peraturan mengenai lingkungan hidup. Persentase menunjukkan bahwa sebagian kecil dari responden mendapatkan denda apabila melanggar peraturan mengenai lingkungan hidup karena peraturan yang dibuat belum begitu jelas diketahui oleh UMKM yang bersangkutan.

Sementara, pada kategori lingkungan persentase tertinggi terdapat pada pernyataan 2, 5, 6, 12, 14, 16 dan 20, yaitu sebanyak 74 responden (99%) menjawab pernyataan dengan jawaban “ya”. Pernyataan 2 adalah penghematan dalam menggunakan energi (listrik, bahan bakar minyak, atau gas). Pernyataan 5 berisi Lokasi produksi tidak memberikan dampak pada lingkungan. Pernyataan 6 berisi bahwa UMKM memiliki kesadaran apabila menghasilkan dampak buruk pada lingkungan. Selanjutnya pernyataan 12 berisi limbah air yang dibuang tidak membahayakan. Pertanyaan 14 yaitu limbah zat kimia yang dibuang tidak mencemari lingkungan. Pernyataan 16 menjelaskan limbah dapat merusak lingkungan. Dan terakhir pernyataan 20 berisi ikut serta dalam mengambil tindakan pemulihan lingkungan yang rusak.

Pada kategori sosial, dimensi praktek ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja persentase tertinggi dari implementasi pada kategori sosial, dimensi praktik ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja terdapat pada pernyataan 1 sampai dengan pernyataan 6. Sebanyak 74 responden (99%) memberikan jawaban “ya”. Hal ini berarti semua responden telah melakukan CSR pada pernyataan ini secara rutin.

Implementasi CSR Dalam Menunjang Kinerja Keuangan

Hasil analisis implementasi CSR dalam menunjang kinerja keuangan menunjukkan bahwa hanya sebanyak 18 responden yang menghasilkan bahwa implementasi CSR menunjang kinerja UMKM dengan adanya keterkaitan searah antara CSR dengan *profit margin*. Penemuan penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ekadjaja dan Bunadi (2012) yang menyatakan bahwa perusahaan yang mengungkapkan CSR lebih banyak, kinerja keuangannya menjadi lebih baik daripada perusahaan yang tidak melakukan pengungkapan CSR. Sementara itu, sebanyak 57 responden menghasilkan bahwa implementasi CSR tidak menunjang kinerja UMKM batik. Hasil ini didukung dengan hasil analisis *crossstabulation* yang telah dilakukan oleh penulis. Implementasi CSR tidak menunjang kinerja UMKM dikarenakan terdapat faktor lain yang mempengaruhi kinerja dari UMKM artshop. Hal ini seperti inovasi, kualitas bahan baku yang digunakan, dan nama dari UMKM yang sudah terkenal.

Implementasi CSR Dalam Menunjang Kinerja Non Keuangan

Meskipun hasil analisis data menunjukkan bahwa sebagian besar implementasi CSR yang dilakukan oleh UMKM tidak menunjang kinerja keuangan, tetapi semua responden telah banyak menerima pemesanan kembali dari pelanggan dan telah memperluas wilayah pemasarannya. Terdapat responden yang sudah melakukan perluasan wilayah pemasaran ke berbagai kota dan pulau di Indonesia hingga ke luar negeri.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, analisis, dan pembahasan yang telah dilakukan sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan bahwa tingkat implementasi yang telah dilakukan oleh pemilik atau pengelola UMKM artshop yang menjadi responden dalam penelitian ini termasuk dalam kategori tinggi. Dari tiga kategori CSR, yaitu kategori ekonomi, lingkungan, dan sosial dengan dimensi praktek ketenagakerjaan dan kenyamanan tenaga kerja, kategori lingkungan. Implementasi CSR yang telah dilakukan oleh UMKM artshop di kawasan Nusa Dua sebagian besar tidak menunjang kinerja keuangan dari UMKM tetapi menunjang kinerja non keuangannya. Semakin tinggi CSR yang dilakukan oleh UMKM, belum mampu menunjang kinerja keuangan dari UMKM tersebut. Hasil penelitian ini memberikan implikasi pada pemilik UMKM untuk semakin memiliki perhatian dan kepedulian terhadap keadaan lingkungan dan sosial disekitarnya supaya dapat memberikan dampak pada kinerja. Keterbatasan pada penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya agar hasilnya lebih maksimal. Dalam penelitian ini keterbatasan yang disampaikan oleh penulis adalah jumlah responden yang terbatas dalam penelitian ini dikarenakan banyak pemilik atau pengelola UMKM yang menolak untuk menjadi responden dalam penelitian ini karena adanya kerahasiaan informasi yang tidak dapat diketahui pihak dari luar UMKM.

REFERENSI

- Angela. 2015. "Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Kinerja Finansial dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Sebagai Variabel Intervening". Skripsi Dipublikasikan. Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta.
- Anggraini, Fr. R. R. 2006. "*Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan*". Simposium Nasional Akuntansi IX. Padang. 23-26 Agustus.
- Becchetti, Leonardo, Stefania Di Giacomo, Damiano Pinnacchio. 2005. "*Corporate Social Responsibility and Corporate Performance: Evidence From A Panel of US Listed Companies*". CEIS Tor Vergata – Research Paper Series, Vol. 26, No. 78, Desember 2005.
- Ekadjaja, Agustin dan Edward Bunadi. 2012. "Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Perusahaan". Universitas Tarumanagara.
- Daft, L. Richard. 2003. *Management. Edisi 6*. Jakarta: Salemba Empat.
- Darma Putra, I Nyoman and Michael Hitchcock. 2006. The Bali bombs and the tourism development cycle. *Jurnal Edward Arnold Ltd*.
- Dewi, Budi Kumala. 2013. Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) Dan Pengaruhnya Terhadap Laba Perusahaan Pada Ukm Batik Bakaran Di Kota Pati. Skripsi Dipublikasikan. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.

- Hermawan, Sigit & Maf'ulah, Afiyah Nurul. 2014. Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Dinamika Akuntansi*, Vol. 6, No. 2, September 2014, pp. 103-118.
- Januarti, Indira dan Dini Apriyanti. 2005. “*Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan*”. *Jurnal Maksi*, Vol.5, No.2, Hal 227-243 Semarang : Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Krismiaji dan Y Anni Aryani. 2011. *Akuntansi Manajemen*. Edisi Kedua. UPP STIM YKPN, Yogyakarta.
- Mangoting, Yenni. 2007. “*Biaya Tanggung Jawab Sosial Sebagai Tax Benefit*”. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Vol.9, No.1, Mei 2007 hal 35-42*. Surabaya: Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Petra Surabaya.
- Mardikanto, Totok. 2014. “*CSR (Corporate Social Responsibility) (Tanggung Jawab Sosial Korporasi)*”. Cetakan Kesatu. Alfabeta, Bandung.
- Paul, Catherine J. Morrison. 2006. “*Corporate Social Responsibility and Economic Performance*”. Department of Agricultural and Resource Economics University of California, Davis.
- Pramana, I Gede Aditya & Yadnyana, I Ketut. Pengaruh Corporate Social Responsibility pada Kinerja Perusahaan Manufaktur. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, ISSN: 2302-8556 Vol.16.3. September (2016): 1965-1988.
- Sari, Ni Luh Kade Merta & Suaryana, I Gusti Ngurah Agung. 2013. Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Kepemilikan Asing Sebagai Variabel Moderator. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, ISSN: 2302-8556 3.2(2013): 248-257.
- Shafariani, Dhesy Eka Putri. 2013. Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan terhadap Kinerja Keuangan dengan Tata Kelola Perusahaan sebagai Pemoderasi. *Jurnal Reviu Akuntansi dan Keuangan*, ISSN: 2088-0685, Vol.3 No. 2, Oktober 2013, Pp 493-506.
- Soleh, Muhammad. 2008. *Analisis Strategi Inovasi Dan Dampaknya Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Kasus : Ukm Manufaktur Di Kota Semarang*. Tesis S2 Magister Manajemen Universitas Diponegoro.
- Subaedi, I.A. Brahmayanti. 2010. “*Kompetensi SDM UKM dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja UKM di Surabaya*”. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol.12, No.1. Hal : 42-55. Surabaya : Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945.
- Suharto, Edi. 2008. “*Corporate Social Responsibility: What is and Benefits for Corporate*”. www.policy.hu/suharto.