

PENGARUH ETIKA BISNIS DAN KUALITAS AUDIT TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)*

Ayu Marisa

Universitas Al Azhar Indonesia

Sari Anggraini

Universitas Al Azhar Indonesia

ABSTRACT

The purpose of this study was to the influence of of business ethics disclosure and audit quality on the disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR).The disclosure of business ethics is measured by the code of conduct contained in the company's annual report. Audit quality is determined based on financial statements audited by Big four accounting firms and Non-big four accounting firms.Disclosure of Corporate Social Responsibility can be measured by the number of items of CSR. The population in this study is a manufacturing company listed on the Indonesia Stock Exchange (BEI) in 2014-2016. The company amounted 149 companies and samples selected using purposive sampling method. Data were analyzed using multiple regression analysis. The results of this study indicate that the disclosure of business ethics and audit quality significantly influence CSR disclosure. This is indicated by the result of F Test statistic calculation with F significance value of 0.000 below 0.05 which means H_a accepted significantly by all independent variables.

Keywords: Business Ethics, Quality Audit, Corporate Social Responsibility (CSR)

1. Pendahuluan

Kegiatan bisnis terutama yang bergerak di bidang pemanfaatan sumber daya alam baik secara langsung maupun tidak langsung tentu memberikan dampak pada lingkungan sekitarnya seperti masalah-masalah polusi, limbah, keamanan produk dan tenaga kerja. Adanya dampak pada lingkungan tersebut mempengaruhi kesadaran masyarakat akan pentingnya melaksanakan tanggung jawab sosial atau yang dikenal dengan *Corporate Social Responsibility (CSR)*, (Marzully, N dan Priantina, D, 2012).

Menurut Putri dan Christiawan (2014), secara teoritis *CSR* merupakan inti dari etika bisnis, dimana suatu perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban

ekonomis dan legal kepada pemegang saham (*shareholders*) tetapi juga mempunyai kewajiban terhadap pihak lain yang berkepentingan (*stakeholders*) yang tidak dapat lepas dari kenyataan bahwa suatu perusahaan tidak bisa hidup, beroperasi dan bertahan serta memperoleh keuntungan tanpa bantuan dari berbagai pihak. Sehingga *CSR* lebih menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap kepentingan pihak-pihak lain secara lebih luas (*stakeholders*) daripada hanya sekedar kepentingan perusahaan itu sendiri.

Rosiana, dkk. (2013) juga mengatakan bahwa *CSR* adalah gagasan yang membuat perusahaan tidak hanya bertanggungjawab dalam hal keuangannya saja, tetapi juga terhadap masalah sosial dan lingkungan sekitar perusahaan agar perusahaan dapat tumbuh secara berkelanjutan.

Menurut Kristoffersen, *et al.* (2005) dalam Prasetyono (2011), tanggung jawab sosial perusahaan tumbuh dari adanya etika bisnis yang mempunyai tiga dimensi yaitu *corporate governance*, tanggung jawab sosial perusahaan dan akuntabilitas lingkungan. Hal ini berarti perusahaan yang menerapkan atau mempunyai etika bisnis menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi tanggung jawab sosial perusahaan.

Etika bisnis (*business ethics*) merupakan standar perilaku dan nilai-nilai moral yang mengontrol tindakan serta keputusan di lingkungan pekerjaan (Boone and Curtz, 2002 dalam Mukzamjm dan Priambada, 2011). Sumaryati (2014) berpendapat bahwa etika bisnis adalah standar-standar nilai yang menjadi pedoman atau acuan perusahaan dalam pengambilan keputusan dan mengoperasikan bisnis yang etik.

Menurut Keraf (1998) dalam Mukzamjm dan Priambada (2011) setidaknya ada lima prinsip etika bisnis yang dapat dijadikan titik tolak pedoman perilaku dalam menjalankan praktek bisnis. Prinsip-prinsip yang harus ditempuh oleh perusahaan untuk mencapai tujuannya dan harus dijadikan pedoman agar memiliki standar baku mencegah timbulnya ketimpangan dalam memandang etika moral sebagai standar kerja atau operasi perusahaan. Prinsip-prinsip tersebut diantaranya adalah prinsip otonomi, kejujuran, keadilan, saling menguntungkan, dan integritas moral (Sumaryati, 2014).

Paulus (2011) berpendapat bahwa saat ini yang menjadi perhatian terbesar dari perusahaan kepada masyarakat telah ditingkatkan yaitu dengan meningkatkan kepekaan dan kepedulian terhadap lingkungan dan masalah etika. Masalah seperti perusakan lingkungan, perlakuan tidak layak terhadap karyawan, dan cacat produksi yang mengakibatkan ketidaknyamanan ataupun bahaya bagi konsumen adalah menjadi berita utama surat kabar.

Sebuah riset yang dikemukakan oleh Roper Search Worldwide menunjukkan 75% responden memberikan nilai lebih kepada produk dan jasa yang dipasarkan oleh perusahaan dalam memberikan kontribusi nyata kepada komunitas melalui program pengembangan. Sekitar 66% responden menunjukkan bahwa mereka siap berganti merek perusahaan yang memiliki citra sosial yang positif (Susanto, 2009). Kedua hal tersebut membuktikan terjadinya perluasan “minat” konsumen dari “produk” menuju korporat, yakni konsumen menaruh perhatiannya terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang lebih luas, dan pengungkapan etika bisnis serta tanggung jawab sosial perusahaan. Disinilah manfaat perusahaan dalam suatu kegiatan *corporate social responsibility* menjadi suatu kewajiban yang digariskan oleh undang-undang (Sari, 2012).

Selain etika bisnis, dengan kualitas audit yang baik dan memadai perusahaan akan cenderung mengungkapkan *CSR* dalam laporan tahunannya (Hapsoro, 2012). Menurut Christiawan (2002) kualitas audit ditentukan oleh dua hal yaitu kompetensi dan independensi. Kualitas audit mempengaruhi lamanya waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan audit. Pemilihan Kantor Akuntan Publik (KAP) oleh perusahaan untuk memeriksa laporan keuangan juga berpengaruh dalam ketepatan waktu pengerjaan audit. Kualitas audit yang dilakukan oleh KAP yang reputasinya baik akan lebih menjamin tentang akuntabilitas kinerja keuangan perusahaan yang diauditnya.

Auditor sangat berperan penting dalam meningkatkan strategi pelaporan perusahaan secara keseluruhan. Secara teori KAP *Big Four* seharusnya lebih berkualitas dibandingkan dengan jasa audit yang diberikan KAP *Non Big Four*. Jasa yang diberikan

akan lebih independen dan transparan. Dengan adanya audit yang transparan atas laporan keuangan dan laporan tahunan, perusahaan akan terdorong untuk melakukan kegiatan CSR dan mengungkapkannya dalam laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan, supaya pendapat yang diberikan oleh KAP bersifat positif bagi kelangsungan dan citra baik perusahaan. Untuk itu perusahaan akan melakukan kegiatan CSR yang berhubungan dengan karyawan (*employee relations*), masyarakat (*community services*) dan lingkungan (*environmental awareness*), (Lennox, 2004 dalam Hapsoro, 2012).

Dari penelitian terdahulu oleh (Prasetyono, 2011) membuktikan penerapan etika bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik penerapan etika bisnis, maka pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan semakin baik. Disamping itu, penelitian Hapsoro (2012) menunjukkan kualitas audit terbukti berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).

Perbedaan lain dengan penelitian sebelumnya terletak pada variabel pengungkapan etika bisnis dan kualitas audit terhadap CSR, karena belum ada penelitian sebelumnya yang menguji secara simultan variabel tersebut terhadap CSR. Periode penelitian yang digunakan juga berbeda yaitu tiga tahun pengamatan (2014-2016).

2. Rerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis

2.1 Pengungkapan Etika Bisnis dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Konsep tentang tanggung jawab sosial perusahaan lahir dan makin berkembang menjadi isu penting dalam menjamin kelangsungan hidup dunia usaha sejak dicituskannya konsep *social responsibility* pada pertemuan Yohannesberg pada tahun 2002. Pelaksanaan tanggung jawab sosial harus menjadi suatu bagian dalam peran bisnis dan termasuk dalam kebijakan bisnis perusahaan, sehingga dunia bisnis bukan hanya merupakan suatu organisasi yang berorientasi pada pencapaian laba maksimal tetapi

juga menjadi organisasi pembelajaran yang setiap individu memiliki kesadaran social dimana perusahaan berada (Yustiani dan Anatan, 2010).

Menurut Kristoffersen, *et al.* (2005) dalam Prasetyono (2011), tanggung jawab sosial perusahaan tumbuh dari adanya etika bisnis yang mempunyai tiga dimensi yaitu *corporate governance*, tanggung jawab sosial perusahaan dan akuntabilitas lingkungan. Hal Ini berarti perusahaan yang menerapkan atau mempunyai etika bisnis mempunyai komitmen yang besar dalam aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan yang menerapkan etika bisnis akan mengungkapkan tanggung jawab sosial lebih banyak dibandingkan dengan perusahaan yang tidak menerapkan etika bisnis (Prasetyono, 2011).

H₁ : Pengungkapan etika bisnis berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

2.2 Kualitas Audit dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Pengauditan merupakan sarana bagi pihak-pihak yang berkepentingan dengan perusahaan (stakeholders) untuk memverifikasi validitas laporan keuangan yang dibuat manajemen (Iswandika, dkk. 2014). Laporan keuangan tahunan yang sudah diperiksa oleh akuntan publik dapat menjadi dasar yang berguna bagi pengambilan keputusan yang ekonomis. Auditor memainkan peran yang penting dalam meningkatkan strategi pelaporan perusahaan secara keseluruhan. Perusahaan yang diaudit oleh KAP yang berukuran besar akan menyajikan laporan keuangan yang lebih berkualitas berdasarkan regulasi yang telah ditentukan, karena memiliki kualitas, reputasi, dan kredibilitas dibanding KAP ukuran kecil (Hapsoro, 2012). Berdasarkan kajian tersebut dapat dirumuskan hipotesis kedua sebagai berikut.

H₂ : Kualitas audit berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

2.3 Pengungkapan Etika Bisnis dan Kualitas Audit dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Dari penelitian terdahulu oleh (Prasetyono, 2011) membuktikan penerapan etika bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerapan tanggung jawab sosial

perusahaan. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik penerapan etika bisnis, maka pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan semakin baik. Disamping itu, penelitian Hapsoro (2012) menunjukkan kualitas audit terbukti berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Berdasarkan kajian tersebut dapat dirumuskan hipotesis ketiga sebagai berikut:

H₃ : Pengungkapan etika bisnis dan kualitas audit secara bersama-sama berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR)..

3. Metode Penelitian

3.1 Model Penelitian

Untuk mengetahui pengaruh pengungkapan etika bisnis dan kualitas audit terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR), penelitian ini menggunakan persamaan regresi berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Y adalah pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR)

α adalah konstanta

e adalah konstanta pengganggu (*error*)

β_1 & β_2 adalah koefisien regresi

X_1 adalah pengungkapan etika bisnis

X_2 adalah kualitas audit

3.2 Definisi Operasional dan Indikator Variabel

Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian adalah pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Menurut Rosiana (2013) CSR adalah gagasan yang membuat perusahaan tidak hanya bertanggungjawab dalam hal keuangannya saja, tetapi juga terhadap masalah sosial dan lingkungan sekitar perusahaan agar perusahaan dapat tumbuh secara berkelanjutan. Atribut dari CSR yang sering digunakan pada setiap penelitian adalah berbeda-beda. Hal ini terjadi karena kinerja tanggung jawab sosial

perusahaan sulit untuk diukur, jadi itu sebabnya studi-studi sebelumnya atas hubungan antara kinerja sosial perusahaan dengan kinerja keuangan menggunakan pendekatan yang berbeda pada kinerja sosial perusahaan (Fauzi, 2004 dalam Rifki, 2017).

Berdasarkan definisi tersebut elemen – elemen CSR dapat dirangkum sebagai aktifitas perusahaan dalam mencapai keseimbangan atau integrasi antar aspek ekonomi, lingkungan , dan sosial tanpa mengesampingkan ekspektasi para pemegang saham (menghasilkan profit), (Mustafa dan Handayani, 2014).

1. Jumlah elemen-elemen CSR

Jumlah elemen-elemen CSR adalah jumlah yang di ungkapkan oleh perusahaan. Banyak atau sedikitnya jumlah CSR tersebut tergantung dari perusahaan tersebut karena pemerintah tidak memberikan panduan yang jelas terhadap pelaksanaan CSR. Pemerintah memberikan kebebasan kepada perusahaan untuk mengembangkan CSR nya (Rifki, 2017). Dalam struktur *corporate social responsibility*, terdapat elemen-elemen yaitu :

- a. Masyarakat, yang didalam elemen tersebut mencakup
 - 1) Ekonomi, yang berarti bahwa tanggung jawab perusahaan dalam membantu meningkatkan perekonomian masyarakat di lingkungan sekitar perusahaan. Sebagai contoh, yaitu program peminjaman dana untuk masyarakat yang ingin membuka usaha.
 - 2) Budaya, Olahraga dan Agama yang berarti bahwa tanggung jawab perusahaan dalam membantu masyarakat dalam meningkatkan seni budaya lokal, peran perusahaan dalam pendukung di cabang olahraga dan peran perusahaan dalam membantu kegiatan agama, seperti bantuan perbaikan saran ibadah dan lain sebagainya.
 - 3) Bencana alam yaitu peran perusahaan dalam membantu korban bencan alam.
 - 4) Pendidikan yaitu peran perusahaan dalam memberikan beasiswa kepada pelajar yang berprestasi dan membantu masyarakat yang tidak memiliki biaya pendidikan.

- 5) Infrastruktur yaitu peran perusahaan dalam membantu perbaikan jalan di lingkungan masyarakat sekitar atau ikut berpartisipasi dalam memajukan lingkungan sekitar.
 - 6) Kesehatan yaitu peran perusahaan dalam memberikan pengobatan gratis bagi masyarakat sekitar perusahaan.
- b. Lingkungan, yaitu meliputi program penghijauan sebagai fokus utama kepedulian terhadap lingkungan.

Pengungkapan CSR diukur menggunakan daftar elemen-elemen pengungkapan tanggung jawab sosial, yaitu dengan memberi skor “0” untuk setiap elemen yang tidak diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan dan memberi skor “1” untuk setiap elemen yang diungkapkan. Selanjutnya, elemen-elemen tersebut akan dijumlahkan dengan nilai maksimum 7 elemen.

Variabel Independen

1. Pengungkapan etika bisnis ditentukan berdasarkan *code of conduct* (kode etik) yang terdapat di dalam *annual report* perusahaan-perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Terdapat lima prinsip etika bisnis yang dapat dijadikan titik tolak pedoman perilaku dalam menjalankan praktek bisnis yaitu: prinsip otonomi, kejujuran, keadilan, saling menguntungkan, dan integritas moral (Keraf, 1998 dalam Mukzamjm dan Priambada, 2011). Variabel ini diukur dengan menggunakan variabel *dummy*, yaitu *score* 1 Apabila di dalam *code of conduct* dicantumkan 5 prinsip tersebut dan *score* 0 apabila tidak dicantumkan 5 prinsip di dalam *code of conduct*.
2. Kualitas Audit yang ditentukan berdasarkan laporan keuangan yang diaudit oleh kantor akuntan *big four* dan kantor akuntan *non-big four*. Diasumsikan bahwa laporan keuangan yang diaudit oleh kantor akuntan *big four* lebih berkualitas dibandingkan dengan laporan keuangan yang diaudit oleh kantor akuntan *non-big four*. Variabel ini diukur dengan menggunakan variabel *dummy*, yaitu 0 apabila

auditor berasal dari kantor akuntan *non-big four* dan 1 apabila auditor berasal dari kantor akuntan *big four*.

3.3 Pemilihan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah semua perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Kriteria yang digunakan untuk memilih sampel dalam penelitian ini adalah:

1. Perusahaan sampel terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2014- 2016 dalam kelompok perusahaan manufaktur yang menerbitkan laporan tahunan (*annual report*) secara berturut-turut.
2. Perusahaan sampel melakukan pengungkapan CSR dalam laporan tahunan secara berturut-turut selama tahun 2014-2016.
3. Perusahaan sampel memiliki semua data yang dibutuhkan secara lengkap selama periode pengamatan.

Berdasarkan kriteria tersebut, terpilih sebagai sampel penelitian berjumlah 127 perusahaan. Proses pemilihan sampel berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan disajikan pada tabel 1 berikut.

Tabel 1. Deskripsi Sampel Penelitian

Kriteria Sampel	Jumlah
Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2014-2016 yang menerbitkan laporan tahunan secara berturut-turut.	149
Perusahaan yang tidak terdaftar di BEI tahun 2014-2016	(20)
Perusahaan manufaktur yang <i>delisting</i> dari tahun 2014-2016.	(2)
Jumlah perusahaan yang menjadi sampel.	127
Total sampel selama 3 tahun pengamatan	381
Sampel yang dikeluarkan untuk uji normalitas	(16)
Total sampel setelah uji normalitas	365

4. Analisis Data dan Pembahasan

4.1 Uji Statistik Deskriptif

Tabel 2 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Descriptive Statistics					
	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
ETIKA BISNIS	365	0.00	5.00	2.3973	1.89519
KUALITAS AUDIT	365	0.00	1.00	0.4192	0.49410
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY	365	2.00	7.00	4.9425	1.37660
Valid N (listwise)	365				

Dari hasil uji statistik deskriptif pada tabel 2, didapatkan informasi sebagai berikut : Pengungkapan Etika Bisnis memiliki rentang nilai dari 0,00 hingga 5,00. Jumlah perusahaan yang memiliki nilai terendah yang berarti tidak mengungkapkan etika bisnis (*code of conduct*) di dalam laporan tahunan yaitu sebanyak 29 perusahaan sedangkan perusahaan yang mengungkapkan 5 prinsip etika bisnis sebanyak 20 perusahaan. nilai rata-rata (*mean*) dari variabel Pengungkapan Etika Bisnis adalah sebesar 2,3973 dengan standar deviasi 1,89519.

Variabel Kualitas Audit adalah sebesar 0,4192 dengan standar deviasi 0,49410. Perusahaan yang di audit oleh KAP *big four* (2014-2016) dengan nilai 1 yaitu berjumlah 52 perusahaan. Perusahaan yang di audit oleh KAP *non-big four* (2014-2016) dengan nilai 0 yaitu berjumlah 72 perusahaan,

Variabel *Corporate Social Responsibility (CSR)* memiliki nilai rata-rata sebesar 4,9425 dengan standar deviasi sebesar 1,37660. Nilai minimum CSR yaitu sebesar 2,00 dan nilai maksimum sebesar 7,00. Perusahaan yang memiliki nilai terendah berjumlah 6 dan perusahaan yang memiliki nilai tertinggi berjumlah 14.

4.2 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Pendeteksian normalitas data apakah terdistribusi normal atau tidak dengan menggunakan uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*. Residual dinyatakan terdistribusi normal jika nilai signifikansi

Kolmogorov-Smirnov > 0,05 dan sebaliknya. Hasil uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* disajikan pada Tabel 3 berikut ini.

Tabel 3 Hasil Uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		381
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	1.41415194
Most Extreme Differences	Absolute	0.083
	Positive	0.036
	Negative	-0.083
Kolmogorov-Smirnov Z		1.621
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.010

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan Tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai signifikan dari uji normalitas yang telah dilakukan adalah 0.010. Hal ini menunjukkan bahwa data terdistribusi tidak normal yaitu nilai signifikansi < 0.05 maka H₀ ditolak. Untuk mengatasi masalah ini, penulis menggunakan uji *casewise*. Dengan menggunakan uji *casewise*, beberapa data akan dieliminasi atau dihapus sesuai dengan hasil uji tersebut untuk mendapatkan data yang terdistribusi normal. Berikut Tabel 4 hasil uji normalitas setelah dilakukan uji *casewise*:

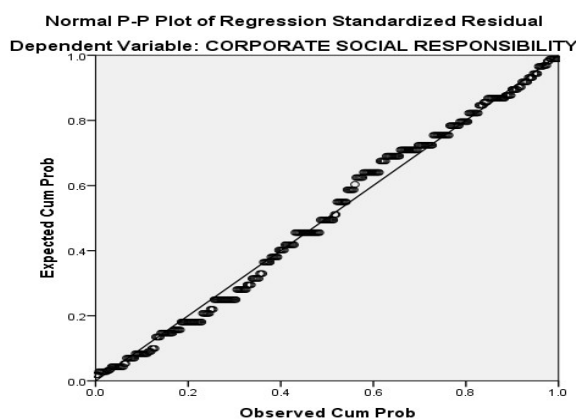
Tabel 4 Hasil Uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* setelah Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		365
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	1.24549057
Most Extreme Differences	Absolute	0.063
	Positive	0.055
	Negative	-0.063
Kolmogorov-Smirnov Z		1.209
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.107

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan hasil output pada Tabel 4 di atas menunjukkan bahwa setelah uji *casewise* telah terdistribusi normal dengan nilai yang signifikan sebesar 0.107 atau *p-value* > 0.05 sehingga data hipotesis dapat diterima. Hasil uji normalitas sesudah *casewise* menggunakan analisis grafik yaitu dengan menggunakan grafik histogram dan Normal Probability Plot. Pada gambar 1 menunjukkan bahwa grafik memberikan pola distribusi normal dikarenakan terlihat grafik titik-titik menyebar mendekati dari garis diagonal. Sehingga model regresi layak untuk dipakai dalam penelitian ini.



Gambar 1. Grafik Normal P-P Plot

4.3 Uji Multikolineritas

Uji multikolineritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas dalam model regresi. suatu model regresi yang bebas dari masalah multikolineritas apabilamempunyai nilai *tolerance* lebih dari 0,1 dan nilai VIF lebih dari 1,0. Berikut Tabel 5 menyajikan hasil pengujian statistik dari model regresi penelitian untuk uji multikolineritas.

Berdasarkan hasil uji multikolineritas, nilai *Tolerance* dan VIF yang terdapat pada Tabel 5 dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolineritas pada model regresi penelitian dikarenakan nilai VIF lebih dari 1.0 dan nilai *Tolerance* berada di atas 0.1.

Tabel 5 Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
ETIKA BISNIS	0.973	1.028
KUALITAS AUDIT	0.973	1.028

4.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya). Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi atau tidak terjadi autokorelasi. Uji autokorelasi dapat dilakukan dengan menggunakan uji *Durbin-Watson* (DW test). Kriterianya adalah sebagai berikut :

Angka D-W dibawah -2 berarti terdapat autokorelasi positif

Angka D-W diantara -2 hingga 2, berarti tidak ada autokorelasi

Angka D-W diatas 2 ada autokorelasi negative

Tabel 6 Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0.426 ^a	0.181	0.177	1.24893	0.955

a. Predictors: (Constant), KUALITAS AUDIT, ETIKA BISNIS

b. Dependent Variable: CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Pada tabel 6 hasil uji diatas dapat dilihat pada kolom *Durbin-Watson* nilainya sebesar 0.955 sehingga dapat disimpulkan pada penelitian ini tidak ada gejala autokorelasi.

4.5 Uji Heterokedastisitas

Penelitian uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Salah satu metode uji heterokedastisitas adalah dengan menggunakan metode

uji park. Metode uji park yaitu dengan meregresikan nilai residual ($Lnei^2$) dengan masing-masing variabel dependen (LnX_1 dan LnX_2). Kriteria pengujian adalah sebagai berikut :

1. H_0 : tidak ada gejala heteroskedastisitas
2. H_a : ada gejala heteroskedastisitas

H_0 diterima bila Signifikansi $> 0,05$ berarti tidak terdapat heteroskedastisitas dan H_0 ditolak bila Signifikansi $< 0,05$ yang berarti terdapat heteroskedastisitas.

Tabel 7 Uji Heterokedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	-1.820	0.253		
1 ETIKA BISNIS	-0.131	0.078	-0.089	-1.677	0.094
KUALITAS AUDIT	-0.161	0.299	-0.029	-0.540	0.589

a. Dependent Variable: $lnres_9$

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa kedua variabel independen dengan memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05. Karena signifikansi lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

4.6 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 8 Hasil Analisis Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	4.140	0.114		
1 ETIKA BISNIS	0.293	0.035	0.403	8.362	0.000*
KUALITAS AUDIT	0.240	0.134	0.086	1.788	0.075**

a. Dependent Variable: CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

*signifikan pada $\alpha = 0.05/5\%$

**signifikan pada $\alpha = 0.1/10\%$

Berdasarkan tabel 8, maka persamaan regresi linier berganda dengan 2 variabel independen sebagai berikut:

$$Y = 4.140 + 0.293X_1 + 0.240X_2 + \varepsilon$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Konstanta sebesar 4.140, artinya jika pengungkapan etika bisnis dan kualitas audit nilainya adalah 0, maka *Corporate Social Responsibility (CSR)* nilainya akan mengalami peningkatan sebesar 4.140.
2. Koefisien regresi variabel pengungkapan etika bisnis sebesar 0.293 artinya jika variabel lain nilainya tetap dan pengungkapan etika bisnis mengalami kenaikan sebesar 1 %, maka pengungkapan CSR mengalami kenaikan sebesar 0.293. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara pengungkapan etika bisnis dengan CSR, semakin besar pengungkapan etika bisnis maka pelaksanaan CSR semakin baik.
3. Koefisien regresi variabel kualitas audit sebesar 0.240 artinya jika variabel lain nilainya tetap dan kualitas audit mengalami kenaikan sebesar 1 %, maka pengungkapan CSR mengalami kenaikan sebesar 0.240. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara kualitas audit dengan CSR, semakin besar kualitas audit, maka pelaksanaan CSR semakin baik.

4.7 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi merupakan ikhtisar yang menyatakan seberapa baik garis regresi mencocokkan data. Nilai R^2 berkisar antara 0-1. Nilai yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel amat terbatas. Sebaliknya, nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Tabel 9 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b						
Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0.426 ^a	0.181	0.177		1.24893	0.955

a. Predictors: (Constant), KUALITAS AUDIT, ETIKA BISNIS

b. Dependent Variable: CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Pada tabel diatas nilai *adjusted R²* digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel dependen dan variabel independen. Nilai *adjusted R²* dari hasil pengujian untuk variabel dependen *corporate social responsibility* (CSR) adalah senilai 0.177. Hal ini menunjukkan bahwa 17.7% dari variabel CSR dapat dijelaskan oleh variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini dan 82.3% lainnya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

4.8 Uji Signifikansi/Pengaruh Simultan (Uji F)

Tabel 10 Uji Signifikansi/Pengaruh Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	132.502	2	66.251	41.346	0.000 ^b
	Residual	581.651	363	1.602		
	Total	714.153	365			

a. Dependent Variable: CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

b. Predictors: (Constant), KUALITAS AUDIT, ETIKA BISNIS

Tabel 10 menunjukkan hasil perhitungan statistik Uji F dengan hasil nilai signifikansi F sebesar 0.000 dibawah 0.05 yang berarti H_0 diterima secara signifikan oleh seluruh variabel independen yaitu Pengungkapan Etika Bisnis dan Kualitas Audit berpengaruh secara simultan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).

4.9 Uji Parametik Individual (Uji t)

Dari hasil uji t pada table 8 diatas menunjukkan bahwa hasil uji t pengungkapan etika bisnis terhadap CSR menunjukkan nilai t signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari α 0.05, maka dapat diartikan bahwa hipotesis diterima dan etika bisnis mempunyai pengaruh signifikan terhadap CSR.

Variabel kualitas audit terhadap *CSR* menunjukkan nilai t signifikansi sebesar 0,075 lebih kecil dari α 0.10, maka dapat diartikan bahwa hipotesis diterima dan kualitas audit mempunyai pengaruh signifikan terhadap *CSR*.

Uji pengaruh simultan dilakukan dengan tujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama – sama terhadap variabel dependen. Apabila signifikansi $> 0,05$ maka, tidak ada pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikansi $< 0,005$ maka, variabel dependen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.

5. Pembahasan

5.1 Pengaruh Pengungkapan Etika Bisnis terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Hasil pengujian mengenai pengaruh pengungkapan etika bisnis terhadap pengungkapan *corporate social responsibility (CSR)* berada di bawah nilai 0,05 yaitu sebesar 0,000. Dengan hal demikian dapat disimpulkan bahwa pengungkapan etika bisnis berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility (CSR)*, sehingga H_1 dapat diterima.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Prasetyono (2011) yang menyatakan bahwa pengungkapan etika bisnis berpengaruh positif dan nilai yang signifikan pada pengungkapan *corporate social responsibility (CSR)*. Hal ini menjelaskan bahwa perusahaan yang besar akan mengungkapkan informasi yang lebih banyak daripada perusahaan kecil. Semakin besar pengungkapan etika bisnis maka pelaksanaan *CSR* semakin baik.

Pengungkapan etika bisnis berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility (CSR)* mengartikan bahwa perusahaan memiliki suatu tanggung jawab kepada konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas, dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan. Terdapat lima prinsip etika bisnis yang dapat dijadikan titik tolak pedoman perilaku dalam menjalankan praktek bisnis yaitu:

- a. Prinsip otonomi, yang berarti bahwa hubungan perusahaan dengan pelanggan didasari keinginan untuk memberikan pelayanan yang terbaik, memerhatikan dan menanggapi masukan dan keluhan pelanggan, menjaga kerahasiaan informasi mengenai pelanggan, sesuai dengan Peraturan Perundang-Undangan yang berlaku, menyediakan medi komunikasi bagi pelanggan.
- b. Prinsip kejujuran, yang berarti bahwa perusahaan harus memberikan informasi secara transparan dan objektif sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- c. Prinsip keadilan, yang berarti bahwa keadilan bagi semua pihak yang terkait memberikan kontribusi langsung atau tidak langsung terhadap keberhasilan bisnis.
- d. Prinsip saling menguntungkan, yang berarti bahwa dalam setiap keputusan yang dikeluarkan oleh perusahaan diusahakan kepada semua pihak merasa diuntungkan.
- e. Prinsip integritas moral, yang berarti bahwa sikap menghormati hak dan kewajiban karyawan, menjunjung tinggi kerjasama yang baik berdasarkan kepercayaan dan saling menghargai satu sama lain.

5.2 Pengaruh Kualitas Audit terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Pada Tabel 8 bahwa kualitas audit menunjukkan hasil penelitian bahwa kualitas audit menunjukkan signifikansi sebesar 0,075 lebih kecil dari α 0.10. Dengan hal demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas audit berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility (CSR)*, sehingga H_2 dapat diterima.

Hasil penelitian konsisten dengan penelitian Hapsoro (2012) yang menemukan bahwa variabel kualitas KAP berpengaruh positif terhadap variasi luas pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan. Hal ini mengungkapkan bahwa adanya audit yang baik oleh KAP *big four* atas laporan keuangan perusahaan maka pengungkapan terhadap laporan keuangan juga akan semakin luas.

Kualitas audit berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility (CSR)* mengartikan bahwa semakin baik kualitas audit perusahaan, luas pengungkapan *CSR* pada laporan tahunan akan semakin bagus. Karena pengungkapan

informasi *CSR* merupakan salah satu cara perusahaan untuk membangun dan mempertahankan citra positif kepada masyarakat, dan juga apabila laporan tersebut di audit oleh KAP yang besar, maka hasilnya tidak diragukan akan keakuratan dan kewajaran pengungkapan tersebut.

5.3 Pengaruh Pengungkapan Etika Bisnis dan Kualitas Audit terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Berdasarkan tabel 10, diketahui pengungkapan etika bisnis dan kualitas audit menunjukkan hasil berada di bawah nilai 0,05 yaitu sebesar 0,000 dengan arah koefisien positif. Dengan hal demikian dapat disimpulkan bahwa pengungkapan etika bisnis dan kualitas audit berpengaruh secara simultan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility (CSR)*, sehingga H_3 dapat diterima.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Prasetyono (2011) bahwa pengungkapan etika bisnis berpengaruh positif terhadap pengungkapan *CSR*. Hal ini berarti perusahaan yang menerapkan atau mempunyai etika bisnis mempunyai komitmen yang besar dalam aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil penelitian ini juga konsisten dengan penelitian Hapsoro (2012) bahwa variabel kualitas audit berpengaruh positif terhadap pengungkapan *CSR* maka pengungkapan terhadap laporan keuangan akan semakin luas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin baik pengungkapan etika bisnis dan kualitas audit perusahaan, luas pengungkapan *CSR* pada laporan tahunan akan semakin bagus.

Pengungkapan etika bisnis dan kualitas audit berpengaruh signifikan terhadap *CSR* mengartikan bahwa perusahaan yang menerapkan atau mempunyai etika bisnis mempunyai komitmen yang besar dalam aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan. Hal yang sama berlaku dengan adanya audit yang transparan atas laporan keuangan dan laporan tahunan, perusahaan akan terdorong melakukan kegiatan *CSR* dan mengungkapkannya dalam laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan.

6. Penutup

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan sebagaimana telah disajikan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan, yaitu :

1. Hasil analisis data secara parsial menunjukkan bahwa pengungkapan etika bisnis berpengaruh signifikan terhadap *CSR*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik perusahaan menerapkan prinsip etika bisnis dalam perusahaannya, semakin luas aktivitas dan pengungkapan *CSR* yang dilakukan perusahaan tersebut.
2. Hasil analisis data secara parsial menunjukkan bahwa kualitas audit berpengaruh signifikan terhadap *CSR*. Hal ini menunjukkan bahwa pemilihan KAP *big four* maupun KAP *non-big four* mempengaruhi atas pengungkapan *CSR* yang telah dilakukan oleh perusahaan.
3. Hasil analisis data secara simultan menunjukkan bahwa pengungkapan etika bisnis dan kualitas audit berpengaruh signifikan terhadap *CSR*. Hal Ini berarti perusahaan yang menerapkan atau mempunyai etika bisnis mempunyai komitmen yang besar dalam aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan. Hal yang sama berlaku dengan adanya audit yang transparan atas laporan keuangan dan laporan tahunan, perusahaan akan terdorong melakukan kegiatan *CSR* dan mengungkapkannya dalam laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan.

6.2 Keterbatasan Penelitian dan Saran

Penelitian ini mempunyai keterbatasan-keterbatasan yang dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi peneliti berikutnya agar mendapatkan hasil yang lebih baik lagi.

- a. Penelitian ini dalam mengukur *CSR* hanya menggunakan luas pengungkapan dan belum menggunakan indeks *Global Reporting Initiative (GRI)*.
- b. Perusahaan yang menjadi sampel penelitian hanya dari perusahaan manufaktur yang berjumlah 127 perusahaan dengan tahun pengamatan pada tahun 2014-2016.

- c. Adanya subyektifitas dalam menilai luas pengungkapan. Hal ini terjadi karena setiap pembaca melihat pengungkapan *CSR* yang diungkapkan perusahaan dari sudut pandang yang berbeda-beda.

Untuk kepentingan ilmu pengetahuan, saran untuk penelitian selanjutnya adalah:

1. Penelitian berikutnya diharapkan untuk menggunakan pedoman dari *Global Reporting Initiative (GRI)* mengenai *Corporate Social Responsibility (CSR)*.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan seluruh perusahaan dengan sampel yang lebih banyak dan tahun pengamatan yang lebih lama.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan penerapan *Corporate Governance (CG)* selain *Corporate Social Responsibility (CSR)* sebagai variabel terikat.

DAFTAR REFERENSI

- Anggraini, F. R. (2006). Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang terdaftar Bursa Efek Jakarta). Simposium Nasional Akuntansi 9 Padang.
- Christiawan, Y. J. (2002). Kompetensi dan Independensi Akuntan Publik : Refleksi Hasil Penelitian Empiri. *Kumpulan Jurnal Akuntansi dan Keuangan Unika Petra Vol. 4 / No. 2*.
- Daud, R. M., & Amri, A. (2008). Pengaruh *Intellectual Capital* dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Telaah & Riset Akuntansi 1(2), Juli 2008*, 213-231.
- Devina, F., L, S., & Zulaikha. (2004). Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan Sosial dalam Laporan Tahunan Perusahaan *Go Public* di Bursa Efek Jakarta (BEJ). *Jurnal Maksi. Volume 4 Agustus*, 161-177.
- Ghozali, I. (2006). Pengaruh Analisis Multivariate dengan Program SPSS Edisi ke 4. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hapsoro, D. (2012). Pengaruh Mekanisme Corporate Governance, Kualitas Audit, dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen Vol. 23 No. 3*, 199-215.
- Hastuti, S. (2010). Kualitas Audit Ditinjau dari Kompetensi dan Independensi Akuntan Publik. *Jurnal Maksi Vol. 10 (2)*, 186-201.
- Iswandika, R., Murtanto, & Sipayung, E. (2014). Pengaruh Kinerja Keuangan, Corporate Governance, dan Kualitas Audit terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility . *e-Journal Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Trisakti Volume 1 Nomor. 2 September* , 1-18.
- Kartini, P. D. (2009). *Corporate Social Responsibility Transformasi Konsep Sustainability Management dan Implementasi Indonesia*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Kuntari, Y., & Sulistyani, A. (2007). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dalam Laporan Tahunan Perusahaan Indeks Letter Quality (LQ 45) Tahun 2005. *ASET Volume 9 Nomor 2. Agustus*, 494-515.
- Mardiyatnolo, A., Amrizal, Julacha, & Setiawati, E. (2016). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kualitas Audit dan Kinerja Keuangan terhadap *Corporate Enviromental Disclosure* sebagai Bentuk Tanggung Jawab Sosial dalam Laporan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan Peserta Proper dan Terdaftar di BEI Tahun 2011-2015). *Seminar Nasional dan The 3rd Call for Syariah Paper*.
- Marzully , N., & Priantinah, D. (2012). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* di Indonesia (Studi Empiris Pada Perusahaan Berkategori *High Profile* yang *Listing* di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Akuntansi dan Manajemen Vol.23 No. 3*, 199-215.
- Mukzamjm, M. J., & Priambada, S. (2013). *Pengantar administrasi Bisnis : Struktur dan Kultur Organisasi Bisnis*.\.
- Murtanto, & Henny. (2001). Analisis Pengungkapan Sosial pada Laporan Tahunan. *Media Riset Akuntansi, Auditing dan Informasi Vol.1 No.2*, 21-48.
- Mustafa , C. C., & Handayani, C. (2014). Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi Vol. 3 No. 6 (2014)*.
- Paulus Lilik Kristianto. (2011). *Psikologi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit CAPS.

- Prasetyono. (2011). Analisis Ukuran Perusahaan, Penerapan Etika Bisnis dan Praktik *Corporate Governace* terhadap Penerapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Prosiding SNaPP : Sosial, Ekonomi dan Humaniora. ISSN 2089-3590 Vol.2 No. 1*, 239-250.
- Putra, S. J., & Durachman, Y. (2009). *Etika Bisnis dan Hak Kekayaan Intelektual*. Jakarta: Lembaga Penelitian UIN.
- Putri, R. A., & Christiawan, Y. J. (2014). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Dan Leverage Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Studi Pada Perusahaan-perusahaan yang mendapat penghargaan ISRA dan Listed (Go-Public) di Bursa Efek Indonesia (BEI) 2010-2012). *Business Accounting Review Vol. 2 No. 1*, 61-70.
- Rifki, M. (2017). Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Profitabilitas Perusahaan Dan Harga Saham Perusahaan Yang Terdaftar Pada Jakarta Islamic Index Periode 2011-2015. *Skripsi Universitas Al-Azhar Indonesia*.
- Rosiana, Ervina, G. A., M, M., & Sari, R. (2013). Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi*.
- Rosnidah, I. (2010). Kualitas Audit : Refleksi Hasil Penelitian Empiris. *Jurnal Akuntansi, Vol. 14. No. 3*.
- Rustriarini, N. W. (2010). Pengaruh *Corporate Governance* pada Hubungan *Corporate Social Responsibility* dan Nilai Perusahaan. *Simposium Nasional Akuntansi XIII*, Purwokerto.
- Sari, Y. D. (2012). Implementasi *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap sikap komunitas pada program perusahaan; studi kuantitatif implementasi CSR terhadap sikap komunitas pada program Street Children Sponsorship .
- Setyaningrum, D. (2012). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Audit BPK-RI*. Depok: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (mixed methods)*. Bandung: Penerbit CV. Alfabeta.
- Sumaryati, A. (2014). Etika bisnis pada *entrepreneurship* dalam konteks filsafat. *Jurnal Media Ekonomi & Teknologi Informasi Vol. 22 No. 1 Maret* , 1-14.

- Susanti, & Tarigan. (2013). Pengaruh Kompetensi, Etika dan Fee Audit terhadap Kualitas Audit. *Jurnal Akuntansi Vol. 13 No. 1. April*, 803-832.
- Susanto, A. B. (2009). *Reputation-Driven : Corporate Social Responsibility Pendekatan Strategic Management dalam CSR*. Jakarta: Erlangga.
- Widaryanti. (2007). Etika Bisnis dan Etika Profesi Akuntan. *Fokus Ekonomi Vol. 2 No. 1 Juni ISSN : 1907-6304*, 1-10.
- Winarno, B. (2012). *Kebijakan Publik Teori, Proses dan Studi Kasus*. Yogyakarta: CAPS.
- Yustiani, & Anatan. (2010). Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Jurnal Manajemen Vol. 1 No. 1 November*.