

PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN PADA PT. PLN UP3 BAUBAU

Rudi Abdullah¹, Hasni²

^{1,2}Program Studi Manajemen/Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Buton

Jl. Betoambari No. 36, Kota Baubau, Sulawesi Tenggara

*Email: rudi_tomia@yahoo.co.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *corporate social responsibility* terhadap kinerja perusahaan pada PT. PLN UP3 Baubau. Tujuan utama dari kegiatan bisnis tidak hanya untuk memperoleh laba yang optimal tetapi kegiatan bisnis juga memiliki kewajiban sosial. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan salah satu bentuk kewajiban sosial yang dilakukan perusahaan atau bisnis. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Data diperoleh dari 30 Orang. Analisis data menggunakan regresi linear sederhana. Hasil analisis menunjukkan bahwa $Y = 5.833 + 0.686 X$, hal ini menunjukkan bahwa apabila terjadi perubahan dimensi tanggung jawab sosial perusahaan sebesar 1 satuan, maka akan menyebabkan perubahan terhadap kinerja sebesar 68,6 %. Tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh terhadap kinerja dapat dilihat dari nilai signifikansi t pada analisis regresi sederhana yaitu $\text{sig } t = 0,00 < \alpha = 0,05$. Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,809 dapat diartikan bahwa korelasi hubungan antara variabel bebas tanggung jawab sosial perusahaan (X) terhadap kinerja (Y) adalah positif.

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility, Kinerja, Bisnis, Sosial, Optimal*

ABSTRACT

This paper intent to know influence corporate social responsibility to corporate performance on PT. PLN UP3 Baubau. The main purpose of business activities is not only to obtain optimal profits but business activities also have social obligations. Corporate Social Responsibility (CSR) is a form of social obligation undertaken by company or business. Data collecting is done by use of questioner. Acquired data of 30 persons. Analysis is data utilizes simple linear regression. The Result of this research indicated that $Y = 5.833 + 0.686 x$ It points out that if happening changing dimension carries the ball firm social as big as 1, therefore will cause changing to performance as big as 68,6 %, carries the ball influential firm socials to performances can be seen of significant point t on analysis simple regression which is $\text{sig } t = 0,00 < \alpha = 0,05$. Correlation coefficient point (R) as big as 0,809 used to mean that correlation relationship among variable free corporate social accountability (X) to performances (Y) is positive.

Keywords: *Corporate Social Responsibility, Performance, Business, Social, Optimal*

A. PENDAHULUAN

Sejak paruh kedua abad ke-20 debat panjang tentang tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) telah terjadi (Garriga E, 2004), dan beberapa dekade terakhir, tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) telah tumbuh dari gagasan sempit dan sering terpinggirkan menjadi konsep yang

kompleks, yang semakin menjadi pusat perhatian dari pengambilan keputusan perusahaan saat ini (Cochran PL, 2007). Dalam beberapa tahun terakhir, jumlah sumber daya yang dialokasikan perusahaan untuk kegiatan yang diklasifikasikan sebagai CSR sangat meningkat (Barnea A, 2010).

CSR adalah suatu proses dengan tujuan untuk memikul tanggung jawab atas tindakan perusahaan dan mendorong dampak positif melalui kegiatannya terhadap lingkungan, konsumen, karyawan, masyarakat, pemangku kepentingan, dan semua anggota ruang publik lainnya yang juga dapat dianggap sebagai pemangku kepentingan (Tai F-M, 2014). *Corporate social responsibility* merupakan komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk kontribusi dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dengan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan (Parengkuan, 2017).

Dewasa ini, perusahaan-perusahaan berkewajiban untuk lebih berorientasi pada tanggung jawab sosialnya kepada para *stakeholder* dibandingkan dengan tanggung jawabnya kepada *shareholder*. Sebagai pemenuhan kebutuhan masyarakat dalam hal menghasilkan serta menyediakan barang dan jasa, perusahaan memegang peranan penting (Windsor, 2001). Tanggung jawab sosial perusahaan adalah salah satu konsepsi paling awal dan utama dalam studi akademik hubungan bisnis dan masyarakat. Tanggung jawab sosial adalah tindakan penyeimbang. Bisnis harus menyeimbangkan kinerja ekonomi, kinerja etis, dan kinerja sosial, dan keseimbangan harus dicapai di antara berbagai pemangku kepentingan (Lantos, 2001).

Hal ini yang membuat perusahaan mempunyai kontribusi yang sangat besar bagi pembangunan negara dan menjalankan kebijaksanaan pendapatan nasional. Hal ini yang membuat perusahaan mempunyai kontribusi yang sangat besar bagi pembangunan negara dan menjalankan kebijakan pendapatan nasional. Oleh karena itu pemerintah mempunyai kepentingan dan ikut bertanggung jawab atas keberlangsungan keberhasilan perusahaan. Perkembangan industrialisasi telah mampu menciptakan perubahan dikalangan masyarakat Indonesia, mulai dari perubahan fisik maupun perubahan nilai. Perubahan-perubahan yang terjadi dikalangan masyarakat tersebut telah menciptakan

berbagai kondisi dalam masyarakat, namun demikian perubahan-perubahan yang terjadi tersebut dapat juga menimbulkan *culture lag*, yaitu ketidaksiapan bagi masyarakat untuk menerima ide-ide baru dalam proses perubahan.

Implementasi CSR di Indonesia mengacu pada falsafah hidup masyarakat yaitu gotong-royong, maka pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan suatu program yang sangat mungkindilakukan. Realisasi dari hal tersebut adalah berada pada kinerja manajemen perusahaan dalam memenuhi tugasnya melalui penerapan tanggung jawab sosial perusahaan yang dalam hal ini PT. PLN UP3 Baubau. PT. PLN UP3 Baubau merupakan salah satu perusahaan di kota Baubau yang bergerak dalam bidang ketenagalistrikan yang banyak berhubungan dengan masyarakat sehingga penulis tertarik melakukan penelitian dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh *corporate social responsibility* terhadap kinerja perusahaan pada PT. PLN UP3 Baubau.

B. TINJAUAN PUSTAKA

Corporate Social Responsibility

Sejumlah besar perusahaan terlibat dalam upaya serius untuk mendefinisikan dan mengintegrasikan CSR ke dalam semua aspek bisnis mereka (Tsoutsoura, 2004). CSR mengacu pada kewajiban perusahaan kepada masyarakat lebih khusus pemangku kepentingan perusahaan atau mereka yang dipengaruhi oleh kebijakan dan praktik perusahaan (Smith, 2003).

Perkembangan tanggung jawab sosial perusahaan pada negara-negara maju mendorong perusahaan-perusahaan yang berada di negara-negara berkembang seperti di Indonesia untuk melakukan hal yang sama. Hal ini dipengaruhi oleh adanya berbagai kondisi yang tidak seimbang antara keadaan perusahaan dengan keadaan para pekerja dan lingkungan masyarakat. Disamping itu CSR juga akan memberikan keuntungan yang positif bagi masyarakat.

Perusahaan terlibat dalam tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dan menimbulkan keunggulan kompetitif bagi mereka (Branco MC, 2006). CSR dapat menghasilkan peningkatan dukungan dari pemangku kepentingan (Maignan I, 2004). Bisnis memiliki kewajiban sosial (Smith, 2003). Bisnis harus memberikan kontribusi secara efisien kepada masyarakat, menguntungkan, dan bertanggung jawab secara social (Moir L, 2001).

Berdasarkan pemikiran ini berarti suatu perusahaan harus menjalankan kegiatan bisnisnya sedemikian rupa sehingga tidak merugikan pihak-pihak tertentu (masyarakat). Secara positif berarti suatu perusahaan harus menjalankan bisnisnya sedemikian rupa sehingga pada akhirnya ikut menciptakan masyarakat yang baik dan sejahtera. Bahkan secara positif perusahaan diharapkan untuk ikut melaksanakan kegiatan tertentu yang tidak semata-mata didasarkan pada keuntungan saja melainkan demi kemajuan dan kesejahteraan masyarakat.

Konsep CSR sesungguhnya mengacu pada kenyataan bahwa perusahaan dibentuk oleh manusia dan terdiri dari manusia. Ini menunjukkan bahwa sebagaimana halnya manusia, perusahaan juga tidak dapat hidup sendiri, beroperasi dan memperoleh keuntungan bisnis tanpa adanya pihak lain. Kondisi ini menuntut agar perusahaan pun perlu dijalankan dengan tetap bersikap tanggap, peduli, dan bertanggung jawab atas hak dan kepentingan banyak pihak. Bahkan lebih dari pada itu, perusahaan sebagai bagian masyarakat perlu ikut memikirkan dan menyumbangkan sesuatu yang berguna bagi kepentingan hidup bersama dengan masyarakat. Pelaku bisnis membutuhkan dukungan lingkungannya. Oleh karena itu, sikap responsif terhadap kebutuhan lingkungan menjadi keharusan. Selain tuntutan lingkungan yang tertera pada regulasi tidak bisa diabaikan pada tuntutan lingkungan yang tidak secara langsung disebutkan dalam peraturan publik.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini didesain secara kuantitatif menggunakan populasi dan sampel. Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian (Arikunto, 2006). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pegawai PT. PLN UP3 kota Baubau, sedangkan sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti (Arikunto, 2006). Melihat anggota populasi bersifat *constant* maka teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara keseluruhan tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu (Sugiyono, 2012). Sampel dalam penelitian ini adalah 30 responden yang terdiri dari pimpinan 10 dan karyawan 20 orang pada PT. PLN UP3 Baubau.

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner dengan skala likert, kemudian analisis data menggunakan regresi linear sederhana untuk mengetahui pengaruh *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) terhadap kinerja perusahaan. Metode analisis data yang digunakan analisis regresi sederhana.

D. TEMUAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

Suatu instrumen dalam penelitian dapat dilakukan valid apabila mampu mengukur apa yang ingin diukur dan dapat mengungkapkan data dan variabel yang telah diteliti secara konsisten. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan koefisien korelasi *product moment* kriteria pengujian yang digunakan pada suatu instrumen yang dikatakan valid jika nilai $r > 0,30$ dengan derajat signifikan $\alpha = 0,05$.

Selanjutnya dalam penelitian ini selain uji validitas juga dilakukan uji reliabilitas instrumen dengan tujuan untuk mengetahui instrumen penelitian yang dipakai dapat digunakan berulang kali pada waktu yang berbeda. Untuk mengetahui reliabel atau tidak dari alat ukur yang digunakan diuji dengan menggunakan koefisien *alpha cronbach*. Secara rinci dapat dilihat pada lampiran. Lebih jelasnya rekapitulasi hasil uji validitas dan reliabilitas instrumen disajikan pada tabel 1 berikut:

Tabel 1. Rekapitulasi Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Penelitian

Variabel Penelitian	Correlations	Ket	Cronbach' s Alpha	Ket
Corporate Social Responsibility (x)	.493	Valid	.662	Reliabel
	.506	Valid	.644	Reliabel
	.591	Valid	.619	Reliabel
	.730	Valid	.613	Reliabel
	.735	Valid	.611	Reliabel
Kinerja (y)	.553	Valid	.788	Reliabel
	.468	Valid	.780	Reliabel
	.584	Valid	.716	Reliabel
	.590	Valid	.622	Reliabel
	.467	Valid	.644	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah, SPSS Versi 19

Pada tabel 1 di atas menunjukkan hasil uji validitas dari seluruh instrumen yang digunakan dalam riset ini memiliki koefisien kolerasi $> 0,30$ dan nilai signifikan dari seluruh instrumen berada dibawah $\alpha = 0,05$ atau tingkat kepercayaan 95% dapat diartikan bahwa semua item pernyataan yang digunakan dalam riset ini adalah valid.

Selanjutnya hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai *Cronbach's alpha* dari seluruh item pernyataan yang dijadikan sebagai instrumen dalam riset ini masih berada di atas *cut of value* $> 0,60$ berarti semua item pernyataan yang dijadikan sebagai instrumen dapat dipercaya keandalannya. Hasil uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian dapat disimpulkan bahwa seluruh butir (item) pernyataan yang digunakan adalah valid reliabel. Oleh karena itu, kuesioner yang

digunakan dapat dikatakan layak sebagai instrumen untuk melakukan pengukuran setiap variabel.

Deskripsi Hasil Pengukuran Variabel

Penelitian ini mengemukakan 2 (dua) variabel yang akan dianalisis yaitu *corporate social responsibility* (X) dan kinerja (Y), dimana setiap variabel-variabel tersebut memiliki indikator-indikator yang mendukung analisis yang dilakukan adalah mendeskripsikan setiap item pernyataan dengan memberikan persentase atas jawaban yang diberikan oleh responden.

Variabel Independen (*Corporate Social Responsibility*, X)

Berdasarkan hasil kuesioner, diperoleh total skor untuk *corporate social responsibility*, tampak pada tabel 2 berikut ini:

Tabel 2. Variabel Independen (*Corporate Social Responsibility*, X)

Skor	Frekuensi	Presentase (%)	Total Skor (X.F)
15	2	6.67 %	30
16	2	6.67 %	32
17	5	16.67 %	85
18	6	20 %	108
19	7	23.33 %	133
20	2	6.67 %	40
21	4	13.33 %	84
22	2	6.67 %	44
$\sum f.X =$ Jumlah	30	100 %	556
$\sum f.I.X =$ Jumlah Skor	5 x 30		100
Rata-rata Skor			5.56

Sumber: Data Primer (Diolah), Tahun 2018

Berdasarkan tabel 2 di atas, diketahui bahwa total skor *corporate social responsibility* di bawah total skor untuk dimensi ini adalah sebesar 373 yang terdiri dari 5 item pertanyaan dari 30 responden yang berarti bahwa jika dirata-ratakan setiap responden dengan skor 5.56. Hal

ini menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* yang ada sangat baik.

Variabel Dependen (Kinerja, Y)

Berdasarkan hasil kuesioner diperoleh total skor untuk kinerja tampak pada tabel 3 berikut ini:

Tabel 3. Variabel Dependen (Kinerja, Y)

Skor	Frekuensi	Presentase (%)	Total Skor (X.F)
13	3	10 %	39
14	4	13.33 %	56
15	5	16.67 %	75
17	6	20 %	102
18	4	13.33 %	72
19	2	6.67 %	38
20	4	13.33 %	80
21	2	6.67 %	42
$\sum f.X =$ Jumlah	30	100 %	504
$\sum fI.X =$ Jumlah Skor	5 x 30		100
Rata-rata Skor			5.04

Sumber : Data Primer (Diolah), Tahun 2018

Berdasarkan tabel 3 di atas, diketahui bahwa total skor kinerja di bawah total skor untuk dimensi ini adalah sebesar 504 yang terdiri dari 5 item pertanyaan dari 5 responden yang berarti bahwa jika dirata-ratakan setiap responden dengan skor 5.04. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan responden yang ada baik sekali.

Analisis Statistika Inferensial (Regresi Sederhana)

Seperti yang dikemukakan sebelumnya bahwa formulasi model yang digunakan untuk menganalisis pengaruh *corporate social responsibility* terhadap kinerja PT. PLN UP3 Baubau adalah model regresi linear sederhana sehingga diperoleh hasil analisis regresi pada tabel 4 berikut:

Tabel 4. Hasil Regresi Sederhana

Variabel Bebas	Koefisien Regresi (β)	T _{hitung}	Sig.t	Keterangan
<i>Corporate Social Responsibility</i>	.686	5.499	0.000	Signifikan
Constant	= 5.833			
R	= 0,809			
R Square	= 0.654			
SEE	= 1.28586			

Sumber : Data Primer Diolah, SPSS Versi 19.

Berdasarkan hasil analisis regresi pada tabel 4 tersebut, maka model persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 5.833 + 0.686 X$$

Berdasarkan persamaan di atas dapat dikemukakan penjelasan sebagai berikut;

1. Nilai R sebesar 0,809 menunjukkan bahwa korelasi hubungan antara variabel bebas *corporate social responsibility* (X) terhadap kinerja PT. PLN UP3 Baubau (Y) adalah kuat karena nilainya berada diatas 0,5.

2. Nilai koefisien determinasi (R^2) = 0,654 dapat diartikan bahwa 65.4 % variasi dari kinerja PT. PLN UP3 Baubau dijelaskan oleh variabel *corporate social responsibility* dan sisanya 34.6 % dijelaskan oleh variabel lain diluar model.
3. *Standard Error Estimate* (SEE) variabel bebas *corporate social responsibility* = 1.28586 menunjukkan angka yang relatif kecil berarti model regresi semakin akurat untuk memprediksi kinerja PT. PLN UP3 Baubau.
4. Uji t adalah untuk menguji signifikansi variabel independen dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pengaruh *corporate social responsibility* mempunyai nilai signifikansi sebesar $0.000 < \alpha = 0,05$ atau dengan kata lain jika ditolak atau H_1 diterima. Oleh karena itu pengaruh *corporate social responsibility* berpengaruh positif yang signifikan terhadap kinerja PT. PLN UP3 Baubau.

E. BAHASAN

Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Kinerja Perusahaan

Berdasarkan hasil analisis regresi sederhana untuk variabel pengaruh *corporate social responsibility* terhadap kinerja perusahaan pada PT. PLN UP3 Baubau menunjukkan besarnya nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,654 dapat diartikan bahwa 65.4% proporsi variasi dari kinerja diterangkan oleh keseluruhan variabel pengaruh *corporate social responsibility*. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa akurasi model untuk kepentingan prediksi semakin kuat, sehingga variabel pengaruh *corporate social responsibility* dapat memberikan kontribusi pengaruh sebesar 65.4% terhadap kinerja pada PT. PLN UP3 Baubau. Sisanya 34.6% dijelaskan atau ditentukan oleh variabel lain diluar model analisis. Selanjutnya pengujian hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut, H_1 : pengaruh *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap kinerja pada PT. PLN UP3 Baubau.

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa variabel pengaruh *corporate social responsibility* mempunyai nilai sig t sebesar 0,000 jika dibandingkan taraf signifikansi 0,05, maka nilai sig t ($0,000 < \alpha = 0,05$ atau 5%. Hal ini dapat diartikan bahwa hipotesis penelitian (H_1) yang diajukan terbukti dapat diterima bahwa ada pengaruh signifikan antara variabel pengaruh *corporate social responsibility* terhadap kinerja pada PT. PLN UP3 Baubau atau dengan kata lain jika H_0 ditolak atau H_1 diterima sehingga dapat diambil keputusan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap kinerja pada PT. PLN UP3 Baubau.

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel *corporate social responsibility* (X) memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja (Y). Artinya baik atau tidaknya hasil kerja atau kinerja PT. PLN UP3 Baubau selama ini juga dipengaruhi oleh *corporate social responsibility* yang baik yang dimiliki oleh karyawannya.

Hasil analisis juga menunjukkan bahwa variabel *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap kinerja PT. PLN UP3 Baubau dapat dilihat dari nilai signifikan t pada analisis regresi sederhana yaitu sig t = 0,05. Hal ini membuktikan bahwa *corporate social responsibility* akan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan kinerja perusahaan pada PT. PLN UP3 Baubau. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Kadek Rosiliana (2014), menyatakan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan ROA (*Return on Asset*) (Rosiliana, 2014).

F. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan PT. PLN UP3 Baubau. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan kinerja perusahaan dipengaruhi oleh *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh

PT.PLN Baubau. Baik tidaknya kinerja pada PT. PLN Baubau dipengaruhi oleh *corporate social responsibility* yang dilakukan. Semakin baik *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh PT.PLN UP3 Baubau maka semakin baik pula kinerja PT. PLN UP3 Baubau. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan kinerja pada PT.PLN UP3 Baubau dipengaruhi oleh peningkatan pelaksanaan *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh PT.PLN UP3 Baubau. Atau dengan kata lain, *corporate social responsibility* yang baik dapat meningkatkan kinerja pada PT.PLN UP3 Baubau.

REFERENSI

- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik Edisi Revisi IV*. PT. Rineka Cipta.
- Barnea A, R. A. (2010). Corporate Social Responsibility as a Conflict Between Shareholders. *J Bus Ethics, Business Ethics*, 97(1), 71-86.
- Branco MC, R. L. (2006). Corporate Social Responsibility and Resource-Based Perspectives. *J Bus Ethics*, 69(2), 111-32.
- Cochran PL. (2007). The Evolution of Corporate Social Responsibility. *Business Horizons*, 50(6), 449-459.
- Garriga E, M. D. (2004). Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory. *Journal of Business Ethics*, 53(1), 51-71.
- Lantos, G. P. (2001). The boundaries of strategic corporate social responsibility. *Journal of Consumer Marketing*, 18(7), 595-632.
- Maignan I, F. O. (2004). Corporate Social Responsibility and Marketing: An Integrative Framework. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 32(1), 3-19.
- Moir L. (2001). What do we mean by corporate social responsibility? *Corporate Governance. The International Journal of Business in Society*, 1(2), 16-22.
- Parengkuan, W. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility(csr) Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Melalui Pojok Bursa Feb - Unsrat. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2), 564-571.
- Rosiliana, K. Y. G. A. . D. N. A. S. (2014). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan LQ45 di Bursa Efek Indonesia Periode 2008-2012). *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi)*, 2(1).
- Smith, N. C. (2003). Corporate Social Responsibility: Whether or How? *California Management Review*, 45(4), 52-76.
- Sugiyono. (2012). *Statistika untuk Penelitian*. CV Alfabeta.
- Tai F-M, C. S.-H. (2014). Corporate social responsibility. *IBusiness*, 6(3).
- Tsoutsoura, M. (2004). Corporate social responsibility and financial performance. *UC Berkeley Working Paper Series*.
- Windsor, D. (2001). The Future of Corporate Social Responsibility. *International Journal of Organizational Analysis*, 9(3), 225-256.