

Pengaruh size, profitabilitas, dan leverage terhadap *corporate social responsibility* (csr) disclosure

Lidya Purnamasari¹, Siti Masyithoh²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman, Samarinda.

¹Email: lidyaapurnamasari@gmail.com

²Email: siti.masyithoh@feb.unmul.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh ukuran, profitabilitas dan leverage Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Variable Size diukur menggunakan total aset, sedangkan profitabilitas diukur menggunakan *Return on Asset* (ROA) dan leverage menggunakan *Debt To Equity Ratio* (DER). Pengukuran pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan didasarkan pada kategori Global Reporting Index (GRI) versi 3.0 yang terlihat dalam laporan tahunan perusahaan. Penelitian ini menggunakan metode Purposive sampling sebanyak 9 perusahaan dari 14 perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2011 hingga 2015. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder dan Hipotesis diuji dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Penelitian menunjukkan bahwa ukuran dan profitabilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Kata Kunci: Pengungkapan corporate social responsibility (csr); ukuran (ukuran perusahaan); profitabilitas; pengaruh corporate social responsibility (csr) disclosure

The effect of size, profitability, and leverage on corporate social responsibility (CSR) disclosure

Abstract

This study aims to determine and analyze the effect of size, profitability and leverage on Disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR) Food and Beverage Companies listed on the Indonesia Stock Exchange. Variable Size is measured using total assets, while profitability is measured using Return On Assets (ROA) and leverage uses Debt To Equity Ratio (DER). The measurement of corporate social responsibility disclosure is based on the Global Reporting Index (GRI) version 3.0 which is seen in the company's annual report. This study uses Purposive sampling as many as 9 companies from 14 Food and Beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2011 to 2015. Data used in this study are secondary data and Hypotheses are tested using multiple linear regression analysis. Research shows that size and profitability have a significant effect on Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR).

Keywords: *Disclosure of corporate social responsibility (CSR); size (company size); profitability; the influence of corporate social responsibility (csr) disclosure*

PENDAHULUAN

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility/csr disclosure*) muncul karena adanya tuntutan dari masyarakat dan para pengguna laporan keuangan terhadap dampak kegiatan bisnis perusahaan. Tuntutan terhadap perusahaan untuk memberikan informasi yang transparan, organisasi yang akuntabel, dan tata kelola perusahaan yang baik (*good corporate governance*) semakin memaksa perusahaan untuk memberikan informasi mengenai aktivitas sosial. Masyarakat membutuhkan informasi mengenai sejauh mana perusahaan sudah melaksanakan aktivitas sosialnya sehingga hak masyarakat hidup aman dan tentram, kesejahteraan karyawan, dan keamanan mengkonsumsi makanan dapat terpenuhi. Perusahaan saat ini tidak hanya dituntut untuk terus memperoleh keuntungan/laba, namun juga dituntut untuk mulai memperhatikan tanggung jawab sosial terhadap masyarakat dan lingkungan.

Almilia, Dewi, dkk (2011) mengatakan CSR sebagai sebuah gagasan, perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu kondisi keuangan (*financial*) saja. Tapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines*. Di sini *triple bottom lines* lainnya selain finansial juga ada sosial dan lingkungan, karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin perusahaan dapat tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*).

Di Indonesia, praktik CSR sendiri telah mendapat perhatian yang cukup besar, terbukti dengan adanya peraturan pemerintah yang mendorong praktik CSR dan *CSR disclosure*. Seperti Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 40 tahun 2007, pasal 66 dan 74. Pasal 66 ayat (2) bagian c menyebutkan bahwa selain menyampaikan laporan keuangan, perusahaan juga diwajibkan melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Pada Pasal 74 (ayat 1) Undang-undang Perseroan Terbatas menyebutkan bahwa “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/ atau berkaitan dengan segala sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan”. Pelaksanaan *CSR disclosure* juga telah ditunjang dengan pernyataan standar akuntansi keuangan (PSAK) No 1 (revisi 2009) paragraf ke 12.

Perusahaan ini menghasilkan produk-produk yang bertujuan untuk dikonsumsi masyarakat seperti berbagai makanan, minuman, dan sebagainya. Dirgantari (2002) dalam Rahajeng (2010) menjelaskan bahwa industri yang berorientasi pada barang konsumsi akan lebih sensitif terhadap masalah keamanan produk dan lingkungan sekitar, dan hal ini dapat secara langsung berpengaruh terhadap persepsi konsumen dan keputusan pembelian.

CSR disclosure atau pengungkapan CSR yang dilaporkan dan diungkapkan perusahaan dapat dilihat dalam *annual report* dan *sustainability report* milik perusahaan. Dalam *annual report* perusahaan *food and beverages* nampak bahwa pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan berbeda-beda walau dalam kategori perusahaan yang sama atau sejenis.

Sari (2012), mengatakan bahwa dampak yang ditimbulkan dari kegiatan perusahaan berbeda-beda meskipun memiliki jenis usaha yang sama sehingga berpengaruh terhadap program CSR dan *CSR disclosure* yang dilakukan perusahaan. Dengan demikian, diketahui juga bahwa terdapat perbedaan luas pengungkapan CSR yang dilakukan oleh masing-masing perusahaan *food and beverages*. Perbedaan tersebut dapat terjadi karena perbedaan karakteristik perusahaan atau faktor-faktor yang ada dalam perusahaan seperti, *size* (ukuran perusahaan), tingkat profitabilitas dan *leverage*.

Dijelaskan dalam penelitian yang dilakukan oleh Fahrizqi (2010), Janra (2015), Sari (2012), Wardani (2013) Indraswari dan Astika (2015) dan Nasir, dkk. (2013) yang menunjukkan bahwa faktor ukuran perusahaan, profitabilitas dan leverage berpengaruh terhadap *CSR disclosure* yang dilakukan perusahaan. Namun beberapa penelitian tidak menunjukkan hal yang serupa, seperti penelitian yang dilakukan oleh Ramanitya Khadifa (2014) dan Anggraini (2006).

Size (ukuran Perusahaan) didasarkan pada jumlah aktiva (aktiva tetap tidak berwujud dan lain-lain), jumlah tenaga kerja, volume penjualan, dan kapitalisasi pasar (Sembiring, 2005). Perusahaan yang besar cenderung mempunyai biaya politis yang besar dibandingkan perusahaan kecil. Hal ini dikarenakan perusahaan besar juga akan menghadapi risiko dan tekanan politis yang lebih banyak daripada perusahaan kecil, yaitu tekanan untuk melakukan program CSR. Penelitian oleh Fahrizqi (2010) dan Sari (2012) menemukan adanya pengaruh *size* terhadap *CSR disclosure*, sementara itu penelitian yang dilakukan Anggraini (2006) dan Khadifa (2014) tidak menunjukkan hal yang serupa.

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba sehingga mampu meningkatkan nilai pemegang saham perusahaan. Dengan profitabilitas yang tinggi, akan memberikan kesempatan yang lebih kepada manajemen dalam melakukan program CSR dan *CSR disclosure*. Penelitian yang dilakukan oleh Wardani (2013) dan Fahrizqi (2010) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap *CSR disclosure* perusahaan. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Anggraini (2006) dan Sembiring (2005) yang menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *CSR disclosure*.

Semakin tinggi tingkat *leverage* (rasio hutang/ekuitas) semakin besar kemungkinan akan melanggar perjanjian kredit sehingga perusahaan akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi (Belkaoui dan Karpik, 1989 dalam Septiani, 2013), supaya laba yang dilaporkan tinggi maka manajer harus mengurangi biaya-biaya (termasuk biaya untuk melakukan *CSR disclosure*). Hasil Penelitian yang dilakukan oleh Sari (2012) dan Anggraini (2006) menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap *CSR disclosure* perusahaan. Namun dalam penelitian yang dilakukan oleh Nasir, *dkk* (2013) serta Purnasiwi (2011) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh secara signifikan terhadap *CSR disclosure*.

Berbagai penelitian terdahulu telah dilakukan untuk mengalisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap *CSR disclosure* yang dilakukan perusahaan. Namun, penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya mengenai faktor-faktor yang memengaruhi *corporate social responsibility (CSR) disclosure* menunjukkan hasil yang beragam atau berbeda-beda. Perbedaan hasil penelitian tersebut bisa terjadi karena beberapa alasan seperti perbedaan periode waktu penelitian, interpretasi peneliti terhadap laporan keuangan dan variabel yang digunakan maupun perbedaan metode penelitian yang ditempuh penguji.

Penelitian ini dilakukan untuk memverifikasi ulang hasil penelitian terdahulu tentang faktor apa saja yang mempengaruhi *CSR disclosure* yang dilakukan oleh perusahaan dengan menggunakan variabel *size* (ukuran perusahaan), Profitabilitas, dan *Leverage*. Perusahaan yang dijadikan objek dalam penelitian ini lebih khusus yaitu perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2011 sampai tahun 2015. Sedangkan perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini berjumlah 9 perusahaan *food and beverages*.

Berdasarkan pemaparan diatas, maka permasalahan yang dirumuskan adalah apakah *size* berpengaruh terhadap *CSR disclosure*, apakah profitabilitas berpengaruh terhadap *CSR disclosure*, dan apakah *leverage* berpengaruh terhadap *CSR disclosure*? Selain itu terdapat tiga tujuan dari penelitian ini: pertama, untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *size* terhadap *CSR disclosure*, kedua untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap *CSR disclosure*, dan terakhir untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *leverage* terhadap *CSR disclosure*.

Kajian Pustaka

Teori agensi

Teori agensi mendasarkan hubungan kontrak antar anggota – anggota dalam perusahaan, dimana prinsipal dan agen sebagai pelaku utama. Prinsipal yaitu investor atau pemilik perusahaan merupakan pihak yang memberikan wewenang kepada agen untuk bertindak atas nama prinsipal, sedangkan agen yaitu manajer merupakan pihak yang diberi wewenang oleh prinsipal untuk menjalankan perusahaan. Agen berkewajiban untuk mempertanggungjawabkan apa yang telah diamanahkan oleh prinsipal kepadanya (Wardani, 2013).

Teori agensi mengasumsikan bahwa semua individu bertindak atas kepentingan mereka sendiri, sehingga terjadi konflik kepentingan antara pemilik dan agen karena adanya kemungkinan agen tidak selalu berbuat sesuai dengan kepentingan prinsipal, sehingga memicu biaya keagenan (*agency cost*).

Terjadinya konflik kepentingan tersebut dapat memicu biaya keagenan, dimana biaya keagenan dikeluarkan untuk memastikan bahwa agen (manajer) bertindak untuk kepentingan prinsipal dan konflik kepentingan dapat dihindari, misalnya imbalan kepada manajer berdasarkan persentase profit atau biaya yang diakibatkan oleh masalah agensi. Pihak prinsipal dapat mengetahui fenomena yang terjadi dalam perusahaan serta dapat mengontrol perusahaan dengan melihat informasi yang tersedia termasuk informasi CSR dan dapat mengurangi biaya keagenan

Teori stakeholder

Menurut Wibisono (2007:96) dalam Triwanto (2015) *stakeholders* atau pemangku kepentingan adalah pihak atau kelompok yang berkepentingan, baik secara langsung maupun tidak langsung

terhadap eksistensi atau aktivitas perusahaan, dan karenanya kelompok-kelompok tersebut mempengaruhi dan atau dipengaruhi oleh perusahaan. Teori *stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri, namun harus memberikan manfaat bagi para *stakeholdernya*. Salah satu strategi untuk menjaga hubungan dengan para *stakeholder* perusahaan adalah dengan melaksanakan maupun mengungkapkan CSR.

Pelaksanaan aktivitas sosial dan CSR *disclosure* diharapkan agar keinginan dari *stakeholder* dapat terakomodasi, sehingga akan menghasilkan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan *stakeholdernya*. Hubungan yang harmonis akan berakibat pada perusahaan dapat menjamin keberlanjutan (*sustainability*) atau kelestarian perusahaannya (Putra, 2011).

Teori legitimasi

Organisasi berusaha menciptakan keselarasan antara nilai-nilai sosial yang melekat pada kegiatannya dengan nilai dan norma perilaku yang ada dalam sistem sosial masyarakat dimana organisasi adalah bagian dari sistem tersebut. Selama kedua sistem nilai tersebut selaras, hal tersebut dapat dikatakan sebagai legitimasi perusahaan. Ketika ketidakselarasan aktual atau potensial terjadi diantara kedua sistem nilai tersebut, maka akan ada ancaman terhadap legitimasi perusahaan.

Teori legitimasi berfokus pada interaksi antara perusahaan dengan masyarakat. Interaksi antara perusahaan dengan masyarakat dapat dicapai salah satunya dengan melaksanakan dan mengungkapkan kegiatan CSR nya, agar masyarakat dapat meyakini bahwa perusahaan telah sesuai dengan harapan masyarakat.

Teori signal

Teori *signal* adalah teori yang menjelaskan mengapa perusahaan mempunyai dorongan untuk memberikan informasi laporan keuangan pada pihak eksternal (Sari dan Zuhrotun, 2006 dalam Septiani, 2013). Dorongan perusahaan untuk memberikan informasi adalah karena terdapat asimetri informasi antara perusahaan dan pihak luar karena perusahaan mengetahui lebih banyak mengenai perusahaan dan prospek yang akan datang daripada pihak luar (investor dan kreditor).

Untuk mengurangi asimetri informasi maka perusahaan harus mengungkapkan informasi yang dimiliki, baik informasi keuangan maupun non keuangan. Salah satu informasi yang wajib untuk diungkapkan oleh perusahaan adalah informasi tentang *corporate social responsibility*. Informasi tentang CSR *disclosure* merupakan suatu sinyal perusahaan untuk mengkomunikasikan kinerja perusahaan dalam jangka panjang, karena CSR terkait dengan *acceptability* dan *sustainability*, yang artinya perusahaan diterima dan berkelanjutan untuk dijalankan di suatu tempat dalam jangka panjang.

Corporate social responsibility

Corporate social responsibility (CSR) adalah komitmen dan tindakan perusahaan sebagai bentuk pertanggung jawaban perusahaan pada kondisi sosial guna meningkatkan kualitas hidup para pemangku kepentingan (*stakeholder*) maupun masyarakat yang berhubungan secara langsung maupun tidak langsung terhadap perusahaan. Serta kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sebagai bentuk tanggung jawab terhadap dampak yang terjadi akibat aktivitas operasional perusahaan.

Dalam perkembangannya, konsep *Corporate Social Responsibility* menjadi lebih dikenal dengan istilah *Triple Bottom Line* (Wibisono, 2007:32 dalam Triwanto, 2015) di populerkan oleh Jonh Elkington yang dimuat dalam "*Cannibals with Forks, The Triple Bottom Line of 21st Century Business*" pada tahun 1997. Elkington mengembangkan konsep *Triple Bottom Line* dalam istilah *Economic property, enviromental quality, dan social justice*.

Melalui buku tersebut, Elkington memberi pandangan bahwa perusahaan yang ingin berkelanjutan haruslah memperhatikan "3P" selain mengejar profit, perusahaan juga harus memperhatikan dan terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*) dan turut berkontribusi dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*).

Pengungkapan (disclosure)

Kata *disclosure* mempunyai arti tidak menutupi atau tidak menyembunyikan (Hendriksen, 1992 dalam Permana, 2012). Jika dikaitkan dengan pengungkapan informasi, *disclosure* berarti mengungkapkan informasi yang sebenar-benarnya sesuai dengan kondisi perusahaan sehingga hal tersebut dapat menjadi bahan informasi untuk menggambarkan keadaan suatu perusahaan tanpa ada yang ditutupi baik informasi keuangan maupun informasi non - keuangan.

Menurut Hendriksen (1992) dalam Khadifa (2014) terdapat tiga konsep yang umum dalam pengungkapan, yaitu:

Pengungkapan yang cukup (*adequate disclosure*), yang berarti pengungkapan minimal yang harus dilakukan agar laporan keuangan tidak menyesatkan.

Pengungkapan wajar (*fair disclosure*), dilakukan agar dapat memberikan perlakuan sama yang bersifat umum bagi semua pengguna laporan keuangan.

Pengungkapan lengkap (*full disclosure*), mensyaratkan perlunya penyajian semua informasi yang relevan. Informasi yang diungkapkan adalah informasi minimum yang diwajibkan ditambah dengan informasi lain yang diungkapkan secara sukarela.

Berpegang pada peraturan atau regulasi primer yaitu surat keputusan ketua BAPEPAM No.38/PM/1996, terdapat dua jenis pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan, yakni:

Mandatory disclosure, yaitu pengungkapan yang diwajibkan oleh peraturan pemerintah. Bagi emiten setelah go public pengungkapan wajib merupakan pengungkapan minimum yang disyaratkan oleh standar akuntansi yang berlaku.

Voluntary disclosure atau pengungkapan sukarela adalah pengungkapan yang dilakukan perusahaan diluar apa yang diwajibkan oleh standar akuntansi atau peraturan badan pengawas.

Corporate social responsibility disclosure

Pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility/CSR disclosure*) sering juga disebut sebagai *social disclosure*, *corporate social reporting*, *social accounting* oleh Mathews (1995) dalam Sembiring (2005) atau *corporate social responsibility* oleh Hackston dan Milne (1996) dalam Sembiring (2005), merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Hal tersebut memperluas tanggung jawab organisasi (khususnya perusahaan), di luar peran tradisionalnya untuk menyediakan laporan keuangan kepada pemilik modal, khususnya pemegang saham.

Menurut Martin Friedman (1962) dalam Sembiring (2003), ada tiga pendekatan dalam pelaporan kinerja sosial, yaitu:

Pemeriksaan Sosial (Social Audit). Pemeriksaan sosial mengukur dan melaporkan dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan dari program-program yang berorientasi sosial dari operasi-operasi yang dilakukan perusahaan.

Laporan Sosial (Social Report)

Inventory Approach yaitu perusahaan mengkopilasikan dan mengungkapkan sebuah daftar yang komprehensif dari aktivitas-aktivitas sosial perusahaan baik yang bersifat positif maupun negatif.

Cost Approach. Perusahaan membuat daftar aktivitas-aktivitas CSR perusahaan dan mengungkapkan jumlah pengeluaran pada masing-masing aktivitas tersebut.

Program Management Approach. Perusahaan tidak hanya mengungkapkan aktivitas-aktivitas pertanggung jawaban sosial tetapi juga tujuan dari aktivitas tersebut serta hasil yang telah dicapai oleh perusahaan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan itu.

Cost Benefit Approach. Perusahaan mengungkapkan aktivitas yang memiliki dampak sosial serta biaya dan manfaat dari aktivitas tersebut.

Pengungkapan Sosial Dalam Laporan Tahunan (Disclosure In Annual Report)

Pengungkapan sosial adalah pengungkapan informasi tentang aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan lingkungan sosial perusahaan. Pengungkapan CSR dapat dilakukan dengan berbagai media antara lain laporan tahunan, laporan interim atau laporan sementara, pengumuman kepada bursa efek atau media masa.

Indeks pengungkapan corporate social responsibility (CSR disclosure)

Terdapat beberapa jenis indeks *CSR disclosure*, salah satunya adalah dengan menggunakan tujuh indikator yang disebutkan oleh Hekston dan Milne (1996) dalam Sembiring (2005) yang terdiri atas tujuh indikator yaitu terbagi atas: lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat dan umum. Ketujuh indikator tersebut terbagi dalam 78 item pengungkapan (*disclosure*).

Selain itu, terdapat juga indeks *CSR disclosure* yang berasal dari GRI (*Global Reporting Initiative*) yaitu suatu Badan yang aktif menerbitkan pedoman bagi perusahaan terkait pengungkapan informasi tanggung jawab lingkungan dan sosial. GRI merupakan jaringan berbasis organisasi yang

telah memelopori perkembangan dunia, paling banyak menggunakan kerangka laporan keberlanjutan dan komitmen untuk terus – menerus melakukan perbaikan dan penerapan di seluruh dunia (Purnasiwi 2011)

Dalam GRI dijelaskan indikator-indikator tentang CSR disclosure yang terbagi dalam 6 indikator seperti indikator kinerja ekonomi, kinerja lingkungan, kinerja praktik tenaga kerja dan pekerja yang layak, kinerja hak asasi manusia, kinerja kemasyarakatan serta kinerja tanggung jawab terhadap produk. Keenam indikator – indikator tersebut kemudian terbagi lagi menjadi 79 item CSR *disclosure*. Penelitian mengenai CSR *disclosure* menggunakan teknik *content analysis* untuk mengukur pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Menurut Guthrie, et al. (2003) dalam Fahrizqi (2010) Agar *content analysis* dapat dilaksanakan dengan cara yang replicable maka dapat dilakukan salah satunya dengan cara checklist.

Checklist dilakukan dengan melihat pengungkapan sosial perusahaan dalam 6 indikator tersebut. Kemudian, apabila item disclosure yang telah ditentukan tidak ada atau tidak diungkapkan dalam laporan keuangan tahunan maka diberi skor 0, jika item *disclosure* yang telah ditentukan tersebut diungkapkan pada laporan keuangan tahunan maka akan diberi skor 1. Item *disclosure* tersebut kemudian dinyatakan dalam bentuk indeks pengungkapan sosial atau CSR *disclosure Index* (CSRDI).

METODE

Variabel Dependent (Y)

Dalam penelitian ini CSR *Disclosure* (pengungkapan tanggung jawab sosial) merupakan variabel dependen. Indikator CSR *disclosure* yang digunakan dalam penelitian ini adalah 6 indikator yang dijelaskan oleh GRI yang kemudian terbagi lagi menjadi 79 item CSR *disclosure*.

Menurut Sari (2012) indeks CSR *disclosure* perusahaan dapat dihitung dengan rumus:

$$CSRDI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan:

CSRDI_j : *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan

$\sum X_i$: Jumlah item yang diungkapkan oleh perusahaan

n_j : Jumlah item yang seharusnya diungkapkan, $n_j = 79$

Variabel Independent (X)

Size (X₁)

Pada penelitian ini *Size* dinyatakan dengan total aset pada perusahaan *food and beverages* yang *listing* di BEI.

Adapun pengukurannya dengan menggunakan rumus (Fahrizqi, 2010):

$$Size = \text{Total Aset Perusahaan}$$

$$Size = \ln \text{Total Aset Perusahaan}$$

Profitabilitas (X₂)

Dalam penelitian ini, indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat profitabilitas adalah *Return on Asset* (ROA). Adapun pengukurannya menggunakan rumus (Sutrisno, 2009:223):

$$\text{Return On Asset (ROA)} = \frac{\text{Laba Bersih (EAT)}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

Leverage (X₃)

Dalam penelitian ini, indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat leverages adalah *debt to equity ratio* (DER). Adapun pengukurannya dengan menggunakan rumus (Sutrisno, 2009: 218):

$$\text{Debt to Equity Ratio (DER)} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Modal}} \times 100\%$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Tabel 1. Statistik deskriptif descriptive statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	45	.152	.456	.31167	.087253
SIZE	45	12.275	18.335	15.12312	1.633438
ROA	45	.028	.678	.13941	.128359
DER	45	.215	3.029	.98325	.596716
Valid N (listwise)	45				

Berdasarkan data corporate social responsibility, diketahui jumlah CSR disclosure terkecil adalah sebesar 0,152 atau 15,2% dan jumlah CSR disclosure terbesar adalah 0,456 atau 45,6%. Diketahui pula rata-rata (mean) variabel CSR disclosure adalah 0,31167 dan standar deviasinya sebesar 0,087253. Dari hasil analisis tersebut dapat dilihat bahwa cukup banyak kegiatan yang dilakukan perusahaan sebagai wujud kepedulian akan corporate social responsibility terhadap stakeholder.

Variabel size atau ukuran perusahaan yang diukur dengan total aset perusahaan menunjukkan nilai size terkecil adalah sebesar 12,275 dan nilai size terbesar adalah 18,335. Diketahui pula rata-rata (mean) size perusahaan adalah sebesar 15.12312 dan standar deviasi sebesar 1.633438 yang menunjukkan variasi penyebaran pada data variabel size perusahaan.

Variabel profitabilitas perusahaan yang diukur dengan return on assets (ROA) menunjukkan nilai ROA terkecil adalah sebesar 0,028 atau 2,8% dan nilai ROA terbesar adalah 0,678 atau 67,8% yang diperoleh dari perbandingan antara laba setelah pajak dan total aset yang dimiliki perusahaan. Diketahui pula rata-rata (mean) ROA perusahaan adalah sebesar 0,13941 dan standar deviasi sebesar 0,128359 yang menunjukkan variasi penyebaran data pada variabel ROA.

Variabel leverage perusahaan yang diukur dengan debt to equity ratio (DER) menunjukkan nilai DER terkecil adalah sebesar 0,215 atau 21,5% dan nilai DER terbesar adalah 0.3029 atau 302,9% yang diperoleh dari perbandingan antara total hutang dan total modal yang dimiliki oleh perusahaan. Diketahui pula rata-rata (mean) DER perusahaan adalah sebesar 0,98325 dan standar deviasi sebesar 0,596716 yang menunjukkan variasi penyebaran data pada variabel DER.

Hasil uji normalitas

Untuk menguji normalitas data ini menggunakan metode analisis uji statistik dengan Kolmogrov-Smirnov Z (1-Sample K-S).

Tabel 2. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardize Residual
N		45
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.05242755
Most Extreme Differences	Absolute	.062
	Positive	.056
	Negative	-.062
Test Statistic		.062
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^c

a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.

Hasil uji Kolmogrov-Smirnov pada tabel 3 menunjukkan nilai 0,062 dengan tingkat probabilitas signifikansi sebesar 0,200. Karena nilai p lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan data residual terdistribusi secara normal. Dengan kata lain, model regresi yang digunakan memenuhi asumsi normalitas.

Hasil uji multikolinearitas

Untuk mendeteksi ada tidaknya gejala multikolinearitas dapat dilihat dari besarnya nilai *tolerance* dan nilai VIF.

Tabel 3. Hasil uji multikolinearitas
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance VIF
1	(Constant)	-.354	.083		-4.279	.000	
	SIZE	.044	.005	.822	8.449	.000	.931 1.074
	ROA	.104	.066	.153	1.570	.124	.926 1.080
	DER	-.013	.014	-.091	-.971	.337	.994 1.006

a. Dependent Variable: CSR

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas yang disajikan pada tabel 4 menunjukkan nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 untuk semua variabel yaitu 0,931 untuk variabel *size*, 0,924 untuk variabel profitabilitas dan 0,994 untuk variabel *leverage*. Jika dilihat dari nilai VIF masing – masing variabel memiliki nilai 1,074 untuk variabel *size*, 1,080 untuk variabel profitabilitas dan 1,006 untuk variabel *leverage*, dimana semua variabel memiliki nilai VIF lebih kecil atau dibawah 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen dalam penelitian ini.

Hasil uji autokorelasi

Untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi peneliti menggunakan uji Durbin Watson (DW test).

Tabel 4. Hasil uji autokorelasi (DW Test)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.799 ^a	.639	.613	.054312	1.357

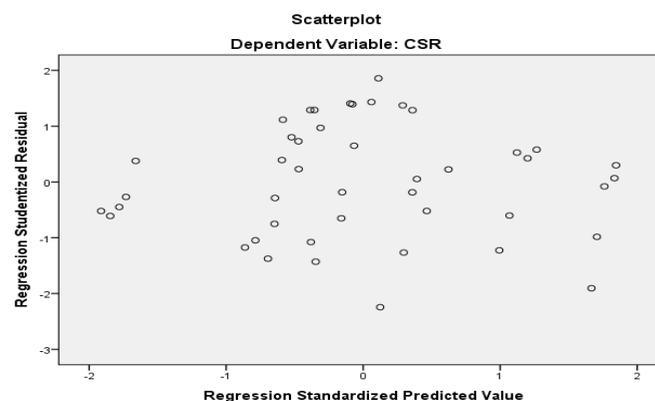
a. Predictors: (Constant), DER, SIZE, ROA

b. Dependent Variable: CSR

DW test dapat digunakan untuk melihat apakah data residual terjadi secara random atau tidak, dan berdasarkan hasil uji autokorelasi pada tabel 5 yang dilakukan dengan menggunakan DW test menunjukkan nilai DW sebesar 1,357 Karena nilai DW berada diantara -2 dan +2, maka dapat disimpulkan bahwa Ho diterima, dimana pada analisis regresi tidak terjadi autokorelasi atau data residual terjadi secara random atau acak.

Hasil uji heteroskedastisitas

Cara untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan menggunakan grafik *scatterplots*. Hasil uji heteroskedastisitas dapat ditunjukkan dari gambar dibawah ini:



Gambar 2. Grafik scatterplots

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas dari gambar 2 menunjukkan grafik *scatterplots* terlihat bahwa titik – titik penyebaran secara acak, serta tersebar baik di atas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi yang digunakan.

Hasil uji kelayakan model

Tabel 6. Hasil uji kelayakan model ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.214	3	.071	24.187	.000 ^b
	Residual	.121	41	.003		
	Total	.335	44			

a. Dependent Variable: CSR

b. Predictors: (Constant), DER, SIZE, ROA

Dari ouptut hasil uji kelayakan model yang terdapat dalam tabel 6 diperoleh nilai F hitung sebesar 24,187 dan signifikan pada 0,000. Oleh karena itu angka probabilitas tersebut lebih kecil dari tingkat signifikansi yang telah ditentukan sebesar 0,05, maka model regresi layak digunakan sebagai uji hipotesis.

Hasil uji hipotesis

Analisis Regresi Linear Berganda

Berikut ini adalah hasil regresi yang disajikan dalam tabel dibawah ini:

Tabel 7. Hasil Regresi Linear Berganda Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	-.354	.083		-4.279	.000
	SIZE	.044	.005	.822	8.449	.000
	ROA	.104	.066	.153	1.570	.124
	DER	-.013	.014	-.091	-.971	.337

a. Dependent Variable: CSR

Berdasarkan tabel diatas diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$CSR = -0,354 + 0,044SIZE + 0,104ROA - 0,013DER + e$$

Hasil dari persamaan regresi tersebut menunjukkan koefisien regresi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Koefisien regresi bertanda positif mempunyai pengaruh yang searah terhadap CSR disclosure, sedangkan koefisien regresi bertanda negatif menunjukkan arah yang berlawanan terhadap CSR disclosure. Koefisien regresi variabel size dan profitabilitas (ROA) bernilai positif yang menunjukkan bahwa adanya peningkatan size dan ROA maka akan terjadi juga peningkatan CSR disclosure. Sedangkan, koefisien regresi variabel leverage (DER) menunjukkan nilai negatif yang berarti peningkatan DER akan menurunkan CSR disclosure yang dilakukan.

Hasil uji signifikansi parameter individual (Uji statistik t)

Berdasarkan dari tabel 7 diketahui bahwa variabel size atau ukuran perusahaan dengan proksi total aset memiliki nilai t sebesar 8,449 dan nilai Sig. (0,000) ≤ (0,05), ini berarti variabel size signifikan pada level 0,05 atau 5% dan H1 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa size perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR (CSR disclosure).

Variabel profitabilitas (ROA) pada tabel 7 memiliki nilai t sebesar 1,570 dan nilai Sig. (0,124) > (0,05), ini berarti variabel profitabilitas (ROA) tidak signifikan pada level 0,05 atau 5%, dan H2 ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa besarnya profitabilitas (ROA) tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR disclosure.

Variabel leverage (DER) pada tabel 7 menunjukkan nilai t sebesar -0,971 dan nilai sig. sebesar 0,337. Nilai Sig. (0,200) > (0,05), ini berarti variabel leverage (DER) tidak signifikan pada level 0,05 atau 5% dan H3 ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa besar leverage (DER) perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR disclosure.

Pembahasan hasil uji hipotesis

Dalam penelitian ini digunakan uji asumsi dasar yaitu uji normalitas dan uji asumsi klasik yaitu uji multikolinieritas, uji autokorelasi serta uji heterokedastisitas. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini bebas dari uji asumsi dasar dan uji asumsi klasik. Selain itu melalui uji kelayakan model diketahui bahwa model regresi layak digunakan sebagai uji hipotesis.

Berdasarkan hasil pengujian regresi yang telah dilakukan, ditemukan beberapa hasil penelitian. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa besarnya *size* perusahaan berpengaruh signifikan terhadap luas *CSR disclosure*, sedangkan besarnya *leverage* (DER) dan profitabilitas (ROA) tidak berpengaruh signifikan terhadap *CSR disclosure* yang dilakukan perusahaan.

Size* perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap *corporate social responsibility (CSR) disclosure

Berdasarkan hasil pengujian variabel *size* perusahaan terhadap *CSR disclosure* pada tabel 7, dapat diketahui nilai *t* sebesar 8,449 dengan probabilitas signifikansi $(0,000) \leq (0,05)$. Hal ini berarti *size* perusahaan berpengaruh signifikan terhadap *CSR disclosure*. Pada tabel 7 juga menunjukkan variabel *size* berpengaruh positif dalam koefisien regresi sebesar 0,044 sehingga H1 diterima dan menolak Ho1. Hal ini menunjukkan semakin besar *size* perusahaan yang dinilai dengan total aset yang besar maka akan semakin banyak *CSR disclosure* yang dilakukan oleh perusahaan.

Hasil ini didukung dengan teori agensi yang menyatakan bahwa perusahaan besar memiliki biaya keagenan yang lebih besar daripada perusahaan kecil (Jensen & Meckling, 1976). Dalam hal ini biaya keagenan yaitu biaya pengawasan, biaya kontrak, dan visibilitas politis, oleh karena itu perusahaan besar akan mengungkapkan informasi yang lebih banyak sebagai upaya untuk mengurangi biaya keagenan tersebut.

Perusahaan yang lebih besar pasti memiliki struktur yang lebih luas serta semakin besar juga kegiatan operasional yang dilakukan dan akan lebih dituntut melakukan tanggung jawab sosialnya sebagai dampak kegiatan operasional perusahaan. Ketersediaan sumber daya dan dana yang lebih besar membuat perusahaan besar merasa perlu membiayai penyediaan informasi untuk pertanggungjawaban sosialnya.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fahrizqi (2010) dan Permana (2012) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan *size* perusahaan dengan *CSR disclosure*, semakin besar suatu perusahaan maka akan cenderung lebih banyak melakukan *CSR disclosure*.

Perusahaan besar cenderung memiliki public demand akan informasi yang lebih tinggi karena perusahaan besar, mungkin akan memiliki pemegang saham yang lebih banyak dan akan memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan sehingga pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan akan semakin luas.

Profitabilitas berpengaruh positif tidak signifikan terhadap *corporate social responsibility (CSR) disclosure*

Berdasarkan hasil pengujian variabel profitabilitas (ROA) terhadap *CSR disclosure* pada tabel 7, dapat diketahui nilai *t* sebesar 1,570 dengan probabilitas signifikansi $(0,124) > (0,05)$. Hal ini berarti Profitabilitas perusahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap *CSR disclosure* sehingga H2 ditolak dan menerima Ho2. Pada tabel 7 juga menunjukkan variabel profitabilitas (ROA) berpengaruh positif dalam koefisien regresi sebesar 0,104. Hal ini menunjukkan semakin besar profitabilitas perusahaan (ROA) maka akan semakin luas *CSR disclosure* yang dilakukan oleh perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Sembiring (2005) dan Aggraini (2006) yang menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh tidak signifikan terhadap *CSR disclosure*. Hal ini disebabkan karena perusahaan yang mempunyai profitabilitas tinggi belum tentu lebih banyak melakukan aktivitas sosial karena perusahaan lebih berorientasi pada laba semata.

Selain itu tidak ditemukannya pengaruh ini juga dikarenakan terdapatnya peraturan Undang-Undang No 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang berisi tanggung jawab sosial dan lingkungan yang berlaku bagi perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan atau berhubungan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Sehingga setiap perusahaan diwajibkan untuk melakukan dan melaporkan tanggung jawab sosialnya.

Karena perusahaan food and beverages merupakan perusahaan manufaktur yang dalam kegiatannya juga berhubungan dengan sumber daya maka perusahaan tersebut juga wajib melaksanakan dan mengungkapkan CSR nya.

Walaupun profitabilitas tidak memiliki kontribusi terhadap CSR disclosure, namun hasil dalam penelitian ini menunjukkan arah pengaruh yang positif terhadap CSR disclosure. Hasil penelitian ini mendukung pendapat yang menyatakan bahwa dengan adanya laba yang tinggi maka manajemen akan melakukan pengungkapan CSR yang luas. Hal tersebut karena profitabilitas merupakan faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas bagi manajemen melakukan pengungkapan CSR pada para stakeholdernya.

Leverage berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap corporate social responsibility (CSR) disclosure.

Berdasarkan hasil pengujian variabel leverage (DER) terhadap CSR disclosure pada tabel 7, dapat diketahui nilai t sebesar $-0,971$ dengan probabilitas signifikansi $(0,337) > (0,05)$. Hal ini berarti leverage perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR disclosure sehingga H3 ditolak dan menerima Ho3. Walaupun variabel leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR disclosure yang dilakukan, namun pada tabel 7 menunjukkan bahwa variabel leverage (DER) berpengaruh negatif dalam koefisien regresi sebesar $-0,013$. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin besar leverage perusahaan (DER) maka akan semakin menurun pengungkapan CSR (CSR disclosure) yang dilakukan oleh perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fahrizqi (2010) dan Permana (2012), menunjukkan bahwa leverage berpengaruh tidak signifikan terhadap CSR disclosure. Tidak signifikannya pengaruh leverage terhadap CSR disclosure dikarenakan untuk melakukan kegiatan CSR dan pengungkapannya tidak tergantung pada tingkat leverage namun tergantung pada tingkat kepekaan perusahaan terhadap kepedulian sosial dan tanggung jawabnya terhadap lingkungan.

Selain itu, Penelitian ini menemukan bahwa semakin besar leverage perusahaan (DER) maka akan semakin menurun pengungkapan CSR (CSR disclosure) yang dilakukan oleh perusahaan. Sesuai dengan teori agensi maka manajemen perusahaan dengan tingkat leverage yang tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para debtholders.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

Hasil penelitian menunjukkan bahwa size perusahaan dengan proksi total aset berpengaruh positif signifikan terhadap CSR disclosure pada annual report perusahaan food and beverages di Bursa Efek Indonesia.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas perusahaan dengan proksi return on asset (ROA) berpengaruh positif tidak signifikan terhadap CSR disclosure pada annual report perusahaan food and beverages di Bursa Efek Indonesia.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa leverage perusahaan dengan proksi debt to equity ratio (DER) berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap CSR disclosure pada annual report perusahaan food and beverages di Bursa Efek Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Angraini, Fr. RR. 2006. "Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang Terdaftar pada Bursa Efek Jakarta)". Simposium Nasional Akuntansi IX, Padang.

Almilia, Luciana Spica, Nurul Hasanah Uswati Dewi, Dkk. 2011. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dan Dampaknya Terhadap Kinerja Keuangan dan Ukuran Perusaha. Jurnal Fokus Ekonomi, Vol. 10, No. 1, Hal 50-68..

- Belkaoui, A. dan P. G. Karpik. 1989. "Determinants of the Corporate Decision to Disclose Social Information". *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 2, No. 1, pp. 36-51.
- Daniel, Niko Ulfandri. 2013. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage Dan Likuiditas Terhadap Luas Pengungkapan Laporan Keuangan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). Artikel Penelitian Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
- Evandini, Christa. 2014. Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei. Skripsi Sarjana Jurusan Akuntansi pada Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
- Fahrizqi, Anggara. 2010. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr) Dalam Laporan Tahunan Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Dalam Bursa Efek Indonesia). Skripsi Sarjana Jurusan Akuntansi Pada Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
- Ferdinand, Augusty. 2014. Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Sripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen, Edisi kelima. Universitas Diponegoro Press. Semarang.
- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi, Edisi ketujuh. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gray, R., R. Kouhy, dan S. Lavers. 1995. "Corporate Social and Environmental Reporting. A Review of the Literature and a Longitudinal Study of UK Disclosure". *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. Vol. 8, No. 2, pp. 47-77
- Hasibuan, M. Rizal. 2001. Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan Sosial (Social Disclosure) dalam Laporan Tahunan Emiten di Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya. Tesis S2 Program Magister Universitas Diponegoro.
- Heckston, David and Markus J. Milne. 1996. Some Determinants of Social and Environmental Disclosure in New Zealand Companies. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 9, No. 1, p. 77-108
- Indira, J. dan D. Apriyanti. 2005. "Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan". *Jurnal Maksi*. Vol. 5, No. 2, Hal. 227-243.
- Indraswari, Gusti Ayu Dyah Ida Bagus Putra Astika. 2015. Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Kepemilikan Saham Publik Terhadap Pengungkapan Csr . *Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*.
- Janra, Diyong Murdi. 2015. Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Leverage, Profitabilitas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Informasi Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan, Studi Empiris Pada Perusaahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2010-2013. Artikel Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
- Jensen,M.C. dan W.H. Meckling. 1976. "Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure". *Journal of Financial Economics*. Vol 3, No 4, Pp. 305-360.
- Khadifa, Ramanitya. 2014. Pengaruh Kinerja Lingkungan, Size, Profitabilitas, Ukuran Dewan Komisaris, Profile, Leverage, Dan Konsentrasi Kepemilikan Perusahaan Terhadap Csr Disclosure Di Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2010-2012. Skripsi Sarjana Jurusan Akuntansi Pada Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
- Lako, Andreas. 2011. Dekonstruksi CSR dan Reformasi Paradigma Bisnis & Akuntansi, Erlangga, Jakarta.

- Majidah Dan Sandro Agustin Sihite. 2014. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Pada Perusahaan, Studi Kasus Pada Emiten Subsektor Makanan Dan Minuman Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2012. *Jurnal Akuntansi Universitas Telkom*.
- Nasir, Azwir, Pipin Kurnia dan Teguh Dheki Hakri. 2013. "Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Leverage, Profitabilitas, Ukuran, dan Umur Perusahaan terhadap Pengungkapan Informasi Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan pada Perusahaan Food and Beverage yang terdaftar di BEI". *Jurnal Ekonomi*. Vol 21, No 4, Desember.
- Nurkhin, Ahmad. 2009. Corporate Governance Dan Profitabilitas; Pengaruhnya Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia). Tesis Program Pascasarjana Program Studi Magister Akuntansi Universitas Diponegoro.
- Permana, Virgiawan Aditya. 2012 Pengaruh Kinerja Lingkungan Dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure, Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei. Skripsi Sarjana Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
- Purnasiwi, Jayanti. 2011. "Analisis Pengaruh Size, Profitabilitas dan Leverage terhadap Pengungkapan CSR pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia." Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.
- Putra, Eka Nanda. 2011. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). Skripsi Sarjana Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.
- Sari, Rizkia Anggita. 2012. : "Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia". *Jurnal Nominal*. Vol 1, No 1, Hal 124-140.
- Septiani, Mita. 2013. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure Dan Implikasinya Terhadap Earning Per Share, Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. Skripsi Sarjana Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
- Setyawati, Rizka Elis. 2013. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Perusahaan Food And Beverage Yang Terdaftar Di Bei Periode Tahun 2009 – 2011. Skripsi Sarjana Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
- Sembiring, Eddy Rismanda. 2003. "Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial, Studi Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta". Tesis Magister Sains Akuntansi Universitas Diponegoro Semarang.
- Solihin, Ismail. 2009. Corporate Social Responsibility from Charity to Sustainability. Salemba Empat. Jakarta.
- Sunyoto, Danang. 2011. Praktek SPSS untuk Kasus. Nuha Medika. Yogyakarta.
- Sutrisno. 2009. Manajemen Keuangan Teori, Konsep dan Aplikasi. Ekonisia. Yogyakarta.
- Triwanto, Edwin. 2015. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR), Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. Skripsi Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Mulawarman Samarinda.
- Utami, Indah Dewi Dan Rahmawati. 2010. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Asing, Dan Umur Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di

Bursa Efek Indonesia, *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, Vol. 21, No. 3, Desember, Hal. 297-306.

Wardani, Nurul Kusuma. 2013. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR), Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009-2011. Skripsi Sarjana Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.

Yulfaida, Dewi. 2012. Pengaruh Size, Profitabilitas, Profile, Leverage Dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia. Skripsi Sarjana pada Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.

www.idx.co.id. diakses pada tanggal 29 Maret 2016.