

PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*

Okky Hendro Subiantoro
okkyhendrosubiantoro@gmail.com
Titik Mildawati

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

This research is conducted on manufacturing companies in Indonesia. This research is meant to examine the influence of the characteristics of the company to the disclosure of corporate social responsibility. The result of this research shows that the firm size does not have any influence to the disclosure of corporate social responsibility, leverage does not have any influence to the disclosure of corporate social responsibility, profitability does not have any influence to the disclosure of corporate social responsibility, industrial type (profile) does not have any influence to the disclosure of corporate social responsibility, and management ownership does not have any influence to the disclosure of corporate social responsibility. Meanwhile the size of the board of commissioner has an influence to the disclosure of corporate social responsibility.

Keywords: *Corporate Social Responsibility, characteristics of the company, the Size of the Board of Commissioner, Management Ownership.*

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, tipe industri (*profile*) tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, dan kepemilikan manajemen tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Sedangkan ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*.

Kata kunci: *Corporate Social Responsibility, karakteristik perusahaan, ukuran dewan komisaris, kepemilikan manajerial.*

PENDAHULUAN

Dalam menjaga eksistensinya, perusahaan tidak dapat dipisahkan dengan masyarakat sebagai lingkungan eksternalnya. Ada hubungan resiprokal (timbang balik) antara perusahaan dengan masyarakat. Perusahaan dan masyarakat adalah pasangan hidup yang saling memberi dan membutuhkan. Kontribusi dan harmonisasi keduanya akan menentukan keberhasilan pembangunan bangsa.

Dua aspek penting harus diperhatikan agar tercipta kondisi sinergis antara keduanya sehingga keberadaan perusahaan membawa perubahan ke arah perbaikan dan peningkatan taraf hidup masyarakat. Dari aspek ekonomi, perusahaan harus berorientasi mendapatkan keuntungan dan dari aspek sosial, perusahaan harus memberikan kontribusi secara langsung kepada masyarakat. Perusahaan tidak hanya dihadapkan pada tanggung jawab dalam perolehan keuntungan semata, tetapi juga harus memperhatikan tanggung jawab sosial dan lingkungannya. Jika masyarakat menganggap perusahaan tidak memperhatikan aspek sosial dan lingkungannya serta tidak merasakan kontribusi secara langsung bahkan merasakan dampak negatif dari beroperasinya sebuah perusahaan maka kondisi itu akan menimbulkan resistensi masyarakat. Komitmen perusahaan untuk berkontribusi dalam

pembangunan bangsa dengan memperhatikan aspek finansial atau ekonomi, sosial, dan lingkungan (*triple bottom line*) itulah yang menjadi isu-isu utama dari konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan.

Seluruh perusahaan berbagai sektor bisnis di Indonesia sebagian besar mengklaim bahwa perusahaan mereka telah melaksanakan kewajiban sosialnya terhadap lingkungan sekitar perusahaan. Pengungkapan CSR yang dilakukan sebagian besar perusahaan di Indonesia merupakan motivasi untuk meningkatkan kepercayaan publik terhadap pencapaian usaha perbaikan terhadap lingkungan sekitar perusahaan. Selain usaha terhadap perbaikan lingkungan, perusahaan juga berpartisipasi didalam pengabdian masyarakat, seperti memberi lapangan pekerjaan kepada masyarakat sekitar perusahaan, perbaikan tingkat pendidikan masyarakat, pelayanan kesehatan, dan sebagainya. *Corporate Social Responsibility* dimaksudkan untuk mendorong dunia usaha lebih etis dalam menjalankan aktivitasnya agar tidak berpengaruh atau berdampak buruk pada masyarakat dan lingkungan hidupnya. Konsep CSR ini mulai dikenal sejak awal 1970-an, yang secara umum diartikan sebagai kumpulan kebijakan dan praktek yang berhubungan dengan *stakeholder*, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat dan lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk kontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan. Pemikiran yang melandasi adanya CSR ini adalah bahwa perusahaan tidak hanya memiliki tanggung jawab kepada para pemegang saham (*shareholder*), tetapi juga memiliki tanggung jawab kepada pihak-pihak lain yang berkepentingan (*stakeholder*). Pihak-pihak yang berkepentingan dalam sebuah perusahaan adalah pelanggan, pegawai, komunitas, pemilik atau investor, *supplier* dan juga *competitor*.

Menurut Kotler dan Lee (dalam Ismail, 2009:35) penerapan CSR dapat menurunkan biaya operasi suatu perusahaan. Hal tersebut dikarenakan setelah diterapkannya CSR, perusahaan akan mengurangi biaya yang dikeluarkan untuk pemasaran produk dan menggantinya dengan biaya CSR. Walaupun biaya CSR yang dikeluarkan pada awalnya merupakan biaya pertanggung jawaban perusahaan terhadap lingkungan sekitar, tidak dapat dipungkiri bahwa kegiatan CSR tersebut nantinya akan berpengaruh terhadap kegiatan promosi perusahaan dan akhirnya akan meningkatkan penjualan perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan akan mengurangi biaya promosi produknya yang akan berpengaruh pada penurunan biaya operasi perusahaan.

Di Indonesia, praktik CSR telah mendapat perhatian yang cukup besar. Hal ini dilatar belakangi oleh berbagai kasus yang terjadi seperti penggundulan hutan, meningkatnya polusi dan limbah, buruknya kualitas dan keamanan produk, eksploitasi sumber daya alam yang berlebihan, penyalahgunaan investasi dan lain-lain. Pemilihan sampel perusahaan manufaktur oleh peneliti dikarenakan pelaksanaan CSR pada perusahaan manufaktur sudah ada sejak awal berjalan. Alasan lainnya adalah karena perusahaan manufaktur lebih banyak memberikan pengaruh atau dampak terhadap lingkungan di sekitarnya akibat dari aktivitas yang dilakukan perusahaan dan memenuhi segala aspek pada tema pengungkapan CSR. Perusahaan manufaktur dipercaya membutuhkan *image* yang lebih baik dari masyarakat karena rentan terhadap pengaruh politik dan kritikan dari aktivis-aktivis sosial, maka diasumsikan bahwa perusahaan manufaktur akan memberikan pengungkapan *corporate social responsibility* yang lebih luas daripada perusahaan non manufaktur.

Setiap perusahaan pasti mempunyai karakteristik atau ciri khas yang menggambarkan perusahaan tersebut, karakteristik itulah yang membedakan antara perusahaan yang satu dengan perusahaan yang lainnya. Karakteristik perusahaan merupakan ciri-ciri dari suatu perusahaan yang menggambarkan bentuk badan usaha yang dapat dilihat dari struktur modalnya, peraturan dan prosedur pendiriannya, perubahan dan pembubarannya, *size* perusahaan, dan profitabilitasnya. Karakteristik perusahaan adalah ciri khas yang melekat

dalam suatu entitas usaha yang dapat dilihat dari beberapa segi, diantaranya jenis usaha atau tipe industri, struktur kepemilikan, tingkat *leverage*, tingkat profitabilitas, ukuran perusahaan dan ukuran dewan komisaris.

Ukuran perusahaan merupakan suatu skala yang berfungsi untuk mengklasifikasikan besar kecilnya entitas bisnis. Skala ukuran perusahaan dapat mempengaruhi luas pengungkapan informasi dalam laporan keuangan mereka. Perusahaan yang besar biasanya memiliki aktivitas yang lebih banyak dan kompleks, mempunyai dampak yang lebih besar terhadap masyarakat, memiliki *shareholder* yang lebih banyak, serta mendapat perhatian lebih dari kalangan publik, maka dari itu perusahaan besar mendapat tekanan yang lebih untuk mengungkapkan pertanggung jawaban sosialnya. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR tercermin dalam teori agensi yang menjelaskan bahwa perusahaan besar mempunyai biaya agensi yang besar, oleh karena itu perusahaan besar akan lebih banyak mengungkapkan informasi daripada perusahaan kecil. Akan tetapi, tidak semua penelitian mendukung hubungan antara ukuran perusahaan dengan tanggung jawab sosial perusahaan.

Profitabilitas menurut Sudarmadji dan Sularto (2007) yang dikatakan bahwa suatu perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi akan melakukan pengungkapan yang lebih luas sebagai salah satu upaya untuk meyakinkan pihak eksternal bahwa perusahaan berada dalam persaingan yang kuat dan juga memperlihatkan kinerja perusahaan yang baik pada saat itu. Rasio profitabilitas mengukur kemampuan para eksekutif perusahaan dalam menciptakan tingkat keuntungan baik dalam bentuk laba perusahaan maupun nilai ekonomis atas penjualan, aset bersih perusahaan maupun modal sendiri.

Leverage adalah perbandingan antara dana yang diperoleh dari ekstern perusahaan dengan dana yang dimiliki oleh perusahaan. *Leverage* memberikan gambaran pula mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang. Scott (2000) menyampaikan pendapat yang mengatakan bahwa semakin tinggi *Leverage* kemungkinan besar perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak utang, maka manajer akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba dimasa depan. Perusahaan yang memiliki rasio *Leverage* tinggi akan lebih sedikit mengungkapkan CSR supaya dapat melaporkan laba sekarang yang lebih tinggi.

Faktor lain yang mempengaruhi pengungkapan CSR adalah dewan komisaris. Dengan wewenang yang dimiliki, dewan komisaris dapat memberikan pengaruh yang cukup kuat untuk menekan manajemen untuk mengungkapkan CSR. Sehingga perusahaan yang memiliki ukuran dewan komisaris yang lebih besar akan lebih banyak mengungkapkan CSR. Dewan komisaris merupakan wakil *shareholder* dalam perusahaan yang berbadan hukum perseroan terbatas yang berfungsi mengawasi pengelolaan perusahaan yang dilaksanakan oleh manajemen. Dewan komisaris dapat memberikan pengaruh yang cukup kuat untuk menekan manajemen perusahaan untuk mengungkapkan CSR pada laporan tahunan perusahaan, sehingga perusahaan yang memiliki ukuran dewan komisaris yang lebih besar akan lebih banyak mengungkapkan informasi mengenai CSR. Penelitian yang pernah dilakukan oleh Sembiring (2005) menemukan bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Tipe industri adalah sejenis entitas bisnis berdasarkan sektor usaha yang digerakkannya. Tipe industri diklasifikasikan menjadi dua jenis, yaitu tipe industri *high-profile* dan tipe industri *low-profile*. Menurut Utomo (2000), berpendapat bahwa tipe perusahaan berpengaruh terhadap luas pengungkapan sosial perusahaan. Tipe perusahaan yang lebih tinggi (*high-profile*) akan lebih banyak mengungkapkan kegiatan sosial perusahaan dibandingkan tipe perusahaan yang lebih rendah (*low-profile*). Sementara

itu, sifat peraturan pemerintah yang wajib dan disertai sanksi bagi pelanggarnya, mengindikasikan bagi perusahaan *high-profile* dan *low profile* untuk wajib melaksanakan peraturan yang berlaku bagi mereka.

Kepemilikan manajerial merupakan kepemilikan saham oleh manajemen perusahaan yang diukur dengan persentase jumlah saham yang dimiliki oleh manajemen (Sujono dan Soebiantoro, 2007), sedangkan kepemilikan institusional merupakan kepemilikan saham oleh pemerintah, institusi keuangan, institusi berbadan hukum, institusi luar negeri, dan perwalian serta institusi lainnya pada akhir tahun. Dalam kaitannya dengan kepemilikan manajerial, pengungkapan perusahaan biasanya dilakukan seperlunya mengingat kepemilikan dimiliki oleh pihak insider yang dapat dengan mudah mendapatkan informasi mengenai perusahaan tanpa adanya pengungkapan dalam laporan tahunan.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Lucyanda dan Siagian (2012) terletak pada variabel, sampel dan tahun penelitian, yaitu penelitian ini menggunakan variabel ukuran dewan komisaris, profitabilitas dan *Leverage* sebagai ukuran seberapa luas pengaruhnya terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, sampel perusahaan yang digunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2010-2013, sedangkan Lucyanda dan Siagian (2012) menggunakan variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, profil, laba per saham, kepedulian lingkungan, *Leverage*, dewan komisaris, umur perusahaan, kepemilikan manajemen, dan peluang pertumbuhan, sedangkan sampel perusahaan yang digunakan adalah seluruh perusahaan *public* yang terdaftar di BEI untuk tahun 2010-2013. Atas dasar perbedaan berbagai penelitian tersebut di atas penelitian ini dilakukan untuk memverifikasi ulang hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh *size*, profitabilitas, *Leverage*, ukuran dewan komisaris, tipe industri, kepemilikan manajemen untuk mendorong penulis menguji kembali pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan CSR dengan judul "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2013)."

TINJAUAN TEORETIS DAN HIPOTESIS

Teori Keagenan

Teori agensi berpandangan bahwa dalam sebuah perusahaan terdapat dua pihak yang saling terkait, yakni *principal* dan *manager*. *Principal* merupakan pihak yang mempunyai modal untuk membiayai operasional perusahaan, sedangkan *manager* merupakan pelaku kegiatan operasional perusahaan. Perusahaan yang melakukan pengungkapan informasi tanggung jawab sosial dengan tujuan untuk membangun *image* pada perusahaan dan mendapatkan perhatian dari masyarakat. Perusahaan memerlukan biaya dalam rangka untuk memberikan informasi pertanggungjawaban sosial, sehingga laba yang dilaporkan dalam tahun berjalan menjadi lebih rendah. Ketika perusahaan menghadapi biaya kontrak dan biaya pengawasan yang rendah dan visibilitas politis yang tinggi akan cenderung untuk mengungkapkan informasi pertanggungjawaban sosial.

Menurut Sembiring (2005), semakin besar suatu perusahaan maka biaya keagenan yang muncul juga semakin besar. Perusahaan yang besar cenderung mengungkapkan informasi sosial secara lebih luas. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial tercermin dalam teori agensi yang menjelaskan bahwa perusahaan besar mempunyai biaya agensi yang besar, hal tersebut menyebabkan perusahaan besar akan lebih banyak mengungkapkan semua informasi daripada perusahaan kecil.

Teori Legitimasi

Teori legitimasi menganjurkan perusahaan untuk meyakinkan bahwa aktivitas dan kinerjanya dapat diterima oleh masyarakat. Perusahaan menggunakan laporan tahunan mereka untuk menggambarkan kesan tanggung jawab lingkungan, sehingga mereka diterima oleh masyarakat. Dengan adanya penerimaan dari masyarakat tersebut diharapkan dapat meningkatkan nilai perusahaan sehingga dapat meningkatkan laba perusahaan. Hal tersebut dapat mendorong atau membantu investor dalam melakukan pengambilan keputusan investasi.

Legitimasi mengalami pergeseran sejalandengan pergeseran masyarakat dan lingkungan. Perusahaan harus dapat menyesuaikan perubahan tersebut baik terhadap produk, metode, dan tujuan. Legitimasi dapat diperoleh manakala terdapat kesesuaian antara keberadaan perusahaan yang tidak mengganggu atau sesuai dengan eksistensi sistem nilai yang ada dalam masyarakat dan lingkungan. Ketika terjadi pergeseran menuju ketidaksesuaian, maka pada saat itu legitimasi perusahaan dapat terancam (Hadi. 2011). Uraian diatas menjelaskan bahwa teori legitimasi merupakan salah satu teori yang mendasari pengungkapan CSR. Pengungkapan CSR dilakukan untuk mendapatkan nilai positif dan legitimasi dari masyarakat.

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Definisi mengenai corporate social responsibility sekarang ini sangatlah beragam. Seperti definisi CSR yang dikemukakan oleh Maignan dan Farrel (2004) yang mendefinisikan CSR sebagai "*A business acts in socially responsible manner when its decision and actions for balance diverse when its decision and actinons for and balance diverse stakeholder interest*". Definisi ini menekankan perlunya memberikan perhatian secara seimbang terhadap kepentingan berbagai *stakeholder* yang beragam dalam setiap keputusan dan tindakan yang diambil oleh para pelaku bisnis melalui perilaku yang secara sosial bertanggung jawab.

Tanggung jawab sosial perusahaan bukanlah merupakan konsep baru dalam lingkungan masyarakat, akan tetapi semakin meluas bersamaan dengan konsep-konsep lain. Pada dasarnya ide tanggung jawab sosial adalah bagaimana upaya perusahaan memberi perhatian kepada lingkungannya, terhadap dampak yang terjadi akibat kegiatan didalam operasional perusahaan. Moir (2001) menyatakan selain menghasilkan keuntungan, perusahaan harus membantu memecahkan masalah-masalah sosial terkait atau tidak perusahaan ikut menciptakan masalah tersebut bahkan jika disana tidak mungkin ada potensi keuntungan jangka pendek atau jangka panjang yang lain.

Pada prinsipnya CSR atau yang biasa dikenal dengan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan memiliki definisi yang beragam, tergantung pada visi perusahaan. Menurut Putri (2007), dalam Untung (2008), *Corporate Social Responsibility* adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitik beratkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial dan lingkungan. Meski CSR memiliki banyak definisi, dapat disimpulkan CSR merupakan wujud kegiatan ekonomi perusahaan yang berkelanjutan. Kegiatan ekonomi perusahaan secara umum memang didirikan atas dasar orientasi ekonomi, akan tetapi dengan tidak melupakan aspek sosial dan lingkungan demi terjaminnya kelangsungan hidup perusahaan.

Ruang Lingkup Corporate Social Responsibility Perusahaan

Corporate Social Responsibility merupakan komitmen perusahaan terhadap kepentingan para *stakeholders* dalam arti luas dari pada sekedar kepentingan perusahaan saja. Dengan kata lain meskipun secara moral adalah baik bahwa perusahaan mengejar keuntungan, bukan berarti perusahaan dibenarkan mencapai keuntungan tersebut dengan mengorbankan

kepentingan- kepentingan pihak lain yang terkait. Sehingga setiap perusahaan bertanggung jawab atas tindakan dan kegiatan yang dilakukan perusahaan tersebut. Disadari ruang lingkup CSR sangat luas sehingga dibutuhkan sebuah pedoman yang memudahkan pemahaman dan implementasinya pada perusahaan.

Konsep Corporate Social Responsibility

Konsep CSR pada umumnya menyatakan bahwa tanggung jawab perusahaan tidak hanya terhadap pemiliknya atau pemegang saham saja tetapi juga terhadap para *stakeholders* yang terkait dan terkena dampak dari keberadaan perusahaan. Hal ini sesuai dengan teori *stakeholder* yang menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*.

Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan definisi pengungkapan, sebagaimana yang dijelaskan oleh Hendriksen (1991:203) dalam Sumedi (2010) yang menyatakan bahwa pengungkapan sebagai penyajian sejumlah informasi yang dibutuhkan untuk pengoperasian secara optimal pasar modal yang efisien. Definisi pengungkapan tersebut ditujukan pada tanggung jawab sosial perusahaan, dimana pengungkapan informasi CSR pada laporan tahunan entitas bisnis memberikan dampak positif, yaitu manfaat jangka panjang bagi perusahaan kedepannya, meskipun pengungkapan informasi CSR masih bersifat sukarela. Pengungkapan CSR merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan akuntansi pertanggung jawaban sosial merupakan suatu proses komunikasi dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan masyarakat secara keseluruhan.

Dalam survei yang dilakukan oleh Ernst dan Ernst, 1998 (dalam Chariri dan Ghozali, 2007) menemukan bahwa pengungkapan dikatakan berkaitan dengan isu sosial (dan lingkungan) jika pengungkapan tersebut berisi informasi yang dapat dikategorikan ke dalam kelompok berikut ini : 1. Lingkungan, 2. Energi, 3. Praktik bisnis yang wajar (*fair*), 4. Sumber daya manusia, 6. Keterlibatan masyarakat, 7. Produk yang dihasilkan, 8. Pengungkapan lainnya.

Ada berbagai motivasi bagi para manajer untuk sukarela melakukan kegiatan-kegiatan tertentu, seperti memutuskan untuk melaporkan informasi sosial dan lingkungan. Deegan (2002) dalam penelitiannya merangkum beberapa alasan yang dikemukakan oleh berbagai peneliti untuk melaporkan informasi sosial dan lingkungan sebagai berikut : 1. Keinginan untuk mematuhi persyaratan yang ada dalam Undang-Undang, 2. Pertimbangan rasionalitas ekonomi, 3. Keyakinan dalam proses akuntabilitas untuk melaporkan, 4. Keinginan untuk mematuhi persyaratan peminjaman, 5. Untuk memenuhi harapan masyarakat, mungkin mencerminkan suatu pandangan yang sesuai dengan "komunitas lisensi untuk beroperasi".

Ukuran Perusahaan

Ukuran suatu perusahaan dapat mempengaruhi luas pengungkapan informasi dalam laporan keuangan mereka. Secara umum perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil. Teori agensi menyatakan bahwa perusahaan besar memiliki biaya keagenan yang lebih besar daripada perusahaan kecil (Marwata, 2001). Oleh karena itu perusahaan besar akan mengungkapkan informasi yang lebih banyak sebagai upaya untuk mengurangi biaya keagenan tersebut. Perusahaan besar juga akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil, karena perusahaan

besar akan menghadapi resiko politis yang lebih besar dibanding perusahaan kecil. Secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan politis, yaitu tekanan untuk melakukan pertanggung jawaban sosial. Pengungkapan sosial yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis bagi perusahaan (Hasibuan, 2001). Dengan mengungkapkan kepedulian pada lingkungan melalui laporan keuangan, maka perusahaan dalam jangka waktu panjang bisa terhindar dari biaya yang sangat besar akibat dari tuntutan masyarakat.

Ukuran perusahaan banyak digunakan untuk menjelaskan pengungkapan tanggung jawab sosial dalam laporan tahunan perusahaan. Hal ini dikaitkan dengan teori agensi, dimana perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar sehingga untuk mengurangi biaya keagenan tersebut perusahaan akan mengungkapkan informasi yang lebih luas. Perusahaan kecil mungkin tidak menunjukkan perilaku tanggung jawab sosial secara jelas karena perusahaan yang berada dalam tahap dewasa dan tumbuh akan menarik lebih banyak perhatian dari lingkungannya dan memerlukan respon yang lebih terbuka (Sudana, 2011).

Profitabilitas

Rasio profitabilitas mengukur kemampuan para eksekutif perusahaan dalam menciptakan tingkat keuntungan baik dalam bentuk laba perusahaan maupun nilai ekonomis atas penjualan, aset bersih perusahaan maupun modal sendiri (*shareholders equity*), (Hendra, 2009: 205). Hubungan antara pengungkapan CSR dan profitabilitas perusahaan telah dipostulasikan untuk merefleksikan pandangan bahwa kepekaan sosial membutuhkan gaya managerial yang sama sebagaimana yang diperlukan untuk dapat membuat perusahaan menguntungkan (*profitable*). Pengungkapan CSR merupakan cerminan suatu pendekatan manajemen dalam menghadapi lingkungan yang dinamis dan multidimensional serta kemampuan untuk mempertemukan tekanan sosial dengan reaksi kebutuhan masyarakat. Dengan demikian, ketrampilan manajemen perlu dipertimbangkan untuk survive dalam lingkungan perusahaan masa kini.

Leverage

Rasio *Leverage* merupakan proporsi total hutang terhadap rata-rata ekuitas pemegang saham. Rasio tersebut digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang. Menurut Belkaoui dan Karpik (1989) keputusan untuk mengungkapkan CSR akan mengikuti suatu pengeluaran untuk pengungkapan yang menurunkan pendapatan. Perusahaan dengan rasio *Leverage* yang tinggi mengakibatkan pengawasan yang tinggi dilakukan oleh *debtholder* terhadap aktivitas 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*.

Ukuran Dewan Komisaris

Sembiring (2005) menyatakan bahwa semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka semakin mudah untuk mengendalikan CEO dan pengawasan yang dilakukan akan semakin efektif. Dikaitkan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, maka tekanan terhadap manajemen juga akan semakin besar untuk mengungkapkannya. Dewan komisaris adalah wakil *shareholder* dalam perusahaan yang berbadan hukum perseroan terbatas yang berfungsi mengawasi pengelolaan perusahaan yang dilaksanakan oleh manajemen (direksi), dan bertanggung jawab untuk menentukan apakah manajemen memenuhi tanggung jawab mereka dalam mengembangkan dan menyelenggarakan pengendalian intern perusahaan (Mulyadi, 2002). Sebagai wakil dari prinsipal di

perusahaan dewan komisaris dapat mempengaruhi luasnya pengungkapan tanggung jawab sosial adalah karena dewan komisaris merupakan pelaksana tertinggi dalam perusahaan.

Tipe industri

Tipe industri mendeskripsikan perusahaan berdasarkan lingkup operasi, risiko perusahaan serta kemampuan dalam menghadapi tantangan bisnis. Tipe industri diukur dengan membedakan industri *high-profile* dan *low-profile*. Menurut Indrawati (2009), perusahaan-perusahaan *high-profile* pada umumnya merupakan perusahaan yang memperoleh sorotan dari masyarakat karena aktivitas operasinya memiliki potensi untuk bersinggungan dengan kepentingan luas. Sebaliknya, perusahaan *low-profile* adalah perusahaan yang tidak terlalu memperoleh sorotan luas dari masyarakat manakala operasi yang mereka lakukan mengalami kegagalan atau kesalahan pada aspek tertentu dalam proses atau hasil produksinya.

Kepemilikan manajemen

Kepemilikan manajerial adalah kondisi yang menunjukkan bahwa manajer memiliki saham dalam perusahaan atau manajer tersebut sekaligus sebagai pemegang saham perusahaan (Rustiarini, 2008). Pihak tersebut adalah mereka yang duduk di dewan komisaris dan dewan direksi perusahaan. Keberadaan manajemen perusahaan mempunyai latar belakang yang berbeda, antara lain: pertama, mereka mewakili pemegang saham institusi, kedua, mereka adalah tenaga- tenaga profesional yang diangkat oleh pemegang saham dalam Rapat Umum Pemegang Saham. Ketiga, mereka duduk di jajaran manajemen perusahaan karena turut memiliki saham.

Berdasarkan teori keagenan, hubungan antara manajemen dengan pemegang saham, rawan untuk terjadinya masalah keagenan. Teori keagenan menyatakan bahwa salah satu mekanisme untuk memperkecil adanya konflik agensi dalam perusahaan adalah dengan memkasimalkan jumlah kepemilikan manajerial. Dengan menambah jumlah kepemilikan manajerial, maka manajemen akan merasakan dampak langsung atas setiap keputusan yang mereka ambil karena mereka menjadi pemilik perusahaan (Jensen dan Meckling 1976; 86).

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Ukuran Perusahaan (*Size*) Terhadap Pengungkapan CSR

Pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR tercermin dalam teori agensi yang menjelaskan bahwa perusahaan besar mempunyai biaya agensi yang besar, oleh karena itu perusahaan besar akan lebih banyak mengungkapkan informasi dari pada perusahaan kecil. Penjelasan lain yang juga sering diajukan adalah perusahaan besar memiliki sumber daya yang besar sehingga tidak perlu ada tambahan biaya yang besar untuk dapat melakukan pengungkapan dengan lebih lengkap. Hal ini dikaitkan dengan teori agensi, dimana perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar sehingga untuk mengurangi biaya keagenan tersebut perusahaan akan mengungkapkan informasi yang lebih luas. Perusahaan kecil mungkin tidak menunjukkan perilaku tanggung jawab sosial secara jelas karena perusahaan yang berada dalam tahap dewasa dan tumbuh akan menarik lebih banyak perhatian dari lingkungannya dan memerlukan respon yang lebih terbuka (Sudana, 2011). Berdasarkan uraian di atas, maka penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H₁: Ukuran perusahaan (*size*) berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Pengaruh Profitabilitas Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR

Sari (2012) menyatakan bahwa rasio profitabilitas dapat mengukur kemampuan para eksekutif perusahaan dalam menciptakan tingkat keuntungan baik dalam bentuk laba

perusahaan maupun nilai ekonomis atas penjualan, aset bersih perusahaan maupun modal sendiri (*shareholders equity*). Sembiring (2005) melakukan pengujian pengaruh profitabilitas terhadap corporate social responsibility dan menghasilkan bahwa variabel tersebut tidak berpengaruh, sedangkan berbeda dengan penelitian Sari (2012) variabel profitabilitas perusahaan yang diukur dengan *return on asset* (ROA) berpengaruh positif terhadap CSR. Perusahaan dengan laba yang tinggi akan menjadi sorotan, untuk mengurangi tekanan tersebut perusahaan akan mengeluarkan biaya yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial.

H₂: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR

Pengaruh Leverage Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR

Tingkat *leverage* adalah untuk melihat kemampuan perusahaan dalam menyelesaikan kewajibannya kepada kreditor. Tingkat *leverage* mencerminkan ketergantungan perusahaan terhadap hutang untuk membiayai kegiatan operasionalnya. Dengan demikian, tingkat *leverage* juga menggambarkan resiko keuangan perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Anggraini (2006) dan Rosmasita (2007) menunjukkan bahwa tingkat *leverage* berpengaruh negatif terhadap CSR disclosure. Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Sari (2012) yang menyatakan bahwa tinggi rendahnya variabel *leverage* tidak mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility*.

H₃: *Leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR

Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR

Dewan komisaris adalah wakil *shareholder* dalam perusahaan yang berbadan hukum perseroan terbatas (PT) yang berfungsi mengawasi pengelolaan perusahaan yang dilaksanakan oleh manajemen (direksi), dan bertanggung jawab untuk menentukan apakah manajemen memenuhi tanggung jawab mereka dalam mengembangkan dan menyelenggarakan pengendalian intern perusahaan (Mulyadi, 2002). Dengan wewenang yang dimiliki, dewan komisaris dapat memberikan pengaruh yang cukup kuat untuk menekan manajemen untuk mengungkapkan CSR. Sehingga perusahaan yang memiliki ukuran dewan komisaris yang lebih besar akan lebih banyak mengungkapkan CSR. Hipotesis berikut ini dikemukakan:

H₄: Ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR

Pengaruh Tipe Industri Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR

Banyak peneliti akuntansi sosial, meneliti mengenai tipe industri yang di identifikasikan sebagai faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR. Para peneliti mengklasifikasikan tipe industri menjadi dua jenis yaitu tipe industri *high-profile* dan tipe industri *low-profile*. Robert (1992) mendefinisikan bahwa *high-profile companies* sebagai perusahaan yang memiliki *consumer visibility*, tingkat risiko politik dan tingkat kompetisi yang tinggi, sedangkan *low-profile companies* sebaliknya. Hackston dan Milne (1996) dalam Indrawati, (2009:4) menjelaskan bahwa perusahaan yang berorientasi pada konsumen diperkirakan akan memberikan informasi mengenai pertanggungjawaban sosial karena hal ini akan meningkatkan *image* perusahaan dan mempengaruhi penjualan. Maka penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H₅: Tipe industri berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR

Pengaruh Kepemilikan Manajemen Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR

Penelitian Nasir dan Abdullah (2004) menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif dalam hubungan antara kepemilikan saham manajerial terhadap luas pengungkapan CSR. Hal senada juga disampaikan Rosmasita (2007) yang menemukan bahwa kepemilikan saham manajerial berpengaruh terhadap luas

pengungkapan CSR di Indonesia. Namun ketidakkonsistenan hasil ditunjukkan oleh penelitian Said *et al.* (2009) yang menemukan bahwa kepemilikan saham manajerial tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Maka penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H₆ : Kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel Penelitian

Sampel adalah sebagian dari populasi. Populasi pada dasarnya adalah objek yang akan diteliti, adapun yang akan dijadikan populasi dalam penelitian ini adalah data perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Sampel dipilih dengan metode purposive sampling, dengan harapan peneliti mendapatkan informasi dari kelompok sasaran spesifik (Sekaran, 2003). kriteria-kriteria yang digunakan dalam penelitian sampel adalah: 1. Perusahaan dikelompokkan ke dalam jenis manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dalam laporan tahunan untuk periode tahun 2010-2013. 2. Menerbitkan laporan tahunan dan mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* secara berturut-turut selama periode penelitian. 3. Perusahaan yang menyediakan data-data lengkap sesuai dengan variabel yang dibutuhkan. 4. Perusahaan yang tidak mengalami kerugian secara berturut-turut. 5. Perusahaan manufaktur yang laporan keuangannya dinyatakan dalam mata uang rupiah. Berdasarkan kriteria tersebut, diperoleh sampel akhir sebanyak 20 perusahaan.

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Variabel Independen

1. Ukuran perusahaan (*Size*)

Ukuran perusahaan diproksikan dengan *log total asset*, tujuannya agar mengurangi perbedaan yang signifikan antara ukuran perusahaan besar dan ukuran perusahaan kecil sehingga data total asset dapat terdistribusi normal.

Rumus yang digunakan untuk mengukur variabel *size* adalah:

$$SIZE = \text{Log} (\text{Total Asset})$$

2. Profitabilitas

Profitabilitas diartikan sebagai kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba atau *profit* dalam upaya meningkatkan nilai pemegang saham. Terdapat beberapa ukuran untuk menentukan profitabilitas perusahaan, yaitu : *return of equity* (Heckston dan Milne, 1996), *return on assets* (Belkaoui dan Karpik, 1989; Heckston dan Milne, 1996), *earning per share* (Sembiring, 2005), *netprofit margin* (Anggraeni, 2006). Dalam penelitian ini, indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat ukuran perusahaan ini adalah *Return on Asset (ROA)*. *Return on asset (ROA)* merupakan ukuran efektifitas perusahaan di dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya. Variabel ini diukur dengan laba bersih sesudah pajak dibagi dengan total aktiva. Adapun pengukurannya dengan menggunakan rumus:

$$ROA = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total Asset}}$$

3. *Leverage*

Leverage menunjukkan struktur pendanaan perusahaan. *Leverage* dapat diartikan sebagai tingkat ketergantungan perusahaan terhadap hutang dalam membiayai kegiatan operasinya, dengan demikian *Leverage* juga mencerminkan tingkat resiko keuangan perusahaan, Sembiring (2005). Dalam penelitian ini, indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat *Leverage* adalah *Debt To Equity Ratio (DER)*. Variabel ini diharapkan

dengan total kewajiban dibagi dengan ekuitas pemegang saham. Adapun pengukurannya dengan menggunakan rumus:

$$DER = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

4. Ukuran Dewan Komisaris

Ukuran dewan komisaris (UDK) yang dimaksud di sini adalah banyaknya jumlah anggota dewan komisaris dalam suatu perusahaan. Ukuran dewan komisaris dalam penelitian ini adalah konsisten dengan Sembiring (2005) yaitu dilihat dari banyaknya jumlah anggota dewan komisaris perusahaan. Adapun pengukurannya dengan menggunakan rumus : $UDK = \sum \text{Dewan Komisaris}$

5. Tipe Industri

Tipe industri diukur dengan menggunakan variabel *dummy*, yaitu pemberian skor 1 untuk perusahaan yang termasuk dalam industri *highprofile*, dan skor 0 untuk perusahaan yang termasuk dalam industri *lowprofile*. Kriteria untuk menentukan perusahaan termasuk *high-profile* dan *lowprofile* digunakan pengelompokan menurut Roberts (1992) dan Hackston dan Milne (1996). Perusahaan-perusahaan yang termasuk dalam industri migas, kehutanan, pertanian, pertambangan, perikanan, kimia, otomotif, barang konsumsi, makanan dan minuman, kertas, farmasi, plastik, dan konstruksi sebagai industri yang *high-profile*.

6. Kepemilikan Manajemen

Kepemilikan manajemen adalah besarnya proporsi saham atau tingkat kepemilikan saham oleh manajemen (Wien, 2010). Kepemilikan manajemen dalam penelitian ini diukur dengan prosentase saham yang dimiliki manajemen. Semakin besar saham yang dimiliki oleh manajemen/ institusi, maka semakin besar informasi yang akan diungkapkan oleh perusahaan dalam laporan tahunannya. Hal ini dikarenakan semakin besar jumlah kepemilikan saham, maka semakin banyak pula pihak yang membutuhkan informasi tentang perusahaan.

$$KM = \frac{\text{Jumlah kepemilikan saham oleh pihak manajemen}}{\text{Jumlah saham yang beredar}} \times 100\%$$

Variabel Dependen

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Menurut Sembiring (2005), berdasarkan peraturan Bapepam No. VIII.G.2 tentang laporan tahunan ada 12 item dari 90 item pengungkapan yang tidak sesuai untuk diterapkan dengan kondisi di Indonesia. Selanjutnya dilakukan penyesuaian dengan cara menghapuskan 12 item pengungkapan tersebut, sehingga secara total tersisa 78 item pengungkapan. Item pengungkapan dalam penelitian ini kemudian dinyatakan dalam bentuk indeks pengungkapan sosial. Apabila item pengungkapan tersebut ada dalam laporan tahunan perusahaan maka diberi skor 1, dan jika item pengungkapan tersebut tidak ada dalam laporan tahunan perusahaan maka diberi skor 0. Pengukuran indeks CSR dilakukan dengan rumus sebagai berikut:

$$CSR = \frac{\text{Jumlah item yang sesungguhnya diungkapkan oleh perusahaan}}{\text{Jumlah item yang diharapkan diungkapkan oleh perusahaan}}$$

Pengujian Hipotesis

Adapun persamaan untuk menguji hipotesis secara keseluruhan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$CSR = \alpha + \beta_1 SIZE + \beta_2 ROA + \beta_3 DER + \beta_4 UDK + \beta_5 INDST + \beta_6 KM + e$$

Keterangan:

SIZE = Ukuran perusahaan

ROA = Profitabilitas

DER = *Leverage*

UDK = Ukuran dewan komisaris

INDST = Tipe industri (*profile*)

KM = Kepemilikan manajemen

CSR = Tingkat pengungkapan informasi tanggung jawab sosial perusahaan

α = Konstanta

β_1 - β_6 = Koefisiensi regresi

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Tabel 1 menunjukkan statistik deskriptif masing-masing variabel penelitian yaitu ukuran perusahaan (*size*), profitabilitas, *leverage*, tipe industri, ukuran dewan komisaris, dan kepemilikan manajemen.

Tabel 1
Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSRI	80	.04	.47	.1774	.10845
SIZE	80	17.24	28.64	24.9640	2.97068
DER	80	.04	.88	.4637	.20008
ROA	80	.00	.28	.0686	.05152
INDST	80	0	1	.75	.436
UDK	80	2	11	4.56	2.338
KM	80	.00	51.42	9.2178	10.74651
Valid N (listwise)	80				

Sumber : *Output SPSS 16*

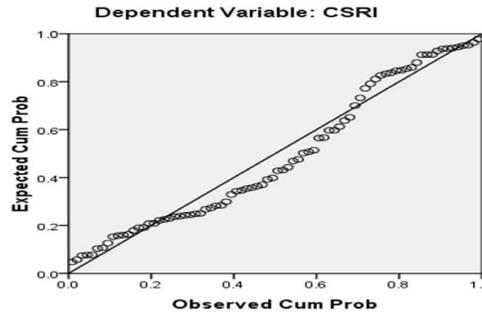
Berdasar Tabel 1 menunjukkan bahwa jumlah pengamatan (*n*) yang diteliti yaitu sebanyak 80 pengamatan yang terdiri atas perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2010 sampai tahun 2013. *Corporate Social Responsibility Index* (CSRI) memiliki nilai minimum sebesar 0,04 dan nilai maximum sebesar 0,47. Secara keseluruhan diperoleh nilai rata-rata sebesar 0,1774 dengan nilai deviasi standar sebesar 0,10845. Ukuran perusahaan memiliki nilai minimum sebesar 17,24 dan nilai maximum sebesar 28,64. Secara keseluruhan diperoleh nilai rata-rata sebesar 24,9640 dengan nilai deviasi standar sebesar 2,97068. *Leverage* memiliki nilai minimum sebesar 0,04 dan nilai maximum sebesar 0,88. Secara keseluruhan diperoleh nilai rata-rata sebesar 0,4637 dengan nilai deviasi standar sebesar 0,20008. Profitabilitas memiliki nilai minimum sebesar 0,00 dan nilai maximum sebesar 0,28. Secara keseluruhan diperoleh nilai rata-rata sebesar 0,0686 dengan nilai deviasi standar sebesar 0,05152. Tipe industri (*profile*) memiliki nilai minimum sebesar 0 dan nilai maximum sebesar 1. Secara keseluruhan diperoleh nilai rata-rata sebesar 0,75 dengan nilai deviasi standar sebesar 0,436. Ukuran dewan komisaris memiliki nilai minimum sebesar 2 dan nilai maximum sebesar 11. Secara keseluruhan diperoleh nilai rata-rata sebesar 4,56 dengan nilai deviasi standar sebesar 2,338. Kepemilikan manajemen memiliki nilai minimum sebesar 0,00 dan nilai maximum sebesar 51,42. Secara keseluruhan diperoleh nilai rata-rata sebesar 9,2178 dengan nilai deviasi standar sebesar 10,74651

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas.

Pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah data yang adaterdistribusi dengan normal atau tidak. Data yang terdistribusi dengan normal akan memperkecil kemungkinan terjadinya bias. Hasil uji normalitas dengan grafik Histogram. Tersaji pada gambar 1 berikut ini.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 1
Grafik Normal P-P Plot
Sumber : *Output SPSS 16*

Pada gambar 1 terlihat bahwa data distribusi nilai residu (error) menunjukkan distribusi normal. Dengan demikian model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinieritas.

Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Jika terjadi korelasi, maka terdapat multikolinieritas. Multikolinieritas juga dapat dilihat dengan membandingkan nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF). Apabila nilai VIF > 10, terjadi multikolinieritas dan sebaliknya jika nilai VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinieritas

Tabel 2
Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constat)	.059	.137		.435	.665		
	SIZE	.001	.004	.034	.283	.778	.760	1.315
	DER	.020	.060	.037	.339	.736	.879	1.137
	ROA	.416	.259	.198	1.609	.112	.707	1.414
	INDST	-.008	.029	-.030	-.265	.792	.808	1.237
	UDK	.015	.006	.328	2.753	.007	.751	1.332
	KM	-.002	.001	-.154	-1.385	.170	.862	1.160

Sumber : *Output SPSS 16*

Berdasarkan tabel 2 diatas, maka dapat diketahui nilai VIF dari variabel ukuran perusahaan, *leverage*, profitabilitas, tipe industri, ukuran dewan komisaris, dan kepemilikan manajemen berada dibawah angka 10. Demikian juga untuk nilai *tolerance*, keenam variabel semuanya lebih besar dari 0,10. Dengan demikian hasil uji membuktikan bahwa pada model regresi ini tidak terdapat gejala multikolinieritas.

Uji Autokorelasi.

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode saat ini dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya. Model regresi yang baik tidak menunjukkan adanya gejala autokorelasi. Pendeteksian ada atau tidaknya autokorelasi dilakukan dengan melihat nilai *Durbin-Watson* (D-W). Jika nilai *Durbin-Watson* yang dihasilkan berada antara -2 hingga +2 berarti tidak terjadi gejala autokorelasi.

Tabel 3
Hasil Uji Gejala Autokorelasi

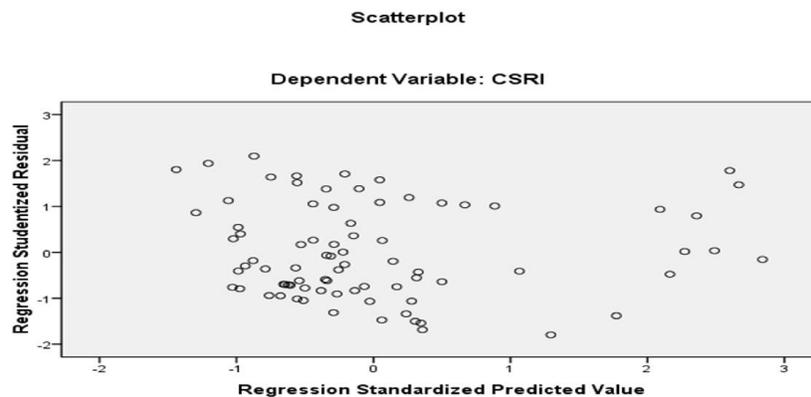
Model	Durbin-Watson
1	.786

Sumber : *Output SPSS 16*

Berdasarkan tabel 3 diatas, dapat dilihat bahwa nilai *Durbin-Watson* sebesar 0,786 yang terletak diantara -2 dan +2 atau terletak didaerah tidak ada autokorelasi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa asumsi non autokorelasi terpenuhi.

Uji Heteroskedastisitas.

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* nilai residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Pengujian terhadap heteroskedastisitas dapat dilakukan melalui pengamatan terhadap pola grafik *scatterplot*.



Gambar 2
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber : *Output SPSS 16*

Berdasarkan gambar 2, terlihat bahwa sebaran pada titik-titik secara acak dan merata diatas maupun dibawah 0 pada sumbu Y serta tidak menunjukkan pola tertentu. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada model regresi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk melihat pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Adapun model persamaan regresinya dirumuskan sebagai berikut:

Tabel 4
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.059	.137		.435	.665		
SIZE	.001	.004	.034	.283	.778	.760	1.315
DER	.020	.060	.037	.339	.736	.879	1.137
ROA	.416	.259	.198	1.609	.112	.707	1.414
INDST	-.008	.029	-.030	-.265	.792	.808	1.237
UDK	.015	.006	.328	2.753	.007	.751	1.332
KM	-.002	.001	-.154	-1.385	.170	.862	1.160

Sumber : Output SPSS 16

Berdasarkan tabel 2, maka dapat ditentukan model persamaan regresi sebagai berikut:
 $CSR = 0,059 + 0,001 SIZE + 0,020 DER + 0,416 ROA - 0,008 INDST + 0,015 UDK - 0,002 KM + e$

Hasil dari persamaan regresi diatas menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, *leverage*, profitabilitas, tipe industri (*profile*), dan kepemilikan manajemen secara *statistic* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Sedangkan ukuran dewan komisaris secara *statistic* berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Koefisien Determinasi (R²)

Nilai koefisien determinasi (R²) yang mendekati satu berarti variabel-variabel independennya menjelaskan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Tabel 5
Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.469 ^a	.220	.156	.09962

Sumber : Output SPSS 16

Koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengetahui ketepatan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dalam suatu persamaan regresi. Berdasarkan tabel 5 nilai Adjusted R² adalah 0,156 yang berarti variabilitas variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen sebesar 15,6%. Hal ini berarti 15,6% pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dipengaruhi variabel ukuran perusahaan, *leverage*, profitabilitas, tipe industri, ukuran dewan komisaris, kepemilikan manajemen. Sisanya 84,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Kesesuaian Model (*Goodness Of Fit*)

Uji statistik F atau *Analisis Of Variance* (ANOVA) digunakan untuk menguji hubungan variabel independen dengan variabel dependen yang dimasukkan dalam model. Berikut tabel 6 hasil uji F yang telah dilakukan:

Tabel 6
Hasil Uji Statistik F

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.205	6	.034	3.439	.005 ^a
	Residual	.724	73	.010		
	Total	.929	79			

a. Predictors: (Constant), KM, DER, SIZE, UDK, PROFILE, ROA

b. Dependent Variable: CSRI

Sumber : *Output SPSS 16*

Berdasarkan hasil uji anova atau uji F pada tabel dapat dilihat bahwa nilai sebesar 3,439 dan nilai signifikan sebesar 0,005. Nilai probabilitas lebih kecil dari batas nilai signifikansi ($\alpha = 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen yaitu ukuran perusahaan, *leverage*, profitabilitas, tipe industri, ukuran dewan komisaris, kepemilikan manajemen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Pengujian Hipotesis (Uji t)

Dibawah ini adalah hasil dari pengujian tabel t:

Tabel 7
Hasil Uji Statistik t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.059	.137		.435	.665
	SIZE	.001	.004	.034	.283	.778
	DER	.020	.060	.037	.339	.736
	ROA	.416	.259	.198	1.609	.112
	INDST	-.008	.029	-.030	-.265	.792
	UDK	.015	.006	.328	2.753	.007
	KM	-.002	.001	-.154	-1.385	.170

Sumber : *Output SPSS 16*

Berdasarkan tabel 7 diatas, variabel ukuran perusahaan *p value* 0,778 > 0,05 atau tidak signifikan. Karena nilai signifikan uji t lebih besar dari batas nilai signifikansi ($\alpha = 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Variabel *leverage* memiliki *p value* 0,736 > 0,05 atau tidak signifikan. Karena nilai signifikan uji t lebih besar dari batas nilai signifikansi ($\alpha = 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Variabel profitabilitas memiliki *p value* $0,112 > 0,05$ atau tidak signifikan. Karena nilai signifikan uji t lebih besar dari batas nilai signifikansi ($\alpha = 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Variabel tipe industri memiliki *p value* $0,792 > 0,05$ atau tidak signifikan. Karena nilai signifikan uji t lebih besar dari batas nilai signifikansi ($\alpha = 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa tipe industri tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Variabel ukuran dewan komisaris memiliki *p value* $0,007 < 0,05$. Karena nilai signifikan uji t lebih kecil dari batas nilai signifikansi ($\alpha = 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Variabel kepemilikan manajemen memiliki *p value* $0,170 > 0,05$ atau tidak signifikan. Karena nilai signifikan uji t lebih besar dari batas nilai signifikansi ($\alpha = 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa kepemilikan manajemen tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan hasil pengujian pengaruh variabel ukuran perusahaan (*size*) terhadap pengungkapan CSR (CSRI), dapat diketahui bahwa variabel ukuran perusahaan mempunyai nilai t sebesar 0,283 dengan probabilitas signifikansi sebesar 0,778. Dengan tingkat probabilitas signifikansi yang lebih dari batas nilai signifikansi ($\alpha = 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR. Artinya bahwa besar kecilnya ukuran perusahaan tidak mempengaruhi luas pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Perusahaan yang memiliki asset yang besar belum tentu memperhatikan atau memperlihatkan performance yang baik melalui kepeduliannya terhadap lingkungan sosial. Tidak berpengaruhnya ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial bisa jadi karena kesadaran manajemen perusahaan yang masih kurang terhadap lingkungan sosial. Oleh karena itu, dengan pengujian ini dapat dinyatakan bahwa hipotesis pertama (H_1) ditolak.

Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan Lucyanda dan Siagian (2012) dan Diba (2012) yang menunjukkan hubungan antara ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan.

2. Pengaruh *Leverage* terhadap *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan hasil pengujian pengaruh variabel *leverage* terhadap pengungkapan CSR (CSRI), dapat diketahui bahwa variabel *leverage* mempunyai nilai t sebesar 0,339 dengan probabilitas signifikansi sebesar 0,736. Dengan tingkat probabilitas signifikansi yang lebih dari batas nilai signifikansi ($\alpha = 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa *leverage* tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hal ini berarti bahwa tinggi rendahnya tingkat *leverage* perusahaan tidak mempengaruhi luas pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Hal ini berarti meskipun jumlah hutang sebuah perusahaan itu besar, tetapi jika perusahaan tersebut memiliki kepedulian dan tanggung jawab yang besar terhadap lingkungan sosialnya, maka perusahaan tersebut akan tetap melakukan *corporate social responsibility*. Oleh karena itu dengan hasil pengujian ini dapat dinyatakan bahwa hipotesis kedua (H_2) ditolak.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Sembiring (2005), Anggraini (2006) dan Sari (2012) yang tidak menemukan hubungan antara tingkat *leverage* perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan.

3. Pengaruh Profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan hasil pengujian pengaruh variabel profitabilitas terhadap pengungkapan CSR (CSRI), dapat diketahui bahwa variabel profitabilitas mempunyai nilai t sebesar 1,609 dengan probabilitas signifikansi sebesar 0,112. Dengan tingkat probabilitas signifikansi yang lebih dari batas nilai signifikansi ($\alpha = 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hal ini berarti bahwa besar kecilnya profitabilitas perusahaan tidak akan mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan, dimungkinkan karena laba yang dimiliki perusahaan diprioritaskan untuk kepentingan operasional, sehingga pemanfaatan untuk aktivitas sosial lebih sedikit. Oleh karena itu, dapat dinyatakan bahwa hipotesis ketiga (H_3) ditolak.

Hasil ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Sembiring (2005) dan yang menemukan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

4. Pengaruh Tipe Industri terhadap *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan hasil pengujian pengaruh variabel tipe industri terhadap pengungkapan CSR (CSRI), dapat diketahui bahwa variabel tipe industri mempunyai nilai t sebesar -0,265 dengan probabilitas signifikansi sebesar 0,792. Dengan tingkat probabilitas signifikansi yang lebih dari batas nilai signifikansi ($\alpha = 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa tipe industri tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hal ini berarti bahwa perusahaan-perusahaan yang tergolong kategori *high profile* belum tentu melakukan pengungkapan aktivitas/tanggung jawab sosial perusahaan yang lebih tinggi/banyak dibandingkan perusahaan-perusahaan yang *low profile*. Oleh karena itu dengan hasil pengujian ini dapat dinyatakan bahwa hipotesis keempat (H_4) ditolak.

Hasil ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Diba (2012) yang menemukan bahwa tipe industri tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

5. Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris terhadap *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan hasil pengujian pengaruh variabel ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan CSR (CSRI), dapat diketahui bahwa variabel ukuran dewan komisaris mempunyai nilai t sebesar 2,753 dengan probabilitas signifikansi sebesar 0,007. Dengan tingkat probabilitas signifikansi yang lebih dari batas nilai signifikansi ($\alpha = 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa ukuran dewan komisaris memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR. Dengan wewenang yang dimiliki, dewan komisaris dapat memberikan pengaruh yang cukup kuat untuk menekan manajemen untuk mengungkapkan CSR. Sehingga perusahaan yang memiliki ukuran dewan komisaris yang lebih besar akan lebih banyak mengungkapkan CSR. Oleh karena itu dengan hasil pengujian ini dapat dinyatakan bahwa hipotesis kelima (H_5) diterima.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Sembiring (2005) serta Sitepu dan Hasan (2009) yang menunjukkan hubungan antara ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

6. Pengaruh Kepemilikan Manajemen terhadap *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan hasil pengujian pengaruh variabel kepemilikan manajemen terhadap pengungkapan CSR (CSRI), dapat diketahui bahwa variabel kepemilikan manajemen mempunyai nilai t sebesar -1,385 dengan probabilitas signifikansi sebesar 0,170. Dengan tingkat probabilitas signifikansi yang lebih dari batas nilai signifikansi ($\alpha = 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa kepemilikan manajemen tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hal ini berarti bahwa Kepemilikan manajerial merupakan

kepemilikan saham oleh manajemen perusahaan yang diukur dengan persentase jumlah saham yang dimiliki oleh manajemen. Dalam kaitannya dengan kepemilikan manajerial, pengungkapan perusahaan biasanya dilakukan seperlunya mengingat kepemilikan dimiliki oleh pihak insider yang dapat dengan mudah mendapatkan informasi mengenai perusahaan tanpa adanya pengungkapan dalam laporan tahunan. Oleh karena itu dengan hasil pengujian ini dapat dinyatakan bahwa hipotesis keenam (H_6) ditolak.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Said *et al.* (2009) serta Lucyanda dan Siagian (2012) yang menunjukkan hubungan antara kepemilikan manajemen terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh ukuran perusahaan (*size*), *leverage*, profitabilitas, tipe industri (*profile*), ukuran dewan komisaris, kepemilikan manajemen terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penentuan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling* dan akhirnya didapat 20 perusahaan dengan periode penelitian sebanyak 4 (empat) tahun dari tahun 2010 sampai tahun 2012, sehingga total sampelnya adalah 80 sampel. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan (*size*) tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*), variabel *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*), variabel profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*), variabel tipe industri (*profile*) tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*), variabel ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*), dan variabel kepemilikan manajemen tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*)

Saran

Saran yang diajukan untuk penelitian selanjutnya adalah (1) Dalam penelitian selanjutnya agar peneliti menambah jumlah tahun pengamatan untuk konsistensi dari pengaruh variabel-variabel independen tersebut terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. (2) Dalam penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel bebas (independen) yang terkait dengan pengungkapan CSR, seperti kepemilikan saham asing, pertumbuhan perusahaan (*growth company*), praktek *good corporate governance* (GCG) dan beberapa faktor lain. Mengingat hasil dari penelitian ini menunjukkan 84,4% dari nilai variabel dependen dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini. (3) Dalam penelitian selanjutnya disarankan juga dapat menambah atau mengganti objek penelitian selain perusahaan manufaktur. Sehingga pengungkapan tanggung jawab sosial dapat digunakan tidak hanya pada industri sektor manufaktur saja.

DAFTAR PUSTAKA

Anggraini, 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 9*. Padang.

- 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.
- Deegan, C. 2002. Introduction the Legitimising Effect of Social and Environmental Disclosure a Theoretical Foundation. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. Vol. 15 No. 3 pp. 282-311.
- Diba, F. 2012. Pengaruh Karakteristik Perusahaan dan Regulasi Pemerintah Terhadap Pengungkapan Laporan Corporate Social Responsibility (CSR) pada Laporan Tahunan di Indonesia. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi, Universitas Hasanuddin, Makassar.
- Ghozali, I. dan A. Chariri. 2007. *Teori Akuntansi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, N. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hasibuan, M. R. 2001. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap pengungkapan Sosial (Social Disclosure) Dalam Laporan Tahunan Emiten di BEJ dan BES. *Tesis S2 Magister Akuntansi Undip*. Semarang.
- Heckston, D. dan M. J. Milne. 1996. Some Determinants of Social and Environmental Disclosures in New Zealand Companies. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. Vol. 9, No. 1, pp. 77-108.
- Hendra S. R. 2009. *Manajemen Keuangan dan Akuntansi untuk Eksekutif Perusahaan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Indrawati, N. 2009. Pengungkapan Corporate Social Responsibility dalam Annual Report serta Pengaruh Political Visibility dan Economic Performance. *Pekbis Jurnal*, 1(1): 1-11. Universitas Riau.
- Ismail, S. 2009, *Corporate Social Responsibility: from Charity to Sustainability*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat,
- Jensen, M. C. dan W. H. Meckling. 1976. Theory of The Firm: Managerial Behavior, Agency Costs, and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics* 3. Hal 305-360.
- Lucyanda, J dan L. G. P. Siagian. 2012. The Influence of Company Characteristics Toward Corporate Social Responsibility Disclosure. *The 2012 International Conference on Business and Management*.
- Maignan, I. dan O. C. Farrel. 2004. Corporate Social Responsibility and Marketing : An Integrative Framework. *Journal of the Academy of Marketing Science*. Vol. 32 No. 1 pp 3-19.
- Moir, L. 2001, What Do We Mean By Corporate Social Responsibility, the Measurement of Corporate Social Behavior, *Journal of Corporate Governance* 1-2, 2001.
- Marwata. 2001. The Relation of Company Characteristics and The Quality of Voluntary Disclosure in Annual Report of Public Registered Company In Indonesia. *Symposium Nasional Akuntansi IV*. Purwokerto.
- Mulyadi. 2002. *Auditing: Jilid 1 Edisi Enam*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nasir, N.A dan S. N. Abdullah. 2004. Voluntary Disclosure and Corporate Governance Among Financial Distressed Firms in Malaysia. *Financial Reporting, Regulation and Governance*. Vol. 3 No.1. pp 43-76.
- Rustiarini, N. W. 2008. Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham pada Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Skripsi*. Universitas Mahasaraswati Denpasar. Bali.
- Roberts, R.W. 1992. Determinants Of Corporate Social Responsibility Disclosure: An Application Of Stakeholder Theory. *Accounting, Organisations and Society*. Vol. 17 No. 6. pp. 595-612.

- Rosmasita, H. 2007. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Sosial (Social Disclosure) Dalam Laporan Keuangan Tahunan Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Jakarta. *Skripsi*. Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta.
- Said, R., Y. Zainuddin dan H. Haron. 2009. The Relationship between Corporate Social Responsibility and Corporate Governance Characteristics in Malaysian Public Listed Companies. *Social Responsibility Journal* 5(2): 212-226.
- Sari, R. A. 2012. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Nominal* 1 (1). 14-27.
- Scott, W. R. 2000. *Financial Accounting Theory*. 2nd edition. Prentice Hall Canada Inc. Canada.
- Sekaran, U. 2003. *Research Methods for Business A Skill Building Approach*, John Wiley & Sons, Inc. United State of America.
- Sembiring. 2005. Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial : Study Empiris pada Perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Jakarta. *Simposium Nasional Akuntansi* 8. Solo.
- Sudana, I. M. 2011. Corporate Governance dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Go Public Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan* 4(1): 41-57.
- Sudarmadji, A. dan L. Sularto. 2007. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan Tipe Kepemilikan Perusahaan Terhadap Luas *Voluntary Disclosure* Laporan Keuangan Tahunan *Proceeding. PESAT*. Vol.2 : 53-61.
- Sujono dan Soebiantoro. 2007. Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham, Leverage, Faktor Intern dan Faktor Ekstern Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ekonomi Manajemen*. Fakultas Ekonomi. Universitas Petra. Surabaya.
- Sumedi, A.M. 2010. Pengaruh Karakteristik Perusahaan dan Regulasi Pemerintah Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Laporan Tahunan Perusahaan Di Indonesia. *Skripsi*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Sitepu, A. C. dan Hasan. 2009. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial Dalam Laporan Tahunan Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta. *Skripsi Akuntansi*. Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta.
- Untung, H. B. 2008. *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Utomo, M. 2000. Praktek Pengungkapan Sosial Pada Laporan Tahunan Perusahaan di Indonesia (Studi Perbandingan Antara Perusahaan High Profile dan Low Profile). *Simposium Nasional Akuntansi IV*. Pontianak.
- Wien, I. P. 2010. Pengaruh Kepemilikan Manajemen, Kepemilikan Institusional, dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan, *Skripsi*. Fakultas Ekonomi. Universitas Diponegoro. Semarang.