

PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN TERHADAP LUAS PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR

Septiani Irawati

septiani.irawati1994@gmail.com

Maswar Patuh Priyadi

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

The purpose of this research is to test the influence of company's characteristic to the extensive disclosure of corporate social responsibility. The population of this research is manufacturing companies which are listed in Indonesia Stock Exchange in 2010-2014. The sample collection technique has been done by using purposive sampling which is done by selecting sample based on certain criteria which is desired by the researcher. The samples are 37 companies with five years observation period so 185 observation objects have been selected. The data is the secondary data in the form of annual report of the company which has been obtained from Indonesia Stock Exchange (IDX). The data analysis technique has been done by using multiple linear regressions and its significance level is 5%. The results of this research show that firm size, foreign stock ownership have influence to the extensive disclosure of corporate social responsibility. Meanwhile industry type, profitability, public stock ownership, size of board of commissioner does not have any influence to the extensive disclosure of corporate social responsibility.

Keywords: Industry Type, profitability, public stock ownership, foreign stock ownership, board of commissioner size

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh karakteristik perusahaan terhadap luas pengungkapan *corporate social responsibility*. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2010-2014. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, yaitu memilih sampel berdasarkan kriteria-kriteria tertentu sesuai dengan yang dikehendaki oleh peneliti. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 37 perusahaan dengan pengamatan selama lima tahun sehingga terpilih sebanyak 185 objek pengamatan. Data yang digunakan adalah data sekunder berupa laporan tahunan perusahaan yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia (BEI). Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan tingkat signifikansi sebesar 5%. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, kepemilikan saham asing berpengaruh terhadap luas pengungkapan *corporate social responsibility*. Sedangkan tipe industri, profitabilitas, kepemilikan saham publik dan ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap luas pengungkapan *corporate social responsibility*.

Kata kunci: Tipe Industri, Profitabilitas, Kepemilikan Saham Publik, Kepemilikan Saham Asing, Ukuran Dewan Komisaris.

PENDAHULUAN

Munculnya isu pemanasan global, penipisan lapisan ozon, kerusakan hutan, kerusakan lokasi di sekitar areal pertambangan, pencemaran air akibat limbah beracun, pencemaran udara, pencemaran air laut akibat tumpahan minyak dari kapal tangki pengangkut minyak yang bocor, dan sebagainya merupakan akibat negatif dari munculnya aktivitas bisnis yang hanya berorientasi pada keuntungan semata tanpa memperhatikan dampak negatif yang merugikan masyarakat di bumi ini (Agoes dan Ardana, 2011:89). Kepedulian pada lingkungan sekitar secara lebih luas dapat diistilahkan sebagai *corporate social responsibility* (Fahmi, 2013:80).

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh suatu perusahaan dimana CSR itu merupakan wujud tanggung jawab dan

kepedulian perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat (Hastuti, 2014:1). Di Indonesia, kesadaran mengenai *corporate social responsibility* ini terlihat dari semakin banyaknya perusahaan yang mengungkapkan *corporate social responsibility* dalam laporan tahunannya. Dampak yang diakibatkan oleh kegiatan operasional suatu perusahaan yang paling mudah dilihat adalah kerusakan lingkungan. Praktik pengungkapan *corporate social responsibility* telah banyak diterapkan oleh perusahaan publik di Indonesia. Walaupun secara umum praktik *corporate social responsibility* lebih banyak dilakukan oleh perusahaan manufaktur. Oleh karena itu perusahaan mengharapkan respon yang baik dari lingkungan masyarakat dan sekitarnya. Dalam hal ini CSR tidak hanya merupakan kegiatan kreatif perusahaan dan tidak terbatas hanya pada pemenuhan aturan hukum semata. CSR tidak memberikan hasil pelaporan keuangan dalam jangka pendek. Namun CSR akan memberikan dampak, baik langsung maupun tidak langsung pada keuangan perusahaan di masa yang akan datang. Investor juga ingin investasinya dan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaannya memiliki citra yang baik di mata masyarakat. Dengan demikian, apabila perusahaan melakukan program-program CSR secara berkelanjutan, maka perusahaan akan dapat berjalan dengan baik (Siregar, 2007:286).

Pelaksanaan *corporate social responsibility* di Indonesia pada tahun 2007, pemerintah telah mengesahkan Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (PT), dalam pasal 74 (1) Undang-Undang tersebut menyatakan bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan. Pengaturan tentang *corporate social responsibility* juga tercantum di dalam Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal pasal 15 huruf b menyatakan bahwa setiap penanaman modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan. Dan dalam pasal 16 huruf d menyatakan bahwa Setiap penanam modal bertanggung jawab menjaga kelestarian lingkungan.

Indraswari dan Astika (2015:291) menyatakan bahwa perusahaan *high profile* lebih mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan dibandingkan perusahaan *low profile*. Indraswari dan Astika (2015:291) menyatakan bahwa ukuran perusahaan juga mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Semakin besar perusahaan, semakin luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dibandingkan dengan perusahaan kecil. Profitabilitas menurut Wardani (dalam Samsiyah, 2014:6) dimana 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. Hadi dan Sabeni (dalam Putra, 2011:27) menyatakan bahwa faktor kepemilikan saham publik juga dapat mempengaruhi luas pengungkapan *corporate social responsibility*. Dengan kepemilikan saham publik maka perusahaan harus menyajikan laporan tahunan perusahaan kepada publik untuk menjaga kepercayaan investor terhadap perusahaan.

Nugraha (2013:5) menyatakan bahwa kepemilikan saham oleh pihak asing merupakan faktor yang mendorong pengungkapan *corporate social responsibility* oleh perusahaan. Hal ini disebabkan adanya investor asing khususnya dari negara-negara Eropa dan Amerika sangat memperhatikan kondisi lingkungan dan sosial perusahaan, mereka beranggapan bahwa perusahaan juga memiliki tanggung jawab terhadap kondisi lingkungan dan sosial sekitar. Dengan adanya kepemilikan saham oleh pihak asing akan mendorong pengungkapan laporan tanggung jawab sosial oleh perusahaan. Fahrizqi (2010:7) menyatakan bahwa faktor lain yang dapat mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* adalah dewan komisaris. Dewan komisaris dapat memberikan pengaruh yang cukup kuat untuk menekan manajemen perusahaan untuk mengungkapkan *corporate social responsibility* pada laporan tahunan perusahaan, sehingga perusahaan yang memiliki ukuran dewan komisaris yang

lebih besar akan lebih banyak mengungkapkan informasi mengenai *corporate social responsibility*.

Penelitian terdahulu yang meneliti tentang pengungkapan *corporate social responsibility* diantaranya adalah penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005) menemukan hasil penelitian ukuran perusahaan, tipe industri, ukuran dewan komisaris berpengaruh, sedangkan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Purwanto (2011) bahwa terdapat adanya pengaruh tipe industri dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* dan tidak terdapat adanya pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Anggraini (2006) tidak menemukan pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas tetapi menemukan pengaruh tipe industri terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Penelitian yang dilakukan oleh Rustiarini (2011) menemukan pengaruh kepemilikan saham asing terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Sejalan dengan penelitian Fitri (2014) menemukan pengaruh kepemilikan saham asing terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Sebaliknya berbeda dengan penelitian yang dilakukan Machmud dan Djakman (2008) tidak menemukan pengaruh kepemilikan saham asing tetapi menemukan pengaruh ukuran perusahaan terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Sari (2012) menemukan pengaruh tipe industri, ukuran perusahaan, profitabilitas tetapi tidak menemukan pengaruh *leverage*, *growth company* terhadap *corporate social responsibility*. Penelitian yang dilakukan oleh Amalia (2013) menemukan pengaruh ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris tetapi tidak menemukan profitabilitas, tipe industri terhadap *corporate social responsibility*. Penelitian yang dilakukan Indraswari dan Astika (2015) menemukan pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, kepemilikan saham publik terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Penelitian yang dilakukan oleh Lamia et al. (2014) menemukan pengaruh profitabilitas, *leverage*, porsi kepemilikan saham publik tetapi tidak menemukan pengaruh ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Karena hasil penelitian terdahulu yang tidak konsisten, penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian yang dilakukan oleh Purwanto (2011) tentang pengaruh tipe industri, ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap *corporate social responsibility*. Pembeda penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu ialah dengan menambahkan variabel kepemilikan saham publik, kepemilikan saham asing, ukuran dewan komisaris serta periode observasi pada tahun 2010-2014.

Rumusan masalah dalam penelitian ini untuk mengetahui apakah tipe industri, ukuran perusahaan, profitabilitas, kepemilikan saham publik, kepemilikan saham asing, ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap luas pengungkapan *corporate social responsibility*. Penelitian ini mempunyai tujuan untuk menguji, menganalisis, dan membuktikan adanya pengaruh tipe industri, ukuran perusahaan, profitabilitas, kepemilikan saham publik, kepemilikan saham asing, ukuran dewan komisaris terhadap luas pengungkapan *corporate social responsibility*.

TINJAUAN TEORETIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Teori Agensi (*Agency Theory*)

Rustiarini (2011:4) teori keagenan mengemukakan bahwa antara pihak *principal* (pemilik) dan *agent* (manajer) memiliki kepentingan yang berbeda sehingga memunculkan konflik yang dinamakan konflik keagenan (*agency conflict*). Jensen and Meckling (dalam Febrina dan Suaryana, 2011:5) teori keagenan (*agency theory*) mengungkapkan adanya hubungan antara *principal* (pemilik perusahaan atau pihak yang memberikan mandat) dan *agent* (manajer perusahaan atau pihak yang menerima mandat) yang dilandasi dari adanya pemisahan kepemilikan dan pengendalian perusahaan, pemisahan penanggung resiko,

pembuatan keputusan dan pengendalian fungsi-fungsi. Adanya pemisahan antara fungsi kepemilikan (*ownership*) dan fungsi pengendalian (*control*) dalam hubungan keagenan sering menimbulkan masalah-masalah keagenan (*agency problems*). Masalah-masalah keagenan tersebut timbul karena adanya konflik atau perbedaan kepentingan antara *principal* dan *agent*. Teori keagenan (*agency theory*) berusaha menjelaskan tentang penentuan kontrak yang paling efisien yang bisa membatasi konflik atau masalah keagenan (Febrina dan Suaryana, 2011:5).

Febrina dan Suaryana (2011:5) teori keagenan menyatakan bahwa perusahaan yang menghadapi biaya kontrak dan biaya pengawasan yang rendah cenderung akan melaporkan laba lebih rendah atau dengan kata lain akan mengeluarkan biaya-biaya untuk kepentingan manajemen (salah satunya biaya yang dapat meningkatkan reputasi perusahaan di mata masyarakat yaitu biaya-biaya yang terkait dengan tanggung jawab sosial perusahaan). Selanjutnya sebagai wujud pertanggungjawaban, manager sebagai agen akan berusaha memenuhi seluruh keinginan pihak prinsipal, dalam hal ini adalah pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan. Pengungkapan informasi CSR diharapkan dapat memberikan informasi tambahan kepada investor, sehingga dalam pengambilan keputusan investor tidak mendasarkan pada informasi laba saja (Rindawati, 2015:16).

Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Ghozali dan Chariri (dalam Purwanto, 2011:15) teori legitimasi sangat bermanfaat dalam menganalisis perilaku organisasi. Karena legitimasi adalah hal yang penting bagi organisasi, batasan-batasan yang ditekankan oleh norma-norma dan nilai-nilai sosial, dan reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya analisis perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan. O'Donovan (dalam Hadi, 2011:87) berpendapat bahwa legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Dengan demikian, legitimasi merupakan manfaat atau sumberdaya potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup (*going concern*).

Teori Stakeholder (*Stakeholder Theory*)

Stakeholder adalah semua pihak baik internal maupun eksternal yang memiliki hubungan baik bersifat mempengaruhi maupun dipengaruhi, bersifat langsung maupun tidak langsung oleh perusahaan (Hadi, 2011:93). *Stakeholder* merupakan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan yang meliputi karyawan, konsumen, pemasok, masyarakat, pemerintah selaku regulator, pemegang saham, kreditur, pesaing, dan lain-lain (Purwanto, 2011:14). Ghozali dan Chariri (dalam Purwanto, 2011:14) menyatakan bahwa teori *stakeholder* merupakan teori yang menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri, namun harus dapat memberikan manfaat kepada seluruh *stakeholder*. Ghozali dan Chariri (Rustiarini, 2011:4) *stakeholder theory* menyatakan bahwa kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada dukungan *stakeholder* yang mempengaruhi atau dapat dipengaruhi oleh aktivitas perusahaan.

Pengertian *Corporate Social Responsibility*

Untung (2008:1) mengemukakan bahwa *corporate social responsibility* merupakan komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial dan lingkungan. Menurut A.B. Susanto (dalam Agoes dan Ardana, 2011:90) mendefinisikan *corporate social responsibility* sebagai tanggung jawab perusahaan baik ke dalam maupun luar perusahaan. Tanggung jawab ke dalam diarahkan kepada pemegang saham dan karyawan dalam wujud profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan, sedangkan tanggung jawab ke

luar dikaitkan dengan peran perusahaan sebagai pembayar pajak dan penyedia lapangan kerja, meningkatkan kesejahteraan dan kompetensi masyarakat, serta memelihara lingkungan bagi generasi mendatang. *The World Business Council for Sustainable Development* (dalam Agoes dan Ardana, 2011:89) berpendapat bahwa komitmen bisnis untuk secara terus menerus berperilaku etis dan berkontribusi dalam pembangunan ekonomi serta meningkatkan kualitas karyawan dan keluarganya, masyarakat lokal, serta masyarakat luas pada umumnya.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Praktik *corporate social responsibility* di Indonesia telah diubah dari yang semula bersifat sukarela (*voluntary*) menjadi suatu praktik tanggung jawab yang wajib (*mandatory*) dilaksanakan oleh perusahaan (Purwanto, 2011:13). Peraturan mengenai perlunya pengungkapan oleh perusahaan juga diberikan oleh Bapepam. Bapepam selaku lembaga yang mengatur dan mengawasi pelaksanaan pasar modal dan lembaga keuangan di Indonesia telah mengeluarkan beberapa aturan mengenai pengungkapan (*disclosure*) yang harus dilakukan oleh perusahaan-perusahaan yang *go public*. Peraturan tersebut, yaitu dalam Peraturan Bapepam No. VIII G.2 mengenai *annual report*, dimaksudkan untuk melindungi para pemilik modal dari adanya asimetri informasi (Purwanto, 2011:18).

Sari (2012:128) menyatakan bahwa pengungkapan adalah pengeluaran informasi yang ditujukan bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Tujuan dari pengungkapan *corporate social responsibility* agar perusahaan dapat menyampaikan tanggung jawab sosial yang telah dilaksanakan oleh perusahaan dalam periode tertentu. Penerapan *corporate social responsibility* dapat ditunjukkan perusahaan melalui laporan tahunan (*annual report*) yang berisikan laporan *corporate social responsibility* selama kurun waktu satu tahun berjalan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk menunjukkan tanggung jawab sosial sebagai salah satu perwujudan etika dalam membangun kinerja jangka panjang. Upaya CSR dimaksudkan untuk mendorong dunia usaha agar lebih etis dalam menjalankan kegiatan perusahaannya agar tidak memiliki pengaruh dan dampak buruk pada masyarakat dan lingkungan (Harahap, 2010:182). Pada dasarnya pengungkapan *corporate social responsibility* bertujuan untuk memperlihatkan kepada masyarakat aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan dan pengaruhnya terhadap masyarakat (Rawi, 2008:13).

Tipe Industri

Menurut Zuhroh dan Sukmawati (2003:1317) mengemukakan bahwa perusahaan-perusahaan *high-profile*, pada umumnya merupakan perusahaan yang memperoleh sorotan dari masyarakat karena aktivitas operasinya memiliki potensi untuk bersinggungan dengan kepentingan luas. Masyarakat umumnya lebih sensitif terhadap tipe industri ini karena kelalaian perusahaan dalam pengamanan proses produksi dan hasil produksi dapat membawa akibat yang fatal bagi masyarakat. Perusahaan *high-profile* juga lebih sensitif terhadap keinginan konsumen atau pihak lain yang berkepentingan terhadap produknya. Adapun perusahaan yang tergolong dalam perusahaan *high-profile* pada umumnya mempunyai sifat memiliki jumlah tenaga kerja yang besar, dalam proses produksinya mengeluarkan residu, seperti limbah cair dan pulusi udara. Sedangkan 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. Bila dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan *high profile*, perusahaan yang berkategori dalam industri *low profile* lebih ditoleransi oleh masyarakat luas manakala melakukan kesalahan.

Ukuran Perusahaan

Sari (2012:128) mengungkapkan bahwa ukuran perusahaan merupakan skala yang digunakan dalam menentukan besar kecilnya suatu perusahaan. Secara umum, perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil (Amalia, 2013:37). Cowen et al. (dalam Amalia, 2013:38) perusahaan yang lebih besar dengan aktivitas operasi dan pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat akan memiliki pemegang saham yang mungkin memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan dan laporan tahunan akan digunakan untuk menyebarkan informasi tentang *corporate social responsibility* tersebut.

Profitabilitas

Profitabilitas merupakan rasio mengukur kemampuan entitas dalam menghasilkan laba pada tingkat penjualan, ekuitas dan aset (Septiana, 2014:19). Hackston dan Milne (dalam Anggraini, 2006:10) profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham. Sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan dan untuk memperoleh keuntungan tersebut pengelola perusahaan harus mampu bekerja secara efisien serta kinerja perusahaan harus senantiasa ditingkatkan (Anshori, 2014:43).

Kepemilikan Saham Publik

Puspitasari (dalam Putra, 2011:32) menyatakan bahwa kepemilikan saham publik (*public shareholding*) adalah proporsi kepemilikan saham yang dimiliki oleh publik/masyarakat terhadap saham perusahaan di Indonesia. Putra (2011:32) pertimbangan ini dilakukan karena dapat menjadikan luas pengungkapan laporan keuangan tidak banyak berpengaruh terhadap keputusan manajemen. Informasi keuangan yang disampaikan manajemen, oleh para investor digunakan untuk menganalisis kinerja manajemen dan kondisi perusahaan di masa yang akan datang guna mengurangi risiko investasi. Agar publik mau melakukan investasi pada perusahaan dan percaya terhadap rendahnya risiko investasi, maka perusahaan harus menampilkan keunggulan dan eksistensi perusahaan terhadap publik.

Kepemilikan Saham Asing

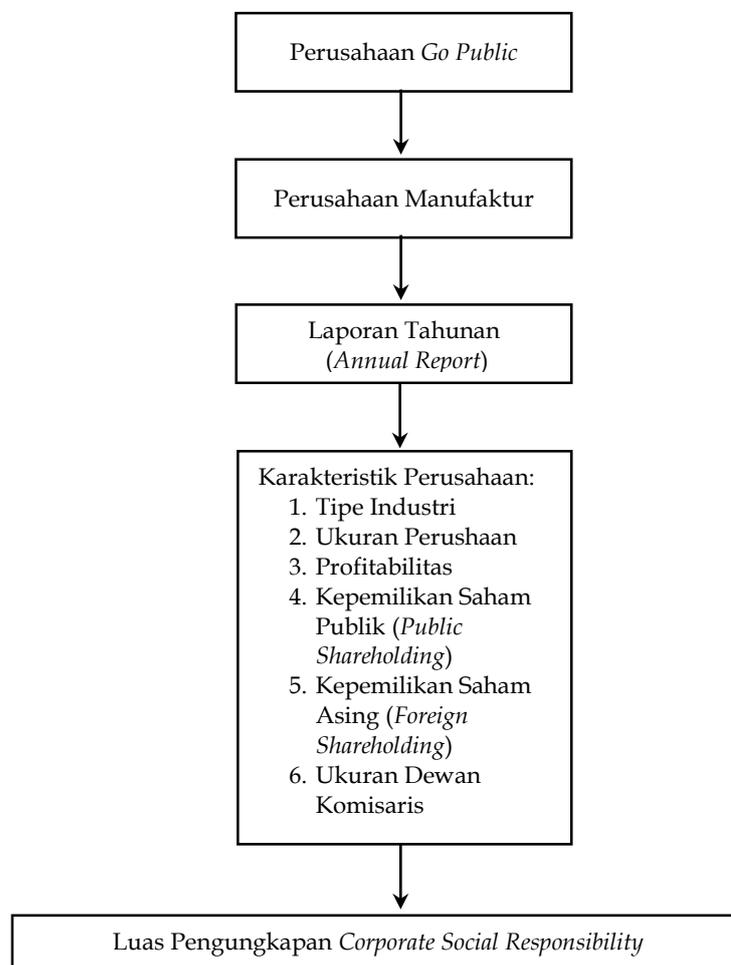
Rustiarini (2011:9) mengemukakan bahwa kepemilikan asing adalah jumlah saham yang dimiliki oleh pihak asing (luar negeri) baik oleh individu maupun lembaga terhadap saham perusahaan di Indonesia. Kepemilikan asing dalam perusahaan merupakan pihak yang dianggap *concern* terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan (Machmud dan Djakman, 2008:1).

Ukuran Dewan Komisaris

Berkaitan dengan ukuran dewan komisaris, Coller dan Gregory (dalam Sembiring, 2005:382) menyatakan bahwa semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka akan semakin mudah untuk mengendalikan CEO dan monitoring yang dilakukan akan semakin efektif. Dewan komisaris merupakan sistem pengendalian intern tertinggi yang bertanggung jawab untuk memonitor tindakan yang dilakukan manajemen puncak. Dalam Undang-Undang No. 40 tahun 2007, Pasal 1 (6) menyatakan bahwa dewan Komisaris adalah Organ Perseroan yang bertugas melakukan pengawasan secara umum dan/atau khusus sesuai dengan anggaran dasar serta memberi nasihat kepada Direksi. Anggaran dasar berfungsi juga sebagai dasar pengambilan sumber peraturan/hukum dalam organisasi dan hanya mengemukakan pokok-pokok mekanisme organisasi. Dalam Undang-Undang No. 40 tahun 2007, Pasal 108 (1) menyatakan bahwa dewan Komisaris melakukan pengawasan atas

kebijakan pengurusan, jalannya pengurusan pada umumnya, baik mengenai Perseroan maupun usaha Perseroan, dan memberi nasihat kepada Direksi.

Rerangka Pemikiran



Gambar 1
Rerangka Pemikiran

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Tipe Industri Terhadap Luas Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Tipe industri mendeskripsikan perusahaan berdasarkan lingkup operasi, risiko perusahaan serta kemampuan dalam menghadapi tantangan bisnis (Hastuti, 2014:21). Anggraini (2006:9) menyatakan bahwa perusahaan yang termasuk dalam industri yang *high-profile* akan memberikan informasi sosial lebih banyak dibandingkan perusahaan yang *low-profile*. Zuhroh dan Sukmawati (dalam Purwanto, 2011:20) menyatakan bahwa selain itu, perusahaan yang termasuk kategori *high profile* umumnya merupakan perusahaan yang memperoleh sorotan dari masyarakat karena aktivitas operasi perusahaan memiliki potensi dan kemungkinan berhubungan dengan kepentingan masyarakat luas. Adapun perusahaan yang tergolong dalam industri *high profile* pada umumnya memiliki karakteristik seperti memiliki jumlah tenaga kerja yang besar dan dalam proses produksinya mengeluarkan residu, seperti limbah dan polusi. Berdasarkan uraian diatas, maka dirumuskan hipotesis alternatif sebagai berikut:

H_1 : Tipe industri berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan *corporate social responsibility*.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Menurut Sembiring (2005:385) secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan, dan perusahaan yang lebih besar dengan aktivitas operasi dan pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat mungkin akan memiliki pemegang saham yang memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan sehingga pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan akan semakin luas. Ukuran perusahaan (*size*) merupakan skala yang digunakan dalam menentukan besar kecilnya suatu perusahaan (Sari, 2012:128). Indraswari dan Astika (2015:291) ukuran perusahaan juga mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Semakin besar perusahaan, semakin luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dibandingkan dengan perusahaan kecil. Semakin besar aset yang dimiliki perusahaan maka perusahaan tidak lepas dari tuntutan untuk memiliki kinerja yang baik. Salah satu cara untuk memperlihatkan kinerja yang baik, perusahaan harus lebih memperhatikan keadaan lingkungan sosial, yaitu dengan melakukan pengungkapan *corporate social responsibility* yang lebih luas. Berdasarkan uraian diatas, maka dirumuskan hipotesis alternatif sebagai berikut:

H₂ : Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan *corporate social responsibility*.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Luas Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Profitabilitas menunjukkan seberapa besar kinerja keuangan perusahaan dalam menghasilkan atau memperoleh keuntungan (Purwanto, 2011:21). Lamia et al. (2014:4) profitabilitas merupakan alat yang digunakan untuk menganalisis kinerja manajemen, tingkat profitabilitas akan menggambarkan posisi laba perusahaan. Para investor di pasar modal sangat memperhatikan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan dan meningkatkan laba, hal ini merupakan daya tarik bagi investor dalam melakukan jual beli saham, oleh karena itu manajemen harus mampu memenuhi target yang telah ditetapkan. Berdasarkan uraian diatas, maka dirumuskan hipotesis alternatif sebagai berikut:

H₃ : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan *corporate social responsibility*.

Pengaruh Kepemilikan Saham Publik (*Public Shareholding*) Terhadap Luas Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Putra (2011:45) menyatakan bahwa semua perusahaan yang *go public* dan telah terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia adalah perusahaan-perusahaan yang memiliki proporsi kepemilikan saham oleh publik, yang artinya bahwa semua aktivitas dan keadaan perusahaan harus dilaporkan dan diketahui oleh publik sebagai salah satu bagian pemegang saham. Semakin besar komposisi saham perusahaan yang dimiliki publik, maka dapat memicu melakukan pengungkapan secara luas termasuk pengungkapan *corporate social responsibility*. Berdasarkan uraian diatas, maka dirumuskan hipotesis alternatif sebagai berikut:

H₄ : Kepemilikan saham publik (*Public Shareholding*) berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan *corporate social responsibility*.

Pengaruh Kepemilikan Saham Asing (*Foreign Shareholding*) Terhadap Luas Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Fauzi (dalam Machmud dan Djakman, 2008:2) menyatakan bahwa kepemilikan saham asing merupakan jumlah saham yang dimiliki oleh pihak asing (luar negeri) baik oleh individu maupun lembaga terhadap saham perusahaan di Indonesia. Seperti diketahui, negara-negara di Eropa sangat memperhatikan isu sosial misalnya hak asasi manusia,

pendidikan, tenaga kerja, dan lingkungan seperti efek rumah kaca, pembalakan liar, serta pencemaran air. Dengan adanya kepemilikan saham asing akan memperlus pengungkapan *corporate social responsibility*. Berdasarkan uraian diatas, maka dirumuskan hipotesis alternatif sebagai berikut:

H₅ : Kepemilikan saham asing (*Foreign Shareholding*) berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan *corporate social responsibility*.

Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Luas Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Fama dan Jensen (dalam Wakid et al., 2013:10) dewan komisaris merupakan mekanisme pengendalian intern tertinggi yang bertanggungjawab untuk memonitor tindakan manajemen puncak. Sembiring (2005:382) menyatakan bahwa semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka semakin mudah untuk mengendalikan CEO dan pengawasan yang dilakukan akan semakin efektif. Berdasarkan uraian diatas, maka dirumuskan hipotesis alternatif sebagai berikut:

H₆ : Ukuran Dewan Komisaris berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan *corporate social responsibility*.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia selama periode 2010-2014. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, yaitu pemilihan sampel secara tidak acak berdasarkan pertimbangan tertentu yang disesuaikan dengan tujuan atau masalah penelitian. Kriteria dalam pengambilan sampel berdasarkan teknik *purposive sampling*, antara lain: (1) Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2010-2014, (2) Perusahaan manufaktur yang mempublikasikan laporan tahunan untuk periode 31 Desember 2010-2014 secara berturut-turut, (3) Perusahaan manufaktur yang menyediakan informasi mengenai pelaksanaan *corporate social responsibility*, dan menyediakan informasi mengenai proporsi kepemilikan saham asing, (4) Perusahaan manufaktur yang menyajikan laporan keuangan dalam bentuk mata uang Rupiah secara berturut-turut selama tahun 2010-2014.

Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Variabel Dependen

Variabel dependen (terikat) dalam penelitian ini yaitu tingkat pengungkapan *corporate social responsibility* pada laporan tahunan (*annual report*). Selanjutnya *checklist* dilakukan dengan melihat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang dipaparkan dalam laporan tahunan dan disesuaikan dengan tujuh kategori yaitu: lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat, dan umum. Pengukuran pengungkapan *corporate social responsibility* tersebut dilakukan dengan cara mengamati ada atau tidak suatu item informasi yang ditentukan dalam laporan tahunan, jika item informasi tidak ada dalam laporan tahunan maka diberi skor 0, dan jika item informasi yang ditentukan ada dalam laporan tahunan maka diberi skor 1. Rustiarini (2011:20) mengacu item-item pengungkapan CSR pada penelitian Sembiring (2005) yang menyatakan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* sejumlah 78 item yang disesuaikan untuk diterapkan dengan kondisi di Indonesia. Zanirah (2015:7) menyatakan untuk menghitung luas pengungkapan *corporate social responsibility* menggunakan pengukuran dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

$CSDI_j$: *Corporate Social Disclosure Index* Perusahaan J.

X_{ij} : *dummy variable* (1=jika item i diungkapkan; 0=jika item i tidak diungkapkan).

n_j : jumlah item pengungkapan untuk perusahaan j ($n_j=78$).

Variabel Independen

1. Tipe Industri

Tipe industri diukur dengan menggunakan variabel dummy, yaitu pemberian skor 0 untuk perusahaan yang termasuk dalam perusahaan *low-profile*, dan skor 1 untuk perusahaan yang termasuk dalam perusahaan *high-profile*. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Anggraini (2006:12) perusahaan yang bergerak dalam bidang pertambangan, kimia, otomotif, makanan dan minuman, barang konsumsi, konstruksi, perikanan, pertanian, kehutanan, kertas, farmasi dan plastik merupakan perusahaan *high-profile*. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Sari (2012:131) perusahaan manufaktur yang termasuk dalam kategori *high-profile* adalah perusahaan yang bergerak di bidang bahan kimia, plastik, kertas, otomotif, makanan dan minuman, rokok, farmasi, kosmetika dan perkakas/perabotan. Sedangkan perusahaan manufaktur yang termasuk dalam kategori *low-profile* adalah perusahaan yang bergerak di bidang kayu, tekstil, pakan hewan, keramik, mesin dan alat berat, logam, semen, alas kaki, kabel dan elektronik.

2. Ukuran Perusahaan

Definisi dari *size* perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan, dapat dinyatakan dalam total aktiva yang dimiliki oleh perusahaan meliputi aktiva tetap, aktiva tidak berwujud dan aktiva lain-lain (Mukti, 2015:35). Ukuran perusahaan diukur dari total aset yang dimiliki perusahaan yang diperoleh dari laporan tahunan perusahaan untuk periode tahun 2010-2014. Ukuran perusahaan yang diukur dengan total aset akan ditransformasikan dalam logaritma untuk menyamakan dengan variabel tipe industri, profitabilitas, kepemilikan saham publik (*public shareholding*), kepemilikan saham asing (*foreign shareholding*), dan ukuran dewan komisaris. Karena total aset perusahaan nilainya relatif besar dibandingkan variabel lain yang telah disebutkan diatas dalam penelitian ini. Sari (2012:132) menggunakan pengukuran dengan rumus sebagai berikut:

$SIZE = \log \text{ natural (total aset)}$.

3. Profitabilitas

Profitabilitas mengukur seberapa besar aktivitas perusahaan dalam menghasilkan laba bersih. Profitabilitas bertujuan untuk mengukur efisiensi aktivitas perusahaan dan kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan dan untuk memperoleh keuntungan tersebut pengelola perusahaan harus mampu bekerja secara efisien serta kinerja perusahaan harus senantiasa ditingkatkan (Anshori, 2014:43). Penelitian yang telah dilakukan oleh Sari (2012:132) rasio profitabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Return on Asset (ROA)*. *Return on Asset (ROA)* merupakan rasio antara laba bersih terhadap total aset. Sari (2012:132) menggunakan pengukuran dengan rumus sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}}$$

4. Kepemilikan Saham Publik

Putra (2011:51) menyatakan bahwa kepemilikan saham publik adalah jumlah lembar saham yang dimiliki oleh masyarakat terhadap saham perusahaan di Indonesia. Kepemilikan saham publik tersebut dapat dilihat dalam laporan tahunan perusahaan.

Besarnya saham publik/masyarakat diukur melalui rasio dari jumlah kepemilikan lembar saham yang dimiliki publik terhadap total saham perusahaan di Indonesia. Puspitasari (dalam Putra, 2011:51) menyatakan metode pengukuran diatas menggunakan rumus sebagai berikut:

$$PS = \frac{\text{Jumlah Kepemilikan Lembar Saham Publik}}{\text{Total Lembar Saham Perusahaan}} \times 100\%$$

5. Kepemilikan Saham Asing

Nugraha (2013:49) menyatakan bahwa kepemilikan saham asing merupakan jumlah saham yang dimiliki oleh investor di luar negeri baik individu maupun lembaga terhadap saham yang ada pada perusahaan di Indonesia. Kepemilikan saham asing tersebut dapat dilihat dalam laporan tahunan perusahaan. Besarnya saham pihak/entitas asing diukur melalui rasio dari jumlah kepemilikan lembar saham asing terhadap total lembar saham yang dimiliki oleh perusahaan. Amran dan Devi (dalam Putra, 2011:50) menyatakan metode pengukuran diatas menggunakan rumus sebagai berikut:

$$FS = \frac{\text{Jumlah Kepemilikan Lembar Saham Asing}}{\text{Total Lembar Saham Perusahaan}} \times 100 \%$$

6. Ukuran Dewan Komisaris

Ukuran dewan komisaris (UDK) merupakan banyaknya jumlah anggota dewan komisaris dalam suatu perusahaan. Variabel ukuran dewan komisaris sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005) yaitu dilihat banyaknya jumlah anggota dewan komisaris perusahaan. Sembiring (2005:383) menggunakan pengukuran dengan rumus sebagai berikut:

$$UDK = \sum \text{Dewan Komisaris Perusahaan}$$

Analisis Regresi Linear Berganda

Pengujian terhadap hipotesis dalam penelitian ini dilakukan menggunakan regresi linear berganda. Dalam penelitian ini regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh karakteristik perusahaan yaitu tipe industri (TIPE), ukuran perusahaan (SIZE), profitabilitas (PROFIT), persentase kepemilikan publik (PS), persentase kepemilikan asing (FS), dan ukuran dewan komisaris (UDK) terhadap index pengungkapan *corporate social responsibility* (CSDI). Model regresi yang digunakan untuk menguji hipotesis tersebut adalah sebagai berikut:

$$CSDI = \alpha + \beta_1 TIPE + \beta_2 SIZE + \beta_3 PROFIT + \beta_4 PS + \beta_5 FS + \beta_6 UDK + e$$

Keterangan :

CSDI	: Index Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>
α	: Konstanta
TIPE	: Tipe Industri
SIZE	: Ukuran Perusahaan
PROFIT	: Profitabilitas (ROA)
PS	: Persentase Kepemilikan Publik
FS	: Persentase Kepemilikan Asing
UDK	: Ukuran Dewan Komisaris
e	: Error

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Tabel 1 menunjukkan statistik deskriptif masing-masing variabel penelitian yaitu index pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSDI), tipe industri (TIPE), ukuran perusahaan (SIZE), profitabilitas (PROFIT), kepemilikan saham publik (PS), kepemilikan saham asing (FS) dan ukuran dewan komisaris (UDK).

Tabel 1
Hasil Uji Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSDI	185	,01282	,56410	,2035343	,11604905
TIPE	185	0	1	,57	,497
SIZE	185	89780541701	236029000000000	1071178931423,97	31551230351995,504
PROFIT	185	-,61934	,65720	,0981723	,13005619
PS	185	,00860	,76848	,2851431	,18296851
FS	185	,01105	,99140	,4378770	,23066476
UDK	185	2	11	4,60	1,937
Valid N (listwise)	185				

Sumber: data sekunder diolah, 2015.

Variabel index pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada tabel 1 semakin besar nilai *Corporate Social Responsibility* artinya perusahaan lebih banyak mengungkapkan item-item *Corporate Social Responsibility*. Berdasarkan hasil perhitungan maka diketahui bahwa angka CSDI pada penelitian ini dengan nilai minimum sebesar 0,01282 dan nilai maximum sebesar 0,56410. Rata-rata (*mean*) variabel CSDI adalah 0,2035343 dengan standar deviasi sebesar 0,11604905. CSDI terendah dimiliki oleh PT Multi Bintang Indonesia Tbk tahun 2012, PT Multipolar Tbk tahun 2010. Kemudian CSDI tertinggi dimiliki oleh PT Kalbe Farma Tbk tahun 2012-2013.

Variabel tipe industri pada tabel 1, hubungan antara tipe industri dengan pengungkapan tanggung jawab sosial dapat dikaitkan dengan variasi dampak operasi perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat (Setyono, 2014:23). Berdasarkan hasil perhitungan maka diketahui bahwa angka TIPE pada penelitian ini dengan nilai minimum sebesar 0 dan nilai maximum sebesar 1. Rata-rata (*mean*) variabel TIPE adalah 0,57 dengan standar deviasi sebesar 0,497. Variabel tipe industri yang menggunakan variabel *dummy* pengujiannya dilakukan secara terpisah. Variabel tipe industri dilihat dari dua kategori, perusahaan *low-profile* dan perusahaan *high-profile*. Berikut hasil pengujian statistik deskriptif yang telah disajikan pada tabel 2:

Tabel 2
Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel Dummy

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Perusahaan Low Profile	80	43,2	43,2	43,2
Valid Perusahaan High Profile	105	56,8	56,8	100,0
Total	185	100,0	100,0	

Sumber: data sekunder diolah, 2015.

Perusahaan dengan kategori *low-profile* diberi kode 0, sedangkan perusahaan dengan kategori *high-profile* diberi kode 1. Berdasarkan tabel frekuensi di atas diperoleh bahwa perusahaan dengan kategori *low-profile* sebesar 43,2% (80 perusahaan). Sedangkan perusahaan dengan kategori *high-profile* sebesar 56,8% (105 perusahaan).

Variabel SIZE pada tabel 1, variabel tersebut diukur dengan total aset yang dimiliki perusahaan, kemudian akan ditransformasikan dalam *logaritma natural*. Pada tabel 1 berdasarkan hasil perhitungan maka diketahui bahwa total aset pada penelitian ini dengan nilai minimum sebesar 89.780.541.701 dan nilai maximum sebesar 236.029.000.000.000. Rata-rata (*mean*) variabel SIZE adalah 10.711.789.312.423,97 dengan standar deviasi sebesar 31.551.230.351.995,504. Total aset terendah dimiliki oleh PT Betonjaya Manunggal Tbk tahun 2010. Kemudian total aset yang tertinggi dimiliki oleh PT. Astra International Tbk tahun 2014.

Variabel PROFIT pada tabel 1. Variabel tersebut menggunakan hasil perhitungan *Return on Asset* (ROA) pada tabel 1 maka diketahui bahwa PROFIT pada penelitian ini dengan nilai minimum sebesar -0,61934 dan nilai maximum sebesar 0,65720. Rata-rata (*mean*) variabel PROFIT adalah 0,0981723 dengan standar deviasi sebesar 0,13005619. PROFIT terendah dimiliki oleh PT Kertas Basuki Rahmat Indonesia Tbk tahun 2010. Kemudian PROFIT tertinggi dimiliki oleh PT Multi Bintang Indonesia Tbk tahun 2013.

Variabel PS pada tabel 1. Variabel tersebut menggunakan hasil perhitungan persentase kepemilikan saham publik pada tabel 1 maka diketahui bahwa PS pada penelitian ini dengan nilai minimum sebesar 0,00860 dan nilai maximum sebesar 0,76848. Rata-rata (*mean*) variabel PS adalah 0,2851431 dengan standar deviasi sebesar 0,18296851. PS terendah dimiliki oleh PT Bentoel Internasional Investama Tbk tahun 2010-2014. Kemudian PS tertinggi dimiliki oleh PT Metrodata Electronics Tbk tahun 2010.

Variabel FS pada tabel 1. Variabel tersebut menggunakan hasil perhitungan persentase kepemilikan saham asing pada tabel 1 maka diketahui bahwa FS pada penelitian ini dengan nilai minimum sebesar 0,01105 dan nilai maximum sebesar 0,99140. Rata-rata (*mean*) variabel FS adalah 0,4378770 dengan standar deviasi sebesar 0,23066476. FS terendah dimiliki oleh PT Intanwijaya Internasional Tbk tahun 2012-2014. Kemudian FS tertinggi dimiliki oleh PT Bentoel Internasional Investama Tbk tahun 2010-2014.

Variabel UDK pada tabel 1. Variabel tersebut menggunakan hasil perhitungan persentase kepemilikan saham asing pada tabel 1 maka diketahui bahwa UDK pada penelitian ini dengan nilai minimum sebesar 2 dan nilai maximum sebesar 11. Rata-rata (*mean*) variabel UDK adalah 4,60 dengan standar deviasi sebesar 1,937. UDK terendah dimiliki oleh PT Betonjaya Manunggal Tbk tahun 2010-2014, PT Jaya Pari Steel Tbk tahun 2010-2014. PT Tirta Mahakam Resources Tbk tahun 2010-2014. Kemudian UDK tertinggi dimiliki oleh PT Astra International Tbk tahun 2014.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Dari grafik normal *probability plot*, menunjukkan bahwa data terdistribusi normal. Uji normalitas juga dilakukan dengan menggunakan uji normal *Kolmogrov-Smirnov*. Hasil uji normalitas yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa nilai *Asymp. Sig.* $0,936 > 0,05$ yang menunjukkan bahwa variabel penelitian telah memenuhi asumsi normalitas karena tingkat signifikannya lebih besar dari 0,05.

Uji Multikolinearitas

Dari hasil pengolahan data dengan program SPSS, semua variabel independen (tipe industri, ukuran perusahaan, profitabilitas, kepemilikan saham publik, kepemilikan saham asing, dan ukuran dewan komisaris) yang memiliki nilai *tolerance* $> 0,10$ dan *VIF* < 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa antar variabel independen tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Autokorelasi

Gejala autokorelasi dapat dideteksi dengan menggunakan uji *Durbin-Watson* (DW). Dari uji *Durbin-Watson* (DW) diketahui diperoleh nilai sebesar 0,779 sehingga dapat disimpulkan bahwa data uji *Durbin-Watson* yaitu sebesar 0,779 terletak diantara -2 sampai +2 yang berarti tidak ada autokorelasi di antara keempat variabel independen tersebut.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat pola grafik *scatterplot*. Hasil dari grafik *scatterplot* menunjukkan bahwa titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada

sumbu Y dan tidak membentuk pola tertentu, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini, analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh karakteristik perusahaan yaitu tipe industri, ukuran perusahaan, profitabilitas, kepemilikan saham publik (*public shareholding*), kepemilikan saham asing (*foreign shareholding*), dan ukuran dewan komisaris terhadap index pengungkapan *corporate social responsibility*. Berdasarkan data yang telah dikumpulkan, dengan menggunakan program SPSS versi 20, maka diperoleh hasil olahan seperti tampak pada tabel 3.

Tabel 3
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	-.676	,162			-4,176	,000
TIPE	-.021	,016	-.095		-1,365	,174
1 SIZE	,029	,006	,425		4,522	,000
PROFIT	-.027	,058	-.032		-.466	,642
PS	,031	,047	,052		,667	,506
FS	,110	,035	,226		3,141	,002
UDK	,001	,005	,020		,223	,824

a. Dependent Variable: CSDI

Sumber: data sekunder diolah, 2015.

Berdasarkan tabel 3 diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$\text{CSDI} = -0,676 - 0,021 \text{ TIPE} + 0,029 \text{ SIZE} - 0,027 \text{ PROFIT} + 0,031 \text{ PS} + 0,110 \text{ FS} + 0,001 \text{ UDK} + e$$

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS versi 20, maka koefisien determinasi dapat dianalisis pada tabel 4 berikut ini:

Tabel 4
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,517 ^a	,267	,242	,09771	,779

a. Predictors: (Constant), UDK, PS, PROFIT, TIPE, FS, SIZE

b. Dependent Variable: CSDI

Sumber: data sekunder diolah, 2015.

Berdasarkan hasil penelitian yang terlihat pada tabel 4, menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi (*Adjusted R²*) diperoleh sebesar 0,242 atau 24,2%. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa kemampuan variabel dependen pengungkapan *corporate social responsibility* adalah sebesar 24,2%, dipengaruhi oleh variabel independen tipe industri, ukuran perusahaan, profitabilitas, kepemilikan saham publik (*public shareholding*), kepemilikan saham asing (*foreign shareholding*), dan ukuran dewan komisaris. Sedangkan sisanya sebesar 75,8% dijelaskan oleh variabel lain di luar model regresi tersebut.

Uji Kelayakan Model (Uji F)

Uji kelayakan model digunakan untuk mengidentifikasi model regresi yang diestimasi layak atau tidak. Model regresi dikatakan layak apabila tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05. Hasil uji kelayakan model disajikan pada tabel 5:

Tabel 5
Hasil Uji Kelayakan Model

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
	Regression	,612	6	,102	10,817	,000 ^b
1	Residual	1,679	178	,009		
	Total	2,291	184			

a. Dependent Variable: CSDI

Sumber: data sekunder diolah, 2015.

Berdasarkan tabel 5 diperoleh nilai signifikansi F sebesar $0,000 < 0,05$ yang artinya variabel tipe industri, ukuran perusahaan, profitabilitas, kepemilikan saham publik (*public shareholding*), kepemilikan saham asing (*foreign shareholding*), dan ukuran dewan komisaris secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial (uji t) dalam penelitian ini digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel independen secara sendiri-sendiri (parsial) terhadap variabel dependen. Hasil pengujian parsial (uji t) dari masing-masing variabel tipe industri, ukuran perusahaan, profitabilitas, kepemilikan saham publik (*public shareholding*), kepemilikan saham asing (*foreign shareholding*), dan ukuran dewan komisaris. Berdasarkan hasil analisa uji parsial yang disajikan pada tabel 6 berikut ini:

Tabel 6
Hasil Uji Parsial

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
	(Constant)	-,676	,162		-4,176	,000
	TIPE	-,021	,016	-,095	-1,365	,174
1	SIZE	,029	,006	,425	4,522	,000
	PROFIT	-,027	,058	-,032	-,466	,642
	PS	,031	,047	,052	,667	,506
	FS	,110	,035	,226	3,141	,002
	UDK	,001	,005	,020	,223	,824

a. Dependent Variable: CSDI

Sumber: data sekunder diolah, 2015.

Dari tabel 6 menunjukkan bahwa variabel Tipe Industri (TIPE) mempunyai nilai t sebesar -1,365 dengan tingkat signifikan $0,174 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_1 ditolak dan H_0 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tipe industri tidak berpengaruh signifikan terhadap luas pengungkapan *corporate social responsibility*. Variabel Ukuran Perusahaan (SIZE) mempunyai nilai t sebesar 4,522 dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap luas pengungkapan *corporate social responsibility*. Variabel Profitabilitas (PROFIT) mempunyai nilai t sebesar -0,466 dengan tingkat signifikan $0,642 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_1 ditolak dan H_0 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap luas pengungkapan *corporate social responsibility*. Variabel Kepemilikan Saham Publik (PS) mempunyai nilai t sebesar 0,667 dengan tingkat signifikan $0,506 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_1 ditolak dan H_0 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepemilikan saham publik tidak berpengaruh signifikan terhadap luas pengungkapan *corporate social responsibility*. Variabel Kepemilikan Saham Asing (FS) mempunyai nilai t sebesar 3,141 dengan tingkat signifikan $0,002 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_1 diterima dan H_0

ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepemilikan saham asing berpengaruh signifikan terhadap luas pengungkapan *corporate social responsibility*. Variabel Ukuran Dewan Komisaris (UDK) mempunyai nilai t sebesar 0,223 dengan tingkat signifikan 0,824 > 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa H_1 ditolak dan H_0 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh signifikan terhadap luas pengungkapan *corporate social responsibility*.

Pembahasan

Pengaruh Tipe Industri Terhadap Luas Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel 6 menunjukkan bahwa variabel tipe industri yang membedakan perusahaan dengan kategori *low-profile* dan perusahaan dengan kategori *high-profile* mempunyai nilai t sebesar -1,365 dengan tingkat signifikansi 0,174 > 0,05. Dapat disimpulkan bahwa variabel tipe industri memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap luas pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan kategori *low profile* dengan kondisi ekonomi yang lemah akan mengungkapkan tanggung jawab sosial yang lebih luas dibandingkan dengan perusahaan kategori *high profile*. Perusahaan *low-profile* ingin menunjukkan kepada investor dan masyarakat bahwa kondisi perusahaan yang belum maksimal disebabkan oleh biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk tanggung jawab sosial. Selain itu perusahaan *high-profile* dengan kondisi ekonomi yang baik merasa tidak perlu memberikan informasi terkait dengan tanggung jawab sosial (Hastuti, 2014:64). Dengan mengeluarkan biaya untuk tanggung jawab sosial perusahaan, diharapkan akan memberikan dampak positif untuk kondisi ekonomi perusahaan di masa mendatang. Bagi perusahaan dengan kategori *high profile*, perusahaan merasa tidak perlu melaporkan hal-hal yang dianggap mengganggu informasi tentang kondisi ekonomi yang sudah baik. Perusahaan *high profile* menjadi perusahaan yang sangat disorot oleh masyarakat, karena aktivitas operasionalnya dianggap dapat mempengaruhi masyarakat dan lingkungan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Amalia (2013) menemukan hasil penelitian bahwa tidak adanya pengaruh tipe industri terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Anggraini (2006), Purwanto (2011), Machmud dan Djakman (2008), Sari (2012), dan Sembiring (2005) menemukan hasil yang sebaliknya.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel 6 menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan yang diukur dengan Log natural (Total Aset) mempunyai nilai t sebesar 4,522 dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05. Dapat disimpulkan bahwa variabel ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap luas pengungkapan *corporate social responsibility*. Hubungan signifikan antara variabel ukuran perusahaan dengan pengungkapan *corporate social responsibility* dan arah koefisien yang positif menunjukkan bahwa besar kecilnya ukuran perusahaan akan mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan. Semakin besar aset yang dimiliki perusahaan maka perusahaan tidak lepas dari tuntutan untuk memiliki kinerja yang baik. Salah satu cara untuk memperlihatkan kinerja yang baik, perusahaan harus lebih memperhatikan keadaan lingkungan sosial, yaitu dengan melakukan pengungkapan *corporate social responsibility* yang lebih luas. Sesuai dengan teori *stakeholder*, semakin besar ukuran perusahaan maka tuntutan *stakeholder* atas manfaat keberadaan perusahaan tersebut cenderung lebih besar. Semakin besar suatu perusahaan maka pengungkapan *corporate social responsibility* yang dibuat cenderung semakin luas.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Amalia (2013), Indraswari dan Astika (2015), Purwanto (2011), Machmud dan Djakman (2008), Sari (2012) dan Sembiring (2005) menemukan hasil penelitian bahwa adanya pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Anggraini (2006) menemukan hasil yang sebaliknya.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Luas Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel 6 menunjukkan bahwa variabel profitabilitas yang diukur dengan *Return On Asset* mempunyai nilai t sebesar -0,466 dengan tingkat signifikansi $0,642 > 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa variabel profitabilitas memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap luas pengungkapan *corporate social responsibility*. Profitabilitas mempunyai arah hubungan negatif yaitu sebesar -0,466, ini menunjukkan bahwa adanya hubungan yang berlawanan antara profitabilitas dengan tingkat pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal ini dapat diartikan bahwa besar kecilnya profitabilitas perusahaan tidak akan mempengaruhi tingkat pengungkapan *corporate social responsibility*. Perusahaan yang mempunyai tingkat profitabilitas tinggi mengungkapkan aktivitas sosial dalam tingkat pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal ini disebabkan karena perusahaan lebih mengarah pada keuntungan semata. Pada saat perusahaan memperoleh keuntungan yang tinggi maka perusahaan tidak perlu untuk mengungkapkan *corporate social responsibility*. Tidak berpengaruhnya profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial karena pelaksanaan aktivitas sosial dan pengungkapan tanggung jawab sosial sangat tergantung dari kesadaran manajemen perusahaan, bukan dari kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Perusahaan yang mampu menghasilkan *profit* yang tinggi namun kurang tanggap terhadap masalah sosial, hanya akan menganggap bahwa pengungkapan sosial akan meningkatkan biaya sehingga perusahaan kurang dapat bersaing dengan perusahaan lain (Nadiah, 2013:21). Hasil penelitian ini tidak berhasil mendukung teori legitimasi yang menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas maka semakin besar tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* untuk menggambarkan kinerja perusahaan sehingga perusahaan dapat diterima oleh masyarakat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Amalia (2013), Anggraini (2006), Purwanto (2011) dan Sembiring (2005) menemukan hasil penelitian bahwa tidak adanya pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Indraswari dan Astika (2015), Lamia et al. (2014), Sari (2012) berhasil menemukan hasil penelitian yang sebaliknya.

Pengaruh Kepemilikan Saham Publik Terhadap Luas Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel 6 menunjukkan bahwa variabel kepemilikan saham publik yang diukur dengan persentase kepemilikan saham publik mempunyai nilai t sebesar 0,667 dengan tingkat signifikansi $0,506 > 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa variabel kepemilikan saham publik (*public shareholding*) memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap luas pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya kepemilikan saham publik tidak mengalami luas pengungkapan *corporate social responsibility*. Data sampel penelitian ini menunjukkan bahwa jumlah kepemilikan saham perusahaan yang dimiliki oleh publik antara 1% sampai dengan 77%. Hasil penelitian ini tidak berhasil mendukung teori *stakeholder* yang menyatakan bahwa pemilik saham publik akan menuntut perusahaan untuk mengungkapkan *corporate social responsibility* lebih banyak. Dengan adanya kepemilikan publik diharap dapat menjadi monitor untuk mengawasi manajemen dalam hal pengungkapan informasi tanggung jawab sosial perusahaan pada laporan tahunan sehingga informasi yang disampaikan kepada investor

tidak menyesatkan sebagai bahan pertimbangan pengambilan keputusan berinvestasi yang nantinya akan meningkatkan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa tidak saja perusahaan dengan jumlah saham publik yang besar saja yang melaksanakan dan mengungkap secara luas tanggung jawab sosialnya, melainkan perusahaan dengan jumlah saham publik yang kecil juga harus melakukan hal yang sama. Sebagai contoh untuk menjelaskan hal ini, bisa dilihat pada perusahaan PT Metrodata Electronics Tbk dengan kepemilikan saham publik sebesar 77% mempunyai indeks luas pengungkapan *corporate social responsibility* sebesar 22%. Sebagai pembandingnya adalah PT Indo Acidatama Tbk dengan kepemilikan saham publik hanya sebesar 10% ternyata juga mempunyai indeks luas pengungkapan *corporate social responsibility* sebesar 22%. Selain itu, jumlah kepemilikan saham publik antara satu perusahaan dengan yang lainnya berada dalam jarak yang relatif sama sehingga tidak ditemukan adanya perbedaan yang signifikan. Naik atau turunnya tingkat kepemilikan saham publik tidak mempengaruhi tingkat pengungkapan *corporate social responsibility*, hal ini disebabkan karena masih kurangnya perhatian perusahaan.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Lamia et al. (2014), dan Indraswari dan Astika (2015) menemukan hasil penelitian bahwa adanya pengaruh kepemilikan saham publik pada pengungkapan *corporate social responsibility*.

Pengaruh Kepemilikan Saham Asing Terhadap Luas Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel 6 menunjukkan bahwa variabel kepemilikan saham asing yang diukur dengan persentase kepemilikan saham asing mempunyai nilai t sebesar 3,141 dengan tingkat signifikansi $0,002 < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa variabel kepemilikan saham asing (*foreign shareholding*) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap luas pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal ini berarti bahwa besar kecilnya kepemilikan saham asing akan mempengaruhi luas pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan. Hubungan signifikan antara variabel kepemilikan saham asing dengan pengungkapan *corporate social responsibility* dan arah koefisien yang positif menunjukkan bahwa semakin banyak jumlah kepemilikan saham asing di dalam perusahaan, maka luas pengungkapan *corporate social responsibility* tersebut akan semakin besar. Negara-negara asing cenderung lebih memperhatikan segala aktivitas yang berhubungan dengan pengungkapan *corporate social responsibility*. Sesuai dengan teori *stakeholder*, semakin banyak dan kuat posisi *stakeholder*, semakin besar kecenderungan perusahaan untuk mengadaptasi diri terhadap keinginan para *stakeholders*nya. Dalam hal ini menunjukkan bahwa tingginya kepedulian dan tanggung jawab investor asing pada masalah sosial dan lingkungan di Indonesia. Dan tingkat kepemilikan saham asing terhadap perusahaan manufaktur di semua sektor industri relatif besar. Hal tersebut diwujudkan dengan cara melakukan aktivitas pertanggungjawaban terhadap sosial dan lingkungannya atas aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan tersebut. Hasil penelitian ini berhasil mendukung teori agensi yang menunjukkan bahwa kepemilikan asing dalam perusahaan mampu menjadikan proses monitoring menjadi lebih baik sehingga informasi yang dimiliki oleh pihak manajemen dapat diberikan secara menyeluruh kepada *stakeholders* perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Fitri (2014) dan Rustiarini (2011) menemukan hasil penelitian bahwa adanya pengaruh kepemilikan asing terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Machmud dan Djakman (2008) menemukan hasil penelitian yang sebaliknya.

Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Luas Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel 6 menunjukkan bahwa variabel ukuran dewan komisaris yang diukur dengan jumlah dewan komisaris perusahaan mempunyai nilai t sebesar 0,223 dengan tingkat signifikansi $0,824 > 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa variabel ukuran dewan komisaris memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap luas pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan jumlah variabel ukuran dewan komisaris akan menyebabkan pengungkapan *corporate social responsibility* semakin bertambah. Hasil penelitian ini tidak berhasil mendukung teori agensi yang menyatakan bahwa dewan komisaris dianggap sebagai sistem pengendalian intern tertinggi yang bertanggung jawab untuk memonitor tindakan manajemen puncak. Hal ini tidak mengindikasikan bahwa semakin banyak jumlah anggota dewan komisaris dalam suatu perusahaan, maka pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuat perusahaan akan semakin luas. Dewan komisaris merupakan wakil *shareholder* dalam perusahaan memiliki fungsi untuk mengawasi pengelolaan perusahaan yang dilakukan oleh manajemen. Sebagai wakil dari *shareholders* dewan komisaris akan membuat kebijakan menggunakan laba perusahaan untuk aktivitas operasional perusahaan yang lebih menguntungkan daripada melakukan aktivitas sosial (Septiana, 2014:80). Tidak berpengaruhnya ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial menunjukkan bahwa besar atau kecilnya anggota dewan komisaris kurang dapat berperan dan kurang dapat menjalankan fungsinya dengan baik dalam memberikan kontrol dan *monitoring* bagi manajemen dalam menjalankan operasional perusahaan, termasuk dalam pelaksanaan dan pengungkapan aktivitas tanggung jawab sosial.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Lamia et al. (2014) menemukan hasil penelitian bahwa tidak adanya pengaruh ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Sedangkan penelitian yang dilakukan Amalia (2013), dan Sembiring (2005) menemukan hasil penelitian yang sebaliknya.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui pengaruh karakteristik perusahaan terhadap luas pengungkapan *corporate social responsibility*. Kesimpulan dalam penelitian ini maka dapat dikemukakan sebagai berikut: (1) Dari hasil pembahasan tipe industri yang membedakan perusahaan dengan kategori *low-profile* dan perusahaan dengan kategori *high-profile* menunjukkan pengaruh tidak signifikan terhadap luas pengungkapan *corporate social responsibility*. (2) Dari hasil pembahasan ukuran perusahaan yang diukur dengan Log natural (Total Aset) menunjukkan pengaruh signifikan terhadap luas pengungkapan *corporate social responsibility*. (3) Dari hasil pembahasan profitabilitas yang diukur dengan *Return On Aset* menunjukkan pengaruh tidak signifikan terhadap luas pengungkapan *corporate social responsibility*. (4) Dari hasil pembahasan kepemilikan saham publik yang diukur dengan persentase kepemilikan saham publik menunjukkan pengaruh tidak signifikan terhadap luas pengungkapan *corporate social responsibility*. (5) Dari hasil pembahasan kepemilikan saham asing yang diukur dengan persentase kepemilikan saham asing menunjukkan pengaruh signifikan terhadap luas pengungkapan *corporate social responsibility*. (6) Dari hasil pembahasan ukuran dewan komisaris yang diukur dengan jumlah dewan komisaris perusahaan menunjukkan pengaruh tidak signifikan terhadap luas pengungkapan *corporate social responsibility*.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian pengaruh karakteristik perusahaan terhadap luas pengungkapan *corporate social responsibility*, peneliti memberikan saran dan implikasi atas

hasil penelitian sebagai berikut: (1) Dalam penelitian selanjutnya disarankan mengikuti perkembangan dan memperbaharui item-item yang dapat digunakan dalam menilai *Corporate Social Responsibility* dan item pengungkapan *Corporate Social Responsibility* seharusnya selalu diperbaharui sesuai dengan kondisi masyarakat saat ini. (2) Dalam penelitian selanjutnya disarankan tidak hanya menggunakan laporan tahunan (*annual report*) untuk memperoleh data yang berkaitan dengan pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan, namun juga dapat memperluas cakupan luas pengungkapan *corporate social responsibility* melalui laporan yang telah dipublikasi dalam laporan keberlanjutan (*sustainability report*) atau dengan melihat *website* perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agoes, S. dan I. C. Ardana. 2011. *Etika Bisnis dan Profesi: Tantangan Membangun Manusia Seutuhnya*. Edisi Revisi. Salemba Empat. Jakarta.
- Amalia, D. 2013. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility* di Bursa Efek Indonesia. *Media Riset Akuntansi* 3(1): 34-47.
- Anggraini, Fr. R. R. 2006. Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial Dalam Laporan Keuangan Tahunan. *Simposium Nasional Akuntansi IX*. Padang.
- Anshori, M. 2014. Pengaruh Faktor-Faktor Perusahaan Terhadap Pengungkapan Laporan Tahunan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA). Surabaya.
- Fahmi, I. 2013. *Etika Bisnis: Teori, Kasus, dan Solusi*. Cetakan Kesatu. Alfabeta. Bandung.
- Fahrizqi, A. 2010. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Corporate Social Responsibility* dalam Laporan Tahunan Perusahaan. *Skripsi*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Febrina dan I. G. N. A Suaryana. 2011. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kebijakan Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Dan Lingkungan Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia. *Simposium Nasional Akuntansi XIV*. Aceh.
- Fitri, L. S. A. 2014. Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham Terhadap Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). *Artikel Ilmiah Mahasiswa*. Universitas Jember. Jember.
- Hadi, N. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Harahap, A. S. 2010. Pengaturan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Di Indonesia. *Lex Jurnalica* 7(3): 182-190.
- Hastuti, A. P. S. 2014. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI). *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA). Surabaya.
- Indraswari, G. A. D. dan I. B. P. Astika. 2015. Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Kepemilikan Saham Publik Terhadap Pengungkapan CSR. *Jurnal Akuntansi* 11(1): 289-302.
- Lamia, F. V., Zirman, dan Y. Anisma. 2014. Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Porsi Kepemilikan Saham Publik Dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Dalam Laporan Tahunan Perusahaan *Food & Beverages* Yang *Listing* Di Bursa Efek Indonesia. *JOM Fekon* 1(2): 1-15.
- Machmud, N. dan C. D Djakman. 2008. Pengaruh Struktur Kepemilikan terhadap Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (*CSR Disclosure*) pada Laporan Tahunan Perusahaan: Studi Empiris pada Perusahaan Publik yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia Tahun 2006. *Simposium Nasional Akuntansi XI*. Pontianak.
- Mukti, A. 2015. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Studi Empiris Pada Perusahaan *Food and Beverages* di Bursa Efek Indonesia). *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA). Surabaya.

- Nadiah. 2013. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi* 3(2): 1-30.
- Nugraha, S. A. 2013. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Dalam Laporan Tahunan Perusahaan. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA). Surabaya.
- Purwanto, A. 2011. Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility*. *Jurnal Akuntansi dan Auditing* 8(1): 12-29.
- Putra, E. N. 2011. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). *Skripsi*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Rawi. 2008. Pengaruh Kepemilikan Manajemen, Institusi, Dan *Leverage* Terhadap *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Manufaktur Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia. *Tesis*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Rindawati, M. W. 2015. Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Kepemilikan Publik Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA). Surabaya.
- Rustiarini, N. W. 2011. Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham Pada Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis* 6(1): 1-24.
- Samsiyah, E. 2014. Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas Dan *Leverage* Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA). Surabaya.
- Sari, R. A. 2012. Penrawigaruh Karakteristik Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Nominal* 1(1): 124-140.
- Sembiring, E. R. 2005. Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. *Simposium Nasional Akuntansi VIII*. Solo.
- Septiana, F. 2014. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA). Surabaya.
- Setyono, R. Y. 2014. Analisis Karakteristik Perusahaan Dalam Memprediksi Luas Ungkapan *Corporate Social Responsibility*. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA). Surabaya.
- Siregar, C. N. 2007. Analisis Sosiologis Terhadap Implementasi *Corporate Social Responsibility* Pada Masyarakat Indonesia. *Jurnal Sosioteknologi* Edisi 12 Tahun 6: 285-288.
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 40 Tahun 2007 Tentang *Perseroan Terbatas*.
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 25 Tahun 2007 Tentang *Penanaman Modal*.
- Untung, H. B. 2008. *Corporate Social Responsibility*. Cetakan Pertama. Sinar Grafika. Jakarta.
- Wakid, N. L., I. Triyuwono, dan P. Assih. 2013. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi* 4(1): 1-27.
- Zanirah, D. N. 2015. Fator-Faktor yang Mempengaruhi Luas Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Sosial Dalam Laporan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB* 3(2): 1-17.
- Zuhroh, D. dan I. P. P. H Sukmawati. 2003. Analisis Pengaruh Luas Pengungkapan Sosial Dalam Laporan Tahunan Perusahaan Terhadap Reaksi Investor (Studi Kasus Pada Perusahaan-perusahaan High Profile di BEJ). *Simposium Nasional Akuntansi VI*. Surabaya.