

## PENGARUH PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN, DAN KEPEMILIKAN SAHAM PUBLIK TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Delaneira Puspita Permatasari

*puspitadelaneira@yahoo.com*

Dini Widyawati

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

### ABSTRACT

*Corporate Social Responsibility is a part of responsibility in developing companies on-going economy, thus in balance whether in surrounding environment, social, or for the wealth of stakeholders. This research aimed to examine the effect of profitability, firm size, public shares ownership on the implementation of Corporate Social Responsibility. The population was ten Food and Beverage companies which were listed on Indonesia Stock Exchange 2015-2017. While, the data collection technique used purposive sampling in which the criteria had been considered. Moreover, there were thirty samples from three years observations. Furthermore, the data used secondary in the form of financial statement and annual report. In addition, the data analysis technique used multiple linear regression with SPSS (Statistical Product and Service Solution). The research result concluded profitability which was referred to Return On Asset (ROA) and firm size had positive effect on the implementation of Corporate Social Responsibility. On the other hand, the public shares ownership did not effect on the implementation of Corporate Social Responsibility.*

*Keywords: Profitability, Firm Size, Public Shares Ownership, Corporate Social Responsibility.*

### ABSTRAK

*Corporate Social Responsibility merupakan suatu tanggungjawab dalam pengembangan ekonomi berkelanjutan perusahaan agar seimbang dalam lingkungan, sosial maupun ekonomi untuk kesejahteraan seluruh pemangku kepentingan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan dan kepemilikan saham publik terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). Populasi penelitian adalah 10 perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2015-2017 dengan teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling yaitu memilih sampel berdasarkan kriteria tertentu sesuai yang dikehendaki peneliti, sehingga jumlah sampel diperoleh sebanyak 30 sampel dari pengamatan selama 3 tahun. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder berupa laporan keuangan dan laporan tahunan. Metode analisis menggunakan teknik analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS (Statistical Product and Service Solution). Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas yang diproksikan dengan Return On Asset (ROA) dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility, sedangkan kepemilikan saham publik tidak berpengaruh terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility.*

*Kata Kunci: Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Saham Publik, Corporate Social Responsibility.*

### PENDAHULUAN

Setiap perusahaan dalam mencapai targetnya menjadikan keuntungan sebagai dasar atas keberhasilan sebuah perusahaan. Tentunya hal ini termasuk dalam perusahaan manufaktur industri barang konsumsi, salah satunya perusahaan makanan dan minuman. Perusahaan makanan dan minuman merupakan suatu perusahaan yang berkembang dengan pesat atas banyaknya konsumsi masyarakat. Keinginan masyarakat yang besar, tidak sebanding dengan kebutuhan pokok yang dikonsumsi pastinya setiap masyarakat untuk memenuhi keberlangsungan hidupnya memerlukan adanya makanan dan minuman.

Perusahaan dapat dikatakan memiliki *value* apabila keuntungan yang didapatkan sebesar-besarnya dan menjadikan sebuah pandangan bahwa perusahaan telah mencapai eksistensi terhadap citra perusahaan dan integritas yang baik pula. Keuntungan yang diperoleh perusahaan menjadikan sebuah pengembangan perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari adanya berbagai produksi makanan dan minuman yang beraneka ragam dengan inovasi yang berbeda. Tentunya tidak larut dalam persaingan yang semakin global, dengan menimbulkan berbagai dampak negatif misalnya berupa penambahan bahan pengawet. Namun, ini tidak menjadikan penurunan akan konsumsi oleh masyarakat karena tidak terjadi dampak yang secara langsung. Dalam hal itu, perusahaan tetap memiliki kemampuan akan menghasilkan produk yang menjamin akan kualitas produknya. Maka semakin tinggi eksistensi perusahaan, semakin tinggi pula timbulnya kesenjangan sosial dan lingkungan bisnis yang tidak kondusif khususnya bagi *stakeholders* yang mengalami atas dampak negatif tersebut. Namun, dalam menjaga eksistensi perusahaan tidak sekedar dalam pencapaian keuntungannya melainkan berorientasi pada lingkungan dan sosial.

Pertanggungjawaban sosial yang dilakukan oleh perusahaan tidak hanya diberikan kepada *stakeholders* melainkan memiliki tanggungjawab kepada *shareholders*. Hal yang dapat dirasakan lainnya yaitu masyarakat Indonesia yang semakin berkembang dan mempunyai kebutuhan makanan dan minuman sehingga masyarakat memiliki pemikiran untuk menciptakan usaha-usaha mandiri maka perusahaan berkewajiban memberikan sebuah informasi dan tanggungjawab mengenai aktivitas sosial, kondisi ekonomi dan lingkungan yang diharapkan oleh *stakeholders* dalam meningkatkan kinerja perusahaan. Untuk itu, perusahaan memiliki kesadaran rasa akan tanggungjawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) untuk mensejahterakan kebutuhan pokok masyarakat.

Pihak-pihak dalam *corporate social responsibility* tentunya melihat karakteristik perusahaan. Hal ini terlihat dari ukuran perusahaan yang dapat menentukan bahwa perusahaan dapat dikatakan memiliki skala atas besar kecilnya tanggungjawab sosial perusahaan. Suripto (dalam Indraswari dan Astika, 2015:291) menyatakan kebutuhan akan tingkat pengungkapan secara luas memerlukan adanya aktiva yang besar, kemampuan yang baik oleh karyawan, penjualan yang banyak dengan berbagai produk yang beragam pula, sistem penginformasian yang memiliki kualitas canggih dan aktual, struktur kepemilikan yang lengkap di dalam perusahaan yang besar. Dengan demikian luas pengungkapan akan tanggungjawab sosial perusahaan dapat meminimalkan risiko sosial terhadap dampak yang dilakukan perusahaan. Adanya pertanggungjawaban sosial dapat menyeimbangkan dan menyelaraskan keberlangsungan antara pihak perusahaan dan lingkungan.

Banyak perusahaan yang mempunyai tanggapan-tanggapan mengenai kewajiban atas berlakunya program *corporate social responsibility*. Sehingga, program tersebut dalam pelaksanaannya termuat dalam Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 pasal 74 ayat 1 tentang Perseroan Terbatas (PT) yang menyatakan bahwa “perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan/atau yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggungjawab sosial dan lingkungan. Kewajiban perusahaan dalam program *corporate social responsibility*, tentunya masyarakat mengharapkan adanya perubahan atas lingkungan sosial. Penilaian akan standar yang dimiliki perusahaan terlihat dalam struktur kepemilikan di dalam perusahaan. Perusahaan yang sudah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) berarti menandakan bahwa segala aktivitas perusahaan harus diungkapkan, karena masyarakat (publik) berhak mengetahuinya dan hal ini sebagai bagian dari pemegang saham, Na'im dan Rakhman (dalam Hamdani *et al.*, 2017) terdapat hasil yang menunjukkan semakin besar proporsi suatu kepemilikan saham publik maka semakin banyak pula informasi perusahaan yang akan diungkapkan di laporan tahunan. Sehingga pengungkapan tanggungjawab sosialnya semakin luas. Inilah hubungan antara kepemilikan saham publik dengan pengungkapan CSR. Maka, hal ini memungkinkan bahwa perusahaan

yang intensitas kepemilikan saham publik yang besar, menjadikan sebuah informasi yang luas akan pengungkapan *corporate social responsibility*.

Penelitian-penelitian terdahulu mengungkapkan beberapa pendapatnya mengenai pengujian kembali pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan dan kepemilikan saham publik terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Penelitian terdahulu memberikan hasil yang perlu diuji kembali karena masih terdapat perbedaan hasil dari penelitian tentang CSR ini.

Profitabilitas merupakan suatu ukuran untuk mengetahui sejauh mana perusahaan dapat menghasilkan sebuah laba atas kinerja perusahaan. Dalam penelitian Sriayu dan Mimba (2013) memiliki hasil bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal ini sependapat dengan penelitian, Rofiqkoh (2016). Namun beda halnya dengan pendapat dari Sari (2012) yang mengungkapkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Pendapat yang sama juga dilakukan oleh peneliti Indraswari dan Astika (2015) bahwa adanya profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Luasnya pengungkapan tanggungjawab sosial dapat memprediksi ukuran dari sebuah perusahaan. Menurut Indraswari dan Astika (2015) menunjukkan bahwa hasil atas ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Penelitian Sriayu dan Mimba (2013) juga menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* yang memiliki perbedaan pendapat dengan penelitian Oktariani dan Mimba (2014) yang menjelaskan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* dan menurut Maiyarni *et al.* (2014) berpendapat bahwasanya ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Menurut Indraswari dan Astika (2015) menyatakan bahwa pengaruh kepemilikan saham publik berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR. Perbedaan pendapat ini ditunjukkan juga oleh Sriayu dan Mimba (2013) yang dinyatakan bahwa kepemilikan saham publik menunjukkan hasil yang positif dan signifikan. Terdapat hasil dari penelitian lain yang mengungkapkan bahwa faktor kepemilikan saham asing, kepemilikan saham publik, ukuran industri dan tipe industri berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, Puspitasari (dalam Indraswari dan Astika, 2015). Akan tetapi tidak sama halnya dengan Nur dan Priantinah (2012) menunjukkan hasil kepemilikan saham publik tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Penelitian terdahulu telah banyak melakukan penelitian tentang pengungkapan *Corporate Social Responsibility Disclosure* (CSRSD). Namun terdapat perbedaan hasil dari penelitian-penelitian tersebut. Ditinjau melalui dari penelitian-penelitian yang telah dilakukan, maka penelitian kali ini akan menguji pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan dan kepemilikan saham publik terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

## TINJAUAN TEORITIS

### Teori Stakeholders

Hummels (dalam Hadi, 2011:112) bahwa eksistensi perusahaan di tengah lingkungan tidak dapat dilepaskan dengan peran *stakeholders*, yang merupakan para pihak yang mempengaruhi dan dipengaruhi perusahaan. Menurut Purwanto (2011:14) bahwa teori *stakeholder* merupakan teori yang menyatakan bahwa perusahaan dapat memberikan sebuah manfaat kepada para *stakeholder* bukan hanya entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri. *Stakeholders* merupakan pihak-pihak berkepentingan terhadap perusahaan, seperti karyawan, pemasok, pesaing, konsumen, masyarakat, pemegang saham, pemerintah selaku regulator, kreditur dan lain-lain (Purwanto, 2011:14). Pada dasarnya

perusahaan memiliki hubungan baik dari pihak-pihak internal maupun eksternal yang dapat mempengaruhi keberlangsungan tata kelola perusahaan.

Perusahaan tidak hanya bertanggungjawab kepada para pemilik (*shareholders*) namun hingga kemasyarakatan (*stakeholders*) sehingga timbul adanya tanggungjawab sosial (*social responsibility*). Harahap (dalam Hadi, 2011:93) menyatakan hal tersebut terjadi karena tuntutan dari masyarakat akibat *negative externalities* yang timbul serta ketimpangan sosial yang terjadi. Peranan penting perusahaan akan memberikan hubungan perusahaan dan *stakeholder* mencapai target dalam mengharmonisasikan masyarakat terhadap perusahaan. Karena peranan *stakeholders* mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan dalam aktivitas operasi untuk meningkatkan citra perusahaan. Wibisono (dalam Hadi, 2011:92) menyatakan tanggungjawab sosial perusahaan memiliki manfaat untuk meningkatkan reputasi perusahaan, menjaga *image* dan strategi perusahaan.

### **Teori Legitimacy**

Perusahaan untuk bertahan hidup (*going concern*) memerlukan adanya legitimasi berupa manfaat atau sumberdaya potensial. Menurut Hadi (2011:87) menyatakan legitimasi merupakan keadaan psikologis keberpihakan orang dan kelompok orang yang sangat peka terhadap gejala lingkungan sekitar baik fisik maupun non fisik. Legitimasi organisasi sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat, O'Donovan (dalam Hadi 2011: 87).

Perusahaan dalam mencapai targetnya harus memiliki wujud interaksi dengan masyarakat. Adanya interaksi perusahaan dan masyarakat inilah yang menjadikan sebuah harapan bagi perusahaan untuk memerhatikan keberlangsungan hidupnya. Perusahaan harus menyakinkan dalam aktivitas operasionalnya dengan batasan dan norma sosial dimana perusahaan tersebut beroperasi. Carrol dan Buchholtz (dalam Hadi, 2011:92) menyatakan perkembangan tingkat kesadaran dan peradaban masyarakat membuka peluang meningkatnya tuntutan terhadap kesadaran kesehatan lingkungan, lebih lanjutnya bahwa legitimasi perusahaan dimata *stakeholder* dapat dilakukan dengan integritas pelaksanaan etika dalam berbisnis serta meningkatkan tanggungjawab sosial perusahaan.

Dowling dan Pfeffer (dalam Hadi, 2011:91) menyatakan bahwa aktivitas organisasi perusahaan hendaknya sesuai dengan nilai-nilai sosial lingkungan. Hal ini dilanjutkan dengan adanya dua dimensi agar perusahaan memperoleh dukungan legitimasi dapat dijelaskan sebagai berikut: 1) Aktivitas organisasi perusahaan harus sesuai dengan sistem nilai yang ada dimasyarakat; 2) Pelaporan aktivitas perusahaan mencerminkan nilai sosial.

### **Teori Agency**

Menurut Jensen dan Meckling (dalam Febriana dan Suaryana, 2012:5) mengungkapkan *agency theory* merupakan adanya hubungan kontrak antar anggota dalam perusahaan, dimana pemilik perusahaan (*prinsipal*) yaitu pihak yang memberikan mandat dan manajer perusahaan (*agent*) yaitu pihak yang menerima mandat yang dilandasi dari adanya pemisahan kepemilikan, pengendalian perusahaan, pemisahan penanggung risiko, pembuatan keputusan dan pengendalian fungsi-fungsi.

Menurut Rofiqkoh (2016:5) menunjukkan bahwa konflik kepentingan antara manajer dengan pemilik menjadi semakin besar ketika kepemilikan manajer terhadap perusahaan semakin kecil, manajer akan berusaha untuk memaksimalkan kepentingan dirinya dibandingkan kepentingan perusahaan. Berbanding sebaliknya jika semakin besar kepemilikan manajer didalam perusahaan maka semakin produktif tindakan manajer dalam memaksimalkan nilai perusahaan, walaupun mengorbankan sumber daya untuk aktivitas tersebut. Sebagai wujud pertanggungjawaban, manajer selaku agen akan berusaha memenuhi keinginan pihak prinsipal yaitu dalam pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan (Rofiqkoh, 2016:5).

Dalam teori keagenan, pengungkapan *corporate social responsibility* memiliki faktor yang mempengaruhi berupa biaya kontrak dan biaya pengawasan. Teori keagenan menyatakan rendahnya biaya kontrak dan biaya pengawasan dalam perusahaan dapat melaporkan laba lebih rendah atau mengeluarkan biaya-biaya untuk kepentingan manajemen, salah satu biaya yang dapat meningkatkan citra perusahaan terhadap masyarakat yaitu biaya-biaya yang terkait dengan *corporate social responsibility* (Febriana dan Suaryana, 2012:5).

### **Corporate Social Responsibility (CSR)**

Perusahaan dalam menjalankan tanggungjawab atas kewajiban aktivitas sosialnya dan memiliki rasa kesadaran kepada pihak masyarakat untuk menstabilkan taraf ekonomi yang lebih baik. Maka, Untung (2008:1) menyatakan *corporate social responsibility* adalah sebuah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggungjawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan terhadap aspek ekonomi, sosial dan lingkungan. Hal ini menjadikan sebuah pandangan bahwa perusahaan telah mencapai eksistensi terhadap citra perusahaan dan integritas yang baik. Menurut, Untung (2008:6) adanya *corporate social responsibility* memberikan manfaat bagi perusahaan yaitu: 1) Mempertahankan dan mendorong reputasi serta citra perusahaan; 2) Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara social; 3) Mereduksi risiko bisnis perusahaan; 4) Melebarkan akses sumber daya bagi operasional perusahaan; 5) Membuka peluang pasar yang lebih meluas; 6) Mereduksi biaya-biaya, misal: dampak pembuangan limbah; 7) Memperbaiki hubungan dengan *stakeholders*; 8) Memperbaiki hubungan dengan regulator; 9) Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan; 10) Peluang mendapatkan penghargaan.

Konsep *Triple Bottom Line* merupakan suatu perkembangan tanggungjawab sosial perusahaan yang cukup memberikan respon oleh banyak kalangan yang dikemukakan oleh Eklington (dalam Hadi, 2011:56). Menurut Hadi (2011:56) menyatakan konsep tersebut mengakui jika perusahaan ingin *sustain* maka perlu memperhatikan 3P meliputi bukan cuma *profit* yang diburu, namun harus memberikan kontribusi positif kepada masyarakat (*people*) dan ikut aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*).

Menurut David (dalam Hadi, 2011:59) menyatakan prinsip-prinsip tanggungjawab sosial menjadi tiga yaitu: 1) *Sustainability* yaitu berkaitan bagaimana perusahaan dalam melakukan aktivitas tetap memperhitungkan keberlanjutan sumberdaya di masa yang akan datang; 2) *Accountability* yaitu sebuah upaya perusahaan terbuka dan bertanggungjawab atas aktivitas yang telah dilakukan. Hal ini dibutuhkan ketika aktivitas perusahaan mempengaruhi dan dipengaruhi lingkungan eksternal; 3) *Transparancy* merupakan suatu hal yang penting bagi pihak eksternal dalam mengurangi asimetri informasi, kesalahpahaman, khususnya informasi dan pertanggungjawaban atas dampak dari lingkungan.

### **Pengungkapan Corporate Social Responsibility**

Perusahaan dalam mengungkapkan sebuah informasi dari aktivitas perusahaan dipertanggungjawabkan kepada masyarakat melalui informasi yang luas dan jelas. Pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan disebut juga sebagai *social disclosure*, *corporate social reporting*, *social accounting* atau *corporate social responsibility* adalah proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan atas suatu kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan (Mathews, 1995; Hackston dan Milne, 1996; Sembiring, 2005)

Tujuan dari adanya pengungkapan *corporate social responsibility* agar perusahaan memberikan tanggungjawab sosialnya kepada masyarakat dilaksanakan dengan periode tertentu yang diungkapkan dalam laporan tahunan yang berisikan laporan program-program sosial dan lingkungan yang telah dilaksanakan oleh perusahaan.

Terdapat alasan-alasan perusahaan mengenai pengungkapan sosial dan lingkungan bisnis, diantaranya dinyatakan Deegan (dalam Purwanto, 2011:18) sebagai berikut: 1) Keinginan dalam memenuhi persyaratan dalam undang-undang; 2) Pertimbangan rasionalitas ekonomi. Maka, memberikan keuntungan bisnis dalam praktik pengungkapan sosial karena perusahaan melakukan “hal yang benar” dan dapat menjadikan sebagai motivasi utama; 3) Dalam melaporkan dibutuhkan keyakinan dalam proses akuntabilitas atau pertanggungjawaban. Dimana, manajer yakin bahwa orang mempunyai hak yang tidak dapat dihindari untuk mendapatkan informasi yang sesuai dan manajer tidak mempedulikan biaya yang diperlukan untuk menyajikan informasi; 4) Keinginan dalam mematuhi persyaratan peminjaman. Lembaga pemberi pinjaman, sebagai bagian dari kebijakan manajemen risiko mereka, cenderung menghendaki peminjam secara periodik memberikan bermacam-macam item informasi tentang kinerja dan kebijakan sosial dan lingkungan; 5) Memenuhi atau menyesuaikan dengan ekspektasi masyarakat; 6) Konsekuensi dari ancaman terhadap legitimasi perusahaan; 7) Menarik dana investasi; 8) Memenangkan penghargaan pelaporan tertentu, ini menjadikan implikasi positif dalam reputasi perusahaan kepada *stakeholders*.

Sembiring (2005) menyatakan pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan terdiri dari tema lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan kerja, lain-lain tentang tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat, dan umum.

### **Profitabilitas**

Perusahaan dalam melakukan aktivitas bisnisnya tentunya mengharapkan laba yang maksimal dari hasil produksinya. Kusumadilaga (dalam Sriayu dan Mimba, 2013:333) menyatakan profitabilitas adalah untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktivitas pada periode akuntansi dalam perusahaan. Profitabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana laba yang diperoleh perusahaan dalam kinerja perusahaan dengan berdasarkan komponen-komponen dalam perusahaan.

Perusahaan dikatakan memiliki nama atau nilai prestasi berdasarkan kemampuan atas diperolehnya laba dan dapat mengetahui prospek perusahaan di masa yang akan datang. Amalia (2013:38) menyatakan perusahaan memiliki kemampuan kinerja keuangan yang baik memiliki upaya untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas. Maka, perusahaan dengan kinerja yang tinggi akan meningkatkan nilai perusahaan untuk membentuk *image* yang berpengaruh terhadap kepercayaan dari para *stakeholders*.

### **Ukuran Perusahaan**

Purwanto (2011:20) menyatakan ukuran perusahaan adalah salah satu variabel yang digunakan dalam menjelaskan mengenai variasi pengungkapan laporan tahunan perusahaan. Ukuran perusahaan yaitu skala untuk mengukur besar kecilnya perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan, semakin banyak informasi yang termuat dalam perusahaan dan makin besar pula tekanan untuk mengolah informasi sehingga pihak manajemen perusahaan memiliki kesadaran yang lebih tinggi untuk mempertahankan eksistensi perusahaan (Maiyarni *et al.*, 2014:85).

Cowen *et al.* (dalam Amalia, 2013:38) mengungkapkan 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.

Dalam mengklasifikasikan besar kecilnya suatu perusahaan sehingga dapat menjadi sebuah ukuran perusahaan ditentukan dengan indikator tertentu, antara lain total aset, penjualan dan kapitalisasi pasar.

### **Kepemilikan Saham Publik**

Hamdani *et al.* (2017:47) menjelaskan kepemilikan saham publik adalah suatu proporsi kepemilikan saham yang dimiliki masyarakat atas saham perusahaan. Publik ini memiliki maksud yaitu pihak individu atau institusi di luar manajemen dan tidak memiliki hubungan istimewa dengan perusahaan. Kelompok pemegang saham masyarakat adalah kelompok pemegang saham yang masing-masing memiliki kurang dari 5% (<5%) dan biasanya merupakan gabungan kepemilikan dari berbagai masyarakat. Dapat dikatakan bahwa hal tersebut disebut dengan pemegang saham publik. Pemegang saham publik biasanya merupakan pemegang saham minoritas perusahaan. Saham yang dimiliki oleh publik menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki kredibilitas yang tinggi kepada masyarakat dalam memberikan imbalan (dividen) dan perusahaan akan mampu beroperasi terus menerus (*going concern*) sehingga dapat melakukan pengungkapan secara meluas (Hamdani *et al.*, 2017:46). Penggunaan saham publik kurang dari 5% dapat melihat *corporate social responsibility* yang diungkapkan tinggi atau rendah sehingga struktur kepemilikan publik menggambarkan kekuatan pengaruh masyarakat terhadap perusahaan.

Na'im dan Rakhman (dalam Hamdani *et al.*, 2017:46) menyatakan hubungan antara kepemilikan saham publik dengan pengungkapan CSR menunjukkan hasil bahwa semakin tinggi proporsi kepemilikan saham publik, semakin banyak informasi perusahaan dan semakin besar yang diungkapkan pada laporan tahunan sehingga pengungkapan tanggungjawab sosial semakin luas pula. Hal ini menjadikan bahwa komposisi saham perusahaan akan memperluas informasi sosial terhadap masyarakat dalam mensejahterakan kehidupan publik dan tanggungjawab perusahaan akan semakin besar.

### **Pengembangan Hipotesis**

Berdasarkan landasan teori, penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran yang telah dikemukakan maka hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility***

Setiap perusahaan tentunya mengharapkan laba atas kinerja perusahaannya. Raharjaputra (dalam Sari, 2012:129) menyatakan rasio profitabilitas mengukur kemampuan para eksekutif perusahaan dalam menciptakan tingkat keuntungan baik dalam laba perusahaan maupun nilai ekonomis atas penjualan, aset bersih perusahaan maupun modal sendiri. Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba diukur menggunakan rasio *Return On Asset* (ROA).

Tingkat profitabilitas dapat menunjukkan pengelolaan manajemen yang baik dan meningkatkan legitimasi sosial yang diharapkan oleh perusahaan. Sehingga perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi memiliki kontribusi kepedulian akan rasa tanggungjawab yang besar kepada masyarakat. Maka, semakin tinggi nilai profitabilitas semakin besar pula luas pengungkapan *corporate social responsibility* (Sari, 2012:129).

Perusahaan tidak hanya mencari keuntungan namun memperhatikan kelangsungan hidup masyarakat agar menciptakan kesejahteraan bagi masyarakat maupun lingkungan sekitar perusahaan.

Beberapa penelitian mendapatkan hasil yang positif, yaitu menurut Sari (2012) yang menyatakan profitabilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hasil penelitian yang serupa juga diperoleh Santioso dan Chandra (2012) yang juga menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Namun, berbeda pendapat penelitian Sriayu dan Mimba (2013) memiliki hasil bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal ini sependapat dengan penelitian dari Rofiqkoh (2016) bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

H<sub>1</sub>: Profitabilitas (ROA) berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

### **Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility***

Ukuran perusahaan adalah suatu skala untuk mengklasifikasikan besar kecilnya suatu perusahaan. Menurut Sudarmadji dan Sularto (2007:54) menyatakan ukuran perusahaan dapat dijelaskan dalam total aset, penjualan dan kapitalisasi pasar. Perusahaan besar tentunya memiliki aset yang besar dibandingkan dengan perusahaan kecil. Dengan demikian, semakin besar aset yang dimiliki perusahaan, semakin luas pengungkapan *corporate social responsibility* (Sari, 2012). Sehingga, dapat menyebarkan lebih banyak informasi tanggungjawab sosial.

Cowen *et al.* (dalam Sembiring, 2005) menjelaskan hal ini juga menimbulkan proporsi terhadap dampak sosial di sekitar lingkungan perusahaan. Sehingga, perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan, aktivitas operasi dan pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat, dimungkinkan akan memiliki pemegang saham yang memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan besar akan lebih disorot oleh masyarakat, karena masyarakat mempunyai kepercayaan atas aktivitas yang besar yang memberikan perusahaan tersebut mampu menjaga keberlangsungan hidupnya.

Indraswari dan Astika (2015) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Hasil yang sama juga diperoleh, Rofiqkoh (2016) menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Namun, terdapat perbedaan pendapat penelitian Maiyarni *et al.* (2014) bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Oleh karena itu, berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

H<sub>2</sub>: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

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

Perusahaan *go public* yang terdapat dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) berarti menandakan bahwa segala aktivitas perusahaan harus dilaporkan, karena masyarakat berhak mengetahuinya dan hal ini sebagai bagian dari pemegang saham. Hal ini menunjukkan wujud dari pertanggungjawaban perusahaan kepada publik. Menurut Rifqiyah (2016) menyatakan pengertian publik adalah pihak individu atau institusi yang memiliki saham dibawah 5% yang berada di luar manajemen dan tidak memiliki hubungan istimewa dengan perusahaan. Semakin besar komposisi saham perusahaan yang dimiliki publik, maka dapat melakukan pengungkapan secara luas yaitu pengungkapan *corporate social responsibility* (Putra dan Shiddiq, 2011).

Banyak penelitian yang mengungkapkan bahwa terdapat pengaruh positif adanya kepemilikan saham publik terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* yang dikemukakan oleh penelitian Sriayu dan Mimba (2013) serupa dengan penelitian Rahayu dan Indah (2015). Namun tidak semua penelitian berhasil menemukan hubungan, Indraswari dan Astika (2015) menyatakan kepemilikan saham publik berpengaruh negatif terhadap *corporate social responsibility*. Penelitian Nur dan Priantinah (2012) begitu pula penelitian Wakidi dan Siregar (2011) menyatakan bahwa kepemilikan saham publik tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial. Seiring pula dengan penelitian Oktariani (2013) bahwa kepemilikan saham publik berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Dari adanya perbedaan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

H<sub>3</sub>: Kepemilikan Saham Publik berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).



## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yaitu Kausal Komparatif (*Causal-Comparative Research*). Penelitian Kausal Komparatif adalah tipe penelitian dengan karakteristik masalah berupa hubungan sebab-akibat antara dua variabel atau lebih. Tipe penelitian tersebut dengan *Ex post facto*.

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur dalam sektor makanan dan minuman di Indonesia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode tahun 2015-2017. Sumber data penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh berdasarkan laporan tahunan dan laporan keuangan. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling* yaitu teknik *sampling* dimana dalam menentukan pengambilan sampel yang dipilih dengan penetapan ciri-ciri khusus berdasarkan kriteria penelitian. Berdasarkan metode tersebut maka kriteria-kriteria penentuan atas sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut: (1) Perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2015-2017; (2) Perusahaan makanan dan minuman yang tidak mengalami kerugian dalam laporan keuangan selama periode 2015-2017; (3) Perusahaan makanan dan minuman menerbitkan laporan tahunan dan laporan keuangan secara konsisten selama periode 2015-2017.

### Variabel dan Definisi Operasional Variabel

#### Variabel Dependen : Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah tingkat pengungkapan *corporate social responsibility* terkait pada aktivitas perusahaan. Instrumen pengungkapan *corporate social responsibility* diukur pada laporan tahunan (*annual report*) perusahaan atau *Corporate Social Reporting Disclosure Index (CSRDI)*. Dalam Sembiring (2005) mengungkapkan adapun total item pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sejumlah 78 item. Pengukuran Indeks *corporate social responsibility* dilakukan dengan rumus sebagai berikut (Sayekti dan Wondabio, 2007) yaitu:

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

Keterangan:

CSRDI : *Corporate social responsibility disclosure index* perusahaan j.

$n_j$  : Jumlah item untuk perusahaan j,  $n_j \leq 78$

$X_{ij}$  : Jumlah item yang diungkapkan, jika diungkapkan diberi nilai 1. Jika tidak diungkapkan diberi nilai nol.

### Variabel Independen

#### Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan yang dimiliki oleh entitas dalam mengukur rasio untuk memperoleh laba pada tingkat penjualan, ekuitas, dan aset. Hal ini diukur melalui *Return On Asset (ROA)* untuk mengetahui akan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat aset tertentu. Dengan mengetahui adanya ROA suatu perusahaan dapat menilai perusahaan tersebut efisien dalam memanfaatkan aset pada kegiatan operasional perusahaan dan memberikan ukuran yang lebih baik atas profitabilitas perusahaan karena menunjukkan efektivitas manajemen dalam menggunakan aset untuk memperoleh pendapatan sehingga ROA yang tinggi dapat menarik investor dalam menanamkan modalnya. Hal ini menjadikan perusahaan memiliki dana yang cukup untuk keberlangsungan CSR.

Maka hal ini dirumuskan sebagai berikut (Purwanto, 2011):

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Asset}}$$

### Ukuran perusahaan

Ukuran perusahaan adalah alat untuk mengukur suatu integritas perusahaan. Hal ini diukur dari total aset yang dimiliki perusahaan yang diperoleh dari laporan tahunan perusahaan periode tahun 2015-2017. Konsisten dengan penelitian dalam Maiyarni *et al.* (2014) bahwa pada penelitian ini ukuran perusahaan diukur dengan total *assets* yang akan ditransformasikan dalam *log natural of total assets value* untuk menyamakan nilai dengan variabel lain karena *total assets* perusahaan nilai relatif lebih besar dibandingkan variabel-variabel lain dalam penelitian ini. Maka dirumuskan sebagai berikut (Sriayu dan Mimba, 2013):

$$Size = \text{Log natural (total asset)}$$

### Kepemilikan Saham Publik

Kepemilikan saham publik dipaparkan dalam laporan tahunan perusahaan periode tahun 2015-2017 dilihat melalui rasio dari jumlah kepemilikan lembar saham yang dimiliki publik (masyarakat) terhadap total saham perusahaan makanan dan minuman di Indonesia yang terdaftar dalam BEI dapat mengukur besarnya saham publik. Menurut Sriayu dan Mimba (2013) maka dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$KSP = \frac{\text{jumlah kepemilikan lembar saham publik}}{\text{total lembar saham perusahaan}} \times 100\%$$

### Teknik Analisis Data

#### Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk bagian dari statistika yang memberikan deskripsi suatu kumpulan data kuantitatif atau hasil atas penelitian yang dilakukan peneliti sehingga memberikan informasi dan mudah dipahami untuk dianalisis. Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, maksimum, minimum (Ghozali, 2006:19).

#### Uji Asumsi Klasik

##### Uji Normalitas

Ghozali (2006:110) mengungkapkan uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel dependen dan variabel independen memiliki distribusi normal atau tidak. Ghozali (2016:156) menyatakan dasar pengambilan keputusan dengan grafik *normal probability plot* sebagai berikut: a) Jika titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas; b) Jika titik menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Dasar pengambilan keputusan uji statistik dengan *kolmogorov-smirnov*, dimana jika nilai probabilitas > 0.05 maka data tersebut berdistribusi normal.

##### Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Ghozali, 2016:103). Menurut Ghozali (2016:103) menyatakan uji multikolinearitas dapat dideteksi dengan cara sebagai berikut: a) Jika nilai

*tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas; b) Jika nilai *tolerance* < 0,10 dan nilai VIF > 10 maka terjadi gangguan multikolinearitas.

### Uji Autokorelasi

Menurut Ghazali (2006:95) menyatakan autokorelasi ini memiliki tujuan untuk menguji apakah model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Suatu ada atau tidaknya autokorelasi dilihat dari *Durbin-Watson* dalam pengambilan keputusan dinyatakan sebagai berikut: a) Angka D-W di bawah -2 berarti ada auto korelasi positif; b) Angka D-W diantara -2 sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi; c) Angka D-W di atas +2 berarti ada auto korelasi negatif.

### Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2006:105). Menurut Ghazali (2005:105) menyatakan uji statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji *scatterplot*. Dalam mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas dengan melihat *scatter* antara SRESID dan ZPRED. Maka, ditentukan kriteria jika *scatterplot* menunjukkan adanya titik-titik yang membentuk pola tertentu yang tersebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka terjadi heteroskedastisitas. Akan tetapi, bila menyebar diatas dan dibawah sumbu Y, serta tidak membentuk pola maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

### Analisis Regresi Berganda

Penelitian ini melakukan pengujian terhadap hipotesis yang dilakukan dengan menggunakan regresi linear berganda. Maka dalam penelitian ini, untuk mengetahui pengaruh dari setiap variabel yaitu profitabilitas, ukuran perusahaan dan kepemilikan saham publik terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* (CSRDI). Menurut Sugiyono (2007:277) menyatakan model regresi linier berganda ditunjukkan pada persamaan regresi berikut:

$$\text{CSRDI} = \alpha + b_1 \text{PROFIT} + b_2 \text{SIZE} + b_3 \text{KSP} + \varepsilon$$

Keterangan:

CSRDI	: Pengungkapan <i>corporate social responsibility index</i> perusahaan
$\alpha$	: Nilai konstanta
$b_1$	: Koefisien regresi profitabilitas
$b_2$	: Koefisien regresi ukuran perusahaan
$b_3$	: Koefisien regresi kepemilikan saham publik
PROFIT	: Profitabilitas (ROA)
SIZE	: Ukuran perusahaan
KSP	: Kepemilikan saham publik
$\varepsilon$	: <i>Standart error</i>

### Pengujian Hipotesis

Penelitian dilakukan pengujian terhadap hipotesis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen yaitu:

### Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Ghozali (2016:95) menyatakan bahwa koefisien determinasi yaitu mengukur seberapa jauh kemampuan sebuah model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dapat

dikatakan jika variasi variabel dependen sangat terbatas berarti memiliki nilai  $R^2$  yang kecil dan jika variabel independen dapat memberikan informasi yang banyak berarti menandakan nilai mendekati satu (1) sehingga dapat memprediksi variabel dependen.

### Uji Kelayakan Model (Uji F)

Uji kelayakan model memiliki tujuan untuk menguji ketepatan model regresi apakah variabel layak untuk diteliti (Ghozali, 2005:97). Hal ini dapat diketahui bila nilai signifikansi uji  $F < 0,05$  maka dapat menjelaskan bahwa model yang digunakan dalam penelitian layak dan dapat dipergunakan pada analisis berikutnya. Namun jika sebaliknya, nilai signifikansi uji  $F > 0,05$  maka model yang dipergunakan dalam penelitian tidak layak dan tidak dapat digunakan dalam analisis berikutnya.

### Uji Statistik t

Menurut Ghozali (2006:128) menyatakan uji t merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Uji t ini dilakukan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ). Terdapat kriteria dalam mengetahui penolakan atau penerimaan hipotesis yaitu sebagai berikut: (a) Jika nilai signifikansi kurang atau sama dengan 0,05. Maka hipotesis diterima yang berarti variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen; (b) Jika nilai signifikansi lebih dari 0,05. Maka hipotesis ditolak yang berarti variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

## ANALISIS DAN PEMBAHASAN

### Deskriptif Hasil Penelitian

#### *Return On Asset (ROA)*

ROA merupakan rasio profitabilitas yang dinyatakan dalam persentase keuntungan (laba bersih) yang didapatkan dari hasil kinerja perusahaan atas seluruh sumber daya atau rata-rata jumlah aset dan rasio ini sebagai alat ukur untuk mengetahui efisiensi suatu perusahaan di dalam pengelolaan aset yang digunakan menghasilkan laba selama suatu periode. Hal ini membantu para manajemen dan investor untuk mengetahui seberapa baik perusahaan dalam mengkonversi investasinya pada aset. Maka, ROA yang tinggi dapat menarik para investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan. Dengan demikian, tingkat ROA perusahaan makanan dan minuman yang dijadikan sampel penelitian selama periode 2015-2017 tersaji pada tabel 1.

**Tabel 1**  
**Hasil Perhitungan *Return On Asset (ROA)***

Kode Perusahaan	Tahun		
	2015	2016	2017
CEKA	0,07	0,18	0,08
DLTA	0,18	0,21	0,21
ICBP	0,11	0,13	0,11
INDF	0,04	0,06	0,06
MLBI	0,24	0,43	0,53
MYOR	0,11	0,11	0,11
ROTI	0,10	0,10	0,03
SKBM	0,05	0,02	0,02
SKLT	0,05	0,04	0,04
ULTJ	0,15	0,17	0,14

Sumber: Data sekunder diolah, 2018

### Ukuran Perusahaan (*Size*)

Ukuran perusahaan merupakan skala besar kecilnya suatu perusahaan yang terlihat dari total asset. Perusahaan yang memiliki ukuran yang besar akan memberikan sebuah informasi yang lebih luas dibandingkan dengan perusahaan yang mempunyai ukuran yang kecil. Dengan demikian, tingkat *size* pada perusahaan makanan dan minuman yang dijadikan sampel penelitian selama periode 2015-2017 tersaji pada tabel 2.

**Tabel 2**  
**Hasil Perhitungan Ukuran Perusahaan**

Kode Perusahaan	Tahun		
	2015	2016	2017
CEKA	28,03	27,99	27,96
DLTA	27,67	27,81	27,92
ICBP	30,91	30,99	31,08
INDF	32,15	32,04	32,11
MLBI	28,37	28,45	28,55
MYOR	30,06	30,19	30,33
ROTI	28,63	28,70	29,15
SKBM	27,36	27,63	28,12
SKLT	26,66	27,07	27,18
ULTJ	28,90	29,08	29,28

Sumber: Data sekunder diolah, 2018

### Kepemilikan Saham Publik

Kepemilikan saham publik merupakan saham yang dimiliki oleh masyarakat atas saham perusahaan. Saham publik ini menunjukkan perusahaan memiliki kredibilitas yang tinggi kepada masyarakat. Dengan demikian, tingkat kepemilikan saham publik pada perusahaan makanan dan minuman yang dijadikan sampel penelitian selama periode 2015-2017 tersaji pada tabel 3.

**Tabel 3**  
**Hasil Perhitungan Kepemilikan Saham Publik**

Kode Perusahaan	Tahun		
	2015	2016	2017
CEKA	12,98	12,98	12,98
DLTA	15,41	15,41	15,41
ICBP	19,47	19,47	19,47
INDF	49,92	49,92	49,92
MLBI	18,22	18,22	18,22
MYOR	67,07	15,71	15,71
ROTI	29,24	30,62	29,72
SKBM	16,41	15,30	15,00
SKLT	3,91	6,45	5,94
ULTJ	37,58	51,42	29,30

Sumber: Data sekunder diolah, 2018

### Corporate Social Responsibility (CSR)

*Corporate Social Responsibility* atau tanggungjawab sosial perusahaan merupakan komitmen perusahaan yang berkontribusi dalam pengembangan ekonomi berkelanjutan agar dapat memberikan keseimbangan terhadap aspek ekonomi, sosial dan lingkungan. Dengan demikian, tingkat CSR pada perusahaan makanan dan minuman yang dijadikan sampel penelitian selama periode 2015-2017 tersaji pada tabel 4.

**Tabel 4**  
**Hasil Perhitungan Corporate Social Responsibility (CSR)**

Kode Perusahaan	Tahun		
	2015	2016	2017
CEKA	0,205	0,333	0,295
DLTA	0,410	0,449	0,500
ICBP	0,372	0,333	0,590
INDF	0,410	0,385	0,462
MLBI	0,321	0,423	0,397
MYOR	0,295	0,308	0,359
ROTI	0,346	0,372	0,449
SKBM	0,192	0,205	0,244
SKLT	0,269	0,295	0,410
ULTJ	0,385	0,397	0,410

Sumber: Data sekunder diolah, 2018

### Uji Statistik Deskriptif

Pada analisis statistik deskriptif mengenai gambaran variabel penelitian yaitu profitabilitas (ROA), ukuran perusahaan (SIZE), kepemilikan saham publik sebagai variabel independen sedangkan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel dependen.

**Tabel 5**  
**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PROFIT	30	.02	.53	.1293	.11341
SIZE	30	26.66	32.15	29.0123	1.57095
KSP	30	3.91	67.07	23.9127	15.62016
CSRD	30	.19	.59	.3607	.08974
Valid N ( <i>listwise</i> )	30				

Sumber: Data sekunder diolah, 2018

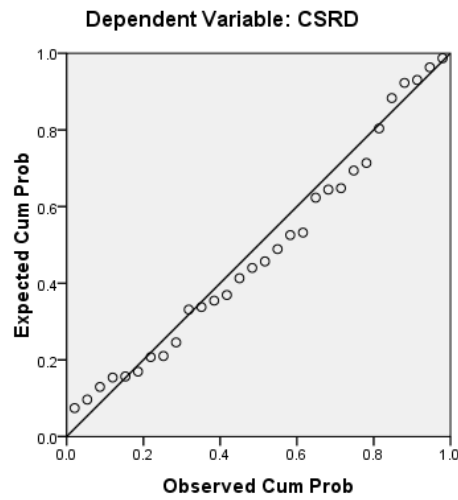
### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Pengujian normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan analisis grafik maupun uji statistik. Dalam analisis grafik digunakan dengan *normal probability plot*. Jika titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Selain menggunakan uji normalitas dengan analisis grafik, dapat dilakukan dengan uji statistik. Uji statistik dengan *kolmogorov-smirnov* terlihat jika hasil uji probabilitas > 0.05 maka data tersebut berdistribusi normal. Berdasarkan uji normalitas dengan menggunakan SPSS dapat terlihat pada gambar 1 dan tabel 6 sebagai berikut.

Berdasarkan hasil grafik plot normal pada gambar 1 dapat diketahui berada di sepanjang garis diagonal, sedangkan berdasarkan tabel 6 hasil uji normalitas *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* yaitu nilai signifikansi *Kolmogorov-Smirnov* pada *Asymp. Signifikansi* lebih besar dari 5% (0,05) yaitu sebesar 0,994 maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber: Data sekunder diolah, 2018

Gambar 1  
Hasil Uji Normalitas Menggunakan Grafik P-Plot

Tabel 6  
Hasil Uji Statistik Kolmogorov-Smirnov  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	-.0033333
	Std. Deviation	.06973413
Most Extreme Differences	Absolute	.078
	Positive	.078
	Negative	-.055
Kolmogorov-Smirnov Z		.425
Asymp. Sig. (2-tailed)		.994

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data sekunder diolah, 2018

### Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Dikatakan model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Untuk mendeteksi adanya problem multikolinieritas, maka dapat dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*. Berdasarkan uji multikolinearitas dengan menggunakan SPSS dapat terlihat pada tabel 7.

**Tabel 7**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-.442	.344		-1.286	.210		
PROFIT	.281	.132	.355	2.127	.043	.988	1.012
SIZE	.027	.012	.466	2.147	.041	.583	1.714
KSP	.000	.001	-.047	-.215	.832	.586	1.706

a. Dependent Variable: CSRD

Sumber: Data sekunder diolah, 2018

Berdasarkan tabel 7 terlihat bahwa nilai *tolerance* mendekati angka 1 dan nilai *variance inflation factor* (VIF) lebih rendah dari 10 untuk setiap variabel. Maka, seluruh variabel independen penelitian tidak terjadi adanya gejala multikolinearitas dengan aturan nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas.

### Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi memiliki tujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya (Ghozali, 2006:95). Jika angka D-W diantara -2 sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi, dapat digunakan uji *Durbin-Watson* yang dilakukan melalui program SPSS. Berdasarkan tabel 8 dapat diketahui bahwa pada model regresi tidak terjadi autokorelasi, yang mana ditunjukkan dengan ( $-2 < 1,573 < 2$ ).

**Tabel 8**  
**Hasil Uji Autokorelasi**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.534 <sup>a</sup>	.285	.202	.08016	1.573

a. Predictors: (Constant), KSP, PROFIT, SIZE

b. Dependent Variable: CSRD

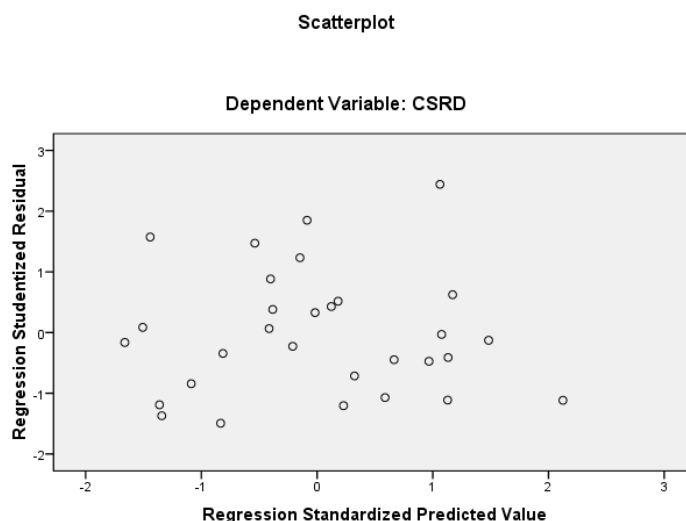
Sumber: Data sekunder diolah, 2018

### Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2006:105). Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji ini menggunakan pendeteksian dengan melihat adanya pola tertentu *Scatterplot* dimana sumbu horizontal menggambarkan nilai *predicted standardized* sedangkan pada sumbu vertikal menggambarkan nilai *residual studentized*. Hasil heteroskedastisitas dapat digambarkan dalam gambar 2.

Berdasarkan gambar 2 grafik *scatterplot* menunjukkan bahwa data tersebar diatas dan dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y dan tidak terdapat suatu pola yang jelas pada penyebaran data tersebut. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model persamaan regresi.





Sumber: Data sekunder diolah, 2018

Gambar 2  
Gambar Scatterplot

**Analisis Regresi Berganda**

Analisis regresi linier berganda memiliki tujuan dalam meneliti bagaimana pengaruh dari setiap variabel independen dan variabel dependen. Dalam penelitian ini, perhitungan regresi linier berganda berfungsi untuk menguji profitabilitas, ukuran perusahaan dan kepemilikan saham publik terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Pada penelitian ini hasil perhitungan untuk regresi linier berganda disajikan pada tabel 9.

$$CSRDI = \alpha + b_1 \text{ PROFIT} + b_2 \text{ SIZE} + b_3 \text{ KSP} + \epsilon$$

$$CSRDI = -0,442 + 0,281\text{PROFIT} + 0,027\text{SIZE} - 0,000\text{KSP} + \epsilon$$

**Tabel 9**  
**Uji Regresi Linier Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-.442	.344		-1.286	.210		
PROFIT	.281	.132	.355	2.127	.043	.988	1.012
SIZE	.027	.012	.466	2.147	.041	.583	1.714
KSP	.000	.001	-.047	-.215	.832	.586	1.706

a. Dependent Variable: CSRDI

Sumber: Data sekunder diolah, 2018

**Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi yang dilakukan dengan nilai *R-Square* dari model regresi memiliki tujuan dalam mengetahui besarnya indeks pengungkapan *corporate social responsibility* yang dijelaskan oleh variabel-variabel independennya. Hasil perhitungan untuk koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel 10.

**Tabel 10**  
**Nilai R dan R Square**  
*Model Summary<sup>b</sup>*

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.534 <sup>a</sup>	.285	.202	.08016	1.573

a. Predictors: (Constant), KSP, PROFIT, SIZE

b. Dependent Variable: CSRD

Sumber: Data sekunder diolah, 2018

Berdasarkan tabel 10 nilai *R Square* sebesar 0,285 atau 28,5%, ini menunjukkan bahwa variabel pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dapat dijelaskan variabel profitabilitas (ROA), ukuran perusahaan (SIZE) dan kepemilikan saham publik adalah sebesar 28,5%, sedangkan sisanya 71,5% dijelaskan faktor-faktor lain yang tidak disertakan dalam model penelitian ini.

### Uji Kelayakan Model (Uji F)

Pengujian ini memiliki tujuan untuk menguji ketepatan model regresi apakah variabel layak untuk diteliti (Ghozali, 2005:97). Model regresi dapat dikatakan layak jika tingkat signifikan < dari 0,05. Hasil perhitungan untuk uji kelayakan model dapat dilihat pada tabel 11.

**Tabel 11**  
**Hasil Uji Kelayakan Model**  
**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.066	3	.022	3.449	.031 <sup>a</sup>
	Residual	.167	26	.006		
	Total	.234	29			

a. Predictors: (Constant), KSP, PROFIT, SIZE

b. Dependent Variable: CSRD

Sumber: Data sekunder diolah, 2018

### Uji Statistik t

Uji statistik t memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh setiap variabel independen terhadap variabel dependen. Penelitian uji statistik t dalam mendeteksi hasil dengan tingkat signifikan ( $\alpha = 5\%$ ) dengan ketentuan apabila nilai signifikan uji t < 0,05, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima yang menandakan hipotesis diterima artinya terdapat pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen. Apabila hasil sebaliknya, nilai signifikan uji t > 0,05, maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak menandakan hipotesis ditolak artinya tidak adanya pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen. Maka, hasil uji statistik t disajikan pada tabel 9.

### Pembahasan

#### Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel profitabilitas yang diukur dengan *Return On Asset* (ROA) mempunyai nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,127 dengan nilai signifikansi sebesar  $0,043 < 0,05$ . Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal ini menandakan semakin tinggi nilai profitabilitas yang dihasilkan perusahaan, semakin besar pula luas

pengungkapan *corporate social responsibility*. Sehingga, perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi memiliki kontribusi kepedulian akan rasa tanggungjawab yang besar kepada para *stakeholder* dengan ini profitabilitas dapat menunjukkan pengelolaan manajemen yang baik dan meningkatkan legitimasi sosial yang diharapkan oleh perusahaan. Dengan demikian, ROA yang tinggi dapat menarik investor dalam menanamkan modalnya. Hal ini menjadikan perusahaan memiliki dana yang cukup untuk keberlangsungan CSR dalam melakukan pencapaian usaha perbaikan dan kepedulian terhadap masalah lingkungan dan sosial.

Hal ini mendukung adanya teori *stakeholder* yaitu eksistensi perusahaan tidak akan terlepas dari pihak-pihak *stakeholder* sebagai pihak yang mempengaruhi dan dipengaruhi perusahaan. Karena perusahaan tidak hanya mencari keuntungan untuk pemegang saham saja namun juga memperhatikan kelangsungan hidup masyarakat agar menciptakan kesejahteraan bagi masyarakat maupun lingkungan sekitar perusahaan.

Dikaitkan dengan teori legitimasi menyatakan bahwa perusahaan dapat meyakinkan masyarakat atas segala upaya yang telah dilakukan dan sesuai dengan batasan maupun norma yang berlaku. Dari adanya sebuah legitimasi yang didapatkan oleh masyarakat tersebut, hal ini akan meningkatkan citra perusahaan dimata masyarakat untuk keberlangsungan hidup perusahaan di masa yang akan datang.

### **Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility***

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan (*Size*) mempunyai nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,147 dengan nilai signifikansi sebesar  $0,041 < 0,05$ . Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Hal ini menandakan bahwa semakin besar ukuran perusahaan terlihat dari besarnya aset yang dimiliki perusahaan maka semakin luas pengungkapan *corporate social responsibility*. Dikarenakan, besarnya aset perusahaan tidak lepas dari tekanan untuk memiliki kinerja yang baik daripada perusahaan kecil. Maka perusahaan harus memperhatikan keadaan lingkungan sosial dengan mengungkapkan *corporate social responsibility* yang dapat meningkatkan citra perusahaan lebih baik dimata masyarakat. Dengan hal ini dapat menciptakan kepercayaan masyarakat kepada perusahaan sehingga, perusahaan lebih disorot untuk menjaga eksistensi perusahaan di masa yang akan datang.

Terdapat teori yang mendukung yaitu teori agensi bahwa perusahaan besar tentunya memiliki biaya agensi yang tinggi sehingga untuk mengurangi adanya biaya-biaya keagenan yang dimiliki tersebut, perusahaan akan mengungkapkan informasi yang lebih luas. Sehingga, perusahaan dalam melakukan aktivitas operasionalnya dapat berjalan dengan baik. Dikaitkan pula dengan teori *stakeholder* yang dinyatakan Ghazali dan Chariri (2007) bahwa keberadaan perusahaan dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan. Maka dari itu, keberadaan perusahaan akan memberikan manfaat kepada lingkungan sosial dan perusahaan dapat memenuhi tanggungjawabnya dengan adanya pengungkapan *corporate social responsibility* yang memberikan kesejahteraan bagi para *stakeholder*.

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

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kepemilikan saham publik yang mempunyai nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $-0,215$  dengan nilai signifikansi sebesar  $0,832 > 0,05$ . Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel kepemilikan saham publik tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal ini berarti semakin banyaknya jumlah kepemilikan saham publik, maka tidak mengungkapkan tentang pengungkapan *corporate social responsibility*.

Proporsi kepemilikan saham publik dalam penelitian ini tidak mempengaruhi luas tidaknya pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal tersebut dikarenakan masyarakat tidak bisa mengintervensi secara langsung perusahaan dalam mengungkapkan CSR. Dengan demikian, tidak perlu diungkapkannya *corporate social responsibility*. Dalam penelitian memang terbukti tingkat kepemilikan saham publik memiliki proporsi kepemilikan saham publik yang tinggi, dengan adanya tingkat proporsi tersebut sehingga publik tidak akan menuntut pengungkapan CSR melainkan, menuntut hal lain yang berdampak baik terhadap keberlangsungan perusahaan dan *stakeholder* termasuk pemilik saham publik seperti peningkatan laba perusahaan dengan diikuti dengan peningkatan dividen, melakukan transparansi laporan keuangan kepada pihak-pihak berkepentingan diluar dari pengungkapan CSR.

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian terhadap masing-masing variabel dapat disimpulkan sebagai berikut: 1) Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. *Return On Asset (ROA)* terlihat dari laba yang menandakan bila laba tersebut tinggi, berarti pengelolaan asset perusahaan tersebut baik dengan kondisi kinerja yang baik pula dan perusahaan akan menghadapi persaingan bisnis yang kuat. Kondisi tersebut akan memicu respon dari para *stakeholder* untuk melakukan pencapaian usaha perbaikan sekitar perusahaan untuk mensejahterakan lingkungan maupun sosial; 2) Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Ini menandakan perusahaan besar memiliki aset dan aktivitas bisnis yang banyak dan akan mengungkapkan informasi sosial maupun lingkungan yang lebih luas daripada perusahaan kecil sehingga lebih disorot oleh para *stakeholder*. Sehingga, menciptakan citra perusahaan lebih baik yang mendorong perusahaan dalam meningkatkan nilai guna lingkungan untuk mensejahterakan pihak-pihak sekitar perusahaan; 3) Kepemilikan saham publik tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal ini memberikan arti bahwa setiap perubahan yang terjadi pada kepemilikan saham publik perusahaan tidak akan menyebabkan perubahan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Sehingga, semakin banyaknya jumlah kepemilikan saham publik maka tidak mengungkapkan tentang pengungkapan *corporate social responsibility*.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan yang telah dijelaskan, saran yang dapat diberikan untuk meningkatkan pengungkapan *corporate social responsibility*. Maka, saran yang dapat penulis ajukan sebagai berikut: 1) Dalam penelitian selanjutnya disarankan menggunakan populasi sampel seluruh sektor perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI yang bertujuan untuk mengetahui kondisi seluruh perusahaan dalam setiap sektornya yang mengungkapkan *corporate social responsibility*; 2) Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian lebih luas dalam pengungkapan *corporate social responsibility* yaitu dengan menambahkan variabel independen misalnya *leverage*, kepemilikan manajemen, ataupun tipe industri dikarenakan sebesar 71,5% dari nilai variabel dependen masih dipengaruhi adanya variabel lain diluar penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, D. 2013. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility di Bursa Efek Indonesia. *Media Riset Akuntansi* 3(1) : 34-47.
- Elkington, J. 1997. *Cannibals with forks: The Triple Bottom Line Of 21<sup>st</sup> acaentury Business*. Oxford, Ux K: Capstone.

- Febriana dan A. Suaryana. 2012. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kebijakan Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Dan Lingkungan Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis* 7(1).
- Ghozali, I. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi 3. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- \_\_\_\_\_. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi 4. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- \_\_\_\_\_. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi 8. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, I. dan A. Chariri. 2007. *Teori Akuntansi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hackston, D. and M. J. Milne. 1996. Some Determinants of Social and Environmental Disclosures In New Zealand Companies. *Accounting, Auditing and Accountability Journal* 9(1) : 77-108.
- Hadi, N. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Hamdani, Willy, dan Eddy. 2017. Pengaruh Kepemilikan Saham Publik dan Return on Assets Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Riset Akuntansi Kontemporer (JRAK)* 9(1) : 44-45.
- Indraswari dan Astika. 2015. Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Kepemilikan Saham Publik Terhadap Pengungkapan CSR. *E-jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 11(1) : 289-302.
- Maiyarni, Susfayetti, dan Erwati. 2014. Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Likuiditas dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Perusahaan LQ-45 Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2009-2012. *Jurnal Cakrawala Akuntansi* 6(1) : 79-94.
- Mathews, M. R. 1995. Social and Environmental Accounting: A Practical Demonstration of Ethical Concern. *Journal of Business Ethics* 14 : 663-671.
- Nur, M. dan D. Priantinah. 2012. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Nominal* 1(1) : 22-34.
- Oktariani, W. 2013. Pengaruh Kepemilikan Publik, Ukuran Dewan Komisaris, Profitabilitas dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Wahana Akuntansi* 8(2).
- Oktariani dan Mimba. 2014. Pengaruh Karakteristik Perusahaan dan Tanggungjawab Lingkungan pada Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 6(3) : 402-418.
- Purwanto, A. 2011. Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas terhadap Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi dan Auditing* 8(1): 12-29.
- Putra dan Shiddiq. 2011. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). *Skripsi*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Rahayu dan Indah. 2015. Pengaruh Kepemilikan Saham Publik, Profitabilitas, dan Media Terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial. *Accounting Analysis Journal* 4(3).
- Rifqiyah, R. F. 2016. Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Kepemilikan Saham Publik Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). *Artikel Ilmiah*.
- Rofiqkoh, E. 2016. Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Tanggungjawab Sosial Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi* 5(10).
- Santioso, L. dan E. Chandra. 2012. Pengaruh Umur Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Dewan Komisaris, Leverage, dan profitabilitas Terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Akuntansi* 12(1).

- 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).
- Sayekti dan Wondabio. 2007. Pengaruh CSR Disclosure terhadap Earning Response Coefficient (Suatu Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta). *Simposium Nasional Akuntansi* 10. 26-28 Juli : 1-35.
- Sembiring, E. R. 2005. Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggungjawab Sosial. *Simposium Nasional Akuntansi VIII Solo*. 15-16 September : 379-395.
- Sriayu dan Mimba. 2013. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 5(2) : 326-344.
- Sudarmadji, A. M dan L. Sularto. 2007. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial dalam Laporan Tahunan Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Prosiding PESAT (Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitek dan Sipil)*. Auditorium Kampus Gunadarma: A53-A61.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Bisnis*. CV. Alfabeta. Bandung.
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 40 Tahun 2007 Tentang *Perseroan Terbatas*.
- Untung, H. B. 2008. *Corporate Sosial Responsibility*. Cetakan Pertama. Sinar Grafika. Jakarta.
- Wakidi, R. H dan H. S Siregar. 2011. Pengaruh Sisi Internal dan Eksternal Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Ekonom* 14(4).