

PENGARUH TIPE INDUSTRI, *GROWTH*, PROFITABILITAS, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*

Ni Nyoman Sri Wira Wigrhayani

nyomanwira@gmail.com

Sapari

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

The research aimed to examine and find out empirical evidence of the effect of industry types, growth, profitability and firm size on the disclosure of corporate social responsibility. While, the research object was manufacturing companies. Besides, the population was 37 manufacturing companies which were listed on Indonesia Stock Exchange (IDX) 2014-2017. The research was quantitative. Moreover, the data were secondary, in the form of financial statement. Furthermore, the data collection technique used purposive sampling, in which the sample was based on criteria given. In line with, there were 151 samples from 37 manufacturing companies which were listed on Indonesia Stock Exchange 2014-2017. In addition, the instrument used documentation, namely the annual report which was taken from Indonesia Stock Exchange. For data analysis technique, it used multiple linear regression. The research results concluded the type of industry and firm size did not affect the disclosure of corporate social responsibility. On the other hand, growth and profitability affected the disclosure of corporate social responsibility.

Keywords: industry type, growth, profitability, firm size

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji dan menunjukkan bukti empiris pengaruh tipe industri, *growth*, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Dalam penelitian sampel ini yang digunakan adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2014 sampai 2017. Objek yang digunakan pada penelitian ini yaitu perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2014 sampai 2017. Penelitian ini merupakan penelitian dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan data sekunder yang berupa data laporan keuangan. Sampel penelitian ini diperoleh dengan menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu pemilihan sampel dengan kriteria-kriteria yang telah ditentukan. Berdasarkan metode *purposive sampling* tersebut sampel penelitian ini didapatkan sebanyak 151 sampel dari 37 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2014 sampai 2017. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik dokumentasi, yaitu *annual report* yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil yang diperoleh pada penelitian ini yaitu bahwa tipe industri tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. *Growth* berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Kata kunci : tipe industri, *growth*, profitabilitas dan ukuran perusahaan

PENDAHULUAN

Keberadaan perusahaan di tengah lingkungan saat ini menjadi isu penting yang berkembang dimasyarakat. Berkembangnya lingkungan ini dapat membawa dampak positif sekaligus negatif. Dampak positif dapat dilihat dari perekonomian dan pembangunan sekitar yang semakin membaik. Semakin berkembangnya perusahaan mulai terlihat dampak negatif seperti terabaikannya kondisi lingkungan oleh perusahaan. Hal tersebut muncul karena kesadaran perusahaan akan lingkungan sekitar masih kurang. Salah satu bentuk pertanggung jawaban dan lingkungan yang dilakukan perusahaan adalah melalui pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Ide mengenai CSR sebagai sebuah tanggung jawab sosial perusahaan semakin diterima secara luas. CSR masih dalam masa perdebatan dikalangan perusahaan baik bagi kalangan pebisnis maupun akademisi. Hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan harus memiliki kepedulian dan kepekaan terhadap lingkungan yang ada disekitar perusahaan, khususnya pada masyarakat yang tinggal di lingkup perusahaan.

Dalam perkembangan saat ini bisnis semakin pesat yang menuntut perusahaan harus berkompetisi dalam mempertahankan usahanya untuk memberikan informasi yang menyangkut tentang segala kegiatan perusahaannya. Informasi merupakan suatu kebutuhan yang mendasar bagi para investor dan calon investor untuk pengambilan keputusan. Adanya informasi yang lengkap untuk melakukan pengambilan keputusan yang tepat sehingga hasilnya sesuai dengan yang diharapkan.

Salah satu informasi yang perlu diungkapkan demi keberlangsungan perusahaan adalah informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*). *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 masyarakat.

Pada prinsipnya CSR merupakan suatu komitmen berkelanjutan dari perusahaan untuk bertanggung jawab secara ekonomi, sosial dan lingkungan atau ekologis kepada masyarakat, lingkungan serta para pemangku kepentingan (*stakeholder*). Sehingga CSR lebih menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap kepentingan pihak-pihak lain secara lebih luas (*stakeholder*) daripada hanya sekedar kepentingan perusahaan itu sendiri.

Dalam hal ini perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line* yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya saja. Tapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines* (*profit, people, planet*) yaitu juga harus memperhatikan masalah sosial dan lingkungan. Karena kondisi keuangan saja tidak cukup untuk menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*). Keberlanjutan perusahaan hanya akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup.

Di Indonesia, penerapan CSR oleh perusahaan dapat diwujudkan dengan pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) yang disosialisasikan ke publik dalam laporan tahunan perusahaan. Dalam praktik CSR Undang-Undang telah mengatur pelaksanaan CSR dengan menerbitkan Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Pengungkapan CSR juga telah diatur dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 paragraf 9 tentang pengungkapan dampak lingkungan.

Beberapa penelitian yang terkait dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan menunjukkan beberapa faktor. Tipe industri telah diidentifikasi sebagai faktor potensial yang mempengaruhi pengungkapan sosial perusahaan. Dalam penelitian Purwanto (2011) variabel tipe industri yang dikelompokkan ke dalam industri *high-profile* dan *low-profile* memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang bertipe *high-profile* akan berupaya untuk memperluas lingkup pengungkapan sosial. Perusahaan yang *high-profile* seperti perusahaan minyak dan pertambangan lainnya, kimia, hutan, kertas, otomotif, penerbangan, agribisnis, tembakau dan rokok, produk makanan dan minuman, media dan komunikasi, energi (listrik) serta transportasi dan pariwisata. Sedangkan perusahaan yang *low-profile* antara lain perusahaan bangunan, keuangan dan perbankan, pemasok peralatan medis, properti, perusahaan ritel, tekstil, dan produk tekstil, produk personal dan produk rumah tangga.

Penelitian sebelumnya mengenai pengaruh *growth* terhadap pengungkapan CSR pernah dilakukan oleh Sukenti, *et al.* (2017) yang menghasilkan *growth* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Pertumbuhan perusahaan sebuah perusahaan memiliki pengaruh

terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. *Growth* merupakan tingkat pertumbuhan perusahaan yang dapat diukur dengan pertumbuhan penjualan perusahaan.

Hubungan antara profitabilitas perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan menunjukkan seberapa besar perusahaan menghasilkan atau memperoleh keuntungan. Sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan, semakin besar pengungkapan pertanggungjawaban sosial yang dilakukan perusahaan. Penelitian sebelumnya mengenai profitabilitas terhadap pengungkapan CSR dilakukan oleh Purwanto (2011) menyatakan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan hasil dari penelitian Sukenti, *et al.* (2017) profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Ukuran perusahaan menunjukkan besarnya total aset dimiliki perusahaan. Sehingga semakin besar perusahaan, semakin besar modal yang dimiliki perusahaan tersebut. Penelitian yang dilakukan Permatasari (2014) tentang pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah dapat disimpulkan bahwa: (1) apakah tipe industri berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*?, (2) apakah *growth* berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*?, (3) apakah profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*?, (4) apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*?

Penelitian ini juga memiliki tujuan yang mengacu pada masalah-masalah di atas, sebagai berikut: (1) untuk mengetahui pengaruh tipe industri terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, (2) untuk mengetahui pengaruh *growth* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, (3) untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, (4) untuk mengetahui ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

TINJAUAN TEORITIS

Teori Stakeholder

Stakeholder merupakan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan yang meliputi karyawan, pemasok, masyarakat, pemegang saham, kreditur, pesaing dan lain-lain. Teori *stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholder*. Adanya pihak yang diutamakan dalam perusahaan yaitu *stakeholder*. tujuan utama dari perusahaan adalah menyeimbangkan konflik antara *stakeholder*.

Istilah pemangku kepentingan (*stakeholder*) keberadaan perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan *stakeholder* kepada perusahaan tersebut. Dengan perkembangan perusahaan akhir-akhir ini, *stakeholder* menyadari adanya penambahan nilai dari suatu perusahaan. Salah satu caranya dengan melakukan kegiatan perusahaan yang berhubungan dengan aktivitas sosial atau *corporate social responsibility*. Dengan demikian teori pemangku kepentingan (*stakeholder*) menjelaskan pengembangan *corporate sosial responsibility* bagi suatu perusahaan sangat penting, hal demikian karena para *stakeholder* perlu untuk mengevaluasi dan mengetahui sejauh mana perusahaan dalam melaksanakan peranannya sesuai dengan keinginan *stakeholder*, sehingga menuntut adanya akuntabilitas perusahaan atas kegiatan *corporate social responsibility* yang telah dilakukannya (Riswari, 2012).

Dengan adanya teori *stakeholder* ini bahwa suatu perusahaan harus mampu memberikan manfaat bagi *stakeholder*-nya. Manfaat tersebut dapat melakukan penerapan program *corporate social responsibility*. Dengan program tersebut perusahaan harus menjaga hubungan

dengan *stakeholder*-nya dengan cara mengakomodasi keinginan dan kebutuhan *stakeholder*-nya. Pelaksanaan dan pengungkapan CSR merupakan salah satu cara untuk menjaga hubungan baik dengan para *stakeholder*. Pelaksanaan dan pengungkapan aktivitas CSR diharapkan dapat menjembatani keinginan *stakeholder* terhadap perusahaan, sehingga akan menghasilkan hubungan yang harmonis dan kedepannya perusahaan dapat mencapai keberlanjutan (*sustainability*) atau kelestarian perusahaan.

Teori Legitimasi

Teori legitimasi adalah sebuah kondisi yang menunjukkan bahwa penerimaan keputusan pemimpin atau pejabat pemerintah pelaksana kekuasaan telah sesuai dengan prosedur yang berlaku pada masyarakat umum dan sesuai dengan nilai-nilai politik atau moral yang sepatutnya. Teori legitimasi menyatakan bahwa perusahaan secara terus menerus mencoba untuk menyakinkan bahwa kegiatan atau aktivitas yang dilakukan sesuai dengan batasan dan norma-norma masyarakat dimana perusahaan beroperasi atau berada.

Menurut Ghazali dan Chariri (2007) sebagai dasar dari teori legitimasi adalah adanya kontrak sosial yang terjadi antara perusahaan dan masyarakat dimana perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber ekonomi.

Pelaksanaan program CSR oleh perusahaan tidak terlepas dari keinginan perusahaan untuk mendapatkan *feedback*. *Feedback* tersebut adalah disamping praktik tanggung jawab sosial (*Social Responsibility*) yang merupakan bentuk kepedulian perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat, juga diharapkan dapat memberi dan meningkatkan legitimasi dan transaksi bagi perusahaan.

Dengan adanya teori legitimasi menyatakan bahwa legitimasi perusahaan merupakan salah satu teori yang mendasari pengungkapan *corporate social responsibility*. Untuk itu, pengungkapan *corporate social responsibility* merupakan salah satu bentuk perhatian terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar. Dengan ini, perusahaan dapat memberikan kontribusi positif kepada masyarakat sekitar, sehingga masyarakat sekitar dapat menerima baik keberadaan perusahaan di lingkungannya.

Definisi Corporate Social Responsibility (CSR)

Berbagai definisi mengenai pertanggungjawaban sosial atau CSR telah dikemukakan oleh banyak pihak. Definisi CSR sebagai mekanisme bagi suatu organisasi untuk mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan stakeholder, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum (Rawi dan Muchlish, 2010).

The World Business Council for Sustainable Development (WBCD) misalnya, lembaga internasional yang berdiri tahun 1995 dan beranggotakan lebih dari 20 multinational company yang berasal dari 30 negara itu, dalam publikasinya *Making Good Business* mendefinisikan CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan, sebagai komitmen dunia usaha untuk terus bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi, bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya sekaligus juga peningkatan kualitas komunitas local dan masyarakat secara lebih luas. CSR merupakan komitmen berkelanjutan dari perusahaan untuk berperilaku dengan etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi sekaligus meningkatkan kualitas hidup tenaga kerja dan keluarganya.

Definisi tersebut menunjukkan bahwa adanya perubahan paradigm yakni perubahan dari pandangan tradisional terhadap bisnis yang hanya memetingkan perolehan *profit*. Praktik bisnis pada masa sekarang ini tidak terbatas pada tujuan pembuatan *profit* tetapi juga meliputi elemen CSR dan akuntabilitas (Ghozali, 2007).

Konsep Triple Bottom Line

Istilah *Triple Bottom Line* dipopulerkan oleh Elkington pada tahun 1997 melalui bukunya "*Cannibals with Forks, the Triple Bottom Line of Twentieth Century Business*". Elkington mengembangkan konsep *triple bottom line* dalam istilah *economic prosperity, environmental quality and social justice*. Melalui buku tersebut, Elkington memberi pandangan bahwa perusahaan yang ingin berkelanjutan haruslah memperhatikan "3P". Selain mengejar profit, perusahaan juga harus memperhatikan dan terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*) dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*). (1) *Profit* (Keuntungan) merupakan unsur terpenting dan menjadi tujuan utama dari setiap kegiatan usaha. Tidak heran bila fokus utama dari seluruh kegiatan dalam perusahaan adalah mengejar *profit* dengan harga saham setinggi-tingginya, baik secara langsung ataupun tidak langsung, (2) *People* (Masyarakat Pemangku Kepentingan) menyadari bahwa masyarakat merupakan *stakeholder* penting bagi perusahaan, karena dukungan mereka, terutama masyarakat sekitar, sangat diperlukan bagi keberadaan, kelangsungan hidup, dan perkembangan perusahaan, maka sebagai bagian yang tak terpisahkan dengan masyarakat lingkungan, perusahaan perlu berkomitmen untuk berupaya memberikan manfaat kepada masyarakat, (3) *Planet* (Lingkungan) pada konsep ini yang harus diperhatikan adalah lingkungannya. Jika perusahaan ingin menonjol atau lingkungannya disebut maka harus disertakan pula tanggung jawab kepada lingkungan. Lingkungan adalah sesuatu yang terkait dengan seluruh bidang kehidupan kita.

Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)

Pengungkapan tanggung jawab sosial adalah suatu usaha perusahaan untuk menyeimbangkan komitmen-komitmennya terhadap kelompok dan individual dalam lingkungan perusahaan. Perusahaan semakin menyadari bahwa keberlangsungan hidup perusahaan dengan masyarakat dan lingkungan tempat beroperasi (Sari, *et al.* 2015).

Menurut Untung (2008:6) tampak bahwa manfaat *corporate social responsibility* bagi perusahaan antara lain : (a) Mempertahankan dan mendongrak reputasi serta citra merek perusahaan, (b) Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara social, (c) Mereduksi risiko bisnis perusahaan, (d) Melebarkan akses sumber daya bagi operasional usaha, (e) Membuka peluang pasar yang lebih luas, (f) Mereduksi biaya, misalnya terkait dampak pembuangan limbah, (g) Memperbaiki hubungan dengan stakeholder, (h) Memperbaiki hubungan regulator, (i) Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan, (j) Peluang mendapatkan penghargaan.

Tingkat pengungkapan kinerja *Corporate Social Responsibility* (CSR) menggambarkan aktivitas CSR yang telah dilakukan perusahaan. Tingginya tingkat pengungkapan kinerja CSR menunjukkan perusahaan memiliki kepedulian dan tanggung jawab tinggi terhadap dan lingkungan sosial.

Tipe Industri

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

Perusahaan yang berorientasi pada konsumen diharapkan akan memberi perhatian lebih besar cara mengkomunikasikan tanggung jawab sosial mereka kepada masyarakat, untuk

memperkuat kesan perusahaan dan pengaruh terhadap penjualan. Perusahaan yang memiliki dampak yang besar pada lingkungan dan masyarakat akan mengungkapkan lebih banyak informasi sosial. Apabila dikaitkan dengan teori legitimasi, hal ini dilakukan perusahaan untuk melegitimasi kegiatan operasinya dan menurunkan tekanan dari aktivitas sosial dan lingkungan.

Pertumbuhan Perusahaan (*Growth*)

Growth merupakan tingkat pertumbuhan perusahaan yang dapat diukur dengan pertumbuhan penjualan perusahaan. Pertumbuhan perusahaan merupakan salah satu pertimbangan para investor dalam menanamkan investasinya. Perusahaan yang memiliki kesempatan tumbuh tinggi diharapkan akan memberikan profitabilitas yang tinggi di masa depan, diharapkan laba lebih persisten, sehingga investor akan lebih tertarik untuk berinvestasi di perusahaan tersebut. Perusahaan dengan pertumbuhan tinggi akan mendapat banyak sorotan lebih tinggi akan mendapat banyak sorotan lebih tinggi cenderung lebih banyak melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (Gemitasari, 2013).

Menurut Ulfa (dalam Musaidah. *et al.*, 2016) menyatakan bahwa *growth* merupakan tingkat pertumbuhan perusahaan yang diukur dengan pertumbuhan penjualan perusahaan. Perusahaan dengan pertumbuhan yang tinggi akan mendapat sorotan sehingga diprediksi perusahaan yang mempunyai kesempatan pertumbuhan yang lebih tinggi cenderung lebih banyak melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial.

Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan menghasilkan laba atau profit yang akan menjadi dasar pembagian dividen perusahaan. Profitabilitas menggambarkan kemampuan badan usaha untuk menghasilkan laba dengan menggunakan seluruh modal yang dimiliki. Pada penelitian ini, kemampuan perusahaan menghasilkan laba diukur dengan menggunakan rasio *return on asset* (ROA). ROA mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat aktiva tertentu atau dapat dikatakan pula bahwa ROA merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dari setiap rupiah aktiva yang digunakan. *Return on asset* (ROA) merupakan rasio profitabilitas yang digunakan untuk mengukur efektifitas perusahaan di dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan asset yang dimilikinya.

Menurut Darsono dan Ashari (2005), dengan mengetahui ROA perusahaan, dapat menilai apakah perusahaan tersebut efisien dalam memanfaatkan aktiva pada kegiatan operasional perusahaan. Lebih lanjut dijelaskan bahwa ROA memberikan ukuran yang lebih baik atas profitabilitas perusahaan karena menunjukkan efektivitas manajemen dalam menggunakan aktiva dalam upaya memperoleh pendapatan. ROA diperoleh dengan membandingkan antara laba bersih dengan total aktiva.

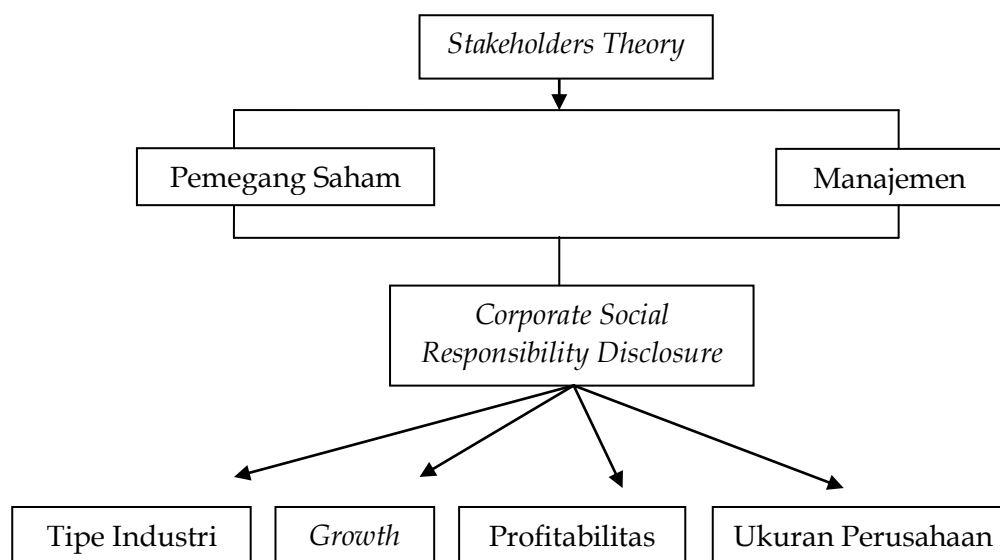
Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan salah satu variabel yang umum digunakan untuk menjelaskan mengenai variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Secara umum perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak dari pada perusahaan kecil. Hal ini karena perusahaan besar akan menghadapi resiko politis yang lebih besar disbanding perusahaan kecil. Secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan politis, yaitu tekanan untuk melakukan pertanggung jawaban sosial.

Dalam penelitian ini, ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan logaritma natural dari total aktiva. Adapun alasan penggunaan proksi ini juga mengacu pada penelitian yang telah dilakukan oleh Munif (2010) yang dalam penelitiannya menggunakan variabel ukuran perusahaan. Dalam penelitian tersebut, yang melakukan penelitian mengenai faktor - faktor yang mempengaruhi indeks pengungkapan CSR dengan sampel

perusahaan non-keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, peneliti menggunakan nilai kapitalisasi pasar sebagai proksi ukuran perusahaan. Namun, setelah dilakukan penelitian, proksi tersebut tidak mempengaruhi indeks pengungkapan CSR dan dinyatakan oleh peneliti hasil tersebut kurang valid. Oleh karena itu, untuk penelitian selanjutnya, peneliti menyarankan untuk menggunakan total aktiva dalam mengukur ukuran perusahaan. Hal ini dilakukan untuk mencegah perolehan hasil yang kurang valid karena pengukuran dengan total aktiva tidak berpengaruh oleh pasar sehingga dapat menghasilkan data yang valid.

Rerangka Pemikiran



Gambar 1
Rerangka Pemikiran

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Tipe Industri terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Tipe industri adalah karakteristik yang dimiliki oleh perusahaan yang berkaitan dengan bidang usaha, risiko usaha, karyawan yang dimiliki dan lingkungan perusahaan. Berdasarkan Roberts mengklasifikasi tipe industri menjadi dua yaitu *high-profile* dan *low-profile*. Perbedaan ini berdasarkan tingkat *consumer visibility* tingkat resiko politis dan tingkat kompetisi.

Penelitian tentang tipe industri terhadap pengungkapan CSR sebelumnya pernah dilakukan oleh Pemasari (2014) yang menunjukkan bahwa tipe industri berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Akan tetapi berbeda dengan hasil penelitian Pratiwi dan Ismawati (2017) yang menunjukkan bahwa tipe industri tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat diajukan hipotesis mengenai pengaruh tipe industri terhadap pengungkapan CSR sebagai berikut :

H₁ : Tipe industri berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Pengaruh *Growth* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Growth adalah pertumbuhan perusahaan yang dapat diukur dengan pertumbuhan penjualan perusahaan. Perusahaan dengan pertumbuhan tinggi akan mendapat banyak sorotan sehingga prediksi perusahaan yang mempunyai kesempatan pertumbuhan yang lebih tinggi cenderung lebih banyak melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial (Ekowati,2014).

Penelitian tentang pengaruh *growth* terhadap pengungkapan CSR sebelumnya pernah dilakukan oleh Sukenti,*et al.*(2017) menunjukkan bahwa *growth* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat diajukan hipotesis mengenai pengaruh pertumbuhan (*growth*) terhadap pengungkapan CSR sebagai berikut:

H₂ : *Growth* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Profitabilitas merupakan suatu kemampuan perusahaan menghasilkan laba atau profit yang akan meningkatkan nilai pemegang saham perusahaan. Profitabilitas menggambarkan kemampuan badan usaha untuk menghasilkan laba dengan menggunakan seluruh modal yang dimiliki. Profitabilitas menunjukkan suatu keuntungan perusahaan. Profitabilitas yang tinggi juga menunjukkan suatu perusahaan tersebut bekerja dengan baik.

Penelitian tentang pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan CSR sebelumnya pernah dilakukan oleh Sukenti,*et al.* (2017) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat diajukan hipotesis mengenai pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan CSR sebagai berikut :

H₃ : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Ukuran perusahaan adalah tingkat identifikasi besar atau kecilnya suatu perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan variabel yang banyak digunakan untuk menjelaskan pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan dalam laporan tahunan yang dibuat. Semakin besar ukuran sebuah perusahaan memudahkannya untuk memperoleh laporan tahunan yang dibuat dari luar perusahaan.

Penelitian tentang pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR sebelumnya pernah dilakukan oleh Permatasari (2014) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Akan tetapi berbeda dengan hasil penelitian Zulfi (2014) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat diajukan hipotesis mengenai pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR sebagai berikut :

H₄ : Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian dan Gambaran Populasi (Objek) Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian yang digunakan oleh peneliti yaitu metode kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang bersifat sekunder. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menekankan pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik. Sedangkan data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung yakni melalui perantara. Populasi dalam penelitian ini adalah semua perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2014-2017.

Berdasarkan metode kuantitatif tersebut sampel penelitian ini didapatkan sebanyak 151 sampel dari 37 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2014 sampai 2017.

Teknik Pengambilan Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar representative baik dalam

pemilihan sampel. Pada penelitian ini pengambilan sampel dilakukan dengan melakukan metode *purposive sampling*, yaitu metode pengambilan sampel berdasarkan penilaian (*judgement*) dari peneliti (Efferin, *et al.* 2008:86). Adapun kriteria dalam penentuan sampel penelitian yang dipertimbangkan oleh penulis adalah sebagai berikut: (1) perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia secara berturut-turut selama 2014 sampai dengan tahun 2017; (2) menerbitkan laporan tahunan dan mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* secara berturut-turut selama periode penelitian; (3) perusahaan manufaktur yang laporan keuangannya dinyatakan dalam mata uang Rupiah.

Teknik Pengumpulan Data

Jenis data penelitian ini menggunakan data sekunder yaitu sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung. Untuk memperoleh data yang dibutuhkan, peneliti mengambil dari laporan tahunan yang diterbitkan oleh perusahaan sampel dari tahun 2014 sampai 2017. Data diperoleh dari Bursa Efek Indonesia (BEI), selain itu pengumpulan data dilakukan dengan cara mempelajari literatur-literatur berupa buku, jurnal, artikel-artikel baik dari majalah maupun peneliti terdahulu yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Variabel Penelitian

Variabel Independen (variabel bebas) adalah variabel yang mempengaruhi atau sebab perubahan timbulnya variabel terikat. Hal ini berarti dapat dikatakan variabel bebas karena variabel bebas dapat mempengaruhi variabel lainnya. Variabel independen penelitian ini yaitu :

Definisi Operasional Variabel

Tipe Industri

Tipe industri diukur dengan menggunakan variabel *dummy*, yaitu pemberian skor 1 untuk perusahaan yang termasuk dalam industri *high-profile*, dan skor 0 untuk perusahaan yang termasuk *low-profile*. Penelitian ini menggunakan 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 peralatan rumah tangga. Perusahaan manufaktur yang termasuk dalam kategori *low-profile* adalah perusahaan yang bergerak di bidang semen, keramik, logam, pakan ternak, kayu, mesin dan alat berat, tekstil, kabel dan elektrik.

Growth

Kemampuan perusahaan mempertahankan posisi usahanya di tengah pertumbuhan ekonomi dan sektor usahanya (Aini, 2015). Pertumbuhan perusahaan (*growth*) dalam penelitian ini diukur dengan pertumbuhan penjualan perusahaan. Rumusnya sebagai berikut : (Sukenti, *et al.* 2017)

$$Growth = \frac{Penjualan_t - Penjualan_{t-1}}{Penjualan_t}$$

Profitabilitas

Pengukuran profitabilitas dengan menggunakan rasio *return on assets* (ROA). *Return On Asset* (ROA) merupakan rasio profitabilitas yang digunakan untuk mengukur efektifitas perusahaan di dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan asset yang dimilikinya. Rasio profitabilitas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba melalui semua kemampuan dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan dan sebagainya. (Sartono, 2000:68)

$$\text{Return on Total Assets} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aktiva}}$$

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah besarnya lingkup atau luas perusahaan dalam menjalankan operasinya. Dalam penelitian ini, penelitian menggunakan *log of total assets* yaitu logaritma natural jumlah aktiva yang dimiliki perusahaan. *Log of total assets* ini bertujuan untuk mengurangi perbedaan signifikan antara ukuran perusahaan yang terlalu besar dengan ukuran perusahaan yang terlalu kecil, maka data *total assets* dapat berdistribusi normal. (Purwanto, 2011)

$$\text{SIZE} = \ln \text{ Total Asset}$$

Variabel Penelitian

Variabel dependen (variabel terikat) adalah variabel yang dapat dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel independen. Variabel dependen peneliti ini yaitu :

Definisi Operasional Variabel

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Pengungkapan adalah penyampaian informasi yang ditujukan bagi pihak - pihak yang berkepentingan. Dalam mengukur CSR *disclosure* ini digunakan CSR index yang merupakan luas pengungkapan relatif setiap perusahaan sampel atas pengungkapan sosial yang dilakukannya, dimana dapat dilakukan dengan cara checklist. Prosentase pengungkapan CSR diukur dengan berdasarkan *Global Reporting Initiative* (GRI), penelitian ini menggunakan GRI G3 dengan 79 item pengungkapan yang terbagi dalam 6 indikator, yaitu indikator kinerja ekonomi, indikator kinerja lingkungan, indikator kinerja tenaga kerja, indikator kinerja hak asasi manusia, indikator kinerja sosial dan indikator kinerja produk.

Pendekatan untung menghitung CSRI pada dasarnya menggunakan metode *content analysis* yaitu metode yang dilakukan dengan memberikan checklist atas setiap item pengungkapan tanggung jawab perusahaan yang masuk dalam 6 indikator diatas dan dihitung jumlah item pengungkapan seluruhnya yang dinyatakan dalam indeks: (Sayekti, et al. 2007)

$$\text{CSRI}_j = \frac{\sum X_i}{n_j}$$

Teknik Analisis Data

Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Alat analisis yang digunakan meliputi nilai rata-rata (mean), standar deviasi, maksimum, dan minimum (Ghozali, 2006). Statistik deskriptif mendeskripsikan data menjadi informasi yang jelas dan mudah dipahami.

Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini dalam hipotesis di uji dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Analisis regresi berganda digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen tipe industri, *growth*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap variabel dependen pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Persamaan regresi dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{CSR} = a + \beta_1 \text{INDST} + \beta_2 \text{G} + \beta_3 \text{PROF} + \beta_4 \text{UP} + e \dots$$

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas adalah suatu pengujian yang digunakan untuk menilai atau menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu (residual) mempunyai distribusi yang normal

(Ghozali, 2011). Untuk menguji normalitas data bisa menggunakan uji *Kolmogorov-Sminov* (K-S) dimana pengambilan kesimpulan ditentukan sebagai berikut : (a) Jika nilai signifikan <0.05 , maka persamaan regresi tidak berdistribusi normal, (b) Jika nilai signifikan >0.05 , maka persamaan regresi berdistribusi normal.

Tujuan pengujian ini untuk mengetahui apakah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah berdistribusi normal atau tidak dan metode yang digunakan uji statistik *Kolmogorov-Smirnov Test* untuk menguji normalitas data.

Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2011) uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik adalah tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Multikolinearitas dapat dilihat dari nilai toleransi dan lawannya yaitu *Variance Inflation Factor* (VIF). Untuk pengambilan keputusan dalam menentukan ada atau tidaknya multikolinearitas yaitu dengan kriteria sebagai berikut: (a) jika nilai $VIF > 10$ atau jika nilai tolerance $< 0,1$ maka ada multikolinearitas dalam model regresi, (b) Jika nilai $VIF < 10$ atau jika nilai tolerance $> 0,1$ maka tidak ada multikolinearitas dalam model regresi.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dimaksudkan untuk melihat adanya korelasi antara anggota serangkaian observasi yang diurutkan menurut waktu seperti dalam data deretan waktu atau diurutkan menurut ruang seperti dalam data *cross-sectional*. Pengujian terhadap asumsi autokorelasi dapat menggunakan Durbin-Watson Test (D-W-Test).

Namun demikian, menurut Winarno (2011) menyatakan bahwa secara umum biasanya bisa diambil patokan dengan beberapa kriteria sebagai berikut : (a) Angka *Durbin Watson* dibawah -2 berarti ada autokorelasi positif, (b) Angka *Durbin Watson* di atas $+2$ berarti ada autokorelasi negative, (c) Angka *Durbin Watson* diantara -2 sampai $+2$, berarti tidak ada autokorelasi.

Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi keasamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2011). Model regresi yang baik adalah homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Ada beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas.

Menurut Santoso (2004; 208) heterokedastisitas adalah suatu keadaan dimana masing-masing kesalahan pengganggu dari variabel bebas mempunyai varian yang berbeda. Jika varian dari residual antara suatu pengamatan dengan pengamatan yang lain berbeda maka disebut heterokedastisitas.

Uji Goodness of Fit

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui secara bersama-sama apakah variabel bebas berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel terikat. Uji F-statistik digunakan untuk membuktikan ada pengaruh Tipe Industri, *Growth*, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Kriteria pengujiannya adalah: jika nilai signifikan uji $F > 0.05$, maka model yang digunakan dalam penelitian tidak layak.

Uji Koefisien Determinasi

Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Nilai R^2 menunjukkan seberapa besar proporsi dari total variasi tidak bebas yang dapat dijelaskan oleh variabel penjelasnya. Semakin tinggi nilai R^2 maka semakin besar proporsi dari total variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen (Ghozali, 2005).

Uji Hipotesis

Uji statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen atau variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Ghozali, 2005). Adapun pengujian dilakukan dengan menggunakan signifikan level 0,05 ($\alpha=5\%$) yaitu sebagai berikut: (a) apabila nilai signifikan $t < 0.05$ maka H_0 diterima, artinya secara statistik signifikan variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen, (b) apabila nilai signifikan $t > 0.05$ maka H_0 ditolak, artinya secara statistik signifikan variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Alat analisis yang digunakan meliputi nilai rata-rata (mean), standar deviasi, maksimum, dan minimum (Ghozali, 2006). Statistik deskriptif mendeskripsikan data menjadi informasi yang jelas dan mudah dipahami.

Analisis statistik deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai minimum, maksimum, rata-rata (mean), standar deviasi dari masing-masing variabel penelitian. Deskripsi mengenai variabel penelitian yaitu tipe industri, *growth*, profitabilitas, ukuran perusahaan dan pengungkapan CSR dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1
Deskripsi Variabel Penelitian
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
INDST	148	.00	1.00	.6216	.48663
G	148	-.52	.86	.0444	.16676
PROF	148	-.11	2.08	.0917	.19240
UP	148	25.32	33.32	28.6347	1.71612
CSR	148	.08	.47	.2367	.07541
Valid N (listwise)	148				

Sumber: Laporan Keuangan (diolah), 2019

Berdasarkan tabel 1 dapat dijelaskan bahwa menunjukkan jumlah observasi (N) yang diteliti sebanyak 148 objek selama tahun 2014 - 2017 analisis statistik deskriptif dalam tabel 1 dapat diketahui bahwa: (1) Jumlah pengamatan (n) yang diteliti yaitu sebanyak 84 pengamatan yang terdiri atas perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2014 sampai 2017; (2) Rata-rata nilai tipe industri adalah sebesar 0,6216 dengan standar deviasi sebesar 0,48663. Nilai standar deviasi lebih kecil dibandingkan nilai rata-rata menunjukkan terjadinya variasi atau perbedaan yang kecil antara tipe industri terhadap nilai rata-ratanya; (3) Rata-rata nilai *growth* adalah sebesar 0,0444 dengan standar deviasi sebesar 0,16676. Nilai standar deviasi lebih besar dibandingkan nilai rata-rata menunjukkan terjadinya variasi atau perbedaan yang besar antara nilai *growth* terhadap nilai rata-ratanya. Variabel *growth* mengidentifikasi hasil yang kurang baik, karena standar deviasi yang mencerminkan penyimpangan dari data variabel tersebut cukup besar sehingga muncul banyak *outlier*. Hal ini disebabkan karena nilai minimum untuk *growth* adalah -0,52 sedangkan nilai maksimum sebesar 0,86; (4) Rata-rata nilai profitabilitas adalah sebesar

0,0917 dengan standar deviasi sebesar 0,19240. Nilai standar deviasi lebih besar dibandingkan nilai rata-rata menunjukkan terjadinya variasi atau perbedaan yang besar antara nilai profitabilitas terhadap nilai rata-ratanya. Variabel profitabilitas mengidentifikasi hasil yang kurang baik, karena standar deviasi yang mencerminkan penyimpangan dari data variabel tersebut cukup besar sehingga muncul banyak *outlier*. Hal ini disebabkan karena nilai minimum untuk profitabilitas adalah -0,11 sedangkan nilai maksimum sebesar 2,08; (5) Rata-rata nilai ukuran perusahaan adalah sebesar 28,6347 dengan standar deviasi sebesar 1,71612. Nilai standar deviasi lebih kecil dibandingkan nilai rata-rata menunjukkan terjadinya variasi atau perbedaan yang kecil antara ukuran perusahaan terhadap nilai rata-ratanya; (6) Rata-rata nilai pengungkapan CSR adalah sebesar 0,2367 dengan standar deviasi sebesar 0,07541. Nilai standar deviasi lebih kecil dibandingkan nilai rata-rata menunjukkan terjadinya variasi atau perbedaan yang kecil antara pengungkapan CSR terhadap nilai rata-ratanya.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk melihat pengaruh tipe industri, *growth*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR dengan dibantu program SPSS 20.0 dalam proses perhitungannya. Adapun model persamaan regresinya dirumuskan sebagai berikut:

$$CSR = a + \beta_1INDST + \beta_2G + \beta_3PROF + \beta_4UP + e$$

Tabel 2
Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.121	.102		1.188	.237
INDST	.002	.012	.011	.143	.886
G	.087	.032	.214	2.664	.009
PROF	.068	.029	.194	2.389	.018
UP	.004	.004	.082	1.008	.315

a. Dependent Variable: CSR

Sumber: Laporan Keuangan (diolah), 2019

Berdasarkan tabel 2, maka dapat ditentukan model persamaan regresi sebagai berikut:

$$CSR = 0,121 + 0,002 INDST + 0,087 G + 0,068 PROF + 0,004 UP + e$$

Koefisien regresi yang bertanda positif menunjukkan perubahan yang searah antara variabel bebas terhadap variabel terikat, sedangkan koefisien regresi yang bertanda negatif menunjukkan arah perubahan yang berlawanan arah antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

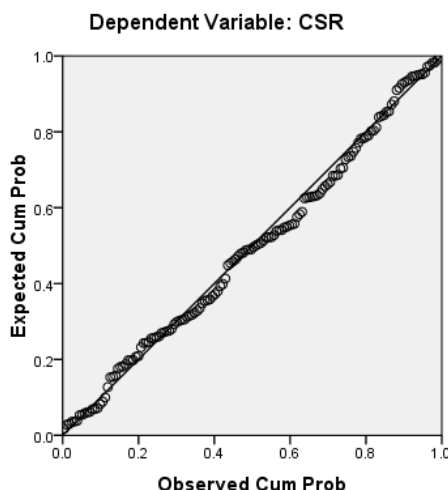
Dari persamaan regresi di atas, dapat dijelaskan bahwa: (1) Konstanta sebesar 0,121 menunjukkan bahwa jika tipe industri, *growth*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan = 0 atau tidak ada, maka pengungkapan CSR akan sebesar 0,121; (2) Koefisien regresi untuk variabel tipe industri sebesar 0,002. Dalam hal ini menunjukkan bahwa hubungan tipe industri terhadap pengungkapan CSR yaitu searah (positif), (3) Koefisien regresi untuk variabel *growth* sebesar 0,087. Dalam hal ini menunjukkan bahwa hubungan *growth* terhadap pengungkapan CSR yaitu searah (positif), (4) Koefisien regresi untuk variabel profitabilitas sebesar 0,068. Dalam hal ini menunjukkan bahwa hubungan profitabilitas terhadap pengungkapan CSR yaitu searah (positif), (5) Koefisien regresi

untuk variabel ukuran perusahaan sebesar 0,004. Dalam hal ini menunjukkan bahwa hubungan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR yaitu searah (positif).

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen dan variabel independen atau keduanya mempunyai pemahaman pajak normal atau tidak. Data pemahaman pajak normal, jika penyebaran plot berada disepanjang garis 45° . Hasil normalitas adalah sebagai berikut:



Gambar 2
Grafik P-Plot

Sumber: Laporan Keuangan (diolah), 2019

Berdasarkan grafik Normal P-Plot (Gambar 2) terlihat bahwa titik - titik mendekati garis dan mengikuti arah garis diagonal. Sehingga dapat berdistribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas.

Uji normalitas selain melihat grafik Normal P-Plot, juga dapat dilihat dengan melakukan uji statistik yakni Uji *Kolmogorov-Smirnov*. Menurut Ghozali (2006:134) uji asumsi klasik normalitas seringkali salah diartikan bahwa semua variabel harus memiliki distribusi normal.

Tabel 3
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		148
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.07114003
Most Extreme Differences	Absolute	.056
	Positive	.056
	Negative	-.036
Kolmogorov-Smirnov Z		.686
Asymp. Sig. (2-tailed)		.734

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Laporan Keuangan (diolah), 2019

Hasil grafik Normal P-Plot dapat diketahui berada di sepanjang garis 45⁰, sedangkan berdasarkan Tabel 3 hasil uji normalitas *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* yaitu nilai signifikansi *Kolmogorov-Smirnov* pada *Asymp. Signifikansi* lebih besar dari 5% (0,05) yaitu sebesar 0,734 maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal, sehingga dapat digunakan dalam penelitian.

Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk mendeteksi adanya problem multikolinieritas, maka dapat dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai VIF > 10 atau *tolerance* kurang dari 0,10 maka ada multikolinearitas dalam model regresi. Sebaliknya, apabila nilai VIF < 10 atau *tolerance* lebih dari 0,10 maka tidak ada multikolinearitas dalam model regresi.

Tabel 4
Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	INDST	.976	1.025
	G	.965	1.036
	PROF	.947	1.056
	UP	.948	1.054

Sumber: Laporan Keuangan (diolah), 2019

Berdasarkan Tabel 4 diatas terlihat bahwa nilai *tolerance* mendekati angka 1 dan nilai *variance inflation factor* (VIF) lebih rendah dari 10 untuk setiap variabel, maka hal ini berarti dalam persamaan regresi tidak ditemukan adanya korelasi antar variabel independen atau bebas multikolinieritas, sehingga seluruh variabel independen (X) tersebut dapat digunakan dalam penelitian.

Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (Ghozali, 2011:99). Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya.

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi, dapat digunakan uji *Durbin-Watson* yang dapat dilakukan melalui program SPSS. Jika nilai *Durbin-Watson* yang dihasilkan berada antara -2 hingga +2 berarti tidak terjadi gejala autokorelasi. Dengan hipotesis yang akan diuji :

Tabel 5
Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted Square	R Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.332 ^a	.110	.085	.07213	.822

a. Predictors: (Constant), UP, INDST, G, PROF

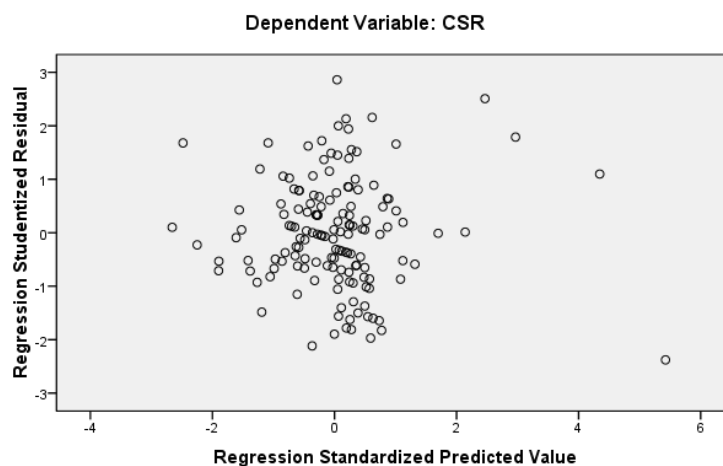
b. Dependent Variable: CSR

Sumber: Laporan Keuangan (diolah), 2019

Berdasarkan tabel 5, dapat dilihat nilai *Durbin-Watson* sebesar 0,822 dapat diketahui bahwa pada model regresi tidak terjadi autokorelasi, yang mana ditunjukkan dengan $(-2 < 0,822 < 2)$.

Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Dan jika *variance* berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil heteroskedastisitas dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3

Gambar Scatterplot

Sumber: Laporan Keuangan (diolah), 2019

Berdasarkan gambar 3 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. Setelah dilakukan uji asumsi klasik tersebut di atas, maka dapat disimpulkan bahwa model persamaan regresi linier dalam penelitian ini, bebas dari asumsi dasar (klasik) tersebut, sehingga pengambilan keputusan melalui uji F dan uji t yang akan dilakukan dalam penelitian ini tidak akan bias atau sesuai dengan tujuan penelitian.

Uji Goodness of Fit

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah tipe industri, *growth*, profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR. Hasil pengujian ini dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6
Hasil Uji F
ANOVA^b

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.092	4	.023	4.421	.002 ^a
	Residual	.744	143	.005		
	Total	.836	147			

a. Predictors: (Constant), UP, INDST, G, PROF

b. Dependent Variable: CSR

Sumber: Laporan Keuangan (diolah), 2019

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} dengan tingkat signifikansi 0,002 (di bawah 0,05) sebesar 4,421. Berdasarkan tingkat signifikansinya, berarti variabel independen yang terdiri tipe industri, *growth*, profitabilitas dan ukuran perusahaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan CSR. Hasil ini memberikan arti bahwa model penelitian yang diajukan peneliti telah layak atau fit.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi (R^2) menunjukkan seberapa besar proporsi dari total variasi tidak bebas yang dapat dijelaskan oleh variabel penjelasnya. Semakin tinggi nilai R^2 maka semakin besar proporsi dari total variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen (Ghozali, 2005).

Tabel 7
Nilai R Square

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.332 ^a	.110	.085	.07213

Sumber: Laporan Keuangan (diolah), 2019

Nilai *R Square* sebesar 0,110 atau 11%, ini menunjukkan bahwa variabel pengungkapan CSR yang dapat dijelaskan variabel tipe industri, *growth*, profitabilitas dan ukuran perusahaan adalah sebesar 11%, sedangkan sisanya 89% dijelaskan faktor-faktor lain yang tidak disertakan dalam model penelitian ini.

Uji Hipotesis

Tabel 8
Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.121	.102		1.188	.237
	INDST	.002	.012	.011	.143	.886
	G	.087	.032	.214	2.664	.009
	PROF	.068	.029	.194	2.389	.018
	UP	.004	.004	.082	1.008	.315

a. Dependent Variable: CSR

Sumber: Laporan Keuangan (diolah), 2019

Berdasarkan perhitungan uji regresi berganda yang tercantum pada Tabel 8, maka hasilnya memberikan pengertian bahwa: (1) Berdasarkan hasil perhitungan tabel 8, diperoleh nilai koefisien regresi bernilai positif dan nilai signifikansi untuk tipe industri adalah $\alpha = 0,886 > 0,05$ menandakan bahwa tipe industri tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Sehingga H_1 yang menyatakan dugaan adanya pengaruh tipe industri terhadap pengungkapan CSR ditolak; (2) Hasil perhitungan tabel 8, diperoleh nilai koefisien regresi bernilai positif dan nilai signifikansi untuk *growth* adalah $\alpha = 0,009 < 0,05$ menandakan bahwa *growth* mempunyai pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Sehingga H_2 yang menyatakan dugaan adanya pengaruh *growth* terhadap pengungkapan CSR diterima; (3) Berdasarkan hasil perhitungan tabel 8, diperoleh nilai koefisien regresi bernilai positif dan nilai signifikansi untuk profitabilitas adalah $\alpha =$

0,018 < 0,05 menandakan bahwa profitabilitas mempunyai pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Sehingga H_3 yang menyatakan dugaan adanya pengaruh Profitabilitas terhadap pengungkapan CSR diterima; (4) Berdasarkan hasil perhitungan tabel 8, diperoleh nilai koefisien regresi bernilai positif dan nilai signifikansi untuk ukuran perusahaan adalah $\alpha = 0,315 > 0,05$ menandakan bahwa ukuran perusahaan tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Sehingga H_3 yang menyatakan dugaan adanya pengaruh ukuran perusahaan terhadap Pengungkapan CSR ditolak.

Pembahasan

Pengaruh Tipe Industri terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Berdasarkan hasil pengujian pengaruh variabel tipe industri terhadap pengungkapan CSR, dapat dikatakan bahwa tipe industri mempunyai nilai t sebesar 0,143 dengan probabilitas signifikan sebesar 0,886. Dengan tingkat probabilitas signifikan yang lebih besar dari 0,05. Sehingga hal ini berarti bahwa variabel tipe industri tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Tipe industri adalah karakteristik yang dimiliki oleh perusahaan yang berkaitan dengan bidang usaha, risiko usaha, karyawan yang dimiliki dan lingkungan perusahaan. Hal ini berarti bahwa perusahaan yang tergolong kategori *high profile* belum tentu melakukan pengungkapan aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan yang lebih tinggi/banyak dibandingkan perusahaan *low profile* yang lemah akan mengungkapkan tanggung jawab sosial yang lebih luas dibandingkan perusahaan *high profile*. Hal tersebut disebabkan karena perusahaan ingin investor mengetahui bahwa kondisi ekonomi perusahaan yang tidak terlalu baik disebabkan oleh biaya yang dikeluarkan perusahaan berkaitan dengan tanggung jawab sosial. Dengan mengeluarkan biaya untuk tanggung jawab sosial perusahaan, diharapkan akan memberikan dampak positif untuk kondisi ekonomi perusahaan dimasa mendatang. Bagi perusahaan kategori *high profile*, perusahaan (manajemen) merasa tidak perlu melaporkan hal-hal yang mengganggu informasi tentang kondisi ekonomi yang sudah baik. Oleh karena itu, hasil pengujian ini menyatakan bahwa hipotesis pertama (H_1) ditolak.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Pratiwi dan Ismawati (2017) yang menghasilkan bahwa tipe industri tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Pengaruh *Growth* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Berdasarkan hasil pengujian pengaruh variabel *growth* terhadap pengungkapan CSR, dapat dikatakan bahwa *growth* mempunyai nilai t sebesar 2,664 dengan probabilitas signifikan sebesar 0,009. Dengan tingkat probabilitas signifikan yang lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel *Growth* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. *Growth* adalah pertumbuhan perusahaan yang dapat diukur dengan pertumbuhan penjualan perusahaan. Perusahaan dengan pertumbuhan tinggi akan mendapat banyak sorotan sehingga diprediksi perusahaan yang mempunyai kesempatan pertumbuhan yang lebih tinggi cenderung lebih banyak melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial (Ekowati, 2014). Hal ini berarti bahwa perusahaan memiliki kesempatan tumbuh yang tinggi diharapkan akan memberikan profitabilitas yang tinggi di masa depan, diharapkan laba lebih persisten, sehingga akan tertarik untuk berinventasi di perusahaan tersebut. Oleh karena itu, hasil pengujian ini menyatakan bahwa hipotesis kedua (H_2) diterima.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Sukenti, *et al.* (2017) yang menghasilkan bahwa *growth* memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Berdasarkan hasil pengujian pengaruh variabel profitabilitas terhadap pengungkapan CSR, dapat dikatakan bahwa profitabilitas mempunyai nilai t sebesar 2,389 dengan probabilitas signifikan sebesar 0,018. Dengan tingkat probabilitas signifikan yang lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Hal ini berarti bahwa profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan menghasilkan laba atau profit yang akan menjadi dasar pembagian dividen perusahaan. Profitabilitas menggambarkan kemampuan badan usaha untuk menghasilkan laba dengan menggunakan seluruh modal yang dimiliki. Profitabilitas menunjukkan suatu keuntungan perusahaan. Profitabilitas yang tinggi juga menunjukkan suatu perusahaan tersebut bekerja dengan baik. Oleh karena itu, pengujian ini menyatakan bahwa hipotesis ketiga (H_3) diterima.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Sukenti, *et al.* (2017) yang menghasilkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Berdasarkan hasil pengujian pengaruh variabel ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR, dapat dikatakan bahwa ukuran perusahaan mempunyai nilai t sebesar 1,008 dengan probabilitas signifikan sebesar 0,315. Dengan tingkat probabilitas signifikan yang lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Ukuran perusahaan adalah tingkat identifikasi besar atau kecilnya suatu perusahaan. Hal ini berarti bahwa semakin besar ukuran sebuah perusahaan tidak mempengaruhi luas pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Perusahaan yang memiliki asset yang besar belum tentu memperhatikan atau memperlihatkan *performancenya* yang baik melalui kepeduliannya terhadap lingkungan sosial. Tidak berpengaruhnya ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial bisa jadi karena perhatian dan kesadaran manajemen perusahaan yang masih kurang terhadap lingkungan sosial. Oleh karena itu, hasil pengujian ini menyatakan bahwa hipotesis keempat (H_4) ditolak.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Zulfi (2014) yang menghasilkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh tipe industri, *growth*, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini menggunakan sampel yang didapat adalah 37 perusahaan dengan periode dari tahun 2014 sampai 2017 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut: (1) Bahwa variabel tipe industri tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal ini karena perusahaan yang termasuk kategori *high profile* belum tentu juga melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang lebih tinggi dibanding perusahaan yang berkategori *low profile*; (2) Bahwa variabel *growth* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal ini karena perusahaan dengan pertumbuhan yang tinggi akan mendapat lebih banyak sorotan sehingga perusahaan yang mempunyai pertumbuhan yang tinggi cenderung lebih banyak menggunakan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan; (3) Bahwa variabel profitabilitas mempunyai pengaruh yang signifikan

terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal ini karena perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi juga menunjukkan suatu perusahaan tersebut bekerja dengan baik dan juga banyak melakukan aktivitas/tanggung jawab sosial perusahaan; (4) Bahwa variabel ukuran perusahaan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal ini karena ukuran perusahaan juga belum tentu banyak digunakan untuk menjelaskan pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan dalam laporan tahunan yang dibuat. Perusahaan juga belum tentu memperhatikan atau memperlihatkan kinerja baik melalui kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sosial.

Keterbatasan

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi peneliti untuk mendapatkan hasil yang lebih baik lagi. Maka berikut keterbatasan berdasarkan hasil peneliti dan pembahasan dalam penelitian ini: (1) Periode laporan keuangan yang digunakan yaitu tahun 2014 sampai 2017 atau hanya selama 4 tahun sebagai sampel sehingga belum dapat meneliti semua perusahaan yang ada; (2) Data mengenai pengungkapan *corporate social responsibility* hanya berasal dari *annual report*, sedangkan tidak semua item yang ada di pengungkapan tanggung jawab sosial diungkapkan dengan *annual report*.

Saran

Ditinjau dari hasil dan pembahasan yang telah dipaparkan dalam penelitian ini, saran yang bisa diberikan antara lain untuk meningkatkan pengungkapan *corporate social responsibility* adalah: (1) Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian di luar variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini, misalnya rasio likuiditas dan solvabilitas yang dapat digunakan untuk meningkatkan Pengungkapan CSR, mengingat terdapat pengaruh sebesar 89% dari variabel lain yang tidak diikuti sertakan dalam penelitian ini; (2) Bagi peneliti selanjutnya disarankan dapat mengambil manfaat dari penelitian ini untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam lagi mengenai pengungkapan *corporate social responsibility*; (3) Bagi peneliti selanjutnya disarankan agar memperpanjang tahun pengamatan untuk konsistensi dari pengaruh variabel - variabel independen tersebut terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan; (4) Bagi para pelaku usaha, investor, lembaga pasar modal terkait untuk lebih memperhatikan dan mempertimbangkan kebijakan mengenai pengungkapan informasi CSR. Penelitian selanjutnya diharap dapat memberikan kontribusi bagi manajemen perusahaan dalam mengambil keputusan yang berkaitan dengan pengungkapan informasi CSR.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, A. K. 2015. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Vol 12 No.1*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman Samarinda.
- Darsono dan Ashari. 2005. *PedomanPraktis Memahami Laporan Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Efferin, S., S. H. Darmadji dan Y. Tan. 2008. *Metode Penelitian Akuntansi: Mengungkap Fenomena dengan pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*. GRAHA ILMU, Yogyakarta.
- Ekowati, L. 2014. Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, *Growth*, dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Universitas Trunojoyo Madura.
- Gemitasari, R. 2013. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. FEB Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Ghozali, I. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi III. Universitas Diponegoro. Semarang.

- _____. 2006. *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- _____. 2007. *Teori Akuntansi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- _____. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi 5. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Munif, A. Z. 2010. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Index Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* di Indonesia : Studi Empiris pada Perusahaan Non Keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Skripsi S1 Akuntansi tidak dipublikasikan*. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Musaidah, Siti, R. Andini dan A. Supriyanto. 2016. Analisis Pengaruh Firm Size Age, Profitabilitas, *Leverage*, dan *Growth* Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Journal Of Accounting*, Vol. 2. 2 Maret 2016.
- Permatasari, H.D. 2014. Pengaruh *Leverage*, Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR), (Studi pada Perusahaan - perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2010 – 2012). Universitas Diponegoro.
- Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 paragraf 9. Tentang Pengungkapan Dampak Lingkungan. Jakarta.
- Pratiwi, L dan K. Ismawati. 2017. Analisis Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, *Leverage* dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Perusahaan Manufaktur di BEI tahun 2012-2014. Universitas Surakarta.
- Purwanto, A. 2011. Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitasterhadap *Corporate Social Responsibility*. Universitas Diponegoro.
- Rawi dan M. Muchlish. 2010 “Kepemilikan Manajemen, Kepemilikan Institusi, *Leverage* dan *Corporate Social Responsibility*”. *Simposium Nasional Akuntansi XIII*. Purwokerto.
- Riswari, D.A. 2012. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Corporate Governance* Sebagai Variabel Moderating, Semarang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Santoso, S. 2004. *Buku Latihan Spss Statistic Parametrik*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sari, S. H., H. Indriyani, dan C. I. Merina. 2015. Faktor – Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Universitas Bina Darma Palembang.
- Sartono, A. 2000. *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: BPFE – Yogyakarta.
- Sayekti, Yosefa, dan L. S. Wondabio. 2007. Pengaruh CSR Disclosures Terhadap Earning Response Coeficient (Studi Empiris Pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta). *Simposium Nasional Akuntansi X. Makasar*.
- Sukenti, S., N. Hidayati, dan M.C. Mawardi. 2017. Pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan *growth* terhadap pengungkapan tanggung jawab social perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2013 – 2015). Universitas Islam Malang.
- Untung, H. B. 2008. *Corporate Social Responsibility*. Sinar Grafika. Yogyakarta
- Undang – Undang Republik Indonesia No. 25 Tahun 2007. Tentang Penanaman Modal. Jakarta
- Winarno, W., Wahyu. 2011. *Analisis Ekonometrika dan Statistika dengan Program EViews*. Edisi 3. UPP STIM YKPN. Yogyakarta.
- Zulfi, N.M. 2014. Pengaruh kepemilikan saham pemerintah, tipe industri, ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada *go public* di Indonesia (Studi Empiris Perusahaan yang Terdaftar di BEI tahun 2008-2012). Universitas Negeri Padang.