PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN TERHADAP *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE* PADA PERUSAHAAN *FOOD AND BEVERAGES* YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA

NASKAH PUBLIKASI

Oleh:

PRADIPTA MAHADEVI PUTRI

B100110380

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

2014

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertandatangan di bawah ini telah membaca Naskah Publikasi dengan judul:

PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN TERHADAP *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE* PADA PERUSAHAAN *FOOD AND BEVERAGES* YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA.

Yang ditulis oleh:

PRADIPTA MAHADEVI PUTRI

B 100110380

Penandatanganan berpendapat bahwa Naskah Publikasi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, Februari 2015

Pembimbing

(Dra. Wuryaningsih Dwi Lestari, M.M.)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta

(Dr. Triyono, S.E., M.Si.)

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah menguji pengaruh karakteristik perusahaan yang diproksikan ke dalam profitabilitas, ukuran perusahaan, *leverage*, likuiditas, dan ukuran dewan komisaris terhadap *corporate social responsibility disclosure* dalam laporan tahunan perusahaan *food and beverages*.

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2011-2013 seperti yang tercantum dalam *Indonesia Capital Market Directory* (ICMD) dan *website* resmi BEI (www.idx.co.id). Perusahaan manufaktur digunakan sebagai populasi karena memiliki kewajiban untuk menyampaikan laporan tahunan kepada publik. Sampel dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan sesuai dengan kriteria. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan *purposive sampling* sebagai teknik pengambilan sampel.

Hasil analisis regresi dalam penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan ada pengaruh yang positif dan signifikan antara profitabilitas, ukuran perusahaan, likuiditas, dan ukuran dewan komisaris terhadap *corporate social responsibility disclosure*. Sedangkan leverage secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan dan negatif terhadap *corporate social responsibility disclosure*. Hasil analisis regresi juga menunjukkan bahwa secara parsial profitabilitas, ukuran perusahaan, *leverage*, likuiditas, dan ukuran dewan komisaris bersama-sama memiliki pengaruh terhadap *corporate social responsibility disclosure*. Pengaruh adjusted R^2 dalam penelitian ini sebesar 99,9% sedangkan sisanya sebesar 0,1% dipengaruhi oleh faktor yang lain.

Kata kunci: Karakteristik perusahaan, *corporate social responsibility disclosure*, *corporate social responsibility* (CSR).

PENDAHULUAN

Corporate Social Responsibility atau yang sering dikenal dengan sebutan CSR merupakan program atau rencana yang disusun oleh perusahaan sebagai bagian dari tanggung jawab perusahaan atas segala aktivitasnya yang menyebabkan dampak baik positif maupun negatif kepada masyarakat dan lingkungan sekitar. Ulasan mengenai CSR saat ini sedang ramai diperbincangkan pada dunia bisnis multinasional.

Pemerintah menyadari bahwa *Corporate Social Responsibility Disclosure* kepada publik semakin menjadi tuntutan utama bagi perusahaan sehingga pemerintah mengesahkan undang-undang No. 40 tahun 2007 tentang

Perseroan Terbatas. Peraturan tersebut menyatakan bahwa setiap perusahaan yang ada untuk melakukan dan mengungkapkan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang telah tertuang di dalam Bab V Pasal 74 dan Pasal 66 ayat (2) bagian C. Program-program CSR yang dimiliki oleh setiap perusahaan dapat berbeda-beda hal ini dikarenakan perbedaan dampak lingkungan dan sosial sebagai akibat dari aktivitas perusahaan tersebut. *Corporate Social Responsibility Disclosure* oleh perusahaan juga berdasar pada karakteristik yang dimiliki oleh perusahaan itu sendiri. Veronica (2009) dalam Sari Rizkia (2012) mengatakan semakin kuat karakteristik suatu perusahaan dalam menghasilkan dampak sosial bagi publik tentunya akan semakin kuat pula pemenuhan tanggung jawab sosialnya kepada publik.

Secara jelas pernyataan di atas mengandung unsur pemberitahuan bagi seluruh perusahaan di Indonesia agar secara sukarela dapat melaporkan kegiatan *corporate social responsibility* yang dimiliki oleh perusahaan tersebut kepada publik. Sifat sukarela inilah yang membuat tingkat kesadaran akan tanggung jawab sosial yang dimiliki perusahaan di Indonesia cenderung rendah. Perusahaan akan cenderung untuk mempertimbangkan terlebih dahulu akan dampak positif dan negatif serta biaya yang dibutuhkan dalam mewujudnya tanggung jawab sosial tersebut.

Selanjutnya dalam penelitian Widyanto Arif (2011) menggunakan ukuran dewan komisaris, *likuiditas, leverage*, ukuran perusahaan (*size*) dan profitabilitas sebagai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pengungkapan CSR. Pada penelitian Sari Rizkia (2012) faktor pertumbuhan perusahaan (*growth*) juga digunakan sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility disclosure* Selain faktor-faktor yang telah disebutkan diatas, kepemilikan manajemen juga digunakan sebagai faktor yang dapat mempengaruhi *corporate social responsibility disclosure* dalam penelitian Nugroho Indra (2012).

Berdasar pada beberapa faktor yang telah digunakan dalam penelitian terdahulu maka penulis tertarik untuk membahas lebih lanjut mengenai adanya pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan (*size*), *leverage*, dan tipe industri

terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* oleh perusahaan. lalu selanjutnya penulis menentukan judul **"PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN TERHADAP *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE* PADA PERUSAHAAN *FOOD AND BEVERAGES* YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA"**.

METODE PENELITIAN

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan pada sektor manufaktur yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan *go public*. Sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di BEI dan mengeluarkan laporan tahunan (*annual report*). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* yaitu cara pengambilan sampel berdasarkan kriteria yang telah ditentukan sebelumnya sesuai maksud dan tujuan penelitian.

Adapun kriteria-kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di BEI tahun 2011-2013.
2. Perusahaan yang memberikan laporan tahunan 2011-2013 dan di publikasian di *website* Bursa Efek Indonesia.
3. Perusahaan yang memiliki laba positif pada tahun 2011-2013.
4. Perusahaan yang mencantumkan program-program CSR yang dimiliki ke dalam laporan tahunan (*annual report*).
5. Memiliki data-data yang lengkap yang berkaitan dengan variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder dengan jenis kuantitatif yang berupa laporan keuangan tahunan perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di BEI pada tahun 2011-2013.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Berganda

Tabel IV.6
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda Model OLS

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,550[a]	,302	,157	,09863	1,040

a. Predictors: (Constant), UDK, LK, ROA, SIZE, LEV

b. Dependent Variable: CSRi

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	,471	,129		3,666	,001		
	ROA	-,024	,109	-,041	-,220	,828	,821	1,218
	SIZE	-1,3E-009	,000	-,235	-1,075	,293	,608	1,645
	LEV	-,319	,240	-,365	-1,329	,196	,385	2,600
	LK	,014	,023	,157	,600	,554	,428	2,338
	UDK	,018	,011	,341	1,552	,134	,603	1,658

a. Dependent Variable: CSRi

Tabel IV.7
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda Model LPM

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	1,000[a]	,999	,999	,00336733	1,960

a. Predictors: (Constant), LPM_UDK, LPM_LK, LPM_ROA, LPM_SIZE, LPM_LEV

b. Dependent Variable: LPM_CSRi

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	,740	,009		85,759	,000		
	LPM_ROA	,009	,002	,034	5,358	,000	,864	1,157
	LPM_SIZE	,008	,000	,250	29,062	,000	,473	2,116
	LPM_LEV	-,244	,004	-,598	-61,921	,000	,374	2,675
	LPM_LK	,018	,000	,419	46,764	,000	,433	2,308
	LPM_UDK	,005	,000	,181	20,110	,000	,432	2,313

a. Dependent Variable: LPM_CSRi

Dari tabel IV.6 dan IV.7 dapat dilihat hasil regresi dengan model yang berbeda tersebut diketahui mengalami nilai perbaikan yang sangat besar, sehingga model yang digunakan dalam penelitian ini adalah model penelitian yang kedua, yaitu model LPM. Dengan model LPM ini maka dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

CSRI = 0,740 + 0,009 ROA + 0,008 SIZE – 0,244 LEV + 0,018 LK + 0,05 UDK

Berdasarkan pada persamaann regresi linear berganda diatas maka dapat dijelaskan secara sistematis koefisien regresi tersebut sebagai berikut :

1. Konstanta (0,740)

   Apabila keberadaan perusahaan *food and beverages* sama sekali tidak memperhatikan dimensi-dimensi profitabilitas, *size*, *leverage*, likuiditas, dan ukuran dewan komisaris maka pengaruh karakteristik perusahaan *terhadap corporate social responsibility disclosure* adalah sebesar 0,740.

2. Dimensi Profitabilitas (0,009 X_1)

   Profitabilitas yang diproksikan ke dalam ROA memiliki nilai positif sebesar 0,009. Hal ini berarti apabila profitabilitas dalam perusahaan *food and beverage* mengalami kenaikan, maka nilai *corporate social responsibility disclosure* akan meningkat dengan asumsi variabel independen yang lain konstan.

3. Dimensi Ukuran Perusahaan (0,008 X_2)

   Ukuran perusahaan (*SIZE*) memiliki nilai koefisien positif sebesar 0,008. Hal ini berarti apabila ukuran perusahaan dalam perusahaan *food and beverages* mengalami kenaikan, maka nilai *corporate social responsibility disclosure* akan meningkat dengan asumsi variabel independen yang lain konstan.

4. Dimensi *Leverage* (-0,244 X_3)

   Leverage memiliki nilai koefisien negatif, yaitu sebesar -0,244. Hal ini berarti apabila nilai *leverage* dalam perusahaan *food and beverages* meningkat, maka nilai *corporate social responsibility disclosure* akan mengalami penurunan dengan asumsi variabel independen yang lain konstan.

5. Dimensi Likuiditas (0,018 X_4)

   Likuiditas memiliki nilai koefisien positif sebesar 0,018. Hal ini berarti apabila likuiditas dalam perusahaan *food and beverages* meningkat, maka nilai *corporate social responsibility disclosure* akan meningkat dengan asumsi variabel independen yang lain konstan.

6. Dimensi Ukuran Dewan Komisaris (0,005 X_5)

   Ukuran dewan komisaris memiliki nilai koefisien positif sebesar 0,005. Hal ini berarti apabila ukuran dewan komisaris dalam perusahaan *food and beverages* meningkat, maka nilai *corporate social responsibility disclosure* akan meningkat dengan asumsi variabel independen yang lain konstan.

Hasil Pengujian Hipotesis

1. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

   Uji t dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel profitabilitas, ukuran perusahaan, *leverage*, likuiditas, dan ukuran dewan komisaring masing-masing mempunyai pengaruh terhadap *corporate social responsibility disclosure* pada perusahaan *food and beverages*. Uji t ini dilakukan dengan melihat nilai signifikansi pada hasil perhitungan regresi. Berdasarkan perhitungan regresi diperoleh bahwa variabel profitabilitas, ukuran perusahaan, *leverage*, likuiditas, dan ukuran dewan komisaris memiliki nilai signifikansi < 0,05. Hal ini berarti H0 ditolak yang menunjukkan bahwa kelima variabel tersebut secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility disclosure.*

2. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

   Uji signifikansi simultan dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel profitabilitas, ukuran perusahaan, *leverage*, likuiditas, dan ukuran perusahaan secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap *corporate social responsibility disclosure* pada perusahaan *food and beverages*. Uji F dilakukan dengan melihat hasil F_{hitung} dan nilai signifikansinya pada tabel. Berdasarkan hasil perhitungan didapat F_{hitung} sebesar 5733,065 dan tingkat signifikansi 0,000 dengan demikian H0 ditolak karena tingkat signifikansi yang dimiliki < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa

variabel profitabilitas, ukuran perusahaan, *leverage*, likuiditas, dan ukuran perusahaan secara bersama-sama mempengaruhi *corporate social responsibility disclosure* pada perusahaan *food and beverages.*

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh manakah variabel independen, yaitu profitabilitas, ukuran perusahaan, *leverage*, likuiditas, dan ukuran dewan komisaris mempengaruhi variabel dependen yaitu *corporate social responsibility disclosure*. Dari hasil perhitungan diperoleh R^2 sebesar 0,999. Nilai ini menunjukkan bahwa variabel profitabilitas, ukuran perusahaan, *leverage*, likuiditas, dan ukuran dewan komisaris secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap *corporate social responsibility disclosure*. Sehingga sebesar 99,9% variasi model dapat dijelaskan oleh kelima variabel independen yaitu profitabilitas, ukuran perusahaan, *leverage*, likuiditas, dan ukuran dewan komisaris. Sedangkan sisanya 0,1% dijelaskan oleh sebab atau variabel yang lain diluar model penelitian ini.

Pembahasan

1. Profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Dari hasil analisis di atas dapat diketahui bahwa profitabilitas yang diproksikan sebagai ROA memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 atau dibawah *level of significance* yang telah ditentukan yaitu sebesar < 0,05 yang berarti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *corporate social responsibility disclosure*. Hal ini secara teoritis telah dijelaskan Kokobu (2001) dalam Widyanto (2011) yang menyatakan bahwa terdapat hubungan yang positif antara profitabilitas yang dimiliki perusahaan terhadap *corporate social responsibility disclosure*. Pernyataan ini sering dikaitkan dengan teori agensi yang menyebutkan bahwa semakin besar laba yang diperoleh suatu perusahaan makan akan mendorong perusahaan untuk melakukan *corporate social responsibility disclosure* yang lebih luas. Dalam penelitian ini dapat dilihat bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility disclosure*, sehingga perolehan laba yang besar akan mendorong

perusahaan untuk melakukan *corporate social responsibility disclosure* yang lebih luas pula.

Hasil penelitian ini berhasil mendukung hipotesis sebelumnya. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Widyanto Arif (2011) dan Hermawati Reni (2012). Berbeda dengan Nugroho Indra (2012), Febrina dan Suryana (2011), dan Hackston dan Milne (1996) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap *corporate social responsibility disclosure*.

2. Ukuran Perusahaan (*size*) terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Dari hasil analisis di atas dapat diketahui bahwa ukuran perusahaan (*size*) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 atau dibawah *level of significance* sebesar < 0,05 yang berarti memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap *corporate social responsibility disclosure*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin besar ukuran perusahaan (*size*) maka perusahaan akan mengembangkan kegiatan CSR yang telah dimiliki serta informasi yang akan diungkap ke publik mengenai aktivitas-aktivitas CSR tersebut akan mengalami peningkatan. yang dimiliki perusahaan itu sendiri. Penelitian ini mendukung teori *stakeholder*, dimana perusahaan-perusahaan besar akan cenderung mendapat sorotan dari para *stakeholder* sehingga perusahaan akan cenderung melakukan *corporate social responsibility disclosure* yang lebih luas agar dapat memuaskan para *stakeholder* serta meningkatkan cita perusahaan dimata publik.

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis sebelumnya dan penelitian yang telah dilakukan oleh Nugroho Indra (2012), Hermawati (2012), Febrina dan IGN Agung Suaryana (2011), dan Widyanto Arif (2011) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap *corporate social responsibility disclosure*.

3. *Leverage* terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Dari hasil analisis di atas dapat diketahui bahwa *leverage* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 atau dibawah nilai level of significance yang telah ditentukan yaitu sebesar < 0,05 yang berarti bahwa *leverage* memiliki

pengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility disclosure*, hanya saja untuk variabel *leverage* memiliki koefisien negatif. Sehingga dapat dikatakan apabila tingkat *leverage* mengalami penurunan maka pengembangan kegiatan CSR yang telah dimiliki perusahaan serta informasi yang akan diungkap ke publik mengenai aktivitas-aktivitas CSR tersebut akan mengalami peningkatan. Hal ini mendukung teori agensi yang telah dijelaskan oleh Sembiring (2005) yaitu perusahaan yang memilliki tingkat *leverage* yang tinggi akan cenderung mengurangi kegiatan *corporate social responsibility disclosure* sehingga dapat menghindari sorotan dari para *debtholders*.

Hasil penelitian ini juga tidak sejalan dengan hipotesis dan penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Nugroho Indra (2012), Widyanto Arif (2011), Anggraini (2006), dan Sembiring (2005) yang menyatakan bahwa *leverage* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility disclosure*.

4. Likuiditas terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Dari hasil analisis di atas dapat diketahui bahwa likuiditas memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 atau dibawah *level of significance* sebesar < 0,05 yang berarti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *corporate social responsibility disclosure*.

Almilia dan Retrinasari (2007) dalam Widyanto Arif (2011) menyebutkan bahwa secara teori, tingkat likuiditas menunjukkan kondisi keuangan perusahaan. Sehingga semakin tinggi tingkat likuiditas yang dimiliki oleh suatu perusahaan, maka perusahaan akan mengembangkan kegiatan CSR yang telah dimiliki serta informasi yang akan diungkap ke publik mengenai aktivitas-aktivitas CSR tersebut akan mengalami peningkatan. Pada penelitian ini terbukti mendukung teori agensi serta hipotesis sebelumnya yang menyatakan bahwa likuiditas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *corporate social responsibility disclosure*. Akan tetapi, penelitian ini tidak mendukung penelitian Widyanto Arif (2011) yang menyatakn bahwa likuiditas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *corporate social responsibility disclosure*.

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

Berdasarkan teori agensi yang telah dijelaskan oleh Sembiring (2005) dalam Widyanto Arif (2011) menyatakan bahwa mekanisme pengendalian internal perusahaan tertinggi berada pada dewan komisaris yang memiliki tanggung jawab untuk memonitor seluruh aktivitas manajemen puncak. Sebagian besar peneliti telah mengaitkan adanya pengaruh yang signifikan antara karakteristik dewan komisaris terhadap tingkat *corporate social responsibility disclosure* yang dilakukan oleh perusahaan. Sehingga dapat dikatakan apabila ukuran dewan komisaris yang dimiliki perusahaan semakin banyak jumlahnya, perusahaan akan mengembangkan kegiatan CSR yang telah dimiliki serta informasi yang akan diungkap ke publik mengenai aktivitas-aktivitas CSR tersebut akan mengalami peningkatan.

Hasil penelitian ini berhasil mendukung hipotesis sebelumnya. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Widyanto Arif (2011), Sulastini (2007), Sembiring (2005) dan Nugroho Indra (2012) yang menyatakan bahwa ukuran dewan komisaris memiliki pengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility disclosure*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

1. Profitabilitas berpengaruh signifikan dan positif terhadap *corporate social responsibility disclosure*, maka hipotesis pertama (H1) diterima. Hal ini berarti bahwa besar kecilnya laba yang diperoleh perusahaan akan mempengaruhi luas *corporate social responsibility disclosure* yang dilakukan oleh perusahaan.
2. Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap *corporate social responsibility disclosure*, maka hipotesis kedua (H2) diterima. Hal ini berarti bahwa besar kecilnya *total asset* yang dimiliki perusahaan akan mempengaruhi luas *corporate social responsibility disclosure* yang dilakukan oleh perusahaan.

3. *Leverage* berpengaruh signifikan dan negatif terhadap *corporate social responsibility disclosure*, maka hipotesis ketiga (H3) ditolak. Hal ini berarti bahwa besar kecilnya *leverage* perusahaan mempengaruhi luas *corporate social responsibility disclosure* yang dilakukan oleh perusahaan.
4. Likuiditas berpengaruh signifikan dan positif terhadap *corporate social responsibility disclosure*, maka hipotesis keempat (H4) diterima. Hal ini berarti bahwa besar kecilnya rasio lancar yang dimiliki perusahaan akan mempengaruhi luas *corporate social responsibility disclosure* yang dilakukan oleh perusahaan.
5. Ukuran dewan komisaris berpengaruh signifikan dan positif terhadap *corporate social responsibility disclosure*, maka hipotesis kelima (H5) diterima. Hal ini berarti ukuran dewan komisaris yang dinyatakan dalam jumlah dewan komisaris yang dimiliki perusahaan akan mempengaruhi luas *corporate social responsibility disclosure* yang dilakukan oleh perusahaan.

Saran

1. Bagi manajemen perusahaan diharapkan lebih lengkap dalam mengungkapkan kegiatan-kegiatan yang terkait dengan *corporate social responsibility* perusahaan dalam *annual report* yang akan dipublikasikan.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan periode waktu penelitian yang lebih lama untuk melakukan penelitian yang berkaitan dengan kegiatan CSR perusahaan.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah lebih banyak variabel yang digunakan untuk menjelaskan pengaruhnya terhadap *corporate social responsibility disclosure*.

DAFTAR PUSTAKA

Anggraini, Fr. Reni R. 2006. "*Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Informasi Sosial Dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris Pada Perusahaan-perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta)*". Padang: Simposium Nasional Akuntansi IX.

Azheri, Busyra. 2011. *Corporate Social Responsibility dari Voluntary Menjadi Mandatory*. Jakarta: Raja Grafindo.

Febrina, dan IGN Suaryana. 2011. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kebijakan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia. Padang: Simposium Nasional Akuntansi XIV.

Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

GRI. 2011. *Sustainability Reporting Guidelines*. www.globalreporting.org (diakses 27 Desember 2014).

Hadi, Nor. 2014. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Hasibuan, Muhammad Rizal. 2001. "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sosial (*Social Disclosure*) Dalam Laporan Tahunan Emitmen di Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya". *Tesis*. Semarang: Universitas Diponegoro.

Hermawati, Reni. 2012. "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Laporan Tahunan Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)". *Skripsi*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Nugroho, Indra Dian. 2012. "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia) Periode 2009-2010". *Skripsi*. Surakarta: Universtitas Muhammadiyah Surakarta.

Kartini, Dwi. 2013. *Corporate Social Responsibility Transformasi Konsep Sustainability Management dan Implementasi di Indonesia*. Bandung: Refika Aditama.

Kesumaningrum, Linda P. 2012. "Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap *Profitability* Pada *Perusahaan Food And Beverages* di Bursa Efek Indoneia (BEI) Tahun 2007-2010". *Skripsi*. Surakarta: Universitas

Muhammadiyah Surakarta.

Nasucha, Yakub, dkk. 2009. *Bahasa Indonesia untuk Penulisan Karya Tulis Ilmiah*. Yogyakarta: Media Perkasa.

Nickels, William G, *et.al*. 2009. *Understanding Business*. Jakarta: Salemba Empat.

Putra, Eka Nanda. 2011. "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)". *Skripsi*. Semarang: Universitas Diponegoro.

Republik Indonesia. Undang-undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

Sari, Rizkia Anggita. 2012. "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia". *Jurnal Nominal / Volume I Nomor I / Tahun 2012*.

Sekaran, Uma. 2006. *Research Methods for Business 4th Edition*. Jakarta: Salemba Empat.

Sembiring, Eddy Rismanda. 2003. "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Studi Empiris Pada Perusahaan yang Tercatat (*Go Public*) di Bursa Efek Indonesia". *Tesis*. Semarang: Universitas Diponegoro.

_____. 2005. "*Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Studi Empiris Pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta"*. Solo: Simposium Nasional Akuntansi VIII.

Trihendradi, C. 2010. *Step by Step SPSS 18 Analisis Data Statistik*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Widyanto, Arif N S. 2011. "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia". *Skripsi*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.

www.idx.co.id (diakses 10 Januari 2015).

PUBLIKASI LAIN:

Indonesia Capital Market Directory 2012. Pojok BEI FEB UMS. Surakarta.

Indonesia Capital Market Directory 2013. Pojok BEI FEB UMS. Surakarta.