

**ANALISIS HUBUNGAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY/CSR*
(Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun
2015-2016)**



Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata 1 pada
Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Oleh:

RIYANA DEVI

B200 144 008

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2018**

HALAMAN PERSETUJUAN

**ANALISIS HUBUNGAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY/CSR*
(Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun
2015-2016)**

PUBLIKASI ILMIAH

Oleh:

RIYANA DEVI
B 200 144 008

Telah diperiksa dan disetujui untuk di uji oleh:

Dosen
Pembimbing



Drs. Yuli Tri Cahyono, MM., Ak., CA.
NIDN: 06250760001

HALAMAN PENGESAHAN

ANALISIS HUBUNGAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY/CSR*
(Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun
2015-2016)

Yang ditulis oleh:

RIYANA DEVI

B200144008

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada Hari Selasa, 7 Agustus 2018
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji:

1. Drs. Yuli Tri Cahyono, MM., Ak., CA. (.....)
(Ketua Dewan Penguji)
2. Dr. Zulfikar, SE, M.Si (.....)
(Anggota I Dewan Penguji)
3. Dr. Fatchan A., SE, M.Si (.....)
(Anggota II Dewan Penguji)

Dekan,



PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 7 Agustus 2018

Penulis



Rivana Devi
B200144008

**ANALISIS HUBUNGAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY/CSR*
(Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun
2015-2016)**

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *size* perusahaan, *leverage*, profitabilitas, dan *type* industri terhadap pengungkapan *CSR* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2015-2016. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 104 perusahaan. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang diambil dengan metode *purposive sampling*. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas dan *type* industri berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan *CSR*, sedangkan *size* perusahaan dan *leverage* perusahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap pengungkapan *CSR*.

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility (CSR), size perusahaan, leverage, profitabilitas, type industri.*

Abstact

This study aims to examine the effect of firm size, leverage, profitability, and industry type on CSR disclosure on manufacturing companies listed in Indonesia Stock Exchange 2015-2016. This type of research is quantitative research. The sample in this research is 104 companies. The data used is secondary data taken by purposive sampling method. The analysis used in this research is multiple linear regression analysis. The results showed that profitability and industry type significantly influence on CSR disclosure, while firm size and firm leverage have no significant effect on CSR disclosure.

Keywords: *Corporate Social Responsibility (CSR), firm size, leverage, profitability, industry type*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis saat ini mengalami kemajuan yang sangat pesat dengan persaingan yang ketat. Semakin berkembangnya perusahaan maka tingkat kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan semakin tinggi karena aktivitas perusahaan yang tidak terkendali terhadap berbagai sumber daya untuk meningkatkan laba perusahaan. Masyarakat saat ini semakin cermat dalam menilai dampak sosial yang ditimbulkan dari aktivitas operasional perusahaan. Hal ini menimbulkan tuntutan pada perusahaan agar lebih memperhatikan dampak sosial.

Tanggung jawab sosial dilakukan oleh perusahaan dalam memperbaiki kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan yang terjadi akibat dari aktivitas operasi perusahaan. Semakin tinggi bentuk pertanggungjawaban yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungannya, maka semakin baik pula citra perusahaan dan semakin tinggi loyalitas konsumen. Seiring meningkatnya loyalitas konsumen, penjualan perusahaan akan membaik serta tingkat profitabilitas yang diharapkan perusahaan akan meningkat. Penerapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* dapat melihat kepedulian perusahaan terhadap lingkungan dan para *stakeholder*-nya.

Pelaporan akuntansi lebih banyak digunakan sebagai alat pertanggungjawaban kepada pemilik modal yang hanya berorientasi pada laba material. Tanggung jawab sosial dari perusahaan tidak hanya kepada *shareholder*, tetapi juga kepada pihak yang memiliki kepentingan dengan perusahaan seperti konsumen, investor, *supplier*, komunitas, dan pesaing. *Global Compact Initiative (2002)*, menyebut pemahaman ini dengan 3P (*profit, people, planet*) yaitu tujuan bisnis tidak hanya mencari laba (*profit*), tetapi juga mensejahterakan orang (*people*) dan menjamin keberlanjutan planet ini (Nugroho, 2007 dalam Adawiyah, 2013).

Munculnya suatu konsep akuntansi, yaitu akuntansi pertanggungjawaban sosial (*Social Responsibility Accounting/SRA*) dalam perusahaan dikenal sebagai tanggung jawab sosial perusahaan (*CSR*) dan diasosiasikan melalui pengungkapan sosial dalam laporan tahunan perusahaan. *CSR* kini menjadi kewajiban bagi beberapa perusahaan untuk menerapkannya.

CSR dimaksudkan agar dunia usaha meminimalisir dampak buruk terhadap aspek sosial dan lingkungan yang ditimbulkan selama menjalankan seluruh kegiatan perusahaan. *CSR* menggambarkan kewajiban industri atas pengembangan relevansi

terhadap para *stakeholder*. Konsekuensi dari aktivitas perusahaan tersadar bahwa kerusakan tersebut dapat memberikan keuntungan untuk industri di masa depan.

Dampak sosial yang ditimbulkan masing-masing perusahaan tentu berbeda, sekalipun perusahaan dalam satu jenis usaha yang sama. Banyak faktor yang mempengaruhi pengungkapan *CSR*. Semakin kuat faktor yang dimiliki perusahaan dalam menghasilkan dampak sosial bagi publik, maka semakin kuat pula pemenuhan tanggung jawab sosialnya kepada publik.

1.1 Tinjauan Pustaka Dan Pengembangan Hipotesis

1.1.1 Kajian Literatur

a. Teori Agensi

Teori agensi mengungkapkan adanya hubungan antara prinsipal (pemilik perusahaan atau pihak yang memberikan mandat) dan agen (manajer perusahaan atau pihak yang menerima mandat) yang dilandasi dari adanya pemisahan kepemilikan dan pengendalian perusahaan, pemisahan penanggung risiko, dan pembuatan keputusan.

Menurut penelitian Firmansyah (2011) di dalam hubungan keagenan dimungkinkan terjadinya konflik antara prinsipal dan agen. Konflik dapat disebabkan karena agen tidak bertindak sesuai dengan keinginan principal, sehingga hal ini dapat memicu timbulnya biaya keagenan. Sebagai agen yang mewakili seluruh kelompok yang berkepentingan dengan perusahaan, pihak manajemen (agen) melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial sebagai upaya untuk memenuhi tuntutan publik.

b. Teori *Stakeholders*

Teori *Stakeholders* mengungkapkan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri, namun memberikan manfaat bagi *stakeholders*. Terdapat sejumlah *stakeholders* yang berada di masyarakat, pengungkapan *CSR* merupakan salah satu cara untuk mengelola hubungan perusahaan dengan kelompok *stakeholders* yang berbeda-beda. Tujuan utama perusahaan adalah menyeimbangkan konflik antar *stakeholders*.

c. Teori Legitimasi

Teori legitimasi menjelaskan bahwa perusahaan melakukan usahanya dengan batasan yang ditentukan oleh norma-norma, nilai-nilai sosial dan reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungannya. Teori legitimasi dan teori *stakeholders* merupakan pengaruh masyarakat

luas dapat menentukan alokasi sumber keuangan. Perusahaan cenderung menggunakan kinerja berbasis lingkungan dan pengungkapan informasi untuk memberikan legitimasi aktivitas perusahaan dimata masyarakat (Chariri, 2007 dalam Adawiyah, 2013).

d. *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Menurut penelitian Kotler dan Nancy (2005) *CSR* didefinisikan sebagai komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas melalui praktik bisnis yang baik dan mengkontribusikan sebagai sumber daya perusahaan, sedangkan menurut *World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)* *CSR* merupakan komitmen berkesinambungan dari kalangan bisnis untuk berperilaku etis dan memberi kontribusi bagi pembangunan ekonomi, seraya meningkatkan kualitas kehidupan karyawan dan keluarganya, serta komunitas lokal dan masyarakat luas pada umumnya.

e. *Size* Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan skala yang digunakan dalam menentukan besar/kecilnya perusahaan. Perusahaan yang skalanya besar biasanya cenderung lebih banyak mengungkapkan tanggung jawab sosial daripada perusahaan yang mempunyai skala kecil. Dikaitkan dengan teori agensi, seperti yang dinyatakan penelitian sembring (2005) dalam Adawiyah (2013), semakin besar suatu perusahaan, maka biaya keagenan yang muncul juga semakin besar, yang mana untuk mengurangi biaya keagenan tersebut, perusahaan cenderung mengungkapkan informasi yang lebih luas.

f. *Leverage* Perusahaan

Leverage mencerminkan risiko keuangan perusahaan karena dapat menggambarkan struktur modal perusahaan dan mengetahui risiko tak tertagihnya suatu utang. Semakin tinggi tingkat *leverage* suatu perusahaan, maka perusahaan memiliki risiko keuangan yang tinggi sehingga menjadi sorotan dari para *debtholders*. Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi cenderung ingin melaporkan laba lebih tinggi agar dapat mengurangi kemungkinan perusahaan melanggar perjanjian utang.

g. Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan sebuah perusahaan dalam menghasilkan laba atau profit selama satu periode. Laba inilah yang akan menjadi bahan evaluasi perusahaan apakah mengalami kemajuan atau kemunduran. Menurut penelitian Balkaoui dan Karpik (1989) dalam Sari (2012) hubungan kinerja keuangan dengan tanggung jawab sosial perusahaan paling baik diekspresikan dengan profitabilitas,

karena pandangan bahwa tanggapan sosial yang diminta dari manajemen sama dengan kemampuan yang diminta untuk membuat suatu perusahaan memperoleh laba.

h. *Type* Industri

Tipe industri mendeskripsikan perusahaan berdasarkan lingkup operasi, risiko perusahaan, serta kemampuan dalam menghadapi tantangan bisnis. Tipe industri dibedakan menjadi dua jenis yaitu *high-profile industry* dan *low-profile industry*. Penelitian Roberts dalam Permatasari (2014) mengelompokkan perusahaan-perusahaan dengan tipe industri *high-profile* dan *low-profile*. Perusahaan yang digolongkan sebagai *high-profile* antara lain perusahaan minyak dan pertambangan lainnya, kimia, hutan, kertas, otomotif, penerbangan, agribisnis, tembakau dan rokok, produk makanan dan minuman, media dan komunikasi, energi (listrik), *engineering*, kesehatan, serta transportasi dan pariwisata, sedangkan perusahaan *low-profile* antara lain perusahaan bangunan, keuangan dan perbankan, pemasok peralatan medis, *property*, perusahaan ritel, tekstil, dan produk tekstil, produk personal, dan produk rumah tangga.

1.1.2 Hipotesis Penelitian

a. Pengaruh *Size* Perusahaan Terhadap Pengungkapan *CSR*

Penelitian mengenai pengaruh ukuran perusahaan terhadap *CSR* diungkapkan pada penelitian Premana (2011) yang memasukkan variabel ukuran perusahaan sebagai faktor perusahaan yang mempengaruhi pengungkapan *CSR*. Dari hasil penelitian tersebut dihasilkan bahwa terdapat pengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan *CSR*. Hal ini sama dengan penelitian Sari (2012) bahwa ukuran perusahaan terdapat hubungan yang positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut dapat diajukan suatu hipotesis sebagai berikut:

Dikaitkan dengan teori agensi, seperti yang dinyatakan penelitian Sembiring (2005) dalam Adawiyah (2013), semakin besar suatu perusahaan, maka biaya keagenan yang muncul juga semakin besar, yang mana untuk mengurangi biaya keagenan tersebut, perusahaan cenderung mengungkapkan informasi yang lebih luas.

H1 : *Size* perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *CSR*

b. Pengaruh *Leverage* Perusahaan terhadap Pengungkapan *CSR*

Leverage merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan bergantung kepada kreditur dalam pembiayaan aset perusahaan. Melalui tingkat *leverage*, perusahaan dapat diketahui seberapa besar utang perusahaan kepada kreditur. Semakin

tinggi tingkat *leverage* suatu perusahaan, maka perusahaan memiliki risiko keuangan yang tinggi sehingga menjadi sorotan dari para *debtholders*. Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi cenderung ingin melaporkan laba lebih tinggi agar dapat mengurangi kemungkinan perusahaan melanggar perjanjian utang. Penelitian Premana (2011) menyatakan bahwa *leverage* perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *CSR*. Hal ini sama dengan penelitian Permatasari (2014) bahwa *leverage* perusahaan berpengaruh positif terhadap Pengungkapan *CSR*. Berdasarkan uraian tersebut dapat diajukan suatu hipotesis sebagai berikut:

H2 : *Leverage* perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan *CSR*

c. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan *CSR*

Profitabilitas merupakan kemampuan entitas untuk menghasilkan laba demi meningkatkan nilai pemegang saham. *CSR* merupakan sebuah kegiatan yang memerlukan pembiayaan, jika suatu perusahaan lebih *profitable* dimungkinkan perusahaan tersebut akan melaksanakan program *CSR* yang lebih besar. Penelitian Sari (2012) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *CSR*. Hal ini sama dengan penelitian Irmawati (2011) bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *CSR*. Berdasarkan uraian tersebut dapat diajukan suatu hipotesis sebagai berikut:

H3 : Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan *CSR*

d. Pengaruh *Type* Industri Terhadap Pengungkapan *CSR*

Penelitian Sembiring (2005) dalam Adawiyah (2013) menyatakan bahwa tipe industri yang dikelompokkan dalam industri *high profile* dan *low profile* memberikan hasil yang signifikan terhadap pengungkapan *CSR*. Hal tersebut dikarenakan perusahaan yang bertipe *high profile* dalam melakukan aktivitasnya banyak memodifikasi lingkungan dan menimbulkan dampak sosial terhadap masyarakat atau secara luas terhadap para *stakeholdernya*. Berdasarkan uraian tersebut dapat diajukan suatu hipotesis sebagai berikut:

H4 : *Type* industri berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *CSR*

2. METODE

2.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan melakukan uji hipotesis. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *size* perusahaan, *leverage* perusahaan, profitabilitas perusahaan, dan tipe industri, sedangkan variabel dependen adalah pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

2.2 Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2016 sebanyak 144 perusahaan.

2.3 Sampel

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling*. Adapun kriteria yang digunakan dalam penentuan sampel adalah:

- a. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2015-2016.
- b. Perusahaan yang menerbitkan *annual report* tahun 2015-2016 dalam mata uang rupiah.
- c. Perusahaan menyediakan informasi mengenai pelaksanaan *CSR* secara lengkap.
- d. Perusahaan menyediakan data lengkap yang dibutuhkan sesuai variabel yang diteliti meliputi laporan keuangan perusahaan.

2.4 Data dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berupa laporan tahunan (*annual report*) perusahaan manufaktur yang telah dipublikasikan. Data diperoleh dari *website* BEI (www.idx.co.id), *website* perusahaan, serta laporan keuangan perusahaan khususnya terkait ekonomi dan keuangan. Data lainnya diperoleh dari jurnal, buku dan sumber-sumber literatur lainnya yang memberikan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

2.5 Variabel Penelitian dan Pengukurannya

- 1) *Corporate Social Responsibility* (Variabel dependen)

Pengukuran ini menggunakan *check list* yang mengacu pada indikator Pedoman Pelaporan Keberlanjutan *G3 (Global Reporting Initiative)*. *CSRI* dapat dihitung dari indeks pengungkapan *CSR (CSRI)*. Indeks tersebut dihitung berdasarkan jumlah item pengungkapan *CSR* yang diungkapkan perusahaan. Total item yang diungkapkan adalah

79 item berdasarkan 6 kategori pengungkapan *CSR*. Sayekti dan Wandabio (2007) menyatakan bahwa perhitungan indeks dapat dilakukan dengan cara setiap item *CSR* dalam instrumen yang diungkapkan oleh perusahaan diberi nilai 1 dan diberi nilai 0 jika tidak diungkapkan. Selanjutnya skor dari keseluruhan item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor setiap perusahaan.

2) Variabel Independen

a. *Size* Perusahaan

Dalam penelitian ini *size* perusahaan diukur dengan mentransformasikan total aset ke dalam bentuk logaritma natural. Total aset dalam bentuk logaritma bertujuan untuk menyamakan dengan variabel lain karena total aset perusahaan relatif lebih besar dari variabel lain dalam penelitian ini. Sehingga *size* perusahaan dapat dihitung dengan rumus berikut:

$$SIZE = Ln \text{ Total Asset} \quad (1)$$

b. *Leverage* Perusahaan

Leverage merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam pembiayaan aset perusahaan. Tingkat *leverage* dapat ditunjukkan dengan rasio hutang terhadap ekuitas (*DER*), yaitu rasio jumlah hutang terhadap jumlah modal sendiri. Pengukuran ini sesuai dengan yang dilakukan oleh Sembiring (2005):

$$DER = \frac{\text{Total Liabilities}}{\text{Total Equity}} \times 100\% \quad (2)$$

c. Profitabilitas

Profitabilitas sebagai faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk melakukan pengungkapan *CSR* terhadap pemegang saham. Pengukuran profitabilitas dalam penelitian ini menggunakan *Return On Asset (ROA)*, yaitu membandingkan pendapatan bersih atau laba bersih setelah pajak dengan total aset perusahaan. *ROA* dapat dihitung menggunakan rumus berikut:

$$ROA = \frac{\text{Net Income}}{\text{Total Asset}} \times 100\% \quad (3)$$

d. Type Industri

Tipe industri dalam penelitian ini merupakan variabel *dummy* yang akan digunakan untuk mengklasifikasikan perusahaan *high-profile* dan *low-profile*.

Penentuan tipe industri dalam penelitian ini adalah dengan memberi nilai 1 untuk perusahaan *high-profile* dan nilai 0 untuk perusahaan *low-profile*.

2.6 Metode Analisis Data

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat diukur dengan menguji *goodness of fit*. Secara statistik dapat diukur dari nilai statistik t, nilai statistik F, dan koefisien determinasi. Sebelum melakukan analisis regresi berganda untuk menguji hipotesis, diperlukan pengujian asumsi klasik., meliputi: uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisis Deskriptif

Tabel 1. Hasil Uji Statistik Deskriptif

	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
<i>Size</i>	208	13,390	30,875	23,93018	4,959956
<i>Leverage</i>	208	-5,023	8,261	1,06878	1,319628
<i>Profit</i>	208	-,240	,382	,05011	,094501
<i>Type</i>	208	,000	1,000	,68269	,466551
<i>CSR</i>	208	,089	,468	,24993	,064483
<i>Valid N</i>	208				

Sumber: Data sekunder diolah penulis, 2018

Hasil analisis deskriptif pengungkapan *CSR* yang dilakukan perusahaan menunjukkan nilai minimum sebesar 0,089, nilai maksimum sebesar 0,468 dengan rata-rata sebesar 0,24993, dan standar deviasi sebesar 0,064483. *Size* perusahaan yang dihitung dengan log dari total aset menunjukkan nilai minimum sebesar 13,390, nilai maksimum sebesar 30,875 dengan rata-rata sebesar 23,9302, dan standar deviasi sebesar 4,9599. *Leverage* perusahaan yang dihitung dengan menggunakan rasio hutang terhadap ekuitas (*DER*) menunjukkan nilai minimum sebesar -5,023, nilai maksimum sebesar 8,261 dengan rata-rata sebesar 1,0688, dan standar deviasi sebesar 1,3196. Profitabilitas perusahaan yang dihitung menggunakan rasio *ROA* menunjukkan nilai minimum sebesar -0,240, nilai maksimum sebesar 0,382 dengan rata-rata sebesar 0,0501, dan standar deviasi sebesar 0,9450. Tipe industri dengan melihat pengelompokkan perusahaan yang termasuk dalam industri *high-profile* dan *low-profile* menunjukkan

nilai minimum sebesar 0,000, nilai maksimum sebesar 1,000 dengan rata-rata sebesar 0,6827, dan standar deviasi sebesar 0,0645.

3.2 Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

		<i>Unstandardized Residual</i>
N		208
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	,0000000
	<i>Std.</i>	,06117373
	<i>Deviation</i>	
<i>Most Differences</i>	<i>Extreme Absolute Positive</i>	,057
	<i>Negative</i>	-,040
<i>Test Statistic</i>		,057
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		,094

Sumber: Data sekunder diolah penulis, 2018

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel memiliki nilai *K-S* sebesar 0,094. Nilai tersebut di atas 0,05 yang berarti data terdistribusi secara normal.

2) Uji Multikolinearitas

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	<i>Collinearity Statistics</i>	
	<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
<i>Size</i>	,952	1,050
<i>Leverage</i>	,959	1,042
<i>Profit</i>	,928	1,077
<i>Type</i>	,996	1,004

Sumber: Data sekunder diolah penulis, 2018

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai *tolerance* keempat variabel independen tersebut bebas multikolinearitas, karena nilai *tolerance* di atas 0,1. Nilai *VIF* keempat variabel independen tersebut bebas multikolinearitas, karena nilai *VIF* di bawah 10. Hal ini dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini bebas dari masalah multikolinearitas.

3) Uji Heteroskedastiditas

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Keterangan
<i>Size</i>	0,305	Bebas heteroskedastisitas
<i>Leverage</i>	0,121	Bebas heteroskedastisitas
<i>Profit</i>	0,105	Bebas heteroskedastisitas
<i>Type</i>	0,626	Bebas heteroskedastisitas

Sumber: Data sekunder diolah penulis, 2018

Nilai keempat variabel dependen dapat dinyatakan secara statistik tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen. Hal ini terlihat dari probabilitas signifikansinya di atas tingkat kepercayaan 0,05, sehingga dalam model regresi tidak terdapat indikasi adanya heteroskedastisitas.

4) Uji Autokorelasi

Tabel 5. Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>	<i>Durbin-Watson</i>
1	,316 ^a	,100	,082	,061773	1,786

Sumber: Data sekunder diolah penulis, 2018

Berdasarkan tabel IV.6, hasil pengujian diperoleh nilai *D-W* sebesar 1,786 atau lebih besar dari -2 dan lebih kecil dari +2 ($-2 < 1,786 < +2$), maka nilai *D-W* ini telah sesuai dengan ketentuan pengujian autokorelasi. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa model regresi telah terbebas dari masalah autokorelasi.

5) Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	<i>Unstandardized Coefficients</i> <i>B</i>
<i>(Constant)</i>	0,262
<i>Size</i>	0,000
<i>Leverage</i>	0,002
<i>Profit</i>	0,191
<i>Type</i>	-0,019

Sumber: Data sekunder diolah penulis, 2018

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda diatas, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$CSR = 0,262 + 0,000 \text{ Size} + 0,002 \text{ Lev} + 0,191 \text{ Profit} - 0,019 \text{ Type} + e \quad (4)$$

Penjelasan dari persamaan regresi tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Nilai *Constans* sebesar 0,262 menunjukkan bahwa apabila semua variabel bebas (independen) bernilai konstan, maka nilai pengungkapan *CSR* sebesar 0,262 persen.
- b. Nilai koefisien regresi *size* perusahaan sebesar 0,000 memiliki arti bahwa apabila kenaikan 1 persen dari *size* perusahaan, maka nilai pengungkapan *CSR* meningkat sebesar 0,000 persen. Sebaliknya, apabila penurunan 1 persen dari *size* perusahaan, maka nilai pengungkapan *CSR* menurun sebesar 0,000 persen.
- c. Nilai koefisien regresi *leverage* perusahaan sebesar 0,002 memiliki arti bahwa apabila kenaikan 1 persen dari *leverage*, maka nilai pengungkapan *CSR* meningkat sebesar 0,002 persen. Sebaliknya, apabila penurunan 1 persen dari *leverage* perusahaan, maka nilai pengungkapan *CSR* menurun sebesar 0,002 persen.
- d. Nilai koefisien regresi profitabilitas perusahaan sebesar 0,191 memiliki arti bahwa apabila kenaikan 1 persen dari profitabilitas, maka nilai pengungkapan *CSR* meningkat sebesar 0,191 persen. Sebaliknya, apabila penurunan 1 persen dari profitabilitas perusahaan, maka nilai pengungkapan *CSR* menurun sebesar 0,191 persen.
- e. Nilai koefisien regresi *type* industri sebesar -0,019 memiliki arti apabila kenaikan 1 persen dari *type* industri, maka nilai pengungkapan *CSR* menurun sebesar 0,019 persen. Sebaliknya, apabila penurunan 1 persen dari *type* perusahaan, maka nilai pengungkapan *CSR* meningkat sebesar 0,019 persen.

3.3 Uji Hipotesis

1) Uji t

Tabel 7. Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients	t	Sig.
<i>Size</i>	,000	-,479	,632
<i>Leverage</i>	,002	,472	,637
<i>Profit</i>	,191	4,060	,000
<i>Type</i>	-,019	-2,018	,045

Sumber: Data sekunder diolah penulis, 2018

Hasil Uji t yang bertujuan untuk menguji pengaruh variabel bebas *size* perusahaan, *leverage* perusahaan, profitabilitas dan *type* industri terhadap pengungkapan *CSR* tahun 2015-2016. Berdasarkan hasil uji t dapat disimpulkan bahwa *size* perusahaan dan *leverage* berpengaruh tidak signifikan terhadap pengungkapan *CSR*, sedangkan profitabilitas dan *type* industri berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *CSR*.

2) Uji F

Tabel 8. Hasil Uji F

Model	<i>Sum of Squares</i>	<i>Df</i>	<i>Mean Square</i>	F	Sig.
1 <i>Regression</i>	,086	4	,022	5,639	,000
<i>Residual</i>	,775	203	,004		
<i>Total</i>	,861	207			

Sumber: Data sekunder diolah penulis, 2018

Berdasarkan tabel IV.8, menunjukkan hasil uji pengaruh simultan dengan nilai signifikansi 0,000 yang berarti nilai tersebut di bawah 0,05, sehingga dapat dikatakan bahwa variabel *size* perusahaan, *leverage*, profitabilitas, dan *type* industri secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh terhadap pengungkapan *CSR*.

3) Uji R²

Tabel 9. Hasil Uji R²

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,316 ^a	,100	,082	,061773	1,786

Sumber: Data sekunder diolah penulis, 2018

Berdasarkan tabel IV.9 diketahui besarnya *adjusted R square* adalah 0,082 atau 8,20%. Hal ini berarti 8,20% variabel pengungkapan *CSR* dapat dijelaskan oleh keempat variabel independen yaitu *size*, *leverage*, profitabilitas, dan *type* industri, sedangkan sisanya sebesar 91,8% (100% - 8,20%) dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian ini.

Interpretasi dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Pengaruh *Size* Perusahaan Terhadap Pengungkapan *CSR*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel *size* perusahaan sebesar 0,632. Hal ini berarti nilai signifikansi di atas 0,05, sehingga hipotesis ke-1 tidak berhasil didukung. Nilai ini membuktikan anggapan bahwa *size* perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *CSR*. Perusahaan besar belum tentu mengungkapkan informasi yang lebih luas.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori legitimasi yang menyatakan bahwa perusahaan akan berusaha mentaati peraturan dan norma-norma yang ada dalam masyarakat, agar keberadaan perusahaan dapat diterima di tengah masyarakat. Bagi perusahaan publik penerapan pengungkapan *CSR* merupakan kegiatan yang wajib dan tidak lagi bersifat sukarela, sehingga ukuran perusahaan diduga menjadi kurang relevan terhadap pengungkapan *CSR*. Alasan lain yang dapat menjelaskan penelitian ini adalah perusahaan juga menganggap bahwa pengungkapan *CSR* sangat penting untuk mengangkat citra perusahaan dan tingkat penjualan di tengah ketatnya persaingan. Oleh karena itu, besar kecilnya perusahaan atau berapapun *asset* yang dimiliki perusahaan tidak akan menurunkan atau meningkatkan pengungkapan tanggung jawab sosial (*CSR*) yang dilakukan perusahaan.

Hasil riset ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Wardani (2016), Sulistyoningih (2014), dan Meiyarni, Susfayetti dan Erwati (2014) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan *CSR*. Tetapi penelitian tersebut tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh Purba dan Yadnya (2015) dan Ramadhan (2013) yang menyatakan bahwa *size* perusahaan berpengaruh terhadap *CSR*.

2) Pengaruh *Leverage* Perusahaan Terhadap Pengungkapan *CSR*

Variabel *leverage* yang diproksikan dengan *DER* (*Debt to Equity Rasio*) menunjukkan hasil nilai signifikansi sebesar 0,637. Hal ini berarti nilai signifikansi

diatas 0.05, sehingga hipotesis ke-2 tidak berhasil didukung. Nilai ini membuktikan anggapan bahwa *leverage* perusahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan *CSR*.

Leverage bukan salah satu faktor yang mempengaruhi pengungkapan *CSR*. Perusahaan yang berisiko tinggi biasanya berusaha untuk menyakinkan kreditur dengan mengungkapkan informasi yang lebih detail. Tambahan informasi diperlukan untuk menghilangkan keraguan terhadap dipenuhinya hak-hak para kreditur. Oleh karena itu, perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan pengungkapan informasi yang lebih luas dibanding perusahaan dengan tingkat *leverage* yang rendah. Ternyata tambahan informasi mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial (*CSR*) perusahaan tidak dapat menghilangkan keraguan terhadap dipenuhinya hak-hak para kreditur. Alasan yang dapat digunakan untuk menjelaskan penelitian ini adalah kemungkinan para *debtholders* pada perusahaan di Indonesia secara umum belum memperdulikan masalah lingkungan dan sosial sebagai isu kritis yang harus ekstensif untuk diungkapkan dalam laporan tahunan.

Hasil riset ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri dan Crhristiawan (2014) dan Rindawati dan Asyik (2015) yang menyatakan bahwa *leverage* perusahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan *CSR*. Tetapi penelitian tersebut tidak mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Wardani (2016) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan *CSR*.

3) Pengaruh Profitabilitas Perusahaan Terhadap Pengungkapan *CSR*

Variabel profitabilitas yang diproksikan dengan *ROA* menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hal ini berarti nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, sehingga hipotesis ke-3 berhasil didukung. Nilai ini membuktikan anggapan bahwa profitabilitas perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *CSR*.

Perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi cenderung untuk mengungkapkan lebih banyak informasi tanggung jawab sosial perusahaan tersebut, karena perusahaan yang memiliki kemampuan menghasilkan laba yang tinggi biasanya juga memiliki banyak dana, termasuk untuk melakukan pengungkapan *CSR*, untuk mengurangi tekanan sosial dan pandangan negatif dari pasar. Pengungkapan *CSR* merupakan sebuah kegiatan yang memerlukan pembiayaan, jika suatu perusahaan lebih *profitable* dimungkinkan perusahaan melaksanakan program *CSR* yang lebih besar.

Hasil riset ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Wardani (2016), Purba dan Yadnya (2015), dan Meiyarni, Susfayetti dan Erwati (2014) yang menyatakan bahwa profitabilitas perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *CSR*. Tetapi penelitian tersebut tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh Mutia, Zuraida dan Andriani (2011) dan Rofiqkoh dan Priyadi (2016) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *CSR*.

4) Pengaruh *Type* Industri Terhadap Pengungkapan *CSR*

Variabel *type* industri yang dilihat dari perusahaan *high-profile* dan *low-profile* menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,045. Hal ini berarti nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, sehingga hipotesis ke-4 berhasil didukung. Nilai ini membuktikan anggapan bahwa *type* industri berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *CSR*.

Perusahaan yang masuk klasifikasi *high-profile* mengungkapkan pertanggungjawaban yang lebih baik. Perusahaan *high-profile* mempunyai risiko yang tinggi terhadap lingkungan daripada perusahaan yang *low-profile*. Perusahaan yang *high-profile* akan lebih baik dalam mengungkapkan tanggung jawab sosial, karena mempunyai sensitivitas yang tinggi terhadap lingkungan dan banyak mendapat sorotan dari masyarakat luas.

Hasil riset ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Sulistyoningsih (2014) dan Purwanto (2011) yang menyatakan bahwa *type* industri berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *CSR*. Tetapi penelitian tersebut tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi dan Ismawati (2017) dan Subiantoro dan Mildawati (2015) yang menyatakan bahwa *type* industri tidak berpengaruh pada pengungkapan *CSR*.

4. PENUTUP

4.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan dapat diambil simpulan sebagai berikut:

- a. *Size* perusahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan *CSR*. Dengan demikian H_1 tidak terdukung.

- b. *Leverage* perusahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan *CSR*. Dengan demikian H₂ tidak terdukung.
- c. Profitabilitas perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan *CSR*. Dengan demikian H₃ terdukung.
- d. *Type* industri berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan *CSR*. Dengan demikian H₄ terdukung.

4.2 Keterbatasan

Penelitian yang dilakukan penulis masih memiliki beberapa keterbatasan yang sekaligus dapat menjadi gambaran bagi penelitian selanjutnya antara lain:

- a. Terdapat unsur subjektivitas dalam menentukan indeks pengungkapan *CSR*. Hal ini dikarenakan tidak adanya ketentuan baku yang dapat dijadikan acuan, sehingga indeks untuk indikator dalam kategori yang sama dapat berbeda untuk setiap peneliti.
- b. Penelitian ini hanya mengindikasikan empat faktor yang mempengaruhi pengungkapan *CSR*, yaitu *size* perusahaan, *leverage* perusahaan, profitabilitas perusahaan, dan *type* industri, sehingga variabel-variabel lain yang diduga mempengaruhi pengungkapan *CSR* tidak diteliti dalam penelitian ini.
- c. Sampel penelitian ini hanya terbatas pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2015-2016, sehingga tidak diketahui bagaimana pengaruh pada jenis perusahaan lain.

4.3 Saran

Berdasarkan keterbatasan-keterbatasan penelitian yang telah dijelaskan, diharapkan penelitian selanjutnya untuk lebih luas dalam mengembangkan hasil penelitian ini dengan beberapa pertimbangan yang perlu diperhatikan. Saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya, yaitu:

- a. Organisasi atau lembaga yang menjadi acuan pengungkapan *CSR* diharapkan lebih memberikan penjelasan secara rinci tentang indikator pengungkapan *CSR* agar tidak ada asumsi yang berbeda dalam pemahaman indikator antar peneliti.
- b. Menambah beberapa variabel lain sebagai faktor yang dapat mempengaruhi pengungkapan *CSR* seperti umur perusahaan, ukuran dewan komisaris, kinerja lingkungan, maupun likuiditas supaya kemampuan variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen menjadi semakin besar.

- c. Menambah jumlah sampel dan periode pengamatan yang lebih panjang serta menggunakan beberapa atau semua sektor perusahaan yang terdaftar di BEI, sehingga hasil yang diperoleh akan lebih menjelaskan kondisi yang sesungguhnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah I. R (2013). Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Leverage Terhadap Pengungkapan CSR. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Awuy, Sayekti & Purnamawati (2016). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Earning Response Coefficient (ERC). *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*. Universitas Jember. 18(5). PP 15-26.
- Gantino. R (2016). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2008-2014. *Jurnal Dinamika Akuntansi dan Bisnis*. Universitas Esa Unggul Jakarta. 3(2). PP 18-31.
- Karina L. A (2013). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan CSR. *Skripsi*. Universitas Diponegoro.
- Krisna A. D dan Suhardianto N (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*. Universitas Airlangga Surabaya. 18(2). PP 119-128.
- Nur & Priantinah (2012). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility di Indonesia. *Jurnal Nominal*. Universitas Negeri Yogyakarta. 1(1). PP 22-34.
- Nur M dan Priantinah D (2012). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Di Indonesia (Studi Kasus Pada Perusahaan Kategori *High Profile* Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Nominal*. Universitas Negeri Yogyakarta. 1(1). PP 22-34.
- Parengkuan .E. W (2014). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Melalui Pojok Bursa FEB. *Jurnal EMBA*. STMIK Mardina Indonesia Bandung. 8(6). PP 1-12.
- Permatasari H. D (2014). Pengaruh Leverage, Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*. *Skripsi*. Universitas Diponegoro Semarang.

- Premana A. B (2011). Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Dalam Laporan Tahunan Perusahaan Manufaktur Pada Bursa Efek Indonesia. *Skripsi*. Universitas Diponegoro.
- Purba & Yadnya (2015). Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Leverage Terhadap Profitabilitas dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *E-jurnal Manajemen Unud*. Universitas Udayana Bali. 4(8). PP 2428-2443.
- Purnasiwi J (2010). Analisa Pengaruh Size, Profitabilitas, Dan Leverage, Terhadap Pengungkapan CSR Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Artikel*. Universitas Diponegoro.
- Purwaningsih. S (2014).Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *Naskah Publikasi*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Purwanto A (2011). Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Terhadap Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi & Auditing*. Universitas Diponegoro. 8(1). PP 12-29.
- Putri dan Christiawan (2014). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas Dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Business Accounting review*. Universitas Kristen Petra. 2(1). PP 61-70
- Rahayu, Darminto & Topowijo (2014). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Perusahaan. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Universitas Brawijaya. 17(12). PP 1-8.
- Ramadhan. A (2013).Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Likuiditas Terhadap Corporate Social Responsibility melalui Laba sebagai Variabel Intervening pada Bank Umum Syariah di Indonesia. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Rindawati M. W dan Asyik N. F (2015). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Kepemilikan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*. STIESIA Surabaya. 4(6). PP 1-15.
- Rofiqkoh E. Dan Priyadi M. P (2016). Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. 5(10). PP 1-18
- Rosiana, Juliarsa & Sari (2013). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Akuntansi*. Universitas Udayana. 5(3). PP 723-738.
- Sari R. A (2012). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Nominal*. Universitas Negeri Yogyakarta. 1(1). PP 124-140.

Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. *ALFABETA*. Bandung, 2009.

Sulistyoningsih E (2014). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan Corporate Sosial Responsibility (CSR). *Naskah Publikasi*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Wardani W. A (2016). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility. *Publikasi Ilmiah*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Wijaya M (2012). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*. 1(1). PP 26-30.

www.globalreporting.org

www.idx.com