

**PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN DAN PROFITABILITAS TERHADAP  
PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN**

**Rosa Fitriana**

Fakultas Ekonomi, Universitas Bale Bandung

Email: *rosa.fitriana1979@gmail.com*

**Abstrak:** Penelitian ini menurut peneliti dipandang sebagai suatu yang penting, karena bermanfaat bukan hanya untuk pengembangan ilmu akuntansi saja, dalam rangka meningkatkan kinerja perusahaan melalui keterbukaan informasi yang diberikan kepada publik, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sesuai dengan aturan dan kebijakan yang berlaku, adanya supervisi atau pemantauan kinerja manajemen dan adanya akuntabilitas manajemen terhadap pemangku kepentingan lainnya berdasarkan kerangka aturan dan peraturan yang berlaku. Penelitian ini tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang menemukan banyak hasil yang berbeda baik karena perbedaan di perusahaan dan negara, yang menjelaskan pengaruh ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis deskriptif dan statistik. Ada 30 sampel yang menerapkan teknik purposive sampling. Sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur Indonesia yang terdaftar pada tahun 2010-2013 yang laporan tahunannya mengungkapkan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan perusahaan dan dapat diakses di situs web Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan kajian lebih lanjut untuk penelitian dan pengembangan, dapat memberikan sumbangan referensi untuk melaksanakan penelitian dengan topik pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan di Indonesia serta faktor-faktor yang mempengaruhinya.

**Kata kunci:** *Tanggung jawab sosial perusahaan, ukuran perusahaan, profitabilitas*

## **1. Pendahuluan**

Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan wacana yang makin umum dalam dunia bisnis di Indonesia, dimana fenomena ini dipicu oleh semakin mengglobalnya tren mengenai praktik keberlanjutan dalam bisnis. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan mulai terlihat dengan adanya penerapan indeks yang memasukkan kategori saham-saham perusahaan yang telah mempraktikkan tanggung jawab sosial perusahaan, contohnya *London Stock Exchange* memiliki *Socially Responsible Investment (SRI) Index*, *Financial Times Stock Exchange (FTSE)* memiliki *FTSE4Good* dan *New York Stock Exchange* memiliki *Dow Jones Sustainability Index (DJSI)*. Hal ini juga bahkan mulai diikuti oleh otoritas bursa saham di Asia, seperti di *Singapore Stock Exchange* dan *Hanseng Stock Exchange*.

Di Indonesia, mulai tahun 2008, PT Bursa Efek Indonesia bekerja sama dengan Yayasan Keanekaragaman Hayati Indonesia (KEHATI) yaitu sebuah yayasan yang bergerak di bidang pelestarian dan pemanfaatan keanekaragaman hayati, menerbitkan indeks harga saham yang mengacu pada tata cara *Sustainable and Responsible Investment (SRI)* yang diberi nama indeks SRI-KEHATI. Jadi pasar modal Indonesia telah mendukung pelaksanaan dan pertanggungjawaban keberlanjutan perusahaan dengan adanya pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan melalui penerapan indeks. Indeks ini memasukkan kategori saham emiten yang telah mempraktekkan tanggung jawab sosial perusahaan dengan mempertimbangkan enam aspek fundamental SRIKEHATI sebagai kriteria pemeringkatan, yakni lingkungan,

pengembangan masyarakat, tata kelola perusahaan, hak asasi manusia, perilaku bisnis dan prinsip ketenaga kerjaan (<http://www.kehati.or.id/about/sri-kehati.html>).

Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan bentuk tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungannya bagi kepedulian sosial maupun tanggung jawab lingkungan dengan tidak mengabaikan kemampuan dari perusahaan, hal ini dikemukakan oleh Budi Untung (2014), selanjutnya dikemukakan pula bahwa keberlanjutan perusahaan memiliki tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan, yang pelaksanaannya akan berdampak pada kesinambungan dari perusahaan, jadi perusahaan dalam melaksanakan aktivitasnya harus berdasarkan keputusannya tidak hanya berdasarkan faktor keuangan belaka seperti halnya keuntungan atau deviden, melainkan juga harus berdasarkan konsekuensi sosial di lingkungan untuk saat ini maupun jangka panjang.

Beberapa pelajaran yang dapat diambil dalam menyikapi tanggung jawab sosial perusahaan di negara maju menurut Bambang Rudito dan Melia Famiola (2013), tanggung jawab sosial perusahaan di Amerika Serikat hanya bersifat sukarela, tapi sebagian besar dapat berjalan dengan baik. Di Amerika, terdapat korelasi antara perusahaan dan pasar. Tingkat kesadaran masyarakat sebagai konsumen sudah sangat tinggi sehingga masyarakat mempunyai kapasitas untuk memperlakukan atau mendukung keberadaan suatu perusahaan. Perusahaan yang tidak memiliki kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan pada umumnya pasti akan dijauhi konsumen dan masyarakat. Di Australia pemerintah mewajibkan perusahaan membuat laporan tahunan tanggung jawab sosial perusahaan dan mengatur standarisasi lingkungan hidup, hubungan industrial, dan HAM, perusahaan tidak diwajibkan untuk melakukan tanggung jawab sosial perusahaan namun diminta untuk membuat laporan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan dan kemasyarakatan sesuai dengan standar yang telah diatur. Sedangkan di Inggris, perusahaan yang sudah *go public* atau tercatat di bursa efek harus memberikan *social report* setiap tahun, hal ini dilakukan untuk melengkapi laporan keuangan yang disampaikan tiap tahun, dengan memberikan *social report* maka konsumen atau publik bisa mengetahui kinerja perusahaan tersebut dalam hal aktivitas sosialnya.

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan di Indonesia yang masih belum banyak ini juga ternyata menimbulkan potensi sasaran tanggung jawab sosial perusahaan sebagai *negative externality* keberadaan perusahaan sangat besar (Sofyan S. Harahap, 2004), seperti kerusakan lingkungan, pengangguran, putus sekolah dan kemiskinan. Jika perusahaan memasukkan aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan kedalam rencana kerjanya, diharapkan *negative externality* tersebut dapat berkurang. Sejalan dengan hal tersebut Sidharta Utama (2007) menyatakan bahwa perkembangan tanggung jawab sosial perusahaan terkait dengan semakin parahnyanya kerusakan lingkungan yang terjadi di Indonesia maupun dunia, mulai dari polusi udara, air dan perubahan iklim. WALHI (Wahana Lingkungan Hidup, 2014) menyatakan bahwa Indonesia masih menemui banyak masalah lingkungan hidup, Hal ini disebabkan kurangnya kesadaran perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat. Penerapan keberlanjutan perusahaan dapat bermanfaat bagi perusahaan apabila aspek-aspek seperti komitmen organisasi perusahaan pada semua level, perubahan budaya dan perilaku dalam perusahaan, kejelasan tujuan, proses manajemen dan kinerja keberlanjutan perusahaan dapat dilaksanakan.

Perusahaan yang menjalankan model bisnisnya dengan berpijak pada prinsip-prinsip etika bisnis dan manajemen pengelolaan sumber daya alam yang strategis dan *sustainable* akan dapat menumbuhkan citra positif serta mendapatkan kepercayaan dan dukungan dari masyarakat (Wibisono, 2007). Selain tuntutan dari masyarakat, tekanan dari pemerintah juga berperan dalam mendorong perusahaan untuk lebih memperhatikan tanggung jawab sosialnya (Cahyandito dan Ebinger, 2005). Tekanan pemerintah ini diwujudkan dalam berbagai peranan

dan undang-undang yang mengatur perusahaan dengan lingkungan sosialnya, yang diantaranya dapat dilihat dengan dikeluarkannya Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 pada Juli 2007 tentang Perseroan Terbatas. Undang-undang ini dikeluarkan dengan tujuan mengatur keberadaan dan pedoman perusahaan dalam menjalankan kegiatan perusahaannya serta mencegah terjadinya pertumbuhan ekonomi yang tidak sesuai dengan peraturan. Dalam undang-undang ini, terdapat satu pasal yang menjelaskan tentang kewajiban lain suatu perusahaan yaitu tanggung jawabnya kepada sosial dan lingkungan. Dalam pasal ini pemerintah mewajibkan perusahaan yang berhubungan dengan sumber daya alam menganggarkan sejumlah dananya dalam upaya melakukan pertanggungjawaban perusahaan terhadap lingkungan sosialnya yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. Seperti, industri pertambangan wajib mengembangkan bertanggungjawab terhadap masyarakat atau pengusaha kecil dan menengah disekitarnya sambil melakukan pemberdayaan menuju prinsip saling menguntungkan.

Sejalan dengan perkembangan tersebut, praktik pengungkapan tanggung jawab sosial di atur oleh Ikatan Akuntan Indonesia (IAI), dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.1 Paragraf 14 (Revisi 2013), yang meyakini bahwa: “Beberapa entitas juga menyajikan, terpisah dari laporan keuangan, laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah, khususnya bagi industri dimana faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap karyawan sebagai kelompok pengguna laporan keuangan yang memegang peranan penting. Laporan tambahan tersebut diluar lingkup SAK.” Hal ini menjelaskan bahwa perusahaan masih bersifat sukarela dalam mengungkapkan tanggung jawab sosial kepada masyarakat.

Sejumlah penelitian tentang manfaat tanggung jawab sosial perusahaan telah banyak dilakukan, seperti halnya penelitian yang diungkapkan oleh Untung (2008:40-41) bahwa tanggung jawab sosial perusahaan kini dianggap penting untuk menjembatani dan memperkecil celah antara lapisan masyarakat kaya dan miskin di berbagai pelosok dunia. Penjelasan yang sangat sederhana, bahwa tidak ada perusahaan yang dapat maju apabila berada ditengah masyarakat miskin atau lingkungan yang tidak menunjang eksistensinya. tanggung jawab sosial perusahaan sudah semestinya dapat dikembangkan lebih luas jangkauannya dari sekedar menunjukkan kepedulian terhadap berbagai problematika sosial, tetapi juga dengan memperhatikan upaya perusahaan secara sadar untuk meningkatkan potensi masyarakat serta lingkungan tempat perusahaan beroperasi demi menunjang keberadaannya.

Sidharta Utama (2007) mengungkapkan bahwa saat ini tingkat pelaporan dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan di Indonesia masih relatif rendah, selain itu, apa yang dilaporkan dan diungkapkan sangat beragam, sehingga menyulitkan pembaca laporan tahunan untuk melakukan evaluasi. Sidharta Utama juga mengungkapkan bahwa sampai saat ini belum terdapat kesepakatan standar pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan yang dapat dijadikan acuan bagi perusahaan dalam menyiapkan laporan tanggung jawab sosial perusahaan ([www.ui.edu](http://www.ui.edu)), oleh karena itu dalam praktik penerapannya tanggung jawab sosial perusahaan selalu disesuaikan dengan kemampuan perusahaan dan kebutuhan masyarakat.

Bambang Rudito dan Melia Famiola (2013), mengungkapkan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan kemudian berkembang tanpa pedoman yang jelas karena memang tidak ada standar yang jelas, dan banyak perusahaan yang melaksanakan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sesuai dengan fokus dan sumber daya yang ada. Selain itu menurut Bambang Rudito dan Melia Famiola, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan perusahaan dipandang sebagai nilai-nilai atau value yang menjadi pedoman perusahaan untuk kemudian disebarkan kepada para konsumen dan *stakeholder* sehingga menimbulkan citra positif bagi perusahaan dan akhirnya menimbulkan

keuntungan bagi perusahaan. Konsep tanggung jawab sosial perusahaan ini di Indonesia banyak diacu oleh perusahaan manufaktur atau perusahaan yang secara langsung berhubungan dengan konsumen.

Belum semua perusahaan di Indonesia menjalankan program tanggung jawab sosial perusahaan dengan baik, padahal mereka memiliki kemampuan menjalankannya, hal ini dapat dilihat dari anggota yang bergabung dalam *Corporate Forum for Community Development* (CFCD). Ketua Umum CFCD Suwandi mengungkapkan baru sebanyak 253 perusahaan yang tergabung dalam CFCD, padahal kalau melihat regulasinya semua perusahaan yang beroperasi di Indonesia berkewajiban untuk melaksanakan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. (Bisnis.com,2014). Suwandi mengatakan, masih banyak perusahaan yang belum menyadari peranan penting untuk menjalankan program tanggung jawab sosial perusahaan, namun ketika bisnis mereka menghadapi masalah dengan masyarakat setempat barulah mereka menyadari pentingnya program tersebut. Padahal program tanggung jawab sosial perusahaan itu harus dirancang sedemikian rupa dengan strategi yang matang dan berkelanjutan

Selain itu Juniati Gunawan sebagai *Sustainability Reporting Specialist and Assuror* (Koran Bisnis Indonesia, 2009) mengungkapkan saat ini cara yang digunakan untuk mengukur kinerja tanggung jawab sosial perusahaan adalah melalui laporan kegiatannya, yakni dengan metode *content analysis*. Metode ini mengubah informasi kualitatif menjadi kuantitatif sehingga dapat diolah dalam perhitungan statistik. Artinya, total angka yang didapat dari proses *content analysis* ini menggambarkan banyaknya pengungkapan yang diinformasikan dalam laporan tersebut, yang perlu digarisbawahi adalah informasi tanggung jawab sosial perusahaan yang diungkapkan bukan jaminan informasi yang menggambarkan semua kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan yang telah dilakukan. Ada gap yang mungkin terjadi, bisa saja informasi tanggung jawab sosial perusahaan yang diungkapkan hanya sepersekian persen dari semua kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan. Sebaliknya, mungkin informasi yang diungkapkan melebihi kegiatan yang dilakukan. Belum lagi sifat laporan yang berbeda. Misalnya laporan tahunan perusahaan yang sering dipakai menjadi dasar untuk pengukuran kinerja tanggung jawab sosial perusahaan. Dalam laporan tahunan, terlihat bahwa porsi pengungkapan informasi tanggung jawab sosial perusahaan sangat terbatas dibandingkan dengan laporan lainnya, misalnya laporan keberlanjutan (*sustainability report*). <http://www.tanggungjawab.sosial.perusahaan-id.org>.

Penelitian yang dilakukan oleh Yuniarti (2003) menyatakan bahwa ukuran perusahaan mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, walaupun pengaruhnya masih sangat kecil hanya 7,8%. Semakin besar suatu perusahaan maka semakin banyak aktivitas yang dilakukan sehingga memberikan dampak yang lebih besar terhadap masyarakat, selain itu perusahaan besar mempunyai kemampuan merekrut karyawan yang ahli, serta adanya tuntutan dari pemegang saham dan analis, hal ini menjadikan perusahaan besar memiliki inisiatif untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas dibandingkan dengan perusahaan kecil. Disamping itu, perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti, sehingga pengungkapannya yang lebih luas merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian lainnya menghasilkan penelitian yang berbeda dengan yang dilakukan oleh Yuniarti (2003), yaitu penelitian yang dilakukan oleh Anggraini (2006), yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Perusahaan yang besar beranggapan bahwa mereka tidak perlu lagi melaporkan berbagai kegiatan sosial yang pernah dilakukan.

Selanjutnya profitabilitas menunjukkan kinerja suatu perusahaan untuk menghasilkan keuntungan sehingga dapat berpengaruh pada pembuatan keputusan investasi. Artinya, semakin baik kinerja keuangan yang dimiliki investor perusahaan, maka akan memiliki kepercayaan yang tinggi untuk mengungkapkan tanggung jawab sosialnya. Sembiring (2003)

menghasilkan temuan bahwa profitabilitas tidak terbukti berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Variabel ukuran perusahaan terbukti signifikan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian Sembiring (2005) menunjukkan hasil yang hampir sama. Variabel independen yang diteliti adalah profitabilitas, *size*, *leverage*, ukuran dewan komisaris dan *profile*. Hasilnya menunjukkan bahwa variabel profitabilitas dan *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Variabel lainnya (ukuran dewan komisaris, *size*, dan *profile*) menunjukkan pengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Beberapa penelitian yang mengkaji hubungan antara tanggung jawab sosial perusahaan dan Profitabilitas dilakukan oleh Hossain dkk (2006) mengungkapkan bahwa profitabilitas perusahaan yang diukur dengan proksi *trading profit margin* menunjukkan hubungan positif terhadap pengungkapan sosial. Profitabilitas (dengan proksi *net profit margin*) mempunyai pengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial, dan faktor tipe industri juga terbukti signifikan berpengaruh positif. Menurut pandangan Belkaoui dan Karpik (1989) mengungkapkan hubungan profitabilitas dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan paling baik diekspresikan dengan pandangan bahwa tanggapan sosial yang diminta dari manajemen sama dengan kemampuan yang diminta untuk membuat suatu perusahaan memperoleh laba.

Berdasarkan latar belakang, fenomena dan hasil penelitian-penelitian terdahulu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian kembali dengan topik yang sama, berdasarkan permasalahan-permasalahan di atas yang telah diuji oleh beberapa peneliti sebelumnya dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan pada perusahaan manufaktur tercatat di BEI yang mempublikasikan aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan tahunan periode tahun 2010-2013.

## 2. Tinjauan Pustaka

### 2.1. Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial.

Pengertian tanggung jawab sosial perusahaan menurut *World Business Council for Sustainable Development* adalah yang dikutip oleh M.Arief Effendi (2009) 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. Sedangkan menurut Jenny R. Suminar (2009), tanggung jawab sosial perusahaan merupakan operasi bisnis yang berkomitmen tidak hanya untuk meningkatkan keuntungan perusahaan secara finansial, melainkan pula untuk pembangunan sosial-ekonomi kawasan secara holistik, melembaga dan berkelanjutan. Dan tanggung jawab sosial perusahaan menurut Isa Wahyudi dan Busyra Azheri (2008) merupakan komitmen perusahaan terhadap kepentingan para stakeholders. Dengan kata lain meskipun perusahaan dibenarkan mengejar keuntungan, tetapi dalam praktiknya secara moral tidak dibenarkan mengejar keuntungan dengan mengorbankan kepentingan-kepentingan pihak lain dalam lingkungan sosial di sekitar perusahaan.

Penjelasan mengenai prinsip-prinsip dasar tanggung jawab sosial perusahaan menurut Wibisono Yusuf (2007), adalah bahwa kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan mengandung prinsip-prinsip tanggung jawab sosial perusahaan tersebut yang meliputi *Profit* (Keuntungan)/ *Aspek Economic*, *People* (Masyarakat)/ *Aspek Social*, dan *Planet* (Lingkungan)/ *Aspek Environment*. Guthrie dan Parker (1990) dalam Sayekti dan Wondabio (2007) menyatakan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan tahunan merupakan salah satu cara perusahaan untuk membangun, mempertahankan, dan melegitimasi kontribusi perusahaan dari sisi ekonomi dan politis. Penelitian Basamalah dkk.

(2005) yang melakukan *review* atas *social and environmental reporting and auditing* dari perusahaan di Indonesia yang mendukung prediksi *legitimacy theory* tersebut. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan tahunan terbukti berpengaruh terhadap reaksi investor yaitu yang dibuktikan dengan *volume* perdagangan saham yang meningkat (Zuhroh dan Sukmawati, 2003).

## 2.2. Ukuran Perusahaan.

Departemen Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia membagi ukuran perusahaan dalam tiga kategori yaitu perusahaan besar, perusahaan menengah dan perusahaan kecil. Suatu perusahaan yang sudah mapan akan memiliki aktivitas yang lebih besar dan memiliki risiko atau tanggung jawab yang besar pula sesuai dengan aktivitas yang dilakukan. Semakin besar suatu perusahaan maka akan semakin dikenal masyarakat, yang berarti semakin mudah untuk mendapatkan informasi mengenai perusahaan (Jogiyanto).

Penelitian yang dilakukan oleh Yuniarti (2003) menyatakan bahwa ukuran perusahaan mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, semakin besar suatu perusahaan maka semakin banyak aktivitas yang dilakukan sehingga memberikan dampak yang lebih besar terhadap masyarakat, selain itu perusahaan besar mempunyai kemampuan merekrut karyawan yang ahli, serta adanya tuntutan dari pemegang saham dan analis, hal ini menjadikan perusahaan besar memiliki inisiatif untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas dibandingkan dengan perusahaan kecil. Disamping itu, perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti, sehingga pengungkapannya yang lebih luas merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan.

## 2.3. Profitabilitas Perusahaan

Profitabilitas adalah faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk melakukan dan mengungkapkan kepada pemegang saham program tanggung jawab sosial secara lebih luas (Heinze, 1976 dalam Florence, *et al.*, 2004). Menurut Petronila dan Mukhlisin (2003) profitabilitas merupakan gambaran dari kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan. Ukuran profitabilitas dapat berbagai macam seperti : laba operasi, laba bersih, tingkat pengembalian investasi/aktiva, dan tingkat pengembalian ekuitas pemilik.

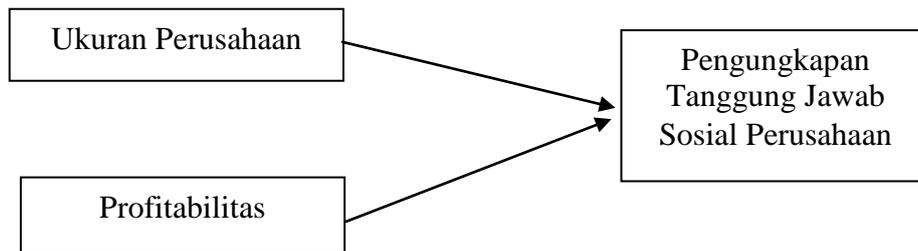
Ang (1997) dalam Wahidahwati (2002) mengungkapkan bahwa rasio profitabilitas atau rasio rentabilitas menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Keuntungan yang layak dibagikan kepada pemegang saham adalah keuntungan setelah bunga dan pajak. Semakin besar keuntungan yang diperoleh semakin besar kemampuan perusahaan untuk membayarkan dividennya. Para manajer tidak hanya mendapatkan dividen, tapi juga akan memiliki kemampuannya yang lebih besar dalam menentukan kebijakan perusahaan. Profitabilitas suatu perusahaan diukur dengan rasio profitabilitas yaitu rasio yang mengukur kemampuan para eksekutif perusahaan dalam menciptakan tingkat keuntungan baik dalam bentuk laba perusahaan maupun nilai ekonomis atas penjualan, aset bersih perusahaan maupun modal sendiri (*shareholders equity*) (Hendra S. Raharjaputra, 2009).

## 2.4. Hipotesis

Berdasarkan penjelasan diatas dan berdasarkan kerangka pemikiran yang ada, maka peneliti mencoba merumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

1. Diduga terdapat Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.
2. Diduga terdapat Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.

Berdasarkan konsep variabel yang disajikan pada tabel diatas maka dapat digambarkan skema paradigma penelitian sebagai berikut:



**Gambar 1.**  
**Bagan Kerangka Pemikiran**

### 3. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian yang bertujuan untuk memberikan penjelasan (*eksplanatory*), mengenai fenomena yang terjadi di dunia empiris dan berusaha untuk mendapatkan jawaban (*verificative*), yang juga bertujuan untuk menjelaskan pengaruh antara variabel-variabel yang mempengaruhi melalui analisis data yang disertai dengan pengujian hipotesis. Tipe investigasi yang digunakan dalam penelitian ini berkaitan dengan upaya untuk memperoleh kejelasan tentang pengaruh variabel bebas (*independen variabel*) yaitu Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap variabel tidak bebas (*dependen variabel*) yaitu Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.

Sesuai dengan tujuan penelitian yang telah dirumuskan maka metode penelitian yang digunakan adalah metode survey penjelasan atau (*explanatory survey*). Menurut M. Natsir (1999) metode survey adalah penyelidikan yang diadakan untuk memperoleh fakta-fakta dari gejala-gejala yang ada mencari keterangan-keterangan secara faktual. Metode ini digunakan untuk menjelaskan bentuk pengaruh antar variabel yang akan diamati melalui pengujian hipotesis. Singarimbun dan Effendi (1995) yang menyatakan bahwa penelitian survey dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh dengan pengujian hipotesis. sementara metode yang digunakan adalah metode sensus karena penelitian ini didasarkan pada data populasi atau sampling total.

Menurut Sugiyono (2013):“Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas; objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur dari tahun 2010 hingga 2013. Jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 137 perusahaan. Pertimbangan untuk memilih populasi sasaran perusahaan manufaktur adalah berdasarkan studi empirik sebelumnya menunjukkan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan manufaktur mempunyai variasi yang berbeda untuk setiap jenis industri. Sampel merupakan bagian atau unit dari populasi. Sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu pemilihan sampel sesuai dengan kriteria tertentu. Perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini dipilih berdasarkan kriteria-kriteria tertentu (*purposive sampling*).

Metode analisis data yang digunakan yaitu uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji koefisien korelasi pearson, koefisien korelasi parsial, koefisien determinasi, dan pengujian hipotesis dengan menggunakan uji-t dan uji-F. Analisis regresi linear berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen, untuk mengetahui keadaan naik turunnya variabel yang diteliti. Begitupun seperti yang telah dikemukakan oleh Sugiyono (2017) dalam bukunya “Metode Penelitian Bisnis” yang menjelaskan bahwa analisis regresi ganda digunakan bila peneliti bermaksud

meramalkan bagaimana keadaan (naik/turunnya) variabel independen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor *predictor* dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya).

#### 4. Hasil dan Pembahasan

##### 4.1. Hasil Penelitian

##### 4.1.1. Analisis Linear Berganda

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan analisis regresi berganda. Hasil perhitungan koefisien regresi linier berganda berdasarkan, Ukuran Perusahaan, *Profitabilitas* dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2013 menggunakan bantuan program SPSS 22 diperoleh sebagai berikut :

**Tabel 1.**  
**Hasil Regresi Linier Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-88,776	21,174		-4,193	,000
X1 (LogSize)	,186	,664	,521	6,441	,000
X2 (ROA)	,299	,147	,164	2,037	,044

a. Dependent Variable: Y (CSR)

Dari tabel 1. di atas dibuat persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:  $\hat{Y} = -88,776 + 4,274 X_1 + 0,299 X_2$

Dari persamaan regresi linear berganda di atas dapat dilihat nilai konstanta sebesar -88,776, hal tersebut menunjukkan bahwa apabila, Ukuran Perusahaan dan *Profitabilitas* tidak berubah atau pada kondisi konstan (bernilai 0), maka rata-rata Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2013 akan bernilai sebesar -88,776.

Koefisien regresi  $X_1$  bernilai positif sebesar, 4,274. Ini berarti Ukuran Perusahaan berbanding lurus dengan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2013. Apabila Ukuran Perusahaan mengalami peningkatan sebesar 100 persen sedangkan variabel lainnya tidak mengalami perubahan (konstan), maka Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2013 akan meningkat sebesar 4,274 persen. Artinya perusahaan dengan Ukuran Perusahaan lebih besar (mengalami peningkatan) cenderung memiliki Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial lebih besar.

Koefisien regresi  $X_2$  bernilai positif sebesar 0,299. Ini berarti perubahan *Profitabilitas* berbanding lurus dengan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2013. Apabila *Return On Assets* mengalami peningkatan sebesar 100 persen sedangkan variabel lainnya tidak mengalami perubahan (konstan), maka Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2013 akan meningkat sebesar 0,299 persen. Artinya perusahaan dengan nilai *Profitabilitas* (ROA/Jumlah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dari setiap rupiah aktiva yang digunakan) lebih besar (mengalami peningkatan) cenderung memiliki Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial lebih besar.

##### 4.1.2 Koefisien Determinansi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi berfungsi untuk melihat sejauhmana keseluruhan variabel bebas (Ukuran Perusahaan dan *Profitabilitas*) dapat menjelaskan variabel terikat Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2013). Apabila angka koefisien determinasi semakin mendekati 1, maka pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat adalah semakin kuat, yang berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat. Besarnya nilai  $R^2$  dapat dijelaskan pada tabel 2. sebagai berikut:

Besar pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dapat dihitung dengan cara mengalikan nilai *standardized coefficients* dengan *zero-order correlation* yang terdapat pada tabel 2 berikut:

**Tabel 2.**  
**Koefisien Determinasi Parsial**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Standardized Coefficients	Correlations
	Beta	Zero-order
1 (Constant)		
X1 (LogSize)	,521	,479
X2 (ROA)	,164	,134

a. Dependent Variable: Y (CSR)

Besar pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia =  $0,521 \times 0,479 = 0,250$  atau 25,0 %. Nilai koefisien determinasi parsial yang diperoleh masih termasuk dalam kategori cukup berpengaruh, yang berarti bahwa ada kontribusi sebesar 25,0% dari Ukuran Perusahaan dalam menjelaskan/mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2013.

Besar pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia =  $0,164 \times 0,134 = 0,022$  atau 2,2%. Nilai koefisien determinasi parsial yang diperoleh masih termasuk dalam kategori kecil, yang berarti bahwa ada kontribusi sebesar 2,2% dari Profitabilitas dalam menjelaskan/mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2013.

#### 4.1.3 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (*t-test*)

##### 1. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial.

Untuk melihat pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, hipotesis statistik yang digunakan adalah sebagai berikut:

$H_0: \beta_3 = 0$  Tidak terdapat pengaruh dari Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

$H_1: \beta_3 \neq 0$  Terdapat pengaruh dari Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Hasil perhitungan statistik uji pada pengujian hipotesis dirangkum pada tabel 3.

**Tabel 3.**  
**Uji Parsial (Uji t) Variabel Ukuran Perusahaan (X1)**

Hipotesis	$t_{hitung}$	Sig (p)	$t_{tabel}$	A	Keputusan	Keterangan
$H_0 : \beta_3 = 0$	6,441	0,000	1,981	5%	$H_0$ ditolak	Signifikan

Diperoleh nilai  $t_{hitung}$  untuk Ukuran Perusahaan = 6,332 dan p-value = 0,000. Nilai  $t_{hitung}$  sebesar 6,441 berada di sebelah kanan (lebih besar)  $t_{tabel}$  (1,981) atau jatuh pada daerah penolakan  $H_0$ . Jika dilihat nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari tingkat kekeliruan 5% ( $\alpha =$

0,05), maka dapat diambil keputusan untuk menolak H<sub>0</sub>. Jadi diperoleh hasil pengujian pada tingkat kepercayaan 95% dapat disimpulkan bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.

**a. Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial**

Untuk melihat pengaruh *Profitabilitas* terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, hipotesis statistik yang digunakan adalah sebagai berikut:

H<sub>0</sub>:  $\beta_2 = 0$  Tidak terdapat pengaruh dari *Profitabilitas* terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

H<sub>1</sub>:  $\beta_2 \neq 0$  Terdapat pengaruh dari *Profitabilitas* terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Hasil perhitungan statistik uji pada pengujian hipotesis dirangkum pada tabel 4.

**Tabel 4.**  
**Uji Parsial (Uji t) Variabel *Profitabilitas* (X<sub>2</sub>)**

Hipotesis	t <sub>hitung</sub>	Sig (p)	t <sub>tabel</sub>	A	Keputusan	Keterangan
H <sub>0</sub> : $\beta_2 = 0$	2,037	0,044	1,981	5%	H <sub>0</sub> ditolak	Signifikan

Diperoleh nilai t<sub>hitung</sub> untuk *Profitabilitas* = 2,037 dan p-value = 0,044. Nilai t<sub>hitung</sub> sebesar 2,037 lebih besar t<sub>tabel</sub> (1,981) atau jatuh pada daerah penolakan H<sub>0</sub>. Jika dilihat nilai signifikansi 0,044 lebih kecil dari tingkat kekeliruan 5% ( $\alpha = 0,05$ ), maka dapat diambil keputusan untuk menolak H<sub>0</sub>. Jadi hasil pengujian pada tingkat kepercayaan 95% dapat disimpulkan bahwa *Profitabilitas* berpengaruh terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.

**4.2. Pembahasan**

**4.2.1 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan**

Berdasarkan hasil pengujian statistik yang diperoleh dari nilai koefisien determinasi parsial menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial, hal ini mendukung teori yang dikemukakan oleh yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan dengan proksi *log natural total asset* berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial. Besar pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia =  $0,521 \times 0,479 = 0,250$  atau 25,0%. Nilai koefisien determinasi parsial yang diperoleh masih termasuk dalam kategori cukup berpengaruh, yang berarti bahwa ada kontribusi sebesar 25,0% dari Ukuran Perusahaan dalam menjelaskan/mempengaruhi Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2013.

Berdasarkan nilai koefisien determinasi parsial sebesar 25,0% dapat dijadikan landasan dalam menjawab permasalahan yang ada terkait dengan ukuran perusahaan, bahwa ukuran perusahaan pada perusahaan manufaktur yang tercatat di BEI pada tahun 2010-2013 dapat dikatakan cukup berpengaruh dalam melaksanakan pengungkapan tanggung jawab sosial, hal ini dilihat dari pengaruh ukuran perusahaan yang tergolong cukup berpengaruh dalam pengungkapan tanggung jawab sosial, sehingga besar kecilnya perusahaan dapat mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan, hal ini dikarenakan dalam perusahaan yang besar akan cenderung lebih memperhatikan pengungkapan tanggung jawab sosial karena memiliki asset besar, jumlah karyawan yang besar juga aktivitas yang mempengaruhi masyarakat disekitarnya lebih banyak jika dibandingkan dengan perusahaan kecil.

Hasil penelitian ini mendukung hasil yang diperoleh Sembiring (2003 dan 2005), Parsa dan Kouhy (2007), Novita dan Djakman (2008), Branco dan Rodriguez (2008), dan Reverte

(2008). Walaupun terdapat perbedaan penggunaan proksi dalam mengukur ukuran perusahaan. *Log of net sales* digunakan oleh Sembiring (2003). Sedangkan Novita dan Djakman (2008) menggunakan proksi *log of assets*. *Total assets value* digunakan oleh Hossain dkk. (2006).

Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Farook dan Lanis (2005), Hossain dkk. (2006), dan Anggraini (2006). Hasil penelitian ini mendukung teori legitimasi bahwa perusahaan yang besar akan mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaannya untuk mendapatkan legitimasi dari *stakeholders*. Cowen dkk. (1987) dalam Sembiring (2003) menyatakan bahwa perusahaan besar yang melakukan lebih banyak aktivitas yang memberikan dampak yang lebih besar terhadap masyarakat, kemungkinan mempunyai lebih banyak pemegang saham yang boleh jadi terkait dengan program sosial perusahaan, dan laporan tahunan akan dijadikan sebagai alat yang efisien untuk menyebarkan informasi ini.

#### **4.2.2 Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan**

Berdasarkan hasil pengujian statistik yang diperoleh dari nilai koefisien determinasi parsial menunjukkan bahwa profitabilitas perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial, hal ini mendukung teori yang dikemukakan oleh yang menyatakan bahwa profitabilitas dengan proksi *return on asset* (ROA) berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial. Besar pengaruh Profitabilitas terhadap tanggung jawab sosial perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia =  $0,164 \times 0,134 = 0,022$  atau 2,2%. Nilai koefisien determinasi parsial yang diperoleh masih termasuk dalam kategori kecil, yang berarti bahwa ada kontribusi sebesar 2,2% dari Profitabilitas dalam menjelaskan/mempengaruhi Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2013.

Selanjutnya berdasarkan hasil uji t untuk variabel profitabilitas yang diwakili melalui indikator *return on asset* (ROA) menunjukkan bahwa variabel profitabilitas memiliki nilai signifikansi 0,044 (4,40%) yang berarti berada di bawah taraf signifikansi 0,05 (5%). Hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas terbukti berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penemuan ini menunjukkan bahwa perusahaan yang mempunyai tingkat profitabilitas tinggi akan mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial yang telah dilakukan. Hal ini mungkin dikarenakan persepsi atau anggapan bahwa aktivitas tanggung jawab sosial bukanlah aktivitas yang merugikan dan tidak bermanfaat bagi keberlangsungan perusahaan. Melainkan aktivitas tanggung jawab sosial merupakan langkah strategis jangka panjang yang akan memberikan efek positif bagi perusahaan.

Alasan penerimaan atas hipotesis yang diajukan yang dapat diberikan adalah bahwa perusahaan di Indonesia akan meningkatkan pengungkapan tanggung jawab sosial ketika memperoleh profit yang tinggi. Artinya bahwa perusahaan di Indonesia sudah mulai menganggap penting keberadaan pengungkapan tanggung jawab sosial. Sehingga semakin besar keuntungan yang diperoleh akan semakin tinggi juga nilai dari kinerja tanggung jawab sosial yang dilakukan. Seperti yang dinyatakan oleh Alexander dan Bucholdz (1978) dalam Belkaoui dan Karpik (1989) bahwa manajemen yang sadar dan memperhatikan masalah sosial juga akan mengajukan kemampuan yang diperlukan untuk menggerakkan kinerja keuangan perusahaan (Sembiring, 2003). Alasan lainnya bahwa perusahaan di Indonesia menganggap bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan akan memberikan nilai positif bagi perusahaan.

## **5. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI, penulis menarik kesimpulan:

- a. Ukuran Perusahaan secara parsial mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada perusahaan Manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia. Ukuran Perusahaan yang baik akan meningkatkan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dengan baik pula.
- b. Profitabilitas Perusahaan secara parsial mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada perusahaan Manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia. Jika Profitabilitas perusahaan meningkat maka Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada perusahaan Manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia juga akan meningkat.

### Referensi

- Basalamah, A. S., & Jermias, J. (2005). "Social and Environmental Reporting and Auditing Indonesia". *Gadjah Mada Internasional Journal of Business*.
- Belkaoui, A., & Karpik, P.G. (1989), "Determinants Of The Corporate Decision To Disclose Social Information", *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 2 No. 1, pp. 36-51.
- Branco, M. C., & Rodrigues, L. L. (2008). Factors Influencing Social Responsibility Disclosure by Portuguese Companies. *Journal of Business Ethics* (2008) 83:685.
- Cahyandito, M. F., & Ebinger, F. (2005). The Effectiveness of Sustainability Reporting: Is it Only About the Report's Design and Contents?, *Sustainability Reporting Concepts and Experiences*. The ICFAI University Press, India.
- Effendi, M. A. (2009). *The Power Of Good Governance : Teori dan Implementasi* . Jakarta: Salemba Empat.
- Farook, S., & Lanis, R. (2005). Banking on Islam? Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure. *International Conference on Islamic Economics and Finance*.
- Florence, D. Suryanto & Zulaikha. (2004). Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan Sosial dalam Laporan Tahunan Perusahaan Go Public di Bursa Efek Jakarta. *Jurnal Maksi*. Volume 4. Agustus: 161-177.
- Fr. Reni. R. A. (2006). Pengungkapan informasi sosial dan faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan informasi sosial dalam laporan keuangan tahunan (Studi empiris pada perusahaan-perusahaan yang terdaftar Bursa Efek Jakarta), *Simposium Nasional Akuntansi IX*, Padang.
- Harahap, S. S. (2007). *Teori Akuntansi*. Edisi Revisi. Raja Grafindo Persada.
- Hendra S. R. (2009). *Manajemen Keuangan dan Akuntansi untuk Eksekutif Perusahaan*. Jakarta: Salemba Empat
- Hossain, M., K. Islam & J. Andrew. (2006). Corporate Social and Environmental Disclosure in Developing Countries; Evidence from Bangladesh. *Faculty of commerce papers*, University of Wollongong
- Ikatan Akuntan Indonesia (IAI). (2013). Kerangka dasar Penyusunan dan Penyajian Laporan Keuangan. *Standar Akuntansi Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Jenny R. S. (2009). CSR Adalah Bentuk Kesalehan Sosial Perusahaan (Institusi). *Jurnal Komunikasi dan Informasi* Vol. 8 No.1 Ed April.
- Jogiyanto. (2003). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*, Edisi Kedua. Yogyakarta: BPFE.
- Natsir, M. (2009). *Metode Penelitian*. Bogor : Galia.
- Novita & Djakman, C. D. (2008). Pengaruh Struktur Kepemilikan Terhadap Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (CSR Disclosure) pada Laporan Tahunan Perusahaan; Studi Empiris pada perusahaan Publik yang Tercatat di Bursa Efek

- Indonesia tahun 2006. Makalah disampaikan pada *Simposium Nasional Akuntansi XI*, Pontianak, 22 – 25 Juli 2008.
- Parsa, S., R. K., & C. Tzovas. (2007). Governance and social information disclosure evidence from the UK. *International Journal of Business Governance Ethics*, Vol. 3, No. 3,
- Petronila, T. A., & Mukhlisin. (2003). Pengaruh Profitabilitas Perusahaan Terhadap Ketepatan Waktu Pelaporan Laporan Keuangan Dengan Opini Audit Sebagai Moderating Variabel. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 1 (Februari). Pp.17-26.
- Reverte, C. (2008). Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure Ratings by Spanish Listed Firms. *Journal of Business Ethics* 88:351.
- Rudito, B., & Famiola, M. (2013). *Corporate Social Responsibility*. Edisi Pertama. Bandung : Rekayasa Sains.
- Sayekti, Y., & Wondabio, L. S. (2007). Pengaruh CSR Disclosure terhadap Earning Response Coefficient (Suatu Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta). *Makalah disampaikan pada Simposium Nasional Akuntansi IX*, Makassar, 26-28 Juli 2007.
- Sembiring, E. R. (2003). Kinerja Keuangan, Political Visibility, Ketergantungan Pada Hutang, dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Makalah disampaikan pada *Simposium Nasional Akuntansi VI*, Surabaya, 16 – 17 Oktober 2003.
- Sembiring, E. R. (2005). Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial; Studi Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta. *Jurnal MAKSI Undip* No. 1 Vol 6 Januari 2006, Semarang.
- Singarimbun, M., & Efendi. (1995). *Metode Penelitian Survey*, Jakarta: PT. Pustaka LP3ES.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Undang-undang No 40/2007. Tentang Perseroan Terbatas dan Undang-undang No. 25/2007, tentang Penanaman Modal, 2007. Jakarta : Pancuran Alam.
- Untung, B. H. (2008). *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Untung, B. (2014). *CSR dalam Dunia Bisnis*. Edisi Pertama. Yogyakarta : CV Andi Offset.
- Utama, S. (2007). Evaluasi Infrastruktur Pendukung Pelaporan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan di Indonesia. <http://www.ui.edu>.
- Wahana Lingkungan Hidup (WALHI), diakses melalui <http://www.walhi.or.id/> pada 11 juni 2014.
- Wahidahwati. (2002). Pengaruh Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional pada Kebijakan Hutang Perusahaan: Sebuah Perspektif Theory Agency. *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*, vol 5, no. 1 : 1-16.
- Wahyudi, I., & Azheri, B. (2008). *Corporate Social Responsibility: Prinsip, Pengaturan dan Implementasi*. Malang : In-Trans Publishing
- Wibisono, Y. (2007). *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*. Gresik: Fascho Publishing.
- Yayasan KEHATI, diunduh melalui <http://www.kehati.or.id/about/sri-kehati.html> pada 15 Mei 2014
- Yuniarti, E. (2003). Pengungkapan Informasi Pertanggung jawaban Sosial Pada Perusahaan yang Terdaftar di BEJ. *Jurnal Telaah dan Riset Akuntansi*. Vol 1, No.2: 240-252.
- Zuhroh & Sukmawati. (2003). Analisis Pengaruh Luas Pengungkapan Sosial dalam Laporan Tahunan Perusahaan terhadap Reaksi Investor (Studi Kasus pada Perusahaan-Perusahaan High-Profile di BEJ), *Simposium Nasional Akuntansi VI*. Surabaya.