

THE INFLUENCE OF COMPANY CHARACTERISTICS ON CSR DISCLOSURE IN MANUFACTURING COMPANIES LISTED ON THE IDX FOR THE PERIOD 2014-2016

Manuel Aristo Surbakti

Faculty of Economics and Business, Universitas Teknologi Surabaya

ABSTRACT

Corporate Social Responsibility Disclosure is a concept that brings companies to carry out their social responsibility towards external parties, namely the environment and society. Corporate Social Responsibility is decision-making related to ethical values, compliance with legal principles and decisions and respect for humans, society, and the environment. Corporate Social Responsibility is intended to encourage the business world to be more ethical in carrying out its activities so as not to have a negative impact on the community and the surrounding environment. This quantitative study aims to examine the effect of Company Characteristics on Corporate Social Responsibility Disclosure. The independent variables used in this study are 4 company characteristics, namely: board size, profitability, leverage, and company growth. The object of this research is a manufacturing company listed on the Indonesia Stock Exchange in the 2014 until 2016 period. The sampling technique used was purposive sampling. The sample in this study were 90 manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange in the 2014 until 2016 period. Data analysis technique using multiple linear regression. The results showed that profitability has an effect on Corporate Social Responsibility Disclosure. Meanwhile, the size of the board of commissioners, leverage, and company growth have no effect on Corporate Social Responsibility Disclosure

Keywords: Company Characteristics, Board Size, Profitability, Leverage, Company Growth, Corporate Social Responsibility.

PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN CSR PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2014-2016

ABSTRAK

Corporate Social Responsibility Disclosure merupakan suatu konsep yang membawa perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosialnya terhadap pihak eksternal, yaitu lingkungan dan masyarakat. Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan pengambilan keputusan yang dikaitkan dengan nilai-nilai etika, pemenuhan kaidah-kaidah dan keputusan hukum serta menghargai manusia, masyarakat maupun lingkungan. Tanggung jawab sosial perusahaan dimaksudkan untuk mendorong dunia usaha lebih etis dalam melakukan aktivitasnya agar tidak berdampak buruk pada masyarakat dan lingkungan sekitar. Penelitian kuantitatif ini bertujuan untuk menguji pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah 4 karakteristik perusahaan, yaitu: ukuran dewan komisaris, profitabilitas, *leverage*, dan pertumbuhan perusahaan. Objek penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2014-2016. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 90 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dalam periode 2014-2016. Sumber data dalam penelitian ini adalah laporan tahunan dan laporan keuangan pada periode 2014-2016. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Sedangkan ukuran dewan komisaris, *leverage*, dan pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

Kata-kata Kunci: Karakteristik Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Profitabilitas, Leverage, Pertumbuhan Perusahaan, Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Submitted: Mei 2023, **Accepted:** September 2023, **Published:** Oktober 2023

ISSN: 2614 - 3968 (printed), ISSN: 2615 - 6237 (online), Website: <https://e-journal.umaha.ac.id/index.php/ecopreneur/index>

Korespondensi: Manuel Aristo Surbakti. Universitas Teknologi Surabaya. Jl. Ikan Mungsing VIA No. 23 Surabaya
Telp 081803732170. Email: manuelaristo0903@gmail.com

INTRODUCTION

Pengungkapan merupakan suatu hal yang ingin diinformasikan oleh perusahaan kepada *stakeholder* atas apa yang telah dilakukan dengan penuh rasa tanggung jawab. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan suatu hal yang membuat perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosialnya terhadap masyarakat dan lingkungan sekitarnya di mana perusahaan menuangkan tanggung jawab sosialnya dalam laporantahunan yang nantinya disajikan untuk pihak *stakeholder* perusahaan. Pada saat ini, CSR merupakan sesuatu yang wajib dilaksanakan dan diterapkan dalam pengelolaan perusahaan. Kegiatan-kegiatan CSR yang sering dilakukan oleh perusahaan mencakup: penelitian dan pengembangan, reboisasi, daur ulang, rehabilitasi sarana perhubungan, dan pembangunan fasilitas umum untuk masyarakat di sekitar perusahaan.

Di Indonesia, peraturan pemerintah yang mensyaratkan adanya pengungkapan CSR, yaitu: Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas Pasal 66 dan 74. Pada Pasal 66 Ayat 2 bagian c berisi bahwa perusahaan wajib untuk menyampaikan laporan keuangan, melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan, dan melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial tersebut kepada pihak *stakeholder*. Sedangkan pada Pasal 74 Ayat 1 berisi tentang perseroan yang melakukan kegiatan usahanya di bidang yang berkaitan dengan segala sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Alasan perusahaan melakukan CSR adalah karena perusahaan harus patuh pada pemerintah dalam rangka mendukung peningkatan kesejahteraan dan perekonomian masyarakat dan negara. Adanya informasi aktivitas CSR dalam laporan tahunan perusahaan merupakan salah satu pertimbangan bagi para investor untuk mengambil keputusan dalam melakukan investasi. Dengan adanya CSR, perusahaan mampu untuk mengurangi dampak negatif di lingkungan, seperti: polusi udara, eksploitasi sumber daya alam yang berlebihan, *global warming*, dan lainnya. CSR dilakukan perusahaan dengan menumbuhkan komitmen keberlanjutan dalam menyejahterakan komunitas lokal masyarakat.

Grand theory yang digunakan dalam penelitian ini adalah *stakeholder theory* (teori pemangku kepentingan) dan *agency theory* (teori keagenan). *Stakeholder theory* tepat digunakan karena teori tersebut memiliki strategi yang memuaskan keinginan para *stakeholder*. *Stakeholder theory* menjelaskan bahwa perusahaan selain bertanggung jawab kepada *shareholder* melalui indikator ekonomi, juga mempunyai tanggung jawab hingga mencapai ranah sosial kemasyarakatan atau *stakeholder* dengan memperhitungkan faktor-faktor sosial (Sari,2012). Dalam variabel profitabilitas, teori ini dibangun sebagai upaya untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Sedangkan dalam variabel pertumbuhan perusahaan, perusahaan dengan pertumbuhan yang tinggi akan mendapatkan lebih banyak sorotan dari para pemangku kepentingan

sehingga perusahaan cenderung lebih banyak melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial.

Agency theory tepat digunakan karena teori ini mendasarkan pada dua pihak yang masing-masing mempunyai kepentingan terkait dengan pengelolaan perusahaan, yakni: pihak prinsipal dan agensi. Hubungan keagenan merupakan suatu kontrak yang mana satu atau lebih orang (prinsipal) memerintah orang lain (agen) untuk melakukan suatu jasa atas nama prinsipal serta memberikan wewenang kepada agen untuk membuat keputusan yang terbaik bagi prinsipal (Ichsan, 2013). Dalam ukuran dewan komisaris, perusahaan yang memiliki ukuran dewan komisaris yang lebih besar akan lebih banyak mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial kepada pihak *stakeholder*. Dalam variabel *leverage*, manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukannya agar tidak menjadi sorotan dari para *debtholders* (Sari, 2012).

Karakteristik perusahaan terkait dengan tanggung jawab sosial merupakan suatu hal yang menjelaskan variasi luasnya pengungkapan tanggung jawab sosial dalam laporan tahunan perusahaan. Dalam penelitian ini, karakteristik perusahaan diukur dengan 4 variabel independen yang memiliki pengaruh positif dan negatif secara signifikan ataupun tidak signifikan terhadap variabel dependen. Karakteristik yang pertama adalah ukuran dewan komisaris. Perusahaan dengan ukuran dewan komisaris yang lebih besar akan lebih banyak mengungkapkan CSR karena organ pengawas atas pengelolaan perusahaan semakin banyak. Ukuran dewan komisaris merupakan organ yang melakukan wewenang dan tanggung jawabnya untuk melakukan pengawasan terhadap pengelolaan perusahaan yang

dilakukan oleh direksi serta memberikan nasihat kepada direksi (Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas Ayat 6 dalam Agoes dan Ardana (2014:108)). Dewan komisaris terdiri dari *inside* dan *outside director* yang memiliki akses terhadap informasi yang signifikan dari perusahaan yang akan membantu dewan komisaris dalam melaksanakan tanggung jawabnya serta menjadikannya sebagai alat efektif untuk mengambil keputusan pengendalian.

Karakteristik perusahaan yang kedua adalah profitabilitas. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dalam upaya meningkatkan nilai pemegang saham (Kasmir, 2013:196). Pemenuhan tanggung jawab sosial suatu perusahaan tidak terlepas dari kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba yang mencerminkan tingkat profitabilitasnya.

Karakteristik perusahaan yang ketiga adalah *leverage*. *Leverage* merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam membiayai ekuitas perusahaan. Jika *leverage* tinggi, hal tersebut menunjukkan pendanaan dari kreditur yang semakin tinggi sehingga menimbulkan beban bunga pinjaman yang juga tinggi. Manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi cenderung mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukannya agar hal tersebut tidak menjadi sorotan dari para *debtholders*.

Karakteristik perusahaan yang keempat yaitu pertumbuhan perusahaan. Pertumbuhan perusahaan berkaitan dengan tingkat penjualan, keragaman produk yang ditawarkan, dan teknologi yang digunakan untuk memproduksi barang dan jasa. Perusahaan dengan pertumbuhan yang tinggi akan memperoleh lebih banyak atensi dari *stakeholder*

sehingga lebih besar kemungkinan perusahaan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosialnya.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terdapat pada jumlah proksi masing-masing variabel independen dan tahun penelitian. Penulis menggunakan empat proksi dari empat variabel independen di penelitian ini, yaitu: jumlah dewan komisaris dalam perusahaan, *return on equity*, *debt to equity ratio*, dan *growth*. Keempat proksi tersebut mewakili empat variabel independen dalam penelitian ini, yaitu: ukuran dewan komisaris, profitabilitas, *leverage*, dan pertumbuhan perusahaan. Tahun penelitian yang penulis gunakan yaitu 2014 sampai dengan 2016.

Alasan penulis memilih perusahaan manufaktur sebagai objek penelitian ini adalah karena perusahaan manufaktur memiliki karakteristik melakukan aktivitas produksi dengan menggunakan sarana produksi, yaitu mesin produksi, yang sering menimbulkan pencemaran lingkungan bagi masyarakat sekitarnya. Aktivitas produksi perusahaan manufaktur yang menghasilkan limbah harus dikelola dengan baik agar tidak menimbulkan dampak negatif bagi lingkungan dan masyarakat sekitar. Dalam hal ini, penulis ingin meneliti dan menguji pengaruh empat karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan CSR yang terdapat dalam laporan tahunan. Perusahaan melakukan kegiatan CSR dan menuangkannya dalam laporan tahunan sehingga laporan tahunan tersebut digunakan oleh pemangku kepentingan perusahaan sebagai bahan pengambilan keputusan.

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Apakah ukuran dewan komisaris, profitabilitas, *leverage*, dan pertumbuhan perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR? Tujuan

penelitian ini adalah untuk menguji secara empiris pengaruh ukuran dewan komisaris, profitabilitas, *leverage*, dan pertumbuhan perusahaan terhadap pengungkapan CSR.

LITERATURE REVIEW

Stakeholder Theory

Menurut Sari (2012), *stakeholder theory* menjelaskan bahwa perusahaan selain bertanggung jawab kepada *shareholder* melalui indikator ekonomi, juga mempunyai tanggung jawab hingga mencapai ranah sosial kemasyarakatan atau *stakeholder* dengan memperhitungkan faktor-faktor sosial. Hubungan antara teori ini dengan pengungkapan CSR adalah bahwa hubungan sosial antara *stakeholder* dengan perusahaan dapat dilakukan dan diungkapkan melalui kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan yang diperuntukkan kepada para *stakeholder*, masyarakat, dan lingkungan sekitarnya.

Agency Theory

Agency Theory menjelaskan tentang pelaku dua ekonomi yang saling bertentangan, yaitu: prinsipal dan agen. Hubungan keagenan merupakan suatu kontrak di mana satu atau lebih orang (prinsipal) memerintah orang lain (agen) untuk melakukan suatu jasa atas nama prinsipal serta memberikan wewenang kepada agen untuk membuat keputusan yang terbaik bagi prinsipal (Ichsan, 2013). Jika prinsipal dan agen memiliki tujuan yang sama maka agen akan mendukung dan melaksanakan semua hal yang diperintahkan oleh prinsipal. Hubungan antara teori ini dengan pengungkapan CSR adalah bahwa untuk mendukung tercapainya tujuan perusahaan, yaitu meningkatkan nilai *shareholder* (prinsipal),

pemenuhan CSR merupakan salah satu hal yang harus dilakukan oleh pihak agensi atau manajemen.

Pengungkapan CSR

Perusahaan memiliki tanggung jawab sosial kepada para *stakeholder*, seperti: pemegang saham, lingkungan, masyarakat, dan konsumen. CSR merupakan bentuk komitmen perusahaan terhadap kepentingan masyarakat dan lingkungan sekitar (Wijaya dkk, 2015). *Trinidad and Tobacco Bureau of Standards* (TTBS) dalam Hery (2012:138) mengartikan CSR sebagai komitmen usaha untuk bertindak etis, beroperasi secara legal, dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya, komunitas lokal, dan masyarakat secara lebih luas.

Dalam tanggung jawab yang bersifat sosial, dimensi sosial pada CSR berarti perusahaan sudah seharusnya memperhatikan dan berpartisipasi dalam mencapai kesejahteraan masyarakat dan memperbaiki serta merawat hal-hal yang berhubungan dengan karyawan (Mardikanto, 2014:146). Apabila perusahaan memperhatikan dimensi sosial maka perusahaan akan dapat mencapai perkembangan serta pembangunan berkelanjutan. Dalam tanggung jawab yang bersifat ekonomi, Mardikanto (2014) menyatakan pemahaman terhadap dimensi ekonomi dalam CSR meliputi: tata kelola perusahaan, perlindungan konsumen, dan etika investasi. Dalam tanggung jawab yang bersifat lingkungan, dimensi lingkungan mencerminkan perusahaan memiliki kewajiban terhadap dampak yang dihasilkan pada lingkungan dari operasional perusahaan (Mardikanto, 2014:149).

Ukuran Dewan Komisaris

Pengertian ukuran dewan komisaris menurut Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas Ayat 6 dalam Agoes dan Ardana (2014:108) adalah organ perseroan yang bertugas melakukan pengawasan secara umum atau khusus sesuai anggaran dasar serta memberikan nasihat kepada direksi. Ukuran ini mencerminkan seberapa jauh organ tersebut telah melakukan wewenang dan tanggung jawabnya untuk melakukan pengawasan terhadap pengelolaan perusahaan yang dilakukan oleh direksi sehingga organ tersebut dapat memberikan pengaruh yang kuat untuk menekan manajemen dalam mengungkapkan CSR.

Profitabilitas

Menurut Gitman dan Zetter (2015), profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dalam hubungannya dengan tingkat penjualan, total aset, ataupun modal sendiri. Menurut Kasmir (2013:196), rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan.

Leverage

Menurut Mamduh M.Hanafi dan Abdul Halim (2012:75), rasio *leverage* merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban-kewajiban jangka panjangnya. Penelitian Sari (2012) menunjukkan bahwa perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi memiliki risiko keuangan yang tinggi sehingga menjadi sorotan dari para *debtholders*, di mana perusahaan cenderung ingin melaporkan laba lebih tinggi agar dapat mengurangi hal yang membuat perusahaan melanggar perjanjian utang. *Debt to Equity Ratio* merupakan salah satu rasio dalam

leverage. DER menunjukkan proporsi utang dan ekuitas yang digunakan oleh perusahaan dalam kegiatan operasionalnya (Arthana, 2013).

Pertumbuhan Perusahaan

Setiap perusahaan berusaha untuk mencapai pertumbuhan yang tinggi setiap tahunnya karena pertumbuhan perusahaan memberikan gambaran perkembangan perusahaan yang terjadi (Fauzi dan Suhadak, 2015). Salah satu pengukuran dalam pertumbuhan perusahaan adalah penjualan. Adanya peningkatan penjualan akan berpengaruh pada peningkatan hasil operasi yang diperoleh dan juga peningkatan total aktiva perusahaan.

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan CSR

Ukuran Dewan Komisaris menurut Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas Ayat 6 dalam Agoes dan Ardana (2014:108) adalah organ perseroan yang bertugas melakukan pengawasan secara umum atau khusus sesuai anggaran dasar serta memberikan nasihat kepada direksi. Variabel ini bisa mempengaruhi pengungkapan CSR secara positif. Untuk membentuk akuntabilitas perusahaan, organ dewan komisaris dapat memberikan pengaruh yang kuat untuk membuat manajemen mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial yang lebih luas. Dewan komisaris selalu melihat peran CSR sebagai informasi yang dapat mendorong kepercayaan publik kepada perusahaan. Hal ini ditunjukkan dengan dewan direksi yang selalu mengungkapkan aktivitas CSR secara informatif dan luas dalam laporan tahunan.

Agency Theory berkaitan dengan hipotesis penelitian tentang ukuran dewan komisaris. Organ tersebut mewakili mekanisme internal utama untuk mengendalikan perilaku oportunistik manajemen sehingga hal ini dapat membantu menyelaraskan kepentingan antara pemangku kepentingan dengan manajemen. Penelitian Dewi (2015) menunjukkan bahwa dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Berdasarkan uraian diatas dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H1: Ukuran dewan komisaris berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan CSR

Investor jangka panjang sangat membutuhkan profitabilitas yang nantinya dapat memperkirakan tingkat keuntungan yang diperolehnya. Analisis profitabilitas sangat diperlukan oleh semua pengguna, termasuk: investor dan kreditor. Menurut Gitman dan Zetter (2015), profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dalam hubungannya dengan tingkat penjualan, total aset, ataupun modal sendiri.

Profitabilitas bisa mempengaruhi CSR secara positif. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi mempunyai kecenderungan untuk mengungkapkan informasi tentang CSR dalam laporan tahunannya yang menunjukkan perusahaan melaksanakan CSR. Pengungkapan informasi CSR tersebut mampu memberikan dampak positif terhadap citra perusahaan di mata para pemangku kepentingan. Perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi akan memiliki kemampuan keuangan yang lebih baik

untuk dapat merealisasikan tanggung jawab sosialnya sehingga citra perusahaan dapat meningkat di mata para pemangku kepentingan.

Stakeholder theory berkaitan dengan profitabilitas. Tingkat profitabilitas suatu perusahaan akan memberikan pengaruh atas pemenuhan tujuan dan keinginan para *stakeholder*, yaitu *shareholder* dan *stakeholder* lainnya termasuk masyarakat sekitar perusahaan yang diwujudkan melalui program CSR. Penelitian Dewi (2015) yang menunjukkan variabel profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, mendukung hipotesis ini.

Berdasarkan uraian diatas dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H2: Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Pengaruh Leverage Terhadap Pengungkapan CSR

Debt To Equity Ratio (DER) merupakan bagian dari rasio *leverage*. DER menunjukkan proporsi utang dan ekuitas yang digunakan perusahaan dalam kegiatan operasionalnya (Arthana, 2013). Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi memiliki risiko keuangan yang tinggi sehingga hal ini menjadi sorotan para *debtholders* yang mana perusahaan cenderung ingin melaporkan laba yang lebih tinggi agar dapat mengurangi hal yang membuat perusahaan melanggar perjanjian utang (Sari, 2012). Sesuai dengan *agency theory*, manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan CSR yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *debtholders*.

Leverage bisa mempengaruhi pengungkapan CSR secara negatif. Hal ini kemungkinan karena semakin besar *leverage*, maka hasil operasi yang diperoleh perusahaan cenderung digunakan untuk memenuhi kewajibannya kepada kreditur, sehingga pemenuhan tanggung jawab lainnya termasuk tanggung jawab sosial akan cenderung lebih kecil. Pengungkapan CSR yang dilakukan oleh manajemen dalam laporan tahunan selalu mempertimbangkan arti pentingnya informasi CSR secara luas bagi keberadaan investor. Penelitian Astuti dkk (2015) menunjukkan bahwa variabel *leverage* berpengaruh negatif terhadap CSR. Hal ini berarti perusahaan dengan *leverage* yang lebih besar akan mengurangi pengungkapan CSR dalam laporannya.

Berdasarkan uraian diatas dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H3: *Leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR

Pertumbuhan perusahaan dicerminkan melalui tingkat penjualan, keragaman produk yang ditawarkan, dan teknologi yang digunakan untuk memproduksi barang dan jasa yang sering mengarah pada peningkatan kemampuan kompetitif suatu perusahaan. *Stakeholder theory* berkaitan dengan pertumbuhan perusahaan. Perusahaan dengan pertumbuhan yang tinggi akan mendapatkan lebih banyak perhatian dari para pemangku kepentingan sehingga diperkirakan perusahaan yang mempunyai kesempatan pertumbuhan yang lebih tinggi juga cenderung lebih banyak melakukan pengungkapan CSR. Setiap perusahaan berusaha untuk mencapai pertumbuhan

yang lebih tinggi setiap tahunnya karena pertumbuhan perusahaan memberikan gambaran tentang perkembangan perusahaan yang terjadi (Fauzi dan Suhadak, 2015).

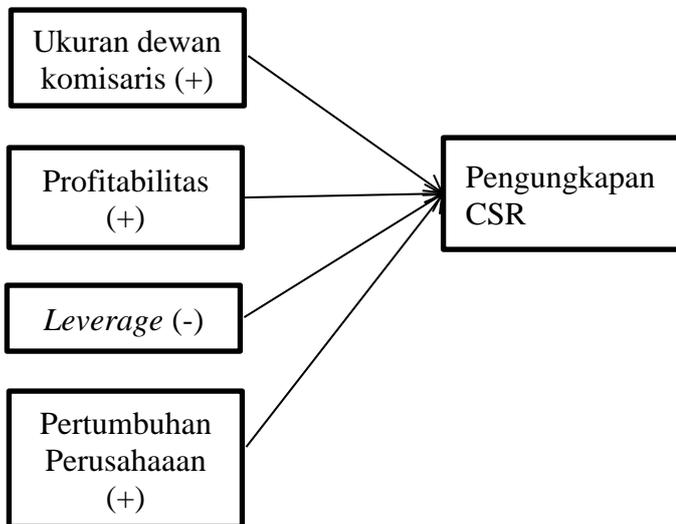
Pertumbuhan perusahaan bisa mempengaruhi pengungkapan CSR. Perusahaan yang mempunyai pertumbuhan yang baik selalu mengungkapkan informasi CSR dalam laporan tahunannya secara informatif. Penelitian Nuraeni (2015) menunjukkan bahwa variabel pertumbuhan perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Penelitian tersebut mendukung hipotesis penelitian ini.

Berdasarkan uraian diatas dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H4: Pertumbuhan Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Model Penelitian

Berdasarkan variabel-variabel independen dan dependen yang ada dalam penelitian ini, model penelitian yang diajukan yaitu:



Sumber: Pengembangan hipotesis tiap variabel independen

METHODS

Desain Penelitian

Desain penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan rumusan masalah berupa hubungan sebab-akibat antara variabel independen dan dependen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh antara variabel independen (empat karakteristik perusahaan) dengan variabel dependen (pengungkapan CSR).

Identifikasi Variabel, Definisi Operasional, dan Pengukuran Masing-Masing Variabel

Ukuran Dewan Komisaris

Menurut Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Ayat 6 Tentang Perseroan Terbatas dalam Agoes dan Ardana (2014:108), dewan komisaris adalah organ perseroan yang melakukan pengawasan secara umum atau khusus sesuai dengan anggaran dasar serta memberi nasihat kepada direksi. Variabel ini diukur dengan jumlah dewan komisaris dalam perusahaan. Alasan penulis memilih UDK sebagai ukuran dalam variabel ini adalah karena dewan komisaris dapat mempengaruhi direksi untuk melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan melalui fungsi pengawasan yang dilakukan terhadap pengurusan perusahaan dan pemberian nasihat kepada direksi.

Profitabilitas

Menurut Gitman and Zetter (2015), profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dalam hubungannya dengan tingkat penjualan, total aset, maupun modal sendiri. Profitabilitas diukur dengan ukuran berikut:

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}}$$

Alasan penulis memilih ROA sebagai ukuran dalam profitabilitas adalah karena pendekatan ROA secara langsung dapat mengukur sejauh mana tingkat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba atas total aktiva yang digunakan dalam perusahaan.

Leverage

Menurut Hanafi dan Halim (2012:79), *leverage* adalah rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas. *Leverage* diukur dengan satu ukuran, yaitu:

$$DER = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Ekuitas Pemegang Saham}}$$

Alasan penulis memilih DER sebagai ukuran dalam *leverage* adalah karena pendekatan DER akan mencerminkan secara langsung proporsi antara modal sendiri dengan modal asing yang digunakan dalam pengelolaan perusahaan.

Pertumbuhan Perusahaan

Setiap perusahaan berusaha mencapai pertumbuhan yang tinggi setiap tahunnya karena pertumbuhan perusahaan memberikan gambaran perkembangan perusahaan yang terjadi (Fauzi dan Suhadak, 2015). Rasio ini juga mengukur

pertumbuhan perusahaan dari tahun ke tahun. Pertumbuhan perusahaan diukur dengan satu ukuran, yaitu:

$$GROWTH = \frac{\text{Penjualan} - \text{Penjualan}_{t-1}}{\text{Penjualan}_{t-1}}$$

Alasan penulis memilih *growth* dalam hal penjualan sebagai ukuran dalam pertumbuhan perusahaan adalah karena peningkatan total aset perusahaan sangat dipengaruhi oleh pertumbuhan tingkat penjualan.

Pengungkapan CSR

The World Business Council of Sustainable Development (WBCSD) dalam Hery (2012:138) mendefinisikan CSR sebagai tanggung jawab sebuah organisasi perusahaan terhadap dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatannya terhadap masyarakat dan lingkungan. Variabel ini mengacu pada indikator *Global Reporting Initiative* versi 30.00. Menurut Trisnawati (2014), perhitungan indeks CSR yaitu:

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

Keterangan:

$CSRDI_j$ = *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* Perusahaan j

n_j = Jumlah item untuk Perusahaan j

$\sum X_{ij}$ = Jumlah item yang diungkapkan perusahaan j untuk tahun I

Jenis dan Sumber Data

Jenis data di penelitian ini adalah kuantitatif, yaitu data berupa angka-angka yang dapat dilihat dalam website BEI, yaitu www.idx.co.id. Sumber data yang digunakan berupa data sekunder yang

bersumber dari laporan tahunan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2014 sampai 2016.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan di penelitian ini adalah teknik dokumentasi dan mengamati laporan-laporan tahunan perusahaan yang terdaftar di BEI. Data dalam laporan tahunan tersebut diperoleh dari *website* BEI (www.idx.co.id) dan *website* perusahaan.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2014 sampai 2016. Sampel yang digunakan di penelitian ini adalah teknik pengambilan sampel dengan kriteria tertentu, antara lain perusahaan yang terdaftar di BEI dari tahun 2014 sampai 2016 melalui *website* BEI (www.idx.co.id) dengan mengungkapkan laporan tahunan yang di dalamnya berisi aktivitas-aktivitas CSR. Kriteria yang digunakan di penelitian ini yaitu:

1. Seluruh perusahaan manufaktur yang *go public* terdaftar di BEI periode 2014 sampai 2016.
2. Semua laporan keuangan perusahaan dalam periode tiga tahun tercatat dalam satuan rupiah.
3. Sampel perusahaan mengungkapkan informasi CSR secara lengkap dalam laporan tahunannya.
4. Total aset minimum dari setiap perusahaan manufaktur sebesar Rp 300.000.000.000,00.

RESULTS AND DISCUSSION

Karakteristik Objek Penelitian

Tabel 1 Kriteria Pemilihan Sampel

Keterangan	2014	2015	2016
Memenuhi kriteria			
Perusahaan manufaktur yang <i>go public</i> dan terdaftar di BEI	132	132	132
Tidak memenuhi kriteria			
1. Perusahaan manufaktur yang menerbitkan laporan tahunan dengan mata uang selain rupiah	(26)	(26)	(26)
2. Perusahaan manufaktur yang menerbitkan laporan CSR secara tidak lengkap	(67)	(66)	(66)
3. Perusahaan manufaktur yang memiliki total aset > Rp 300.000.000 di laporan tahunannya	(9)	(10)	(10)
Sampel tiap tahun	30	30	30

Sumber: Pengumpulan data dalam tabulasi

Deskripsi Data

Ukuran dewan komisaris memiliki nilai *range* 6 orang. Ukuran dewan komisaris terkecil

dan terbanyak masing-masing sebanyak 3 orang dan 9 orang. Jumlah dewan komisaris dalam tiga tahun adalah 448 orang. Rata-rata ukuran dewan komisaris dalam tiga tahun adalah 4,98. Standar deviasi ukuran dewan komisaris dalam tiga periode adalah 1,702. Varians ukuran dewan komisaris dalam tiga periode adalah 2,898.

Profitabilitas dengan ukuran ROA memiliki nilai *range* sebesar 0,4855. Nilai minimum dan maksimum ROA masing-masing sebesar -0,0550 dan 0,4306. Jumlah ROA dalam tiga tahun adalah 6,9234 yang menunjukkan jumlah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dalam tiga tahun mencapai 6,9234 dibandingkan total aset yang dimiliki 90 perusahaan dalam tiga tahun. Rata-rata ROA dalam tiga tahun sebesar 0,076927, yang artinya rata-rata kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba mencapai 0,076927 dibandingkan rata-rata total aset yang dimiliki perusahaan. Standar deviasi ROA dalam tiga tahun adalah 0,0759045. Varians ROA dalam tiga tahun adalah 0,006.

Leverage dengan ukuran DER memiliki *range* sebesar 5,1235. Nilai minimum dan maksimum dari DER masing-masing sebesar 0,0770 dan 5,2004. Jumlah DER dalam tiga tahun adalah 96,9362, yang menunjukkan jumlah kemampuan perusahaan dalam menilai utang dengan modal sendiri yaitu 96,9362 dari tiga tahun. Rata-rata DER dalam tiga tahun adalah 1,077068, yang artinya perusahaan memiliki rata-rata kemampuan dalam menilai utang dengan modal sendiri sebesar 1,077068 dari tiga

tahun. Standar deviasi DER dalam tiga tahun adalah 0,9346268. Varians DER dalam tiga tahun adalah 0,874.

Pertumbuhan perusahaan dengan ukuran *GROWTH* memiliki *range* 0,5869. Nilai minimum dan maksimum *GROWTH* masing-masing adalah -0,2615 dan 0,3254. Jumlah *GROWTH* dalam tiga tahun adalah 5,9405, yang artinya perusahaan memiliki jumlah pertumbuhan penjualan sebesar 5,9405 dalam tiga tahun. Rata-rata *GROWTH* dalam tiga tahun adalah 0,066006, menunjukkan rata-rata pertumbuhan penjualan dalam tiga tahun mencapai 0,066006. Standar deviasi dan varians *GROWTH* masing-masing dalam tiga tahun adalah 0,1282329 dan 0,016.

CSR dengan ukuran CSRDI memiliki *range* 0,3462. Indeks pengungkapan CSR terkecil dan terbesar masing-masing adalah 0,5000 dan 0,8462. Jumlah CSRDI dalam tiga tahun adalah 58,2949, menunjukkan jumlah pengungkapan CSR selama tiga tahun adalah 58,2949. Rata-rata CSRDI dalam tiga tahun adalah 0,647721, menunjukkan rata-rata pengungkapan sosial yang dilakukan sejumlah sampel perusahaan adalah 0,647721. Standar deviasi dan varians CSRDI dalam tiga tahun masing-masing adalah 0,0855014 dan 0,007.

Analisis Data

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 2 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

Keterangan	Upper Bound
Unstandardized Residual 1	0,490

Sumber: data diolah

Nilai *upper bound* dari tabel di atas menunjukkan *unstandardized residual* 1 tersebut mewakili lima ukuran variabel (UDK, ROA, DER, *GROWTH*, dan CSRDI) yang terdistribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Ukuran independen	Signifikansi
UDK	0,879
ROA	0,795
DER	0,689
GROWTH	0,228

Sumber: data diolah

Dari tabel di atas, empat ukuran variabel independen memiliki nilai signifikansi $> 0,05$ yang menunjukkan empat variabel independen tersebut tidak mengalami heteroskedastisitas.

Uji Multikolinearitas

Tabel 4 Hasil Uji Multikolinearitas

Ukuran independen	<i>Tolerance</i>	VIF
UDK	0,916	1,092
ROA	0,841	1,189
DER	0,920	1,087
GROWTH	0,929	1,077

Sumber: data diolah

Dari tabel di atas, terbukti bahwa model regresi tidak mengalami gejala multikolinearitas. Empat ukuran variabel independen memiliki nilai *tolerance* $\geq 0,10$ dan *VIF* ≤ 10 .

Uji Autokorelasi

Tabel 5 Hasil Uji Autokorelasi

Ukuran independen	Durbin Watson
UDK, ROA, DER, dan GROWTH	1,7830

Sumber: data diolah

Dari tabel di atas, terbukti empat ukuran variabel independen tersebut tidak mengalami gejala autokorelasi. Nilai DW tersebut memenuhi syarat $du \leq dw \leq 4-du$ karena nilai du pada $k=4$ dan $n=90$ adalah 1,7508. Maka, bukti dari syarat terpenuhi tersebut adalah $1,7508 \leq 1,7830 \leq 4-1,7508$ sehingga menghasilkan $1,7508 \leq 1,7830 \leq 2,2492$.

Uji Kelayakan Model

Uji F

Tabel 6 Hasil Uji F

Ukuran independen	Signifikansi
UDK, ROA, DER, dan GROWTH	0,012

Sumber: data diolah

Nilai probabilitas di atas bernilai $< 0,05$, menunjukkan model dari empat ukuran variabel independen di atas memiliki model yang bersifat

fit atau memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap pengungkapan CSR.

Uji R Square

Tabel 7 Hasil Uji R Square

Ukuran independen	R Square
UDK, ROA, DER, dan GROWTH	0,139

Sumber: data diolah

Nilai R Square di atas menunjukkan kemampuan empat variabel independen dalam menjelaskan menjelaskan variasi variabel dependen adalah 13,90% . CSRDI dijelaskan sebesar sisanya 86,10% oleh variabel independen lainnya yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis

Tabel 8 Hasil Uji Statistik t

Variabel	Beta	Sig	Kesimpulan
UDK	0,006	0,280	Menolak H1
ROA	0,286	0,023	Menerima H2
DER	-0,008	0,387	Menolak H3
GROWTH	0,058	0,409	Menolak H4

Sumber: data diolah

Persamaan regresi dari hasil uji hipotesis di tabel tersebut adalah

$$CSRDI = 0,602 + 0,006 UDK + 0,286 ROA - 0,008 DER + 0,058 GROWTH$$

Dari tabel di atas, hanya variabel profitabilitas (ROA) yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan tiga variabel lainnya tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Pembahasan

Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris terhadap Pengungkapan CSR

Hasil penelitian menunjukkan ukuran dewan komisaris berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR. Semakin besar jumlah dewan komisaris dalam perusahaan, maka semakin luas pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan yang mana tugas dewan komisaris dalam melakukan pengawasan terhadap manajer telah membantu kebijakan manajer dalam mengungkapkan aktivitas CSR perusahaan dalam laporan tahunan. Namun, dewan komisaris tidak melihat peran CSR sebagai informasi yang dapat mendorong kepercayaan publik kepada perusahaan. Hal ini ditunjukkan dengan dewan direksi yang tidak mengungkapkan kegiatan CSR secara informatif dan luas dalam laporan tahunan tidak dijadikan sebagai koreksi yang harus ditindaklanjuti direksi dalam laporan hasil pengawasan dewan komisaris.

Sejalan dengan *agency theory*, organ dewan komisaris mewakili mekanisme internal utama

untuk mengendalikan perilaku oportunistik manajemen. Hal ini membantu menyelaraskan kepentingan antara pemangku kepentingan dengan manajemen. Hasil penelitian ini tidak sejalan penelitian Dewi (2015) dan Asturi dkk (2015).

Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan CSR.

Hasil penelitian menunjukkan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Perusahaan dengan profitabilitas tinggi cenderung melaksanakan CSR dan mengungkapkannya dalam laporan tahunan. Selain itu, perusahaan memiliki kemampuan keuangan yang lebih baik untuk dapat merealisasikan tanggung jawab sosialnya sehingga citra perusahaan meningkat di mata para pemangku kepentingan.

Sejalan dengan *stakeholder theory*, semakin tinggi profitabilitas perusahaan, maka perusahaan cenderung melakukan pengungkapan CSR sesuai dengan tujuan perusahaan untuk memenuhi tujuan dan keinginan para *stakeholder*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Aini (2015) dan tidak sejalan dengan penelitian Dewi (2015), Nuraeni (2015), dan Aninditya (2015).

Pengaruh Leverage terhadap Pengungkapan CSR

Hasil penelitian menunjukkan *leverage* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Pengungkapan CSR. Semakin besar

leverage, hasil operasi yang diperoleh perusahaan cenderung digunakan untuk memenuhi kewajibannya kepada kreditur sehingga pemenuhan tanggung jawab lainnya termasuk tanggung jawab sosial cenderung lebih kecil. Selain itu, pengungkapan CSR yang dilakukan manajemen perusahaan dalam laporan tahunan sering tidak mempertimbangkan arti pentingnya informasi CSR secara luas bagi keberasaan investor. Artinya manajemen perusahaan sering tidak mengungkapkan informasi CSR secara utuh dalam laporan tahunan yang sebenarnya informasi tersebut sangat dibutuhkan oleh investor dalam pengambilan keputusan investasinya.

Sejalan dengan *agency theory*, direksi sebagai agen harus mengungkapkan informasi yang utuh tentang perusahaan termasuk informasi tentang CSR agar resiko-resiko yang menghambat tujuan perusahaan yang untuk menaikkan nilai perusahaan dapat diminimalkan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Aninditya (2015) dan tidak sejalan dengan penelitian Dewi (2015), Astuti dkk (2015), Aini (2015), dan Aninditya (2015).

Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR

Hasil penelitian menunjukkan pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR. Perusahaan dengan pertumbuhan tinggi cenderung memenuhi kepentingan pihak

eksternal termasuk memenuhi kegiatan CSR yang dinformasikan melalui laporan tahunan perusahaan. Namun, perusahaan yang mempunyai pertumbuhan yang baik tidak selamanya mengungkapkan informasi CSR dalam laporan tahunannya secara informatif. Pada sejumlah perusahaan tertentu, terdapat juga perusahaan yang mempunyai pertumbuhan yang baik namun tidak diikuti dengan pengungkapan informasi CSR yang informatif dalam laporan tahunannya.

Sejalan dengan *stakeholder theory*, perusahaan dengan pertumbuhan yang tinggi cenderung mengungkapkan informasi CSR secara utuh dalam laporan tahunannya sehingga citra perusahaan semakin baik di mata para pemangku kepentingan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Aini (2015) dan tidak sejalan dengan penelitian Nuraeni (2015).

CONCLUSION

Penelitian ini menguji pengaruh karakteristik perusahaan yang terdiri dari: ukuran dewan komisaris, profitabilitas, *leverage*, dan pertumbuhan perusahaan terhadap pengungkapan CSR dengan hasil: hanya profitabilitas yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan ukuran dewan komisaris, *leverage*, dan pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Keterbatasan penelitian ini yaitu: (1.) Penelitian ini hanya ditujukan pada periode tiga

tahun sehingga jumlah sampel perusahaan yang memenuhi kriteria pengambilan sampel yang penulis tetapkan terbatas. (2.) Penelitian ini memiliki jumlah variabel independen yang terbatas sehingga hasil penelitian menunjukkan hanya 1 variabel independen yang berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. (3.) Penelitian ini hanya menggunakan kriteria perusahaan *go public* yang menerbitkan laporan keuangan dengan mata uang bersatuan rupiah. (4.) Penelitian ini memiliki jumlah item pengungkapan CSR yang terbatas dalam periode tiga tahun, karena jumlah item pengungkapan CSR hanya didasarkan pada informasi di laporan tahunan.

Berdasarkan keterbatasan-keterbatasan di atas, saran untuk penelitian selanjutnya yaitu: (1.) Menambah jumlah periode penelitian yang lebih banyak supaya jumlah sampel perusahaan yang memenuhi kriteria pengambilan sampel lebih besar dari jumlah sampel di penelitian ini. (2.) Menambah jumlah variabel independen yang diteliti, misalnya: likuiditas dengan ukuran *current ratio*, supaya dapat menghasilkan jumlah variabel independen yang mempengaruhi pengungkapan CSR secara signifikan lebih dari satu variabel. (3.) Tidak hanya menggunakan kriteria sampel perusahaan yang menerbitkan laporan keuangan dengan mata uang rupiah tetapi penulis juga menggunakan satuan mata uang selain rupiah dalam penerbitan laporan keuangannya. (4.) Tidak hanya menggunakan laporan tahunan dalam memperoleh jumlah item

pengungkapan CSR tetapi penulis juga menggunakan laporan yang dipublikasi dalam media cetak maupun media elektronik perusahaan sehingga jumlah item pengungkapan CSR tiap sampel perusahaan dapat diperoleh lebih banyak.

REFERENCES

- Aini, A.K., 2015, Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Indeks LQ45 Bursa Efek Indonesia, *Jurnal Akuntansi*, Vol. 12, No. 1.
- Aninditya, N., 2015, Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Dalam Website Perusahaan Publik Indonesia (Studi Empiris pada Seluruh Perusahaan Publik Yang Terdaftar di BEI), Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Arthana, R., 2013, Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Pada Perusahaan Yang Terdaftar di Indeks LQ45 Bursa Saham Indonesia (BEI). *Skripsi Program Sarjana Strata Satu*, Malang: Program Sarjana Strata Satu Universitas Brawijaya Malang.
- Arthana, R., 2013, Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Pada Perusahaan Yang Terdaftar di Indeks LQ45 Saham Indonesia (BEI). *Skripsi Program Sarjana Strata Satu*, Malang: Program Sarjana Strata Satu Universitas Brawijaya Malang.
- Astuti, R.N., P., dan R. Trisnawati, 2015, Pengaruh Karakteristik Perusahaan Manufaktur Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Serta Dampaknya Terhadap Reaksi Investor (Studi Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2010-2013), Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Dewi, S.N., 2015, Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, *Jurnal Akuntansi*, Vol. 3, No. 2.
- Fauzi, M.N., dan Suhadak, 2015, Pengaruh Kebijakan Dividen dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Struktur Modal dan Profitabilitas, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol, 24, No. 1.
- Ghozali, I., 2013, Aplikasi Analisis *Multivariate* Dengan Program SPSS, Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Gitman, L.J., dan C.J. Zutter, 2015, *Principles of Managerial Finance, 13th edition. Global Edition: Pearson Education Limited.*
- Hanafi, M., dan A.Halim, 2012, Analisis Laporan Keuangan, Edisi Ketiga, Cetakan Pertama, Yogyakarta: UPP Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Ichsan, R., 2013, Teori Keagenan, Retrieved May 2, 2017, from RANDYICHSAN: <https://bungrandhy.wordpress.com/2013/01/12/teori-keagenan-agency-theory/>
- Kasmir, 2012, Analisis Laporan Keuangan, Jakarta: Raja Grafindo.
- Kasmir, 2013, Analisis Laporan Keuangan, Jakarta: Rajawali Pers.
- Mardikanto, T., 2014, CSR (*Corporate Social Responsibility*)(Tanggung Jawab Sosial Korporasi), Bandung: Alfabeta.
- Nuraeni, A.R., 2015, Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan *Food & Beverage* Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia Periode 2009-2013, *Jurnal Ilmiah*, Vol. 1, No.1.
- Rahmawati, A., 2012, Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap *Social Responsibility Disclosure* Sebagai Variabel Interveining, *Skripsi*, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Rudito, B., dan M.Famiola, 2013, CSR (*Corporate Social Responsibility*). Bandung: Rekayasa Sains.
- Sari, R.A., 2012, Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* Pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, *Nominal: Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 1(1): 125-138.
- Sari, R.A., 2012, Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia, *Journal Nominal*, Vol. 1, No. 1.
- Sugiarto, F.G.P., 2013, Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia, *Jurnal Akuntansi*, Vol. 2, No. 1.
- The World Business Council of Sustainable Development (WBCSD)* dalam Hey, *jurnal WBCSD*, 2012.

- Trinidad and Tobacco Bureau of Standards (TTBS)* dalam Hery, 2012.
- Trisnawati, R., 2014, Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Dewan Komisaris, dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* Industri Perbankan Di Indonesia, *Seminar Nasional dan Call For Paper*, Program Studi Akuntansi -FEB UMS, ISBN: 978-602-70429-2-6.
- Ulum, B., Z. Arifin, dan D. Fanani, 2014, Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Citra Perusahaan (Survei pada Warga Sekitar PT. Sasa Inti Gending Probolinggo), *JurnalAdministrasiBisnis*, Vol. 8, No. 1, Februari 2014.
- Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas, Pasal 66 dan 74.
- Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas, dalam Agoes dan Ardhana, 2014.
- Wijaya, H. F., Yulianto, dan Abdillah, 2015, Pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* Terhadap Citra Perusahaan, *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)I*, Vol. 2, No. 1, Februari 2015, *Administrasibisnis.Studentjournal.Ub.Ac.Id*.