

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Ira Kusumawardani¹
I Putu Sudana²

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia
e-mail: kusumawardaniira@yahoo.co.id/tlp: 081547129605

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia

ABSTRAK

Corporate Social Responsibility merupakan bentuk kepedulian perusahaan untuk menjaga legitimasi dan reputasi. Tujuan penelitian ini untuk membuktikan secara empiris pengaruh kepemilikan asing, dewan komisaris independen, ukuran perusahaan, dan profitabilitas pada pengungkapan CSR. Data diperoleh melalui situs resmi BEI. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 40 observasi, dengan metode *non probability sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah teknik dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Penelitian ini menyimpulkan bahwa kepemilikan asing, dewan komisaris independen, dan profitabilitas tidak berpengaruh pada pengungkapan CSR. Sedangkan ukuran perusahaan mempunyai pengaruh positif pada pengungkapan CSR. Hasil penelitian ini memberikan dasar bagi manajemen mengambil suatu kebijakan perusahaan dalam mengungkapkan intensitas CSR yang dikarenakan perusahaan yang besar akan mengungkapkan CSR untuk mendapatkan legitimasi dari *stakeholder*. Semakin besar perusahaan maka tuntutan *stakeholder* atas manfaat keberadaan perusahaan cenderung lebih besar.

Kata kunci: Kepemilikan Asing, Dewan Komisaris Independen, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Pengungkapan CSR

ABSTRACT

Corporate Social Responsibility is a concern for the company to maintain its legitimacy and reputation. The purpose of this study is to empirically demonstrate the effect of foreign ownership, independent board of directors, company size, and profitability to CSR disclosure. Data for this study was taken from the website of Indonesian Stock Exchanges. Taken with non-probability sampling method, 40 observations were obtained. Data is analysed using multiple linear regression. This study concluded that foreign ownership, independent board, and profitability have no effect on CSR disclosure, while the size of the company has a positive influence on CSR disclosure. This study provides a basis for management to consider policies in expressing the intensity of CSR disclosure especially for large companies to gain legitimacy from its stakeholders. For bigger companies, the demands of stakeholders on extensive disclosure tend to be larger.

Keywords: Foreign Ownership, The Board of Independent Commissioners, Company Size, Profitability, Corporate Social Responsibility

PENDAHULUAN

Dewasa ini perkembangan dunia bisnis semakin pesat, diikuti dengan persaingan usaha yang semakin ketat. Berdirinya suatu perusahaan pasti mempunyai tujuan yang jelas yaitu untuk mendapatkan profit yang tinggi. Pada saat perusahaan semakin berkembang, maka kelangsungan hidup jangka panjang perusahaan akan bergantung pada seberapa baik kinerja perusahaan bukan hanya melihat kinerja keuangan perusahaan saja tetapi bagaimana perusahaan juga memberi kontribusi positif kepada lingkungan hidup dan lingkungan sosialnya (Aghashahi *et al.*, 2013). Perusahaan dalam menjaga eksistensinya tidak dapat dipisahkan dengan masyarakat sebagai lingkungan eksternalnya. Kegiatan tanggung jawab sosial dilakukan perusahaan dengan tujuan agar dapat meningkatkan penjualan, meningkatkan citra perusahaan, dan menjaga nama baik perusahaan di mata investor dan analis keuangan (Mukhtaruddin *et al.*, 2014).

Tanggung jawab sosial perusahaan atau yang biasa disebut *Corporate Social Responsibility* (CSR) bentuk kepedulian perusahaan untuk menjaga legitimasi dan reputasi perusahaan. Teori legitimasi mengasumsikan bahwa perusahaan secara berkesinambungan harus memastikan bahwa mereka telah beroperasi sesuai dengan norma yang ada di masyarakat dan memastikan bahwa aktivitas perusahaan bisa diterima pihak luar atau telah di legitimasi (O'Donovan dalam Arifin dkk., 2012). Adopsi teori legitimasi dalam sebuah perusahaan dapat dilihat dari pengungkapan CSR yang dilakukan. Menurut Prihatiningtias dkk. (2014), CSR pertama kali diperkenalkan oleh Howard Rothman Bowen pada tahun 1953 melalui bukunya yang

berjudul *Social Responsibility of the Businessman*. Keberadaan CSR pertama kalinya tidak diwajibkan oleh pihak pemerintah ataupun pihak yang berkepentingan dan dapat dikatakan bersifat sukarela (*voluntary*).

Secara umum di Indonesia, pelaporan CSR telah terakomodasi dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.1 Tahun 2013 tentang Penyajian Laporan Keuangan. Berdasarkan PSAK No.1 Tahun 2013 tentang Penyajian Laporan Keuangan paragraf 12 dinyatakan bahwa: "Perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting". Hal-hal yang berkaitan dengan pentingnya CSR juga telah diatur dalam beberapa peraturan perundang-undangan di Indonesia. Diantaranya UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, pasal 74 ayat (1) menyatakan bahwa perusahaan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan dan Undang-undang No. 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup yang menyatakan bahwa setiap orang yang melakukan usaha dan/atau kegiatan berkewajiban untuk memberikan informasi yang terkait dengan perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup secara benar, akurat, terbuka, dan tepat waktu serta menjaga keberlanjutan fungsi lingkungan hidup. Peraturan-peraturan yang terkait dengan pelaksanaan kegiatan CSR tersebut belum terdapat kesepakatan mengenai

standar pelaporan CSR yang dapat dijadikan pedoman bagi perusahaan yang akan mempublikasikan kegiatan CSR dalam laporan tahunannya.

Menurut Prior *et al.* (2008), dampak positif yang didapatkan dari adanya program CSR yang dilakukan oleh perusahaan adalah meningkatkan kemampuan negoisasi perusahaan baik dengan pemasok maupun dengan pemerintah, dapat meningkatkan nama baik perusahaan seperti membangun citra sosial perusahaan, dan akan mempermudah perusahaan untuk mendapatkan dukungan dari aktivis, legitimasi masyarakat, dan pemberitaan positif dari media massa yang nantinya akan berpengaruh terhadap kelangsungan hidup suatu perusahaan (*going concern*). Kesadaran akan dampak positif pengungkapan CSR mengakibatkan tuntutan yang dialamatkan pada perusahaan, agar perusahaan memperluas tanggung jawab sosialnya. Penerapan bentuk dari teori legitimasi dalam sebuah perusahaan dapat dilihat dari pengungkapan CSR yang dilakukan. Pengungkapan CSR dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain faktor kepemilikan asing, Dewan Komisaris Independen, ukuran perusahaan, dan profitabilitas. Faktor-faktor terkait didukung oleh penelitian sebelumnya, antara lain membahas pengaruh faktor kepemilikan asing pada pengungkapan CSR. Kepemilikan asing memotivasi manajemen perusahaan untuk mengungkapkan CSR agar memperoleh legitimasi dari masyarakat. Sebab, kepemilikan asing merupakan salah satu pihak yang dianggap peduli terhadap pengungkapan CSR, karena kepemilikan asing menjadikan pengawasan yang lebih ketat terhadap manajemen perusahaan untuk mengungkapkan kegiatan sosial perusahaan (Maulida, 2013). Perusahaan dengan kepemilikan asing

utamanya melihat keuntungan legitimasi dimana secara tipikal berdasarkan atas *home market* (pasar tempat beroperasi) yang dapat memberikan eksistensi yang tinggi dalam jangka panjang (Barkemeyer, 2007).

Pengungkapan CSR merupakan salah satu media yang dipilih untuk memperlihatkan kepedulian perusahaan agar mendapat legitimasi dari masyarakat di lingkungan sekitarnya. Dengan kata lain, apabila perusahaan memiliki kontrak dengan *foreign stakeholder*, maka perusahaan akan didukung secara penuh dalam pelaksanaan dan pengungkapan CSR (Anggraini, 2011). Pernyataan ini didukung oleh beberapa penelitian sebelumnya di antaranya penelitian oleh Tamba (2011), Sissandhy (2014), serta Isa dan Sabo (2015) yang juga menemukan bahwa faktor kepemilikan asing memiliki pengaruh signifikan pada pengungkapan CSR. Namun hasil penelitian lainnya yang dilakukan oleh Rohmah (2015), Maulidra (2015), Kusuma dkk. (2014), dan Sari (2014) menunjukkan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Dewan Komisaris Independen menjadi faktor pada pengungkapan CSR. Keberadaan Dewan Komisaris Independen dengan wewenang yang dimiliki, diharapkan dapat bersikap netral terhadap segala kebijakan yang dibuat. Dewan Komisaris Independen akan cenderung memberikan pengaruh terhadap pengendalian dan pengawasan terhadap manajemen dalam operasi perusahaan untuk mengungkapkan CSR perusahaan yang lebih luas (Rohmah, 2015). Jadi, jika perusahaan mampu meningkatkan proporsi Dewan Komisaris Independen maka intensitas pengungkapan CSR juga akan semakin meningkat. Pernyataan ini didukung

oleh beberapa penelitian sebelumnya diantaranya penelitian oleh Siti dkk. (2016), Khan *et al.* (2013) serta Sudana dan Ayu (2011), yang menyatakan bahwa Dewan Komisaris Independen memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Faktor lain yang memengaruhi pengungkapan CSR adalah ukuran perusahaan. Teori legitimasi menyatakan bahwa perusahaan yang besar akan mengungkapkan tanggung jawab sosial untuk mendapatkan legitimasi dari *stakeholder*, karena perusahaan yang lebih besar melakukan aktivitas yang lebih banyak sehingga memiliki dampak yang besar pula terhadap lingkungan dan masyarakat (Yuliawati dan Sukirman, 2015). Perusahaan yang lebih besar akan mendapatkan perhatian yang lebih daripada perusahaan kecil (Herawati, 2015). Pernyataan ini didukung oleh beberapa penelitian sebelumnya di antaranya penelitian oleh Kamil dan Antonius (2012), Dermawan dan Tita (2014) serta Herawati (2015) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Selain ukuran perusahaan, profitabilitas merupakan salah satu faktor yang perlu mendapat perhatian penting dalam kelangsungan perusahaan dan berpengaruh pada pengungkapan CSR (Lucyanda dan Lady, 2012). Jika dikaitkan dengan teori legitimasi, perusahaan harus dapat menganalisa setiap perilaku organisasi antara perusahaan dan masyarakat, dimana perusahaan beroperasi dan menggunakan setiap sumber daya ekonomi dengan hasil yang diharapkan oleh masyarakat. Melalui CSR, perusahaan yang baik tidak hanya memerhatikan aspek ekonominya saja seperti tingkat keuntungannya, namun juga perlu memerhatikan aspek sosial dan lingkungan yang berhubungan dengan dampak positif maupun negatif dari aktivitas usahanya,

sehingga aktivitas perusahaan mendapatkan dukungan dari masyarakat dan para pemangku kepentingan (*stakeholder*) sesuai dengan asumsi teori legitimasi. Pernyataan ini didukung oleh beberapa penelitian sebelumnya di antaranya penelitian oleh Ekowati dkk. (2014), Yuliawati dan Sukirman (2015), Herawati (2015) dan Fahmi (2015) yang menyatakan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian yang terkait dengan pengungkapan CSR perusahaan telah dilakukan sebelumnya baik oleh para peneliti dalam negeri maupun luar negeri. Namun penelitian pada perusahaan *consumer goods* masih jarang dilakukan. Perusahaan sebagai suatu unit kegiatan produksi yang mengelola sumber daya alam untuk dapat menyediakan barang dan jasa bagi masyarakat dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan dan dapat memuaskan kebutuhan masyarakat, salah satunya adalah perusahaan *consumer goods*. *Consumer Goods* atau barang-barang konsumsi merupakan barang yang dibutuhkan secara rutin dan terus menerus dikonsumsi oleh masyarakat. Perusahaan ini mencakup subsektor makanan dan minuman, rokok, farmasi, kosmetik, dan peralatan rumah tangga. Perusahaan *consumer goods* adalah perusahaan yang paling dekat dengan kehidupan sehari-hari dalam masyarakat dan lingkungan karena produk-produk yang dihasilkan banyak dikonsumsi oleh masyarakat. Kondisi yang terjadi saat ini banyak produk yang menjadi konsumsi masyarakat disalahgunakan, seperti menjual kembali produk yang sudah kadaluarsa, pemberian zat-zat berbahaya dalam proses produksi maupun pemakaian zat formalin dalam proses pengawetan (Putra, 2015).

Perusahaan *consumer goods* seharusnya lebih *concern* terhadap masalah lingkungan, karena perusahaan *consumer goods* sangat rentan dengan isu lingkungan yang akan berdampak besar pada masyarakat sebagai *stakeholder*. *Stakeholder* dapat memberikan pengaruh dan dipengaruhi oleh perusahaan berkaitan dengan aktivitas dan kebijakan yang akan diambil. Oleh karena itu perusahaan perlu menjaga hubungan baik dengan *stakeholder* agar stabilitas dan kelangsungan jangka panjang perusahaan yang menjadi tujuan perusahaan dapat tercapai (Dwipayadnya dkk., 2015). Informasi CSR yang diungkapkan perusahaan memberikan asumsi bahwa entitas telah bertindak sesuai dengan norma, nilai, kepercayaan maupun ketentuan masyarakat (Tilling, 2004).

Penerapan teori legitimasi dapat digunakan untuk menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi intensitas pengungkapan CSR. Faktor-faktor tersebut adalah kepemilikan asing (Barkemeyer, 2007; Tamba, 2011 serta Isa dan Sabo, 2015), Dewan Komisaris Independen (Khan et al., 2013; Sari, 2014 serta Putri, 2013), ukuran perusahaan (Dermawan dan Tita, 2014; Subiantoro dan Titik, 2015 serta Herawati, 2015) dan profitabilitas (Reverte, 2009; Ekowati dkk., 2014; Herawati, 2015 serta Fahmi, 2015). Perusahaan dengan kepemilikan asing melihat keuntungan legitimasi dimana secara tipikal berdasarkan atas *home market* (pasar tempat beroperasi) yang dapat memberikan eksistensi yang tinggi dalam jangka panjang (Barkemeyer, 2007). Kepemilikan asing akan memotivasi manajemen perusahaan agar mengungkapkan intensitas pengungkapan CSR untuk memperoleh legitimasi. Sebab, kepemilikan asing merupakan salah satu pihak yang dianggap peduli terhadap

pengungkapan CSR, karena kepemilikan asing menjadikan pengawasan yang lebih ketat terhadap manajemen perusahaan untuk mengungkapkan kegiatan sosial perusahaan (Maulida, 2013).

Adanya tata kelola tersebut membuat pengawasan pada perusahaan dalam melaksanakan kegiatan perusahaan menjadi lebih ketat. Pengawasan ketat yang dilakukan pihak asing ini membuat masyarakat percaya kepada perusahaan karena perusahaan mempunyai tanggung jawab melaporkan setiap kegiatan perusahaan, salah satunya adalah melaporkan informasi terkait intensitas pengungkapan CSR. Apabila perusahaan memiliki kontrak dengan *foreign stakeholder*, maka perusahaan akan didukung secara penuh dalam pelaksanaan dan pengungkapan CSR (Anggraini, 2011). Didukung dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Tamba (2011), Sissandhy (2014), serta Isa dan Muhamad (2015) yang mengungkapkan bahwa adanya pengaruh positif kepemilikan asing pada pengungkapan CSR. Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu, maka hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

H₁: Proporsi kepemilikan asing berpengaruh positif pada pengungkapan CSR.

Besarnya suatu perusahaan, tentu diperlukan pengawasan yang besar pula. Pengawasan tersebut perlu dilakukan oleh Dewan Komisaris karena Dewan Komisaris mempunyai hak untuk memonitor segala kegiatan operasional perusahaan. Pentingnya peran Dewan Komisaris dikarenakan selain mengawasi, Dewan Komisaris juga memberikan arahan atau nasihat kepada Direksi dalam lingkup pengelolaan perusahaan. Proporsi Dewan Komisaris khususnya Dewan Komisaris

Independen dalam suatu perusahaan akan meningkatkan pengawasan terhadap kinerja Direksi dalam mengelola perusahaan, termasuk dalam praktik dan pengungkapan CSR.

Keberadaan Dewan Komisaris Independen diharapkan dapat bersikap netral terhadap segala kebijakan yang dibuat. Dewan Komisaris Independen akan cenderung memberikan pengaruh terhadap pengendalian dan pengawasan terhadap manajemen dalam operasi perusahaan untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan yang lebih luas (Rohmah, 2015). Oleh karena itu, komisaris independen cenderung mendorong perusahaan untuk mengungkapkan informasi yang lebih luas kepada para *stakeholder* sebagai bentuk legitimasi. Semakin besar persentase Dewan Komisaris Independen, maka akan meningkatkan aktivitas pengawasan terhadap kualitas pengungkapan dan mengurangi usaha menutupi informasi perusahaan dalam pengungkapan tanggung CSR.

Didukung dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Siti dkk., (2016), Khan *et al.* (2013) serta Sudana dan Ayu (2011) yang mengungkapkan bahwa adanya pengaruh positif Dewan Komisaris Independen pada pengungkapan CSR. Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu, maka hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

H₂: Proporsi Dewan Komisaris Independen berpengaruh positif pada pengungkapan CSR.

Ukuran perusahaan adalah tingkat identifikasi besar atau kecilnya suatu perusahaan. Pada umumnya, perusahaan besar mengungkapkan informasi yang lebih

banyak daripada perusahaan kecil. Teori legitimasi menyatakan bahwa perusahaan yang besar akan mengungkapkan tanggung jawab sosial untuk mendapatkan legitimasi dari *stakeholder*, karena perusahaan yang lebih besar melakukan aktivitas yang lebih banyak sehingga memiliki dampak yang besar pula terhadap lingkungan dan masyarakat (Yuliawati dan Sukirman, 2015).

Perusahaan dengan ukuran perusahaan yang besar akan secara terus-menerus termotivasi melaksanakan CSR, sehingga manajemen akan selalu mengawasi dan mengevaluasi kembali pelaksanaan serta pengungkapan CSR yang telah dilaksanakan untuk pembangunan berkelanjutan. Maka perusahaan dalam jangka waktu panjang dapat terhindar dari biaya yang besar akibat tuntutan dari masyarakat. Didukung dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Yuliawati dan Sukirman (2015) menyatakan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dermawan dan Tita (2014) serta Herawati (2015). Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu, maka hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

H₃: Ukuran perusahaan berpengaruh positif pada pengungkapan CSR.

Profitabilitas adalah salah satu faktor yang menuntut manajemen untuk melakukan pengungkapan informasi CSR yang lebih tinggi (Hatta dan Daryono, 2012). Profitabilitas memiliki arti penting dalam usaha agar perusahaan tetap *survive* dalam waktu jangka panjang. Hal ini dikarenakan profitabilitas menunjukkan apakah entitas tersebut mempunyai prospek yang baik di masa yang akan datang atau tidak.

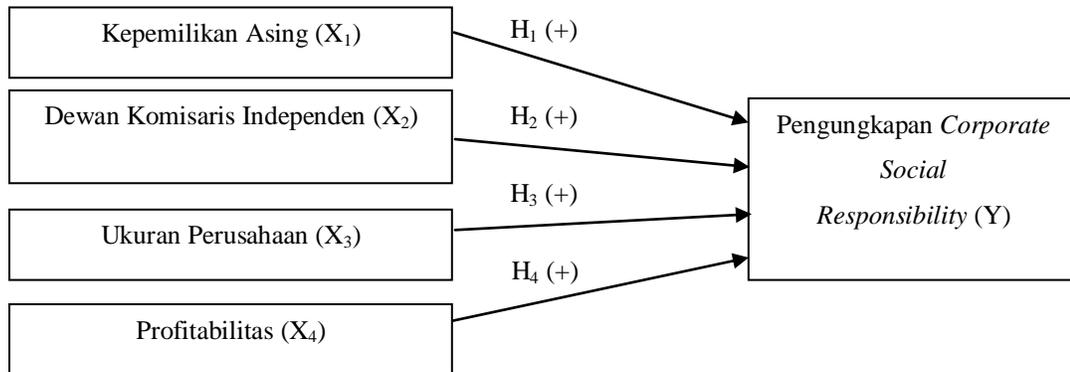
Suatu perusahaan yang sudah mampu menghasilkan profit yang besar tentunya lebih aktif dalam melaksanakan CSR, dengan kata lain profitabilitas mempunyai pengaruh terhadap luas pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Tingkat profitabilitas yang semakin tinggi akan semakin memotivasi perusahaan untuk mengungkapkan CSR untuk mendapatkan legitimasi dan nilai positif dari masyarakat, karena perusahaan yang baik tidak hanya memerhatikan aspek ekonominya saja seperti tingkat keuntungan, namun juga perlu memerhatikan aspek sosial dan lingkungan yang berhubungan dengan dampak positif maupun negatif dari aktivitas usahanya. Tingginya profitabilitas akan mendorong perusahaan untuk memberikan informasi yang terperinci, salah satunya pengungkapan CSR.

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Uadiale dan Fagbemi (2011), Ekowati (2014), Yuliawati dan Sukirman (2015), Herawati (2015) dan Fahmi (2015), menyatakan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

H₄: Profitabilitas berpengaruh positif pada pengungkapan CSR.

METODE PENELITIAN

Jenis pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif yang berbentuk asosiatif. Sugiyono (2013:6) mendefinisikan penelitian asosiatif merupakan jenis penelitian yang menjelaskan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Adapun bentuk dari model kerangka konseptual penelitian ini, yang dapat disajikan sebagai berikut.



Gambar 1. Desain Penelitian

Sumber: desain pemikiran penelitian, 2016

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2011-2015 dengan mengakses *website* resmi Bursa Efek Indonesia *www.idx.co.id*. Obyek penelitian dalam penelitian ini adalah pengungkapan CSR pada perusahaan *consumer goods* tahun 2011-2015 dengan variabel yang diduga memengaruhi yaitu kepemilikan asing, dewan komisaris independen, ukuran perusahaan, dan profitabilitas.

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah pengungkapan CSR. Menurut *World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)* mengungkapkan bahwa *Corporate Social Responsibility (CSR)* didefinisikan sebagai suatu komitmen bisnis dari perusahaan untuk melaksanakan etika berperilaku (*behavioural ethics*) serta memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan (*sustainable economic development*), melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk

meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan.

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kepemilikan asing, dewan komisaris independen, ukuran perusahaan dan profitabilitas. Kepemilikan asing, yaitu jumlah saham yang dimiliki oleh investor asing, baik perorangan maupun lembaga (Nugroho, 2011). UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Komisaris Independen adalah anggota Dewan Komisaris yang tidak terafiliasi dengan Direksi, anggota Dewan Komisaris lainnya dan pemegang saham pengendali, serta bebas dari hubungan bisnis atau hubungan lainnya yang dapat mempengaruhi kemampuannya untuk bertindak independen atau bertindak semata-mata untuk kepentingan perseroan. Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara antara lain dengan total aktiva, penjualan bersih, dan kapitalisasi pasar perusahaan (Ansori, 2014). Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan yang akan menjaga kelangsungan hidup perusahaan jangka panjang maupun pertumbuhan jangka pendek (Vintila dan Florinita, 2013).

Jenis data dalam penelitian ini menggunakan data kuantitatif berupa angka-angka dalam laporan keuangan serta item pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di BEI tahun 2011-2015. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder dalam penelitian ini yaitu data-data keuangan yang dilaporkan pada laporan keuangan perusahaan seperti proporsi kepemilikan asing, ukuran perusahaan, profitabilitas,

maupun proporsi dewan komisaris independen dan item pengungkapan CSR yang dilaporkan pada *annual report* perusahaan *consumer goods* yang telah dipublikasikan di BEI tahun 2011-2015.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di BEI selama tahun pengamatan yaitu tahun 2011-2015. Sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di BEI selama tahun pengamatan dari tahun 2011 sampai dengan tahun 2015 dan dipilih menggunakan metode *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling*.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik dokumentasi. Teknik dokumentasi dalam penelitian ini yaitu mencatat intensitas pengungkapan CSR, proporsi kepemilikan asing, proporsi Dewan Komisaris Independen, ukuran perusahaan, dan profitabilitas perusahaan *consumer goods* tahun 2011-2015. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Analisis ini digunakan untuk melihat pengaruh kepemilikan asing, Dewan Komisaris Independen, ukuran perusahaan, dan profitabilitas pada pengungkapan CSR pada perusahaan *Consumer Goods* tahun 2011-2015, dengan persamaan model sebagai berikut.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e \dots\dots\dots (1)$$

Keterangan:

Y : Pengungkapan CSR

- α : Konstanta
 β : Koefisien Regresi
 X_1 : Kepemilikan Saham Asing
 X_2 : Dewan Komisaris Independen
 X_3 : Ukuran Perusahaan
 X_4 : Profitabilitas
 e : *error*

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik deskriptif memberikan informasi mengenai karakteristik variabel-variabel penelitian yang terdiri atas jumlah pengamatan nilai minimum, nilai maksimum, nilai mean dan standar deviasi. Tabel 1 memperlihatkan hasil uji statistik deskriptif sebagai berikut.

Tabel 1.
Hasil Statistik Deskriptif

No	Variabel	N	Min	Max	Mean	Std. Dev
1	KA (X_1)	40	7,42	93,85	61,08	25,55
2	DKI (X_2)	40	0,23	0,80	0,43	0,15
3	UP (X_3)	40	26,48	32,15	28,66	1,57
4	PRO (X_4)	40	4,04	71,51	21,04	16,80
5	CSR (Y)	40	8,11	45,95	27,23	10,12

Sumber: Data sekunder diolah, 2016

Berdasarkan Tabel 1 kepemilikan asing yang dinilai dari persentase jumlah saham yang dimiliki investor asing dibagi jumlah saham beredar sebagai proksi menunjukkan nilai minimum sebesar 7,42 dan nilai maksimum sebesar 93,85. Sedangkan, nilai rata-rata sebesar 61,08 dengan standar deviasi sebesar 25,55 yang lebih kecil dari pada nilai rata-rata artinya adanya fluktuasi yang rendah pada kepemilikan asing di perusahaan yang menjadi sampel.

Berdasarkan Tabel 1 dewan komisaris independen yang dinilai dari persentase jumlah komisaris independen dibagi jumlah komisaris sebagai proksi menunjukkan

nilai minimum sebesar 0,23 dan nilai maksimum sebesar 0,80. Sedangkan, nilai rata-rata sebesar 0,43 dengan standar deviasi sebesar 0,15 yang lebih kecil dari pada nilai rata-rata artinya adanya fluktuasi yang rendah pada Dewan Komisaris Independen di perusahaan yang menjadi sampel. Berdasarkan Tabel 1 ukuran perusahaan yang dinilai dari Ln Total Aset sebagai proksi menunjukkan nilai minimum sebesar 26,48 dan nilai maksimum sebesar 32,15. Sedangkan nilai rata-rata sebesar 28,66 dengan standar deviasi sebesar 1,57 yang yang lebih kecil dari pada nilai rata-rata artinya adanya fluktuasi yang rendah pada ukuran perusahaan yang menjadi sampel.

Berdasarkan Tabel 1 profitabilitas yang dinilai *Return On Asset* (ROA) sebagai proksi menunjukkan nilai minimum sebesar 4,04 dan nilai maksimum sebesar 71,51. Sedangkan nilai rata-rata sebesar 21,04 dengan standar deviasi sebesar 16,80 yang lebih rendah dari pada nilai rata-rata artinya adanya fluktuasi yang tinggi pada profitabilitas di perusahaan yang menjadi sampel. Berdasarkan Tabel 1 item pengungkapan CSR yang dinilai dari ISO 26000 sebagai proksi menunjukkan nilai minimum sebesar 8,11 dan nilai maksimum sebesar 45,95. Nilai rata-rata sebesar 27,23 dengan standar deviasi sebesar 10,12 yang lebih kecil dari pada nilai rata-rata artinya adanya fluktuasi yang rendah pada CSR di perusahaan yang menjadi sampel.

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data yang digunakan dalam penelitian telah terdistribusi normal. Untuk dapat melihat apakah data yang digunakan dalam penelitian telah berdistribusi normal dapat dilihat dengan menggunakan uji non parametrik satu sampel Kolmogorov-Smirnov. Hasil uji Kolmogorov-Smirnov dapat dilihat pada Tabel 2 yaitu sebagai berikut.

Tabel 2.
Hasil Uji Normalitas

Model	N	Asymp.sig (2-tailed)
Persamaan Regresi 1	40	0,764

Sumber: Data sekunder diolah, 2016

Hasil Uji Normalitas dapat dilihat pada Tabel 2 yang mana nilai Sig. (2-tailed) lebih besar dari 0,05 ($0,764 > 0,05$). Hal ini berarti bahwa data yang diuji berdistribusi normal atau menyebar normal.

Tabel 3.
Hasil Uji Multikoleniaritas

Model	Variabel	Tolerance	VIF	Ket
Regresi 1	KA	0,662	1,509	Bebas Multikoleniaritas
	DKI	0,341	2,929	Bebas Multikoleniaritas
	UP	0,641	1,559	Bebas Multikoleniaritas
	PRO	0,448	2,231	Bebas Multikoleniaritas

Sumber: Data sekunder diolah, 2016

Berdasarkan hasil analisis Tabel 3 nilai *tolerance* dan VIF untuk masing-masing variabel memiliki nilai *tolerance* lebih dari 0,1 dan nilai VIF yang kurang dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini tidak terjadi multikoleniaritas.

Pengujian ini dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Model regresi yang baik adalah yang tidak mengandung gejala heteroskedastisitas atau mempunyai varians yang homogen. Penelitian ini uji heteroskedastisitas dilakukan dengan uji Glejser. Jika signifikansi t dari hasil meregresi nilai *absolute residual* terhadap variabel bebas lebih dari 0,05 maka model regresi tidak mengandung heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada Tabel 4 yaitu sebagai berikut.

Tabel 4.
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Variabel	Sig. (2-tailed)	Keterangan
Regresi 1	KA	0,224	Bebas Heterokedastisitas
	DKI	0,132	Bebas Heterokedastisitas
	UP	0,707	Bebas Heterokedastisitas
	PRO	0,946	Bebas Heterokedastisitas

Sumber: Data sekunder diolah, 2016

Berdasarkan Tabel 4 nilai signifikansi untuk masing-masing variabel terhadap nilai absolute residual berada di atas 0,05 sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat masalah heteroskedastisitas pada data penelitian ini.

Autokorelasi merupakan korelasi atau hubungan yang terjadi diantara anggota-anggota dari serangkaian pengamatan yang tersusun dalam rangkaian deret waktu. Uji autokorelasi dalam penelitian dapat dilihat pada Tabel 5

Tabel 5.
Hasil Uji Autokorelasi

Model	N	Durbin-Watson
Persamaan Regresi 1	40	2,154

Sumber: Data sekunder diolah, 2016

Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai yang diperoleh dari nilai Durbin Watson (DW) hitung sebesar 2,154 dengan taraf signifikan 0,05 untuk $n=40$ dan $k=4$ mempunyai nilai $dL=1,284$ dan nilai $dU=1,720$. Hasil tersebut sesuai dengan ketentuan $dU < d < (4-dU)$ yang mana menunjukkan $1,720 < 2,154 < 2,280$. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi autokorelasi.

Tabel 6.
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	Hasil Uji
	B	Std. Error	Beta	t		
1 (Constant)	-82,506	26,932		-3,063	0,004	-
KA (X1)	-0,067	0,059	-0,170	-1,142	0,261	Ditolak
DKI (X2)	5,756	13,607	0,088	0,423	0,675	Ditolak
UP (X3)	3,927	0,972	0,610	4,040	0,000	Diterima
PRO (X4)	-0,056	0,109	-0,092	-0,512	0,612	Ditolak
Adjusted R Square : 0,430						
F Hitung : 8,349						
Sig. F Hitung : 0,000						

Sumber: Data sekunder diolah, 2016

Berdasarkan Tabel 6, dihasilkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e \dots\dots\dots (2)$$

$$= -82,506 - 0,067 X_1 + 5,756 X_2 + 3,927 X_3 - 0,056 X_4 + e$$

Uji koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar variabel bebas dapat menjelaskan pergerakan variabel terikat dalam persamaan regresi yang akan diteliti. Berdasarkan Tabel 6 hasil dari uji hipotesis yang dilakukan, diperoleh nilai *adjusted R square* sebesar 0,430 artinya 43% variansi pengungkapan CSR dapat dijelaskan oleh variabel kepemilikan asing, Dewan Komisaris Independen, ukuran perusahaan dan profitabilitas, sedangkan sisanya 57% pengungkapan CSR dapat dijelaskan oleh variabel lain di luar model.

Uji kelayakan model (uji F) bertujuan untuk menguji apakah semua variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat dan untuk mengetahui model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak diuji atau tidak. Berdasarkan Tabel 6 hasil perhitungan regresi linier berganda menunjukkan bahwa sig.F = 0,000 lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian ini layak untuk digunakan sebagai

alat analisis untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Uji statistik t dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen. Berdasarkan Tabel 6 Hasil yang diperoleh dari nilai signifikansi uji-t untuk variabel kepemilikan asing sebesar 0,261 lebih besar dari signifikansi 0,05 dan nilai koefisien regresi sebesar -0,067. Hasil pengujian tersebut menyatakan bahwa kepemilikan asing tidak berpengaruh signifikan pada pengungkapan CSR (H_1 ditolak). Hipotesis kedua menyatakan bahwa Dewan Komisaris Independen berpengaruh positif pada pengungkapan CSR. Hasil yang diperoleh dari nilai signifikansi uji-t untuk variabel Dewan Komisaris Independen sebesar 0,675 lebih besar dari signifikansi 0,05 dan nilai koefisien regresi sebesar 5,756. Hasil pengujian tersebut menyatakan bahwa Dewan Komisaris Independen tidak berpengaruh signifikan pada pengungkapan CSR (H_2 ditolak). Hasil yang diperoleh dari nilai signifikansi uji-t untuk variabel ukuran perusahaan sebesar 0,000 lebih kecil dari signifikansi 0,05 dan nilai koefisien regresi sebesar 3,927. Hasil pengujian tersebut menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan pada pengungkapan CSR (H_3 diterima). Hasil yang diperoleh dari nilai signifikansi uji-t untuk variabel profitabilitas sebesar 0,612 lebih besar dari signifikansi 0,05 dan nilai koefisien regresi sebesar -0,056. Hasil pengujian tersebut menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan pada pengungkapan CSR (H_4 ditolak).

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa kepemilikan asing tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan pada pengungkapan CSR atau dengan kata lain bahwa H_1 ditolak. Hal ini menjadi sebuah bukti empiris bahwa ada atau tidaknya penanaman modal oleh pihak asing dalam perusahaan, tidak berpengaruh pada intensitas pengungkapan CSR. Hipotesis ditolak artinya hasil penelitian tidak berhasil membuktikan berlakunya teori legitimasi sebagai teori yang mendukung penelitian ini. Sebab, kepemilikan asing tidak berhasil untuk memotivasi manajemen melakukan intensitas pengungkapan CSR, sehingga ada atau tidaknya kepemilikan asing menjadi tidak berpengaruh pada keputusan manajemen dalam melaksanakan CSR. Akibatnya, faktor kepemilikan asing belum dapat dikatakan sebagai faktor yang dapat mempengaruhi pengungkapan CSR.

Kepemilikan asing pada perusahaan di Indonesia secara umum belum mempedulikan masalah lingkungan dan sosial sebagai isu penting yang harus secara luas diungkapkan dalam laporan tahunan (Putri, 2013). Oleh karenanya, kepemilikan asing tidak memengaruhi intensitas pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Hasil penelitian ini tidak didukung dengan penelitian oleh Tamba (2011), Sissandhy (2014), serta Isa dan Sabo (2015) yang menyatakan bahwa kepemilikan asing menunjukkan pengaruh yang signifikan pada pengungkapan pengungkapan CSR. Dapat dinyatakan bahwa kepemilikan asing tidak dapat memengaruhi intensitas pengungkapan CSR pada perusahaan *consumer goods* atau dengan kata lain hasil penelitian ini tidak dapat menjadi dasar bagi keputusan manajemen dalam

mempertimbangkan kepemilikan asing untuk melaksanakan CSR sebagai bentuk legitimasi.

Berdasarkan hasil uji hipotesis menyatakan bahwa Dewan Komisaris Independen tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan pada pengungkapan CSR atau dengan kata lain bahwa H₂ ditolak. Hal ini menjadi sebuah bukti empiris bahwa besarnya proporsi Dewan Komisaris Independen tidak memberi memotivasi manajemen untuk melakukan CSR. Hipotesis ditolak yang mengindikasikan bahwa hasil penelitian tidak berhasil membuktikan berlakunya teori legitimasi sebagai teori yang mendukung penelitian ini. Hal ini dikarenakan, ada pertimbangan lain dari Dewan Komisaris Independen dalam menentukan keberlanjutan perusahaan untuk menetapkan kebijakan yang berkaitan dengan perusahaan secara lebih obyektif (Sulistiyawati, dkk., 2016). Keterbatasan wewenang dewan komisaris independen ini yang membuat sebarangpun banyaknya komisaris independen dalam suatu perusahaan tidak dapat ikut campur dalam pengambilan keputusan program CSR (Purbopangestu, 2014).

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa ukuran perusahaan menunjukkan pengaruh yang signifikan positif pada pengungkapan CSR atau dengan kata lain bahwa H₃ diterima. Hal ini menjadi sebuah bukti empiris bahwa besarnya ukuran perusahaan tentu mendorong perusahaan untuk melakukan intensitas pengungkapan CSR. Semakin besar ukuran perusahaan maka semakin banyak pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan. Hasil penelitian ini mendukung teori legitimasi sebagai teori yang mendukung penelitian ini, yang menyatakan perusahaan yang besar akan

mengungkapkan tanggung jawab sosial untuk mendapatkan legitimasi dari *stakeholder*.

Semakin besar perusahaan maka tuntutan *stakeholder* atas manfaat keberadaan perusahaan tersebut cenderung lebih besar. Salah satu cara untuk memperlihatkan *performance* yang lebih tinggi adalah dengan lebih memperhatikan kondisi lingkungan sosial (Yuliawati dan Sukirman, 2015). Hasil penelitian ini konsisten dengan beberapa penelitian terdahulu di antaranya yang dilakukan oleh Kamil dan Herusetya (2012), Dermawan dan Tita (2014) serta Herawati (2015).

Menurut Kamil dan Herusetya (2012), perusahaan dengan ukuran yang besar dituntut untuk memiliki *performance* yang lebih tinggi. Salah satu cara untuk memperlihatkan *performance* yang lebih tinggi adalah dengan lebih memperhatikan kondisi lingkungan sosial yang dinyatakan dengan pengungkapan CSR yang lebih luas. Selain itu, perusahaan yang lebih besar akan melakukan lebih banyak aktivitas yang memberikan dampak positif terhadap masyarakat yang berkaitan dengan program sosial perusahaan sehingga pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan akan dijadikan sebagai alat yang efektif untuk menyebarkan informasi ini. Hasil penelitian ini memberikan dasar bagi keputusan manajemen perusahaan untuk melaksanakan CSR sebagai salah satu bentuk legitimasi perusahaan. Hal ini akan membuat perusahaan dengan ukuran perusahaan yang besar akan secara terus-menerus termotivasi melaksanakan CSR, sehingga manajemen akan selalu mengawasi dan mengevaluasi kembali pelaksanaan serta pengungkapan CSR yang telah dilaksanakan untuk pembangunan berkelanjutan.

Profitabilitas pada pengungkapan CSR tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan pada pengungkapan CSR dengan kata lain bahwa H_4 ditolak. Hal ini menjadi sebuah bukti empiris bahwa profitabilitas tidak mendorong perusahaan untuk melakukan intensitas pengungkapan CSR. Hipotesis ditolak diartikan bahwa hasil penelitian tidak berhasil membuktikan berlakunya teori legitimasi sebagai teori yang mendukung penelitian ini. Dalam teori legitimasi, perusahaan diwajibkan untuk menganalisis setiap perilaku organisasi. Teori ini didasarkan pada legitimasi antara perusahaan dan masyarakat di mana perusahaan beroperasi dan menggunakan setiap sumber daya ekonomi dengan hasil yang diharapkan oleh masyarakat. Hasil penelitian ini tidak mendukung teori bahwa perusahaan dengan keuntungan yang tinggi, maka manajemen akan mengungkapkan CSR yang tinggi pula.

Hal ini didukung bahwa ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan (manajemen) menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan, sebaliknya pada saat tingkat profitabilitas rendah, mereka berharap parapengguna laporan akan membaca “*good news*” kinerja sosial dan lingkungan yang dilakukan (Nur dan Denies, 2012).

SIMPULAN DAN SARAN

Hasil analisis dan pembahasan penelitian ini menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan positif pada pengungkapan CSR. Semakin besar ukuran perusahaan maka semakin banyak pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan untuk mendapatkan legitimasi dari *stakeholder*. Sebab, perusahaan

dengan ukuran yang besar dituntut untuk memiliki *performance* yang lebih tinggi. Salah satu cara untuk memperlihatkan *performance* yang lebih tinggi adalah dengan lebih memperhatikan kondisi lingkungan sosial yang dinyatakan dengan pengungkapan CSR yang lebih luas.

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan maka saran yang dapat disampaikan bagi penelitian-penelitian selanjutnya untuk mempertimbangkan jumlah sampel yang lebih besar atau sampel dengan perusahaan selain perusahaan *consumer goods*. Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat mengembangkan faktor-faktor lain yang berkaitan dengan pengungkapan CSR seperti kepemilikan institusional, ROE, dan Dewan Direksi. Bagi manajemen perusahaan diharapkan hendaknya lebih mengungkapkan kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan tanggung jawab sosial perusahaan secara lebih lengkap dan detail dalam laporan tahunannya, sebagai bentuk jaminan pada pihak eksternal khususnya *stakeholder* dan pemangku kepentingan informasi lainnya. Bagi *stakeholder* khususnya investor hendaknya menilai perusahaan tidak hanya pada aspek ekonomi perusahaan saja, tetapi bagaimana perusahaan tersebut peduli pada sosial dan lingkungan dengan demikian investor akan turut andil dalam menjaga keberlanjutan sosial, ekonomi dan lingkungan.

REFRENSI

Aghashahi, Betsabeh, Siti Zaleha Abd Rasid, Majid Sarli dan Abdollah Ah Mand. 2013. Corporate Social Responsibility Reporting of Food Industry Major Players. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 5(2):751-761.

- Amran, Azlan dan Selvaraj Susela Devi. 2008. The Impact Of Government And Foreign Affiliate Influence on Corporate Social Reporting (The Case Of Malaysia). *Managerial Auditing Journal*. 23(4):386-404.
- Ansori, Ema Rosyidah Ansori. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perataan Laba Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*. 3(11):1-25.
- Anwar, Yunita dan Martin Surya Mulyadi. 2012. Influence of corporate governance and profitability to corporate CSR disclosure. *International Journal of Arts and Commerce*. 1(7):29-35.
- Arifin, Bustanul., Yeni Januarsidan Faoziah Ulfa. 2012. Perbedaan Kecenderungan Pengungkapan Corporate Social Responsibility: Pengujian terhadap Manipulasi Akrual dan Manipulasi Real. *Simposium Nasional Akuntansi XV*. 20-23 September: 1-29.
- Barkemeyer, Ralf. 2007. Legitimacy as a Key Driver and Determinant of CSR in Developing Countries". *Paper for the 2007 Marie Curie Summer School on Earth System Governance*, 28 May – 06 June 2007, Amsterdam.
- Burhan, Annisa Hayatun N. dan Wiwin Rahmanti. 2012. The Impact of Sustainability Reporting on Company Performance. *Journal of Economics, Business and Accountancy Ventura*. 15(2): 257-272.
- Cahyaningsih dan Venti Yustianti Martina. 2011. Pengaruh Mekanisme Corporate Governance dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial. *Jurnal Siasat Bisnis*, 15(2):171-186.
- Coller, Paul and Alan Gregory. 1999. Audit Committee Activity and Agency Costs. *Journal of Accounting and Public Policy*, 18 (4-5):311-332.
- Dermawan, Decky. dan Tita Deitiana. 2014. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Corporate Social Responsibility. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, 16(2):158-165.
- Dwipayadnya, Putu Agus, Ni Luh Putu Wiagustini dan Ida Bagus Anom Purbawangsa. 2015. Kepemilikan Manajerial dan Leverage sebagai Prediktor Profitabilitas dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Buletin Studi Ekonomi*, 20 (2):150-157.
- Ekowati, Lilis, Prasetyono dan Anis Wulandari. 2014. Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Growth, dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur

yang terdaftar di BEI Tahun 2010-2012). Makalah disampaikan di Simposium Nasional Akuntansi XVII, Lombok.

- Haniffa, R. M., dan Terry E. Cooke. 2005. The Impact of Culture and Governance on Corporate Social Reporting. *Journal of Accounting and Public Policy* 24, 391-430. <https://www.scribd.com/document/19169996/The-impact-of-culture-and-governance-on-corporate-social-reporting>
- Hartmann, Monika. 2011. Corporate Social Responsibility in The Food Sector. *European Review of Agricultural Economics*, 38(3):297–324.
- Herawati, Heti. 2015. Corporate Governance, Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Riset Akuntansi dan Perpajakan*, 2 (2):203-217.
- Isa, Muhammad Aminu dan Sabo Muhammad. 2015. The Impact of Board Characteristics on Corporate Social Responsibility Disclosure: Evidence from Nigerian Food Product Firm. *International Journal of Management Science and Business Administration*, 1(12):34-45.
- Jewell, Jeffrey J And Jeffrey A. Mankin. 2011. What Is Your Roa? An Investigation Of The Many Formulas For Calculating Return On Assets. *Academy of Educational Leadership Journal*. 15(2):79-91
- Kamil, Ahmad dan Antonius Herusetya. 2012. Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Luas Pengungkapan Kegiatan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Media Riset Akuntansi*. 2(1):1-17.
- Kusuma, Dian, Amries Rusli Tanjung dan Edfan Darlis. 2014 Pengaruh Corporate Governance dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) di dalam Sustainability Report. *Jurnal Online Mahasiswa Bidang Ilmu Ekonomi*. 1(2):1-13.
- Lucyanda, Jurica dan Lady Gracia Prilia Siagian. 2012. The Influence of Company Characteristics Toward Corporate Social Responsibility Disclosure. *The 2012 International Conference on Business and Manageme, Thailand, 6-7 September 2012*.
- Maulidra, Hazra. 2015. Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham dan Leverage Terhadap Corporate Social Responsibility (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Listing di BEI 2010-2012". Artikel Ilmiah Jurusan Akuntansi pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

- Mukhtaruddin, Relasari, dan Messa Felmina. 2014. Good Corporate Governance Mechanism, Corporate Social Responsibility Disclosure on Firm Value: Empirical Study on Listed Company in Indonesia Stock Exchange. *International Journal of Finance & Accounting Studies*, 2(1):135-166.
- Nur, Marzully dan Denies Priantinah. 2012. Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility di Indonesia (Studi Empiris pada Perusahaan Berkategori High Profile yang Listing di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Nominal*, 1 (1):22-34.
- Prihatiningtias, Yeney Widya dan Nadia Dayanti. 2014. Corporate Social Responsibility Disclosure and Firm Financial Performane in Mining and Natural Resources Industry. *The International Journal of Accounting and Business Society*, 22(1):35-58.
- Prior, Diego, Jordi Surroca dan Josep A. Tribo. 2008. Are Socially Responsible Managers Really Ethical? Exploring the Relationship Between Earnings Management and Corporate Social Responsibility, Corporate Governance. *An International Review*, 16(3):443-459.
- Purbopangestu, Hary Wisnu. 2014. Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Intervening. *Accounting Analysis Journal*, 3(3):321-222.
- Putra, Anggara Satria. 2015. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Perusahaan Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2013). *Jurnal Nominal*, 4(2):91-110.
- Reverte, Carmelo. 2009. Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure Ratings by Spanish Listed Firms. *Journal of Business Ethics*, 88:351-366.
- Rohmah, Dita. 2015. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility di Dalam Laporan Sustainability (Studi Empiris pada Perusahaan yang Listing di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2013). *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 5(2):243-262.
- Sendy, Harlin Mutiara. 2015. Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Tingkat Laba Perusahaan (Studi Empiris Pada Beberapa Perusahaan yang Terdaftar di BEI). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*. 15 (5):109-118.

- Siti Fatimah Z., Makhdalena, dan Fenny Trisnawati. 2016. Pengaruh Komisaris Independen dan Komite Audit terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Perusahaan Pertambangan di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2014. *Jurnal Online Mahasiswa*, 3 (2):1-10.
- Subiantoro, Okky Hendro dan Titik Mildawati. 2015. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 4 (9):1-21.
- Sudana, I Made dan Ayu Arlindania W. 2011. Corporate Governance dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Go-Public di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, 4 (1):37-49.
- Sulistiyawati, Ardiani Ika, Rr. Lulus Prapti Nugroho Setiasih Surjanti dan Dian Triyani. 2016. Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Laporan Keuangan dan Determinasinya. Seminar Nasional IENACO, ISSN: 2337-4349:467-475.
- Uadiale, Olayinka Marte dan Temitope Olamide Fagbemi. 2012. Corporate Social Responsibility and Financial Performance in Developing Economies (The Nigerian Experience). *Journal of Economics and Sustainable Development*, 3(4):44-54.
- Vintila, Georgeta dan Florinita. 2013. A Study of the Relationship between Corporate Social Responsibility - Financial Performance -Firm Size. *Metalurgia International*, 18 (7):62-67.
- Yuliawati, Rika dan Sukirman. 2015. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Accounting Analysis Journal*. 4 (4):1-9.