

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGUNGKAPAN CSR DENGAN *PROFILE* PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI

Ni Luh Asri Suryaputri Sudjana¹
I Putu Sudana²

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia
e-mail: asrisudjana@gmail.com/ Tlp : +6281916280396

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

ABSTRAK

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh suatu perusahaan. Aktivitas ini dapat memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan ikut aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan sehingga tidak mengorbankan kemampuan dan kebutuhan generasi muda dimasa datang. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR dengan *profile* perusahaan sebagai variabel pemoderasi. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2015. Sampel penelitian dipilih dengan metode *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Moderated Regression Analysis*. Hasil uji statistik t menunjukkan bahwa *profile* perusahaan mampu memperkuat pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, proporsi dewan komisaris independen pada pengungkapan CSR sedangkan *profile* perusahaan memperlemah pengaruh *leverage* pada pengungkapan CSRTingkat intensitas pengungkapan CSR ditentukan oleh ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, proporsi dewan komisaris independen, dan *profile* perusahaan.

Kata kunci: CSR, Size, ROA, Leverage, Proporsi Dewan Komisaris Independen

ABSTRACT

Corporate Social Responsibility is process of communication related to social and environmental impacts of economic activities undertaken by this activities are also should make a positive contribution to society and actively participate in protecting the environment thus not compromising the capabilities and needs for young generation. This study aims to examine the factors that affect the CSR the company profile as moderating variables. This research was conducted in manufacturing companies listed on Indonesia Stock Exchange 2013 until 2015. Samples selected by purposive sampling method. Data analysis technique is Moderated Regression Analysis. Results of statistical test t indicates that the profile company is able to strengthen the influence of company size, profitability, the proportion of independent board on CSR disclosure while the company profile weakens the effect of leverage on CSR disclosure intensity level of CSR is determined by company size, profitability, leverage, proportion of independent board, and the company.

Key word: CSR, Size, ROA, Leverage, Proportion Dewan Komisaris Independent

PENDAHULUAN

Corporate social responsibility (CSR) mulai berkembang sejak abad ke-19. Di Indonesia pada era reformasi, masyarakat semakin kritis dan mampu melakukan

kontrol sosial terhadap dunia usaha. Perubahan pada tingkat kesadaran masyarakat memunculkan kesadaran baru tentang pentingnya melaksanakan CSR (Daniri, 2007). Banyak perusahaan semakin menyadari pentingnya menerapkan program CSR sebagai bagian dari strategi bisnis. Survey global yang dilakukan oleh *the economist intelligence unit* menunjukkan 85% eksekutif senior dan investor dari berbagai organisasi menjadikan CSR sebagai pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan investasi (Warta Ekonomi, 2006).

Berdasarkan aspek legalitas, Undang-Undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas mewajibkan perseroan yang bidang usahanya terkait dengan sumber daya alam untuk melaksanakan CSR. Ini berarti CSR bukan sekedar pemberian cek atau sumbangan kepada masyarakat, melainkan untuk mengembangkan perekonomian masyarakat (*community development*). Praktik pengungkapan CSR telah banyak diterapkan oleh perusahaan publik di Indonesia. Perusahaan berhak memilih bentuk pengungkapan CSR sesuai dengan kebutuhan dan kompleksitas perusahaan (Yuliana, 2008).

Legitimasi masyarakat merupakan faktor strategis bagi perusahaan untuk dapat mengonstruksi strategi perusahaan, terutama terkait dengan upaya mengembangkan perusahaan di tengah lingkungan masyarakat yang semakin maju (Hadi, 2011). Keterkaitan antara individu, organisasi, dan masyarakat dapat dipandang sebagai *social contract*. Organisasi memainkan peranan penting dalam masyarakat dan mempunyai tanggung jawab untuk diakui keberadaannya di dalam masyarakat. Deegan (2002) menyatakan bahwa kerangka teoritis yang menjadi kajian selama beberapa tahun untuk menjelaskan mengapa organisasi

melaksanakan pelaporan terkait dengan lingkungan adalah teori legitimasi. Menurut teori legitimasi, pengungkapan CSR perusahaan dilakukan untuk mendapatkan nilai positif dan legitimasi dari masyarakat.

Barkemeyer (2007) mengungkapkan bahwa kekuatan teori legitimasi pada organisasi dalam konteks CSR perusahaan di negara berkembang terdapat dua hal, yaitu kapabilitas untuk menempatkan motif maksimalisasi keuntungan perusahaan sehingga memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai motivasi perusahaan untuk memperluas CSR dan legitimasi organisasi juga dapat untuk memasukkan faktor budaya yang membentuk tekanan institusi yang berbeda dalam konteks yang berbeda. Organisasi yang mengungkapkan kinerja lingkungan mereka dalam berbagai komponen bertujuan untuk mendapatkan reaksi positif dari lingkungan dan masyarakat (Hui dan Bowrey, 2008). CSR dapat menjadi alat untuk membentuk, mempertahankan, dan memperbaiki legitimasi perusahaan dimana mereka mengeluarkan opini dan kebijakan publik (Patten, 1991) serta dapat mereduksi *political, social and economic exposure and pressure* (Deegan dan Rankin, 1997).

Anggraini (2006) menyatakan bahwa tuntutan terhadap perusahaan untuk memberikan informasi yang transparan, organisasi yang akuntabel, dan tata kelola perusahaan yang baik memaksa perusahaan untuk memberikan informasi mengenai aktivitas sosialnya. Menurut Robbins dan Coulter (2005), CSR mempunyai pertimbangan utama untuk lebih fokus pada tujuan, penekanan pada kewajiban dan keputusan jangka panjang. Oleh karena itu, pengungkapan informasi CSR merupakan salah satu cara perusahaan untuk membangun,

mempertahankan, dan melegitimasi kontribusi perusahaan (Haniffa dan Cooke, 2005).

Faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR adalah ukuran perusahaan (Sembiring, 2003; Rahajeng, 2010; Putra, 2011), profitabilitas (Nurkhin, 2009; Rahajeng, 2010; Dewi, 2013), *leverage* (Purnasiwi, 2011; Dewi, 2013), dan proporsi dewan komisaris independen (Edgina, 2008; Nurkhin, 2009). Berdasarkan latar belakang, adapun rumusan masalah yang dapat diangkat adalah bagaimana pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan proporsi dewan komisaris independen pada pengungkapan CSR dengan *profile* perusahaan sebagai variabel pemoderasi. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan bukti empiris mengenai pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan proporsi dewan komisaris independen pada pengungkapan CSR dengan *profile* perusahaan sebagai variabel pemoderasi.

Ukuran perusahaan merupakan suatu skala yang berfungsi untuk mengklasifikasikan besar kecilnya entitas bisnis. Skala ukuran perusahaan dapat mempengaruhi luas pengungkapan informasi dalam laporan keuangan mereka (Putra, 2011). Menurut Cowen *et. al.*, (1987) perusahaan yang lebih besar dengan aktivitas dan pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat akan memiliki pemegang saham yang mungkin memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan dan laporan tahunan akan digunakan untuk menyebarkan informasi tentang CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti masyarakat, pengungkapan yang lebih besar

merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud CSR perusahaan (Sembiring 2003).

Robert (1992) mendefinisikan industri *high profile* sebagai industri yang memiliki visibilitas konsumen dan risiko politis tinggi sedangkan industri *low profile* adalah industri yang memiliki tingkat visibilitas konsumen dan risiko politis rendah. Jadi, hipotesis pertama untuk penelitian ini yaitu:

H₁: *Profile* perusahaan mampu memperkuat pengaruh ukuran perusahaan pada intensitas pengungkapan CSR.

Profitabilitas merupakan faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk mengungkapkan CSR kepada pemegang saham (Dewi, 2013). Shinghvi dan Desai (1971), menyatakan bahwa rentabilitas ekonomi dan *profit margin* yang tinggi akan mendorong manajer untuk memberikan informasi yang lebih terperinci. Hal tersebut disebabkan manajer ingin meyakinkan investor akan profitabilitas perusahaan dan selanjutnya akan mendorong kompensasi manajemen. Hasil penelitian tersebut sesuai dengan *signalling hypothesis* yang menyatakan bahwa perusahaan yang unggul dan mempunyai laba yang baik akan mengungkapkan informasi lebih rinci termasuk mempertanggungjawabkan seluruh program sosialnya (Rahajeng, 2010).

Perusahaan *high profile*, pada umumnya merupakan perusahaan yang memperoleh sorotan dari masyarakat karena aktivitas operasinya memiliki potensi untuk bersinggungan dengan kepentingan luas sehingga perusahaan *high profile* lebih banyak mengungkapkan CSR dibandingkan perusahaan *low profile* (Branco, 2008).

H₂: *Profile* perusahaan mampu memperkuat pengaruh profitabilitas pada intensitas pengungkapan CSR.

Perusahaan dengan rasio *leverage* yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi, karena biaya keagenan perusahaan dengan struktur modal seperti itu lebih tinggi (Jensen dan Meckling, 1976). Tambahan informasi diperlukan untuk menghilangkan keraguan pemegang obligasi terhadap hak mereka sebagai kreditur. Oleh karena itu, perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan CSR yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *debtholders*. Rasio *leverage* digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang (Purnasiwi, 2011).

Perusahaan *high profile*, pada umumnya merupakan perusahaan yang memperoleh sorotan dari masyarakat karena aktivitas operasinya memiliki potensi untuk bersinggungan dengan kepentingan luas sehingga perusahaan *high profile* lebih banyak mengungkapkan CSR dibandingkan perusahaan *low profile*. Jadi, hipotesis ketiga untuk penelitian ini adalah:

H₃: *Profile* perusahaan memperlemah pengaruh *leverage* pada intensitas pengungkapan CSR.

Proporsi dewan komisaris independen, dewan komisaris independen secara umum mempunyai pengawasan yang lebih baik terhadap manajemen, sehingga mempengaruhi kemungkinan kecurangan dalam menyajikan laporan keuangan yang dilakukan oleh manajer atau dengan kata lain, semakin kompeten dewan komisaris maka semakin mengurangi kemungkinan kecurangan dalam pelaporan keuangan (Edgina, 2008).

Sembiring (2005) menyatakan bahwa semakin banyak jumlah anggota dewan komisaris independen dalam perusahaan, maka pengungkapan CSR yang dibuat perusahaan akan semakin luas. Menurut Collier (1999) dewan komisaris berfungsi untuk mengawasi dan mengendalikan CEO. Anggota dewan komisaris independen yang lebih besar akan memudahkan pengendalian terhadap agen sehingga dapat mengurangi tindakan menyimpang dari agen (Beasley, 2001). Tekanan yang lebih besar terhadap manajemen akan mendorong manajemen untuk melakukan pengungkapan CSR yang lebih besar.

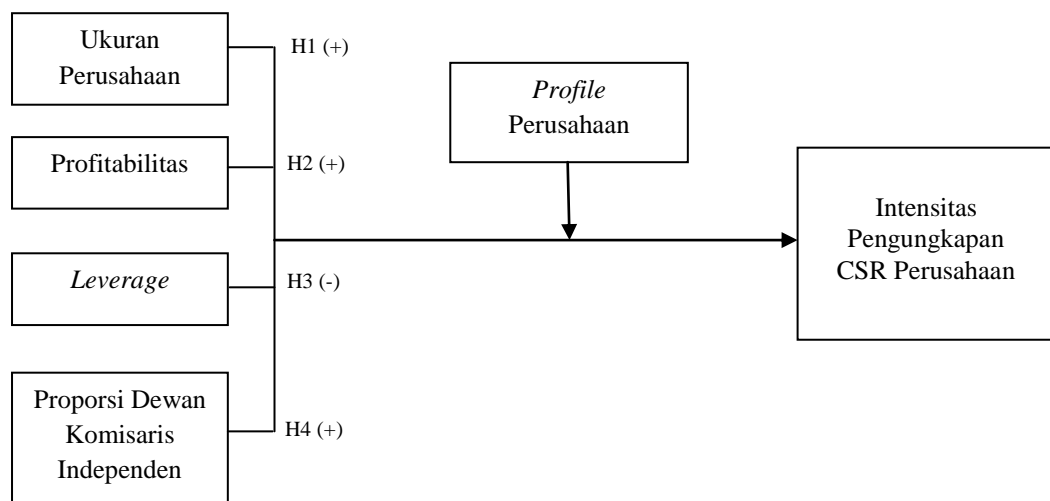
Perusahaan *high profile*, pada umumnya merupakan perusahaan yang memperoleh sorotan dari masyarakat karena aktivitas operasinya memiliki potensi untuk bersinggungan dengan kepentingan luas sehingga perusahaan *high profile* lebih banyak mengungkapkan CSR dibandingkan perusahaan *low profile*. Jadi, hipotesis keempat untuk penelitian ini adalah:

H₄: *Profile* perusahaan mampu memperkuat pengaruh proporsi dewan komisaris independen pada intensitas pengungkapan CSR.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk penelitian *eksplanatory*, yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel satu dengan variabel yang lainnya melalui analisis data. Penelitian ini dilakukan dengan cara mengambil data pada *annual report* perusahaan manufaktur mengenai pengungkapan CSR periode 2013-2015 yang diperoleh dari web www.idx.co.id. Objek penelitiannya yakni *annual report* dari seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar secara terus menerus di BEI periode 2013-2015 dan yang diukur adalah faktor-faktor yang berpengaruh pada pengungkapan CSR.

Jenis data yakni data kuantitatif. Sumber data yakni data sekunder. Variabel independen dari penelitian ini meliputi ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan proporsi dewan komisaris independen. Variabel dependen dari penelitian ini adalah pengungkapan CSR sedangkan variabel pemoderasi dalam penelitian ini adalah *profile* perusahaan.



Gambar 1.
Kerangka Konseptual Penelitian

Sumber: Data Diolah, 2016

Penelitian ini menggunakan seluruh perusahaan manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2015, yaitu sejumlah 154 perusahaan sebagai populasi penelitian. Teknik *purposive sampling* (didasarkan pada kriteria tertentu) digunakan dalam proses untuk menentukan sampel sehingga diperoleh 85 sampel dalam tiga tahun pengamatan.

Adapun kriteria dalam pemilihan sampel, yakni kriteria pertama yaitu perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan menerbitkan laporan keuangan periode 2013-2015 dalam mata uang rupiah. Kriteria kedua yaitu perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan

menyediakan informasi mengenai pengungkapan CSR periode 2013-2015 berturut-turut.

Tabel 1.
Proses Penentuan Sampel

| No | Populasi | Jumlah |
|--|---|--------|
| 1. | Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2015 | 154 |
| 2. | Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan menerbitkan laporan keuangan periode 2013-2015 tidak dalam mata uang rupiah. | (20) |
| 3. | Perusahaan manufaktur yang tidak menyediakan informasi mengenai pengungkapan CSR periode 2013-2015 secara berturut-turut. | (49) |
| Perusahaan yang terpilih sebagai sampel | | 85 |
| Jumlah sampel amatan selama periode 2013-2015 | | 255 |

Sumber: Bursa Efek Indonesia, 2017

Data dikumpulkan menggunakan metode observasi *nonparticipant*, dengan teknik analisis data yang dipilih yaitu *moderated regression analysis*. Penelitian ini memakai model persamaan regresi, yaitu:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_1 \cdot X_5 + \beta_6 X_2 \cdot X_5 + \beta_7 X_3 \cdot X_5 + \beta_8 X_4 \cdot X_5 + e \dots \dots \dots (1)$$

Keterangan:

- Y = Pengungkapan CSR
- α = Konstanta
- $\beta_1 - \beta_8$ = Koefisien regresi
- X_1 = Ukuran Perusahaan
- X_2 = Profitabilitas
- X_3 = *Leverage*
- X_4 = Proporsi Dewan Komisaris Independen
- X_5 = *Profile* Perusahaan (Variabel Pemoderasi)
- e = Standar Error

Pengukuran CSR dilakukan untuk mengetahui intensitas pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan. Pendekatan untuk menghitung CSRI pada dasarnya menggunakan pendekatan dikotomi yaitu setiap *item* CSR dalam instrument CSR diberi nilai satu jika diungkapkan, dan nilai 0 jika tidak diungkapkan (Haniffa dan Cooke, 2005), perhitungannya menggunakan rumus.

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j} \dots\dots\dots(2)$$

Keterangan :

- CSRI_j = *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* Perusahaan j
- n_j = Jumlah item untuk perusahaan j, n_j ≤ 78
- X_{ij} = Jumlah item yang diungkapkan, jika diungkapkan diberi nilai 1. Jika tidak diungkapkan diberi nilai 0.

Menurut Hackston dan Milne (1996), ukuran perusahaan dapat diukur dengan jumlah karyawan, total aktiva, volume penjualan, atau peringkat indeks. Skala pengukuran untuk ukuran perusahaan dengan logaritma natural. Ukuran perusahaan diukur dengan total aktiva yang dimiliki perusahaan, kemudian akan ditransformasikan dalam logaritma natural untuk menyamakan nilai dengan variabel lain dikarenakan total aktiva perusahaan nilainya relatif besar.

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba dalam rangka untuk meningkatkan nilai *shareholder* (pemegang saham). ROA menunjukkan kemampuan manajemen perusahaan dalam menghasilkan *income* dari pengelolaan aset yang dimiliki untuk menghasilkan laba. Rasio ini menunjukkan seberapa besar efektivitas perusahaan dalam menggunakan asetnya. Semakin tinggi rasio ini, maka semakin efektif penggunaan aktiva tersebut. Adapun pengukuran dalam penelitian ini menggunakan rumus.

$$ROA = \text{Laba Bersih/Total Aktiva (Purwanto, 2011)} \dots\dots\dots(3)$$

Leverage dapat diartikan sebagai tingkat ketergantungan perusahaan terhadap utang dalam membiayai kegiatan operasinya, *leverage* juga dapat mencerminkan tingkat risiko keuangan perusahaan. Adapun pengukuran dalam pengukuran menggunakan rumus.

Rasio utang = Total Utang/Total Aset (Dewi, 2013)(4)

Proporsi dewan komisaris independen secara umum mempunyai pengawasan yang lebih baik terhadap manajemen, sehingga mempengaruhi kemungkinan kecurangandalam menyajikan laporan keuangan yang dilakukan oleh manajer. Proporsi dewan komisaris independen yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu proporsi dewan komisaris independen pada perusahaan manufaktur.

Perusahaan-perusahaan *high profile*, pada umumnya merupakan perusahaan yang memperoleh sorotan dari masyarakat karena aktivitas operasinya memiliki potensi untuk bersinggungan dengan kepentingan luas. Sedangkan perusahaan *low profile* adalah perusahaan yang tidak terlalu memperoleh sorotan luas dari masyarakat manakala operasi yang mereka lakukan mengalami kegagalan atau kesalahan pada aspek tertentu dalam proses atau hasil produksinya. Sembiring (2003) memasukan perminyakan dan pertambangan, kimia, hutan, kertas, otomotif, penerbangan, argobisnis, tembakau dan rokok, makanan dan minuman, media dan komunikasi, energi (listrik), *engineering*, kesehatan serta transportasi dan pariwisata sebagai industri *high-profile*, sedangkan yang termasuk dalam industri *low-profile* antara lain bangunan, keuangan dan perbankan, pemasok peralatan medis, properti, retailer, tekstil dan produk tekstil, produk personal dan produk rumah tangga. Adapun pengukuran dalam penelitian ini menggunakan dummy variabel. Perusahaan dengan kategori *high profile* akan diberi nilai 1 sedangkan perusahaan *low profile* akan diberi nilai 0.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut ini diuraikan mengenai hasil pengolahan data yang diperoleh. Sebelum menjabarkan urutan pembahasan secara sistematis, terlebih dahulu akan dijelaskan mengenai pengujian statistik deskriptif terhadap masing-masing variabel penelitian. Kemudian menganalisis hasil uji asumsi klasik, uji F, uji statistik t, dan koefisien determinasi (R^2).

Tabel 2.
Statistik Deskriptif

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|--------------------------|-----|---------|---------|---------|----------------|
| SIZE | 255 | 19,194 | 33,894 | 28,2484 | 1,982334 |
| ROA | 255 | -0,208 | 0,940 | 0,07852 | 0,109628 |
| LEVERAGE | 255 | 0,004 | 1,292 | 0,45079 | 0,256841 |
| PROPORSI DEWAN KOMISARIS | 255 | 1 | 4 | 1,65 | 0,873 |
| PROFILE | 255 | 0 | 1 | 0,82 | 0,382 |
| CSR | 255 | 0,012 | 0,384 | 0,09713 | 0,062988 |
| Valid N (listwise) | 255 | | | | |

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2017

Variabel ukuran perusahaan yang diukur dengan logaritma natural total aset menunjukkan rata-rata sebesar 28,2484. Nilai minimum menunjukkan sebesar 19,194 dan nilai maksimum menunjukkan sebesar 33,894. Aset yang semakin besar menunjukkan lebih banyak sumber aset yang dimiliki perusahaan, sehingga memungkinkan perusahaan melakukan lebih banyak pengungkapan CSR.

Variabel profitabilitas yang diukur dengan ROA menunjukkan rata-rata sebesar 0,7852. Hal ini berarti perusahaan sampel rata-rata menghasilkan laba bersih hingga 0,7852 atau 78,52% dari total aset yang dimiliki perusahaan. Nilai profitabilitas minimum diperoleh sebesar -0,208 atau terdapat kerugian hingga mencapai 20,8% dari seluruh nilai aset perusahaan, dan profitabilitas maksimum

adalah sebesar 0,940. Hal ini berarti perusahaan dapat menghasilkan laba bersih hingga 94% dari total aset yang dimiliki perusahaan.

Variabel *leverage* yang diukur dengan perbandingan antara total hutang dibandingkan dengan total ekuitas menunjukkan rata-rata sebesar 0,45079. Hal ini berarti perusahaan sampel rata-rata memiliki hutang sebesar 45,079% dari seluruh modal sendiri perusahaan. Nilai *leverage* minimum diperoleh sebesar 0,04 atau terdapat hutang sebesar 4% dari seluruh modal sendiri perusahaan dan *leverage* terbesar adalah sebesar 1,292 atau terdapat hutang yang lebih besar dari modal sendiri perusahaan.

Proporsi dewan komisaris independen dari perusahaan sampel diperoleh rata-rata sebesar 1,65. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata dewan komisaris independen perusahaan sampel berjumlah 2 orang. Keberadaan dewan komisaris independen dapat mengontrol manajemen perusahaan. Jumlah ukuran dewan komisaris terkecil adalah sebanyak 1 orang dan terbesar adalah 4 orang.

Indeks pengungkapan CSR yang diukur dengan 78 item pengungkapan diperoleh rata-rata sebesar 0,09713 atau 9,713%. Hal ini berarti bahwa dalam satu periode dalam *annual report*, perusahaan telah mengungkapkan sebanyak 9,713% atau sekitar 7 hingga 8 item dalam *annual report* mengenai pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan. Indeks pengungkapan terkecil adalah hanya sebesar 0,012 atau 1,2% dan indeks pengungkapan terbesar adalah sebesar 0,384 atau sebesar 38,4%.

Tabel 3.
Uji Normalitas

| | | Unstandardized Residual |
|-------------------------------|----------------|-------------------------|
| N | | 255 |
| Normal Parameter ^a | Mean | 0,0000000 |
| | Std. Deviation | 0,05795081 |
| Most Extreme Differences | Absolute | 0,082 |
| | Positive | 0,082 |
| | Negative | -0,051 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | | 1,305 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | 0,066 |

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2017

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen, variabel independen, variabel pemoderasi atau ketiganya mempunyai distribusi normal atau tidak. Dari hasil pengujian normalitas dengan uji *Kolmogorov-Smirnov* yang tersaji pada tabel 4.3, memperlihatkan nilai Asymp. Sign berada di atas 0,05 atau 5%, yaitu 0,066. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa nilai seluruh variabel memiliki distribusi normal.

Multikolinearitas adalah hubungan antara variabel prediktor atau independen terhadap variabel prediktor yang lain. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Hasil dari pengujian multikolinearitas menunjukkan tidak ada variabel bebas yang memiliki nilai *tolerance* kurang dari 0,10 (10%). Hasil perhitungan VIF juga menunjukkan bahwa tidak ada satu variabel bebas yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikorelasi antara variabel dalam model regresi.

Tabel 4.
Uji Multikolinieritas

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficient | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
|-------------------------------|-----------------------------|------------|--------------------------|-------|-------|-------------------------|-------|
| | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 (Constant) | -0,157 | 0,058 | | 2,701 | 0,007 | | |
| SIZE | 0,009 | 0,002 | 0,283 | 4,135 | 0,000 | 0,722 | 1,384 |
| ROA | 0,020 | 0,031 | 0,083 | 0,623 | 0,534 | 0,901 | 1,109 |
| LEVERAGE | -0,041 | 0,015 | -0,168 | 2,799 | 0,006 | 0,942 | 1,061 |
| PROPORSI | 0,004 | 0,005 | 0,059 | 0,871 | 0,384 | 0,731 | 1,367 |
| DEWAN KOMISARIS PROFILE | 0,012 | 0,010 | 0,072 | 1,215 | 0,225 | 0,978 | 1,022 |

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2017

Tabel 5.
Uji Heteroskedastisitas

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficient | t | Sig. |
|-------------------------------|-----------------------------|------------|--------------------------|-------|-------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 0,021 | 0,060 | | 0,345 | 0,730 |
| SIZE | 0,003 | 0,002 | 0,086 | 1,165 | 0,245 |
| ROA | -0,026 | 0,032 | -0,054 | 0,820 | 0,413 |
| LEVERAGE | -0,019 | 0,015 | -0,080 | 1,245 | 0,214 |
| PROPORSI | -0,002 | 0,005 | -0,034 | 0,469 | 0,640 |
| DEWAN KOMISARIS PROFILE | 0,015 | 0,010 | 0,096 | 1,508 | 0,133 |

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2017

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah dalam suatu model regresi terjadi ketidaksamaan variabel dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Situasi heterokedastisitas akan menyebabkan penafsiran koefisien regresi menjadi tidak efisien. Berdasarkan tabel 6 diketahui bahwa sebaran *variance* semua variabel bersifat homokedastisitas yang dibuktikan dengan nilai signifikansi uji Glejser sebesar 0,245; 0,413; 0,214; 0,640 dan 0,133. Semua nilai probabilitas adalah lebih besar dari 0,05 dengan demikian model regresi dinyatakan bebas dari masalah heterokedastisitas.

Tabel 6.
Uji Autokorelasi

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|--------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1 | 0,064 ^a | 0,364 | 0,349 | 0,050929 | 1,981 |

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2017

Tabel 7.
Tabel Durbin Watson

| Jumlah Sampel | Jumlah Variabel | Batas Bawah (dl) | Batas Atas (du) |
|---------------|-----------------|------------------|-----------------|
| 260 | 6 | 1,75768 | 1,83603 |

Autokorelasi adalah adanya korelasi antara nilai data pada suatu waktu dengan nilai data tersebut pada waktu nilai satu periode sebelumnya atau lebih. Uji autokorelasi dilakukan untuk mengetahui apakah model mengandung autokorelasi atau tidak, yaitu adanya hubungan diantara variabel dalam mempengaruhi variabel dependen. Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh nilai D-W sebesar 1,981. Sedangkan nilai du diperoleh sebesar 1,83. Dengan demikian, diperoleh bahwa nilai DW berada diantara nilai du dan $(4 - du)$. Hal ini berarti model regresi tersebut sudah bebas dari masalah autokorelasi.

Tujuan analisis ini untuk mengetahui apakah variabel moderating akan memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Terdapat tiga model pengujian regresi dengan variabel moderating, yaitu uji interaksi (MRA), uji nilai selisih mutlak, dan uji residual. Penelitian ini menggunakan uji MRA sebagai alat untuk menganalisis.

Tabel 8.
Moderated Regression Analysis (MRA)

| Model | Unstandardized Coefficient (Beta) | t | Signifikansi |
|---|-----------------------------------|--------|--------------|
| Konstanta | 0,441 | 1,953 | 0,052 |
| Size | 0,015 | 1,724 | 0,086 |
| Profitabilitas | 0,145 | 2,265 | 0,024 |
| Leverage | 0,020 | 0,608 | 0,544 |
| Proporsi Dewan Komisaris Independen | 0,028 | 2,078 | 0,039 |
| Profile Perusahaan | 0,617 | 2,632 | 0,009 |
| Variabel Interaksi Size x Profile Perusahaan | 0,025 | 2,863 | 0,005 |
| Variabel Interaksi Profitabilitas x Profile Perusahaan | 0,167 | 2,949 | 0,034 |
| Variabel Interaksi Leverage x Profile Perusahaan | -0,074 | -1,980 | 0,049 |
| Variabel Interaksi Proporsi Dewan Komisaris Independen x Profile Perusahaan | 0,027 | 1,972 | 0,050 |
| <i>Adjusted R²</i> | | 0,161 | |
| F _{hitung} | | 6,399 | |
| Signifikansi F _{hitung} | | 0,000 | |

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2017

Berdasarkan hasil yang ditampilkan pada tabel 9 maka model regresinya, yaitu :

$$Y = 0,052 + 0,086 \text{LnTotatAset} + 0,024 \text{ROA} + 0,544 \text{Leverage} + 0,039 \text{DKI} + 0,005 X_1 + 0,034 X_2 + 0,049 X_3 + 0,050 X_4 + 0,005 X_5 + e$$

Berikut adalah interpretasi dari uji kelayakan model (Uji F), uji koefisien determinasi, dan Uji statistik (Uji t). Uji kelayakan model (Uji F) bertujuan untuk mengetahui apakah model dalam penelitian ini layak untuk digunakan atau tidak sebagai alat analisis. Berdasarkan hasil MRA diketahui bahwa nilai signifikansi F sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa model dalam penelitian ini layak untuk digunakan sebagai model regresi.

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Berdasarkan hasil MRA diketahui bahwa nilai *adjusted R²* adalah 0,153 atau 15,3 persen. Hal ini

berarti, bahwa 15,3 persen variasi pengungkapan CSR dapat dijelaskan oleh variasi ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, proporsi dewan komisaris independen, dan *profile* perusahaan sebagai variabel pemoderasi, sedangkan sisanya sebesar 84,7 persen disebabkan oleh faktor lain diluar model.

Hipotesis pertama penelitian ini menyatakan bahwa *profile* perusahaan mampu memperkuat pengaruh ukuran perusahaan pada intensitas pengungkapan CSR. Berdasarkan hasil analisis MRA, variabel ukuran perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan pada pengungkapan CSR sehingga pada penelitian ini menambahkan variabel *profile* perusahaan sebagai variabel pemoderasi untuk memediasi variabel ukuran perusahaan yang berpengaruh positif dan tidak signifikan pada pengungkapan CSR. Walaupun sebelum dimoderasi tingkat intensitas pengungkapan CSR tidak dipengaruhi oleh ukuran perusahaan namun, setelah dimoderasi variabel *profile* perusahaan mampu memperkuat pengaruh ukuran perusahaan pada pengungkapan CSR dari yang tidak signifikan menjadi signifikan.

Hasil ini menunjukkan bahwa perusahaan yang lebih besar dengan aktivitas dan pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat akan melakukan pengungkapan CSR yang lebih banyak karena secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan politis untuk menyampaikan laporan tentang CSR perusahaan. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Adams *et. al.* (1998), Cullen and Christopher (2002), Hamid (2004), Haniffa dan Cooke (2005), Hossain *et al.* (1995), Neu *et al.*(1998), dan Patten (1991).

Penelitian ini telah memberikan bukti empiris yang menunjukkan bahwa tingkat intensitas pengungkapan CSR dipengaruhi oleh ukuran perusahaan dan *profile* perusahaan sehingga dapat menambah studi literatur mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan menambahkan berbagai tipe industri sebagai sampel penelitian yang melakukan pengungkapan CSR sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai pengungkapan CSR.

Penelitian ini telah memberikan bukti empiris yang menunjukkan bahwa tingkat intensitas pengungkapan CSR dipengaruhi oleh ukuran perusahaan dan *profile* perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan besar yang tergolong *high profile* akan lebih banyak melakukan pengungkapan CSR daripada perusahaan *low profile* karena perusahaan besar yang tergolong *high profile* memiliki tingkat visibilitas yang tinggi. Oleh karena itu, perusahaan besar yang tergolong *high profile* agar lebih meningkatkan kesadarannya untuk melakukan pengungkapan CSR yang baik dan benar karena pengungkapan CSR yang baik dan benar dapat menjadi bahan pertimbangan investor ketika akan melakukan investasi.

Hipotesis kedua penelitian ini menyatakan bahwa *profile* perusahaan mampu memperkuat pengaruh profitabilitas pada intensitas pengungkapan CSR. Berdasarkan hasil analisis MRA, variabel profitabilitas berpengaruh signifikan pada pengungkapan CSR. Penelitian ini menambahkan variabel *profile* perusahaan sebagai variabel pemoderasi bertujuan untuk melihat tingkat intensitas pengungkapan CSR pada perusahaan kategori *high profile* ketika perusahaan

memperoleh profitabilitas. Sebelum ditambahkan variabel pemoderasi profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan pada pengungkapan CSR dan setelah ditambahkan variabel pemoderasi profitabilitas tetap memiliki pengaruh positif dan signifikan pada pengungkapan CSR. Hal ini menunjukkan *profile* perusahaan mampu memperkuat pengaruh profitabilitas pada intensitas pengungkapan CSR.

Perusahaan *high profile* yang memiliki *profit margin* yang tinggi akan mendorong manajer untuk memberikan informasi pengungkapan CSR yang lebih terperinci. Hal tersebut dikarenakan manajer ingin meyakinkan investor akan profitabilitas perusahaan. Selain itu, *signalling hypothesis* juga menyatakan bahwa perusahaan yang unggul dan mempunyai laba yang baik akan mengungkapkan informasi lebih rinci termasuk mempertanggungjawabkan seluruh program sosialnya. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Belkaoui dan Karpik (1989), Cowen et. al. (1987), Roberts (1992), dan Ullmann (1985).

Penelitian ini telah memberikan bukti empiris yang menunjukkan bahwa tingkat intensitas pengungkapan CSR dipengaruhi oleh profitabilitas dan *profile* perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa ketika perusahaan yang tergolong *high profile* memperoleh profitabilitas maka, manajemen perusahaan akan lebih banyak melakukan pengungkapan CSR guna meyakinkan investor akan perkembangan perusahaan kedepannya. Oleh karena itu, perusahaan yang tergolong *high profile* agar lebih meningkatkan kesadarannya untuk melakukan pengungkapan CSR yang baik dan benar karena pengungkapan CSR yang baik

dan benar dapat menjadi bahan pertimbangan investor ketika akan melakukan investasi.

Penelitian ini telah memberikan bukti empiris yang menunjukkan bahwa tingkat intensitas pengungkapan CSR dipengaruhi oleh profitabilitas dan *profile* perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa ketika perusahaan yang tergolong *high profile* memperoleh profitabilitas maka, manajemen perusahaan akan lebih banyak melakukan pengungkapan CSR guna meyakinkan investor akan perkembangan perusahaan kedepannya. Oleh karena itu, perusahaan yang tergolong *high profile* agar lebih meningkatkan kesadarannya untuk melakukan pengungkapan CSR yang baik dan benar karena pengungkapan CSR yang baik dan benar dapat menjadi bahan pertimbangan investor ketika akan melakukan investasi.

Hipotesis ketiga penelitian ini menyatakan bahwa *profile* perusahaan memperlengah pengaruh *leverage* pada intensitas pengungkapan CSR. Berdasarkan hasil analisis MRA, variabel *leverage* berpengaruh positif dan tidak signifikan pada pengungkapan CSR sehingga pada penelitian ini menambahkan variabel *profile* perusahaan sebagai variabel pemoderasi untuk memediasi variabel *leverage* yang berpengaruh positif dan tidak signifikan pada pengungkapan CSR. Walaupun sebelum dimoderasi tingkat intensitas pengungkapan CSR tidak dipengaruhi oleh *leverage* namun, setelah dimoderasi variabel *profile* perusahaan memperlengah pengaruh *leverage* pada pengungkapan CSR dilihat dari arah negatif pada nilai signifikan namun, variabel *profile* perusahaan dapat mempengaruhi nilai signifikansi *leverage* dari yang tidak signifikan menjadi

signifikan. Hasil ini menunjukkan bahwa perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan CSR yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *debtholders*. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Aulia (2011) dan Lidya (2011).

Penelitian ini telah memberikan bukti empiris yang menunjukkan bahwa tingkat intensitas pengungkapan CSR dipengaruhi oleh *leverage* dan *profile* perusahaan sehingga dapat menambah studi literatur mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan menambahkan berbagai tipe industri sebagai sampel penelitian yang melakukan pengungkapan CSR sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai pengungkapan CSR.

Penelitian ini telah memberikan bukti empiris yang menunjukkan bahwa tingkat intensitas pengungkapan CSR dipengaruhi oleh *leverage* dan *profile* perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa ketika perusahaan *high profile* dengan keadaan rasio *leverage* yang tinggi pihak manajemen perusahaan akan mengurangi pengungkapan CSR yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *debtholders*. Oleh karena itu, perusahaan *high profile* diharapkan agar lebih memperhatikan rasio *leverage* perusahaannya. Apabila rasio *leverage* perusahaan tinggi maka, perusahaan akan mengurangi pengungkapan CSR sedangkan seorang investor yang akan melakukan investasi menggunakan CSR sebagai bahan pertimbangan untuk melakukan investasi sehingga perusahaan *high profile* dengan rasio *leverage* yang tinggi dituntut untuk mampu meningkatkan pengungkapan CSR guna perkembangan perusahaan kedepannya.

Hipotesis keempat penelitian ini menyatakan bahwa *profile* perusahaan mampu memperkuat pengaruh proporsi dewan komisaris independen pada intensitas pengungkapan CSR. Berdasarkan hasil analisis MRA, variabel proporsi dewan komisaris independen berpengaruh signifikan pada pengungkapan CSR. Penelitian ini menambahkan variabel *profile* perusahaan sebagai variabel pemoderasi bertujuan untuk melihat tingkat intensitas pengungkapan CSR pada perusahaan kategori *high profile* ketika perusahaan memiliki proporsi dewan komisaris independen yang banyak. Sebelum ditambahkan variabel pemoderasi proporsi dewan komisaris independen memiliki pengaruh positif dan signifikan pada pengungkapan CSR dan setelah ditambahkan variabel pemoderasi proporsi dewan komisaris independen tetap memiliki pengaruh positif dan signifikan pada pengungkapan CSR. Hal ini menunjukkan *profile* perusahaan mampu memperkuat pengaruh proporsi dewan komisaris independen pada intensitas pengungkapan CSR.

Dewan komisaris yang independen secara umum mempunyai pengawasan yang lebih baik terhadap manajemen, sehingga mempengaruhi kemungkinan kecurangandalam menyajikan laporan keuangan yang dilakukan oleh manajer. Melalui wewenang yang dimiliki, dewan komisaris dapat memberikan pengaruh yang cukup kuat untuk menekan manajemen agar mengungkapkan informasi CSR lebih banyak, sehingga dapat dijelaskan bahwa perusahaan yang memiliki proporsi dewan komisaris yang lebih besar akan lebih banyak mengungkapkan CSR. Pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan dapat

meningkatkan *image* perusahaan menjadi semakin baik. Hasil penelitian ini konsisten dengan Hadi dan Arifin (2002), serta Sembiring (2005).

Penelitian ini telah memberikan bukti empiris yang menunjukkan bahwa tingkat intensitas pengungkapan CSR dipengaruhi oleh proporsi dewan komisaris independen dan *profile* perusahaan sehingga dapat menambah studi literatur mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan menambahkan berbagai tipe industri sebagai sampel penelitian yang melakukan pengungkapan CSR sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai pengungkapan CSR.

Penelitian ini telah memberikan bukti empiris yang menunjukkan bahwa tingkat intensitas pengungkapan CSR dipengaruhi oleh proporsi dewan komisaris independen dan *profile* perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa ketika perusahaan yang tergolong *high profile* memiliki proporsi dewan komisaris independen yang lebih banyak maka, manajemen perusahaan akan dituntut oleh dewan komisaris untuk lebih banyak melakukan pengungkapan CSR guna meyakinkan investor untuk melakukan investasi demi perkembangan perusahaan kedepannya. Oleh karena itu, perusahaan yang tergolong *high profile* agar lebih meningkatkan kesadarannya untuk melakukan pengungkapan CSR yang baik dan benar karena pengungkapan CSR yang baik dan benar dapat menjadi bahan pertimbangan investor ketika akan melakukan investasi.

SIMPULAN DAN SARAN

Hasil pengujian statistik dan pembahasan yang disajikan pada bagian sebelumnya menunjukkan bahwa *profile* perusahaan mampu memperkuat pengaruh ukuran

perusahaan, profitabilitas, proporsi dewan komisaris independen pada pengungkapan CSR sedangkan *profile* perusahaan memperlemah pengaruh *leverage* pada pengungkapan CSR

Saran yang peneliti berikan adalah Nilai *Adjusted R²* dalam penelitian ini masih tergolong rendah, yaitu sebesar 0,161. Hal ini menunjukkan bahwa variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini mempunyai pengaruh yang lebih besar terhadap intensitas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dengan demikian, penelitian mendatang diharapkan dapat menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi intensitas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini hanya perusahaan manufaktur sehingga penelitian selanjutnya diharapkan dapat menyempurnakan penelitian ini dengan menambahkan berbagai tipe industri sebagai sampel penelitian yang melakukan pengungkapan CSR sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif.

Perusahaan yang tergolong dalam *high profile* maupun *low profile* agar meningkatkan kepedulian sosialnya dengan melakukan pengungkapan CSR yang baik dan benar sehingga memberikan dampak positif bagi lingkungan maupun masyarakat. Pengungkapan CSR yang baik dan benar dapat menjadi bahan pertimbangan investor yang akan melakukan investasi di perusahaan.

REFERENSI

Anggraini, Fr. Reni Retno. 2006. "Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang Terdaftar Bursa Efek Jakarta)". *Jurnal Simposium Nasional Akuntansi IX*. Padang, 23-26 Agustus 2006.

- Barkemeyer, Ralf. 2007. Legitimacy as a Key Driver and Determinant of CSR in Developing Countries. *Paper of Marie Curie Summer School on Earth System Governance*. Amsterdam.
- Beasley, Mark S. 2001. Relationship Between Board Characteristic and Voluntary Improvement in Audit Commitee Composition and Experience. *Journal of Contemporary Accounting Research*, 18 (4) : 545-570.
- Branco, Manuel C. dan Rodrigues, L. L. 2008. Factors Influencing Social Responsibility Disclosure by Portuguese Companies. *Journal of Business Ethics*, 83 : 685–701.
- Coller, P., and A, Gregory. 1999. Audit Committee Activity and Agency Costs. *Journal of Accounting and Public Policy*, 18 (4-5) : 311-332.
- Cowen, S.S., Ferreri, L.B., dan L.D. Parker. 1987. The Impact of Corporate Characteristics on Social Responsibility Disclosure: A Typology and Frequency-Based Analysis. *Journal of Accounting, Organisations and Society*, 12 (2) : 111-122.
- Daniri, Achmad 2007. *Good Corporate Governance, Konsep dan Penerapannya dalam Konteks Indonesia*. Jakarta: Raya Indonesia.
- Deegan, C., Rankin, Michaela. 1997. The materiality of environmental information to users of annual reports. *Journal of Accounting, Auditing & Accountability*, 10(4) : 562-583.
- Deegan. C., Rankin, Michael, Tobin, John. 2002. An Examination of the Corporate Social and Environmental Disclosure BHP from 1983-1997 a Test of Legitimacy Theory. *Journal of Accounting, Auditing and Accountability*, 15 (3) : 312-343.
- Dewi, Safitri. 2013. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA).
- Edgina, Antonia. 2008. Analisis Pengaruh Reputasi Auditor, Proporsi Dewan Komisaris Independen, Leverage, Kepemilikan Manajerial, dan Proporsi Komite Audit Independen Terhadap Manajemen Laba. Tesis. Universitas Diponegoro.
- Hadi, N. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Hackston, David and Markus J. Milne, 1996. Some Determinants of Social and Environmental Disclosure in New Zealand Companies. *Journal of Accounting, Auditing and Accountability*, 9 (1) : 77-10.
- Haniffa, R.M. dan T.E. Cooke. 2005. The Impact of Culture and Governance on Corporate Social Reporting. *Journal of Accounting and Public Policy*, 24 : 391-430.
- Hui, F. dan G. Bowrey. 2008. Corporate Social Responsibility Reporting in Hongkong: Case study of Three Note-issuing Banks (2003-2006). ro.uow.edu.au/business/papers/440. Diunduh 1 Oktober 2016.
- Jensen, M. C and Meckling, W.H. 1976. Theory of the Firm : Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4) : 305-360.
- Nurkhin, Ahmad. 2009. Corporate Governancedan Profitabilitas; Pengaruhnya Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). *Tesis*. Universitas Diponegoro.
- Patten, D. M. 1991. Exposure, Legitimacy, and Social Disclosure. *Journal of Accounting and Public Policy*, 10 : 297-308.
- Putra, Eka Nanda. 2011. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). *Skripsi*. Universitas Diponegoro.
- Purnasiwi, Jayanti. 2011. Analisis Pengaruh Size, Profitabilitas dan Leverage Terhadap Pengungkapan CSR pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Skripsi*. Universitas Diponegoro.
- Purwanto, Agus. 2011. Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Terhadap *Corporate Social Responsibility*. *Skripsi*. Universitas Diponegoro.
- Rahajeng, Rahmi Galuh. 2010. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Sosial (*Social Disclosure*) dalam Laporan Tahunan Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia). *Skripsi*. Universitas Diponegoro.
- Reverte, C. 2008. Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure Ratings by Spanish Listed Firms. *Journal of Business Ethics*, 88 : 351–366.
- Roberts, R.W. 1992. Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure: An Application of Stakeholder Theory. *Journal of Accounting, Organisations and Society*, 17 (6) : 595-612.

- Sembiring, Eddy Rismanda. 2003. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Study Empiris pada Perusahaan yang Tercatat (Go – Public) di Bursa Efek Jakarta. *Tesis*. Universitas Diponegoro.
- Sembiring, E. R. 2005. Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial : Studi Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta. *Jurnal Simposium Nasional Akuntansi VIII*. Solo, 15 – 16 September 2005.
- Shingvi, Surendra S. dan Harsha B. Desai. 1971. An Empirical Analysis of the Quality of Corporate Financial Disclosure. *Journal of the Accounting Review*, 46(1) : 129-138.
- Yuliana, Rita. 2008. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dan Dampaknya Terhadap Reaksi Investor. *Skripsi*. Universitas Trunojoyo.