

PROFITABILITAS DAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* PADA PERUSAHAAN *HIGH* DAN *LOW PROFILE*

Ni Made Windya Apriyanti¹
I.G.A.N Budiasih²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia
e-mail: windyapriyanti93@gmail.com telp:+62 89 868 7897

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh profitabilitas yang diproksikan dengan *return on assets* pada *corporate social responsibility* perusahaan *high* dan *low profile*. Sampel dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling* dan diperoleh 68 perusahaan terkategori *high profile* dan 129 perusahaan terkategori *low profile*. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik analisis regresi linear sederhana dan uji *Mann-Whitney*. Penelitian ini memperoleh hasil pertama, terdapat perbedaan antara profitabilitas pada perusahaan *high profile* dan *low profile*. Kedua, terdapat perbedaan pengungkapan CSR pada perusahaan *high profile* dan *low profile*. Ketiga, profitabilitas yang diproksikan dengan *return on assets* berpengaruh positif pada CSR perusahaan *high* dan *low profile*.

Kata Kunci: profitabilitas, *return on assets*, *corporate social responsibility*, *high profile*, *low profile*

ABSTRACT

This study aimed to examine the effect of profitability is proxied by the return on assets on corporate social responsibility company of high and low profile. Samples were selected using purposive sampling method and acquired 68 companies categorized high profile and low profile of 129 companies categorized. Testing the hypothesis in this study was done by using simple linear regression analysis and Mann - Whitney test. This study was the first to obtain results, there is a difference between the profitability of the company high profile and low profile. Secondly, there is a difference in the company's CSR disclosure of high-profile and low profile. Third, proxy profitability with return on assets has positive effect on the company's CSR high and low profile.

Keywords: profitability, *return on assets*, *corporate social responsibility*, *high-profile*, *low profile*

PENDAHULUAN

Fenomena perkembangan isu *Corporate Social Responsibility* (CSR) cukup populer di Indonesia dalam beberapa tahun ini. Banyak perusahaan yang mulai antusias dalam menjalankan aktivitas CSR dengan beberapa alasan, diantaranya adalah agar dapat meningkatkan citra perusahaan, agar dapat membawa keuntungan tersendiri bagi perusahaan, dan agar dapat menjamin keberlangsungan perusahaan. Didalam dunia bisnis yang bergerak di bidang pemanfaatan sumber daya alam baik secara langsung maupun tidak langsung tentu memberikan dampak pada lingkungan sekitarnya. Dampak pada lingkungan tersebut mempengaruhi kesadaran masyarakat akan pentingnya melaksanakan tanggung jawab sosial.

Saat ini sebagian besar perusahaan berbagai sektor bisnis di Indonesia mengklaim bahwa mereka telah melaksanakan kewajiban sosialnya terhadap lingkungan sekitar perusahaan, dan sebagian besar telah melakukan pengungkapan CSR sebagai motivasi untuk meningkatkan kepercayaan publik terhadap pencapaian usaha perbaikan terhadap lingkungan sekitar perusahaan. CSR merupakan sebuah gagasan yang menjadikan perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu hanya pada kondisi keuangan (Untung, 2008). Namun, dengan berkembangnya konsep *triple bottom line* yang dikemukakan oleh John Elkington pada tahun 1997, perusahaan kini dihadapkan pada tiga konsep yaitu *profit*, *people*, dan *planet*. Keberlanjutan perusahaan akan terjamin apabila orientasi perusahaan bergeser dari yang semula bertitik tolak hanya pada ukuran kinerja ekonomi, kini

juga harus bertitik tolak pada keseimbangan lingkungan dan masyarakat dengan memperhatikan dampak sosial (Hadi, 2011).

Gambaran fenomena kegagalan CSR yang muncul di Indonesia antara lain kasus PT Newmont Minahasa Raya, kasus Lumpur panas Sidoarjo, kasus perusahaan tambang minyak dan gas bumi, Unicoal (perusahaan Amerika Serikat), kasus PT Kelian Equatorial Mining pada komunitas Dayak, kasus suku Dayak dengan perusahaan tambang emas milik Australia (Aurora Gold), kasus pencemaran air raksa yang mengancam kehidupan 1,8 juta jiwa penduduk Kalimantan Tengah yang merupakan kasus suku Dayak dengan Minamata, kasus kerusakan lingkungan di lokasi penambangan timah inkonvensional di pantai Pulau Bangka-Belitung, dan konflik antara PT Freeport Indonesia dengan rakyat Papua (Anatan, 2010).

Namun demikian banyak juga perusahaan-perusahaan di Indonesia yang sukses dalam menjalankan CSR. Fenomena keberhasilan CSR antara lain dilakukan oleh PT. Djarum dengan program beasiswa bagi para mahasiswa berprestasi. PT. Indocement Tunggul Prakasa, Tbk. adalah salah satu contoh perusahaan yang sangat peduli pada kelestarian lingkungan hidup melakukan kegiatan Program *Clean Development Mechanism* (CDM). Program Mitra Produksi Sampoerna (MPS) merupakan program kemitraan yang dilakukan dengan perusahaan kecil dan menengah, koperasi, dan pondok pesantren untuk menjadi mitra produksi perusahaan (Anatan, 2010 dan Tjahyono, 2011).

Pemerintah mengeluarkan peraturan mengenai tanggung jawab sosial, yang diatur dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas No. 40 pasal 74 tahun 2007 ,

ayat (1) berbunyi Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan. Ayat (2) Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran, atau secara singkat menyiratkan bahwa perusahaan yang melakukan kegiatan usaha di bidang yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Undang-undang tersebut telah mewajibkan industri atau korporasi-korporasi untuk melaksanakannya, tetapi kewajiban ini bukan merupakan suatu beban yang memberatkan. Perlu diingat bahwa penggunaan suatu Negara bukan hanya tanggung jawab pemerintah dan industri saja, tetapi setiap insan manusia berperan untuk mewujudkan kesejahteraan sosial dan pengelolaan kualitas hidup masyarakat. Industri dan korporasi berperan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang sehat dengan mempertimbangkan pula faktor lingkungan hidup. Sejak diterapkannya Undang-undang tersebut satu demi satu perusahaan perseroan terbatas di Indonesia mulai mengungkapkan aktivitas tanggung jawab sosialnya dalam laporan keuangan tahunan, khususnya perusahaan yang bidang usahanya yang berkaitan dengan lingkungan.

Praktik pengungkapan CSR di Indonesia diatur dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 Revisi 2009 paragraf 9 yang menyatakan 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”.

CSR dimaksudkan agar dunia usaha meminimalisir dampak buruk terhadap aspek sosial dan lingkungan yang ditimbulkan selama menjalankan seluruh aktivitasnya. Konsep CSR merupakan tanggung jawab perusahaan terhadap para pemangku kepentingan (*stakeholder*) dan/atau pihak yang terkena dampak dari keberadaan perusahaan. Adanya dampak dari aktivitas perusahaan telah menyadarkan bahwa kerusakan lingkungan yang terjadi bisa dikurangi agar dapat dimanfaatkan oleh generasi mendatang (Oktariani, 2014). Pengungkapan CSR yang lebih luas akan meningkatkan kesadaran investor mengenai keberadaan perusahaan dan memperbesar basis investor, dan tentu saja mengurangi biaya modal. Selain itu, kualitas yang lebih tinggi atau lebih spesifik dari pengungkapan tersebut akan mengurangi variasi dari arus kas sebuah perusahaan dengan arus kas dari perusahaan lain (Lambert et. al., 2007).

Salah satu jenis laporan terpisah yang dikeluarkan oleh perusahaan yang memberikan informasi tentang pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*) yang sering diminta untuk diungkapkan perusahaan saat ini adalah informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan. Pengungkapan sukarela muncul karena adanya kesadaran masyarakat terhadap lingkungan sekitar, keberhasilan perusahaan tidak hanya pada menghasilkan laba saja tetapi ditentukan juga oleh kepedulian perusahaan terhadap lingkungan masyarakat sekitar (Yuliani, 2003). Pengungkapan kinerja lingkungan, sosial dan ekonomi di dalam laporan tahunan

atau laporan terpisah adalah untuk mencerminkan tingkat akuntabilitas, tanggung jawab, dan transparansi perusahaan kepada investor dan *stakeholders* lainnya (Novita dan Djakman, 2008). Pengungkapan tersebut bertujuan untuk menjalin hubungan komunikasi yang baik dan efektif antara perusahaan dengan publik dan *stakeholders* lainnya tentang bagaimana perusahaan telah mengintegrasikan CSR.

Dalam teori *signalling* dijelaskan bahwa kegiatan sosial dan lingkungan memberikan informasi kepada investor tentang prospek *return* masa depan yang substansial. Pengungkapan CSR yang tepat dan sesuai harapan *stakeholder* akan memberikan sinyal berupa *goodnews* yang diberikan oleh manajemen kepada publik bahwa perusahaan memiliki prospek yang bagus di masa depan dan memastikan terciptanya *sustainability development*. Dalam pengambilan keputusan investasi, investor seringkali melihat besar kecilnya perusahaan dan melakukan penilaian terhadap kinerja keuangan perusahaan tersebut.

Profitabilitas menunjukkan seberapa besar kinerja keuangan perusahaan dalam menghasilkan atau memperoleh keuntungan. Profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham (Heinze, 1976 dalam Anggraini, 2006). Sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan, semakin besar pengungkapan pertanggungjawaban sosial yang dilakukan perusahaan. Perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi akan menarik investor untuk melakukan penanaman modal dalam perusahaan tersebut.

Kemampuan perusahaan menghasilkan laba diukur dengan menggunakan rasio *return on asset* (ROA). ROA mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat aktiva tertentu atau dapat dikatakan pula bahwa ROA merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dari setiap rupiah aktiva yang digunakan. Menurut Darsono dan Ashari (2005), dengan mengetahui ROA perusahaan, dapat menilai apakah perusahaan tersebut efisien dalam memanfaatkan aktiva pada kegiatan operasional perusahaan. Lebih lanjut dijelaskan bahwa ROA memberikan ukuran yang lebih baik atas profitabilitas perusahaan karena menunjukkan efektivitas manajemen dalam menggunakan aktiva dalam upaya memperoleh pendapatan. ROA diperoleh dengan membandingkan antara laba bersih dengan total aktiva.

Keuntungan yang layak dibagikan kepada pemegang saham adalah keuntungan setelah bunga dan pajak. Semakin besar keuntungan yang diperoleh semakin besar kemampuan perusahaan untuk membayarkan dividennya. Para manajer tidak hanya mendapatkan dividen, tapi juga akan memperoleh *power* yang lebih besar dalam menentukan kebijakan perusahaan. Dengan demikian semakin besar dividen (*dividend payout*) akan semakin menghemat biaya modal, di sisi lain para manajer (*insider*) menjadi meningkat *powernya* bahkan bisa meningkatkan kepemilikannya akibat penerimaan dividen sebagai hasil keuntungan yang tinggi. Jadi, profitabilitas menjadi pertimbangan penting bagi investor dalam keputusan investasinya.

Sembiring (2005) mengatakan bahwa *Industry Profile* merupakan suatu pandangan masyarakat mengenai karakteristik yang terdapat pada perusahaan berkaitan dengan bidang usaha, risiko usaha, karyawan yang dimiliki dan lingkungan suatu perusahaan. *Industry Profile* dengan kategori *high-profile* akan lebih banyak mendapat sorotan dari masyarakat luas dibandingkan dengan perusahaan *low-profile* karena perusahaan dengan kategori *high-profile* perusahaan itu dianggap mampu bersaing dengan perusahaan lain dan lebih mendapat tekanan dari pihak kepentingan umum serta memiliki visibilitas konsumen dan resiko yang tinggi terhadap lingkungan. Sementara perusahaan dengan kategori *low-profile* tidak terlalu diperhatikan oleh masyarakat luas akibatnya visibilitas masyarakat dan resiko yang lebih rendah.

Freedman dan Jaggi (1988), perusahaan kategori *low-profile* dengan kondisi ekonomi yang lemah akan lebih mengungkapkan tanggung jawab sosial daripada perusahaan *high-profile*. Hal tersebut disebabkan karena perusahaan ingin investor mengetahui bahwa kondisi ekonomi perusahaan yang tidak terlalu baik disebabkan oleh biaya yang dikeluarkan perusahaan berkaitan dengan tanggung jawab sosial. Dengan mengeluarkan biaya untuk tanggung jawab sosial perusahaan, diharapkan akan memberikan dampak positif untuk kondisi ekonomi perusahaan di masa mendatang.

Berbagai hasil penelitian sebelumnya yang menunjukkan hasil yang beragam. Menurut Nur (2012) yang meneliti mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR di Indonesia menemukan hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR sedangkan variabel

profitabilitas, kepemilikan saham publik, dewan komisaris, *leverage* dan pengungkapan media tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Wijaya (2012) menemukan hasil penelitian bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap CSR. Sembiring (2005) yang meneliti mengenai pengaruh karakteristik perusahaan pada pengungkapan CSR dan menemukan hasil bahwa ukuran perusahaan, profile perusahaan dan ukuran dewan komisaris berpengaruh positif pada pengungkapan CSR sedangkan *leverage* dan profitabilitas tidak berpengaruh pada pengungkapan CSR. Angraini (2006) menemukan hasil penelitian yang sama dengan Sembiring (2005) yaitu profitabilitas tidak berpengaruh pada pengungkapan CSR.

Susilatri dan Indriani (2011) menemukan hubungan yang positif signifikan antara kedua variabel tersebut. Penelitian dilakukan pada perusahaan pertambangan yang *listing* di BEI tahun pengamatan periode 2004-2008. Semakin besar keuntungan yang diperoleh semakin besar kemampuan perusahaan untuk membayarkan dividennya. Para manajer tidak hanya mendapatkan dividen, tapi juga akan memperoleh power yang lebih besar dalam menentukan kebijakan perusahaan. Nurkhin (2009) menemukan hasil penelitian bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR. Maria Ulfa (2009) menemukan hasil penelitian bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Dengan demikian peneliti mengangkat judul tentang “Profitabilitas Dan *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan *High* Dan *Low Profile*”.

Signalling theory menekankan bahwa perusahaan pelapor dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan melalui pelaporan pengungkapannya

(Maulana dan Yuyetta, 2014). Menurut Hartono (2010:392) informasi yang dipublikasikan sebagai suatu pengumuman akan memberikan sinyal bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi. Publikasi dari pelaporan meningkatkan motivasi bagi perusahaan-perusahaan untuk menunjukkan sesuatu melalui laporannya, bahwa mereka lebih baik daripada perusahaan lain yang tidak melakukan pengungkapan.

Dengan demikian, *signalling theory* menjelaskan bahwa perusahaan akan cenderung memberikan informasi yang lebih lengkap untuk membangun reputasi yang akan terlihat lebih baik dibandingkan perusahaan-perusahaan yang tidak melakukan pengungkapan, yang pada akhirnya akan menarik para investor. Beberapa penelitian juga menunjukkan bahwa semakin besar perusahaan maka semakin banyak pengungkapan tanggung jawab sosial yang disampaikan (Suwardjono, 2005). Berdasarkan uraian diatas, teori *signaling* lebih menunjukkan konsistensi yang besar terhadap adanya pengungkapan CSR yang luas.

Signalling theory memang bukan satu-satunya teori yang dapat menjadi acuan dalam menjelaskan motivasi perusahaan dalam pengungkapan CSR. Teori lain yang dapat menjelaskan sinyal positif yang dihasilkan dari *stakeholders* adalah *stakeholder theory* dan *legitimacy theory*. Teori *stakeholder* menekankan bahwa seluruh *stakeholder* memiliki hak untuk mendapatkan informasi tentang bagaimana aktivitas organisasi mempengaruhi mereka (Deegan, 2004). Salah satu keinginan dan harapan yang muncul dari para *stakeholder* adalah ketika perusahaan mendapatkan hasil kinerja keuangan yang baik (*profit*) maka

perusahaan diharapkan dapat memberikan kontribusi yang positif melalui sebuah kegiatan sosial dan mengungkapkannya secara transparan dalam sebuah laporan tahunan yang perusahaan terbitkan. Melalui pengungkapan sosial yang dilakukan secara sukarela ini diharapkan dapat menjadi dialog yang baik antara perusahaan dengan para *stakeholder*-nya.

Pattern dalam Hadi (2011), salah satu upaya yang perlu dilakukan perusahaan dalam rangka mengelola legitimasi agar efektif adalah dengan melakukan strategi legitimasi dan pengungkapan terkait dengan CSR. Dengan adanya pengungkapan CSR yang baik maka diharapkan perusahaan akan mendapat legitimasi dari masyarakat sehingga dapat berpengaruh terhadap eksistensi perusahaan (*going concern*) dan perusahaan berharap dapat menciptakan keseimbangan antara aktivitas perusahaan dengan harapan masyarakat terhadap perusahaan. Hal tersebut kemudian akan membangun citra yang baik di mata masyarakat. Ketiga teori diatas dapat menjelaskan bahwa meningkatnya profitabilitas sebagai respon dari pengungkapan CSR perusahaan karena melalui pengungkapannya perusahaan dapat melakukan ekspektasi mengenai keuntungan yang diperoleh dan mendapatkan legitimasi dari masyarakat melalui pengungkapan laporannya sehingga adanya kepercayaan *external stakeholders* kepada produk yang dihasilkan perusahaan (Ballou et.al, 2006).

Eka (2011) menyatakan bahwa suatu perusahaan yang memiliki profit besar harus aktif melakukan CSR. Ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rizki (2012) yang menggunakan variabel profitabilitas dan menemukan hasil

yang positif signifikan terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan. Theodora (2011) meneliti mengenai profitabilitas terhadap CSR dan menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Susilatri dan Indriani (2011) juga menemukan hubungan yang positif signifikan antara kedua variabel tersebut. Penelitian dilakukan pada perusahaan pertambangan yang *listing* di BEI tahun pengamatan periode 2004-2008. Semakin besar keuntungan yang diperoleh semakin besar kemampuan perusahaan untuk membayarkan dividennya.

Nurkhin (2009) meneliti mengenai profitabilitas terhadap CSR dan menemukan hasil penelitian bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR. Hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas terbukti berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penemuan ini menunjukkan bahwa perusahaan yang mempunyai tingkat profitabilitas tinggi akan mengungkapkan informasi CSR yang telah dilakukan. Hal ini mungkin dikarenakan persepsi atau anggapan bahwa aktivitas CSR bukanlah aktivitas yang merugikan dan tidak bermanfaat bagi keberlangsungan perusahaan. Melainkan aktivitas CSR merupakan langkah strategis jangka panjang yang akan memberikan efek positif bagi perusahaan.

Sari (2012) meneliti mengenai karakteristik perusahaan pada pengungkapan CSR dan menemukan hasil variabel profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori agensi yang menyatakan bahwa perolehan laba yang semakin besar akan membuat perusahaan mengungkapkan informasi sosial yang lebih luas. Hal tersebut

dikarenakan perusahaan dengan laba yang tinggi akan menjadi sorotan, maka perusahaan akan mengeluarkan biaya yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial. Mengacu pada *signalling theory*, *stakeholder theory*, dan *legitimacy theory* mengenai sinyal positif yang dihasilkan dan ekspektasi peningkatan profit dari pengungkapan CSR perusahaan, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H_{1a}: Profitabilitas berpengaruh positif pada *corporate social responsibility* perusahaan *high profile*.

H_{1b}: Profitabilitas berpengaruh positif pada *corporate social responsibility* perusahaan *low profile*.

Indrawati (2009) dalam penelitiannya menemukan bahwa pengungkapan lebih banyak dilakukan pada perusahaan yang termasuk pada *high profile* karena perusahaan-perusahaan tersebut memperoleh sorotan dari masyarakat akibat aktivitas operasinya memiliki potensi untuk bersinggungan dengan kepentingan luas. Apabila dikaitkan dengan teori legitimasi, hal ini dilakukan perusahaan untuk melegitimasi kegiatan operasinya dan menurunkan tekanan dari para aktivis sosial dan lingkungan (Anggita, 2012).

Hasyir (2009) dalam penelitiannya menemukan bahwa tingkat pengungkapan sosial pada industri *high profile* secara signifikan lebih tinggi daripada tingkat pengungkapan sosial pada industri *low profile*. Hal ini disebabkan oleh lebih tingginya dampak sosial dari sebagian besar industri *high profile* yang mendorong kelompok industri ini untuk melakukan pertanggungjawaban sosial dan pengungkapan sosial dalam taraf yang lebih tinggi daripada kelompok industri *low profile*. Perusahaan yang memiliki tingkat tanggung jawab sosial yang tinggi akan direspon secara positif oleh investor

melalui fluktuasi harga saham perusahaan. Lucyanda dan Siagian (2012) berpendapat bahwa perusahaan *high profile* akan cenderung memberi pengungkapan tanggung jawab sosial yang memenuhi syarat untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan.

Guthrie dan Ward (2007) meneliti kegunaan *legitimacy theory* untuk menyelidiki pengaruh *industry profile* dan kaitannya dengan strategi legitimasi perusahaan menemukan bahwa perusahaan *high profile* mengungkapkan lebih banyak informasi CSR dibandingkan perusahaan *low profile*. Guthrie dan Ward (2007), juga menemukan bahwa perusahaan *high profile* melakukan pengungkapan CSR yang proporsional lebih kepada strategi perusahaan untuk mengubah ekspektasi masyarakat, persepsi masyarakat, dan membelokkan perhatian masyarakat daripada perusahaan *low profile*.

Karina dan Yuyetta (2013) menemukan bahwa perusahaan-perusahaan yang *high profile* (visibilitas konsumen tinggi, risiko politis tinggi, atau menghadapi persaingan yang tinggi) tidak cenderung melakukan pengungkapan aktivitas atau tanggung jawab sosial perusahaan lebih tinggi atau banyak dibandingkan perusahaan-perusahaan yang *low profile*. Purwanto (2011) juga menemukan bahwa perusahaan yang termasuk klasifikasi *high profile* mengungkapkan pertanggungjawaban sosial lebih baik. Hal ini ditunjukkan dengan 48 perusahaan yang termasuk kategori *high profile* terdapat 21 perusahaan yang mengungkapkan CSR di atas rata-rata. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan non keuangan yang terdaftar di BEI Tahun 2009.

Secara teoritis, perusahaan terkategori *high profile* lebih luas mengungkapkan CSR dibandingkan dengan perusahaan terkategori *low profile* akibat. Perusahaan *high profile* memiliki kegiatan operasional yang tingkat risikonya lebih besar dibandingkan dengan perusahaan *low profile* sehingga secara otomatis perusahaan *high profile* memiliki tanggung jawab lebih besar atas dampak yang ditimbulkannya pada masyarakat dan lingkungan. Hal ini menyebabkan perusahaan *high profile* harus mengungkapkan lebih banyak informasi mengenai CSR dibandingkan perusahaan *low profile*. Berdasarkan uraian diatas dapat dikembangkan hipotesis sebagai berikut.

H_{2a}: Terdapat perbedaan profitabilitas pada perusahaan kategori *high profile* dan *low profile*.

H_{2b}: Terdapat perbedaan pengungkapan CSR pada perusahaan kategori *high profile* dan *low profile*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan *high profile* dan *low profile* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013 dengan mengakses www.idx.co.id. Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data sekunder.

Data kuantitatif adalah data yang berupa jumlah atau angka yang dapat diukur dengan satuan hitung dan dapat dihitung secara matematik dan statistik (Sugiyono, 2012:8). Data kuantitatif dalam penelitian ini, yaitu *return on asset* dan pengungkapan CSR.

Marzully Nur (2012) menyatakan *Corporate Social Responsibility* adalah komitmen berkelanjutan dari perusahaan yang berjalan secara etis dan memiliki

kontribusi terhadap pembangunan untuk meningkatkan kualitas hidup tenaga kerja dan keluarga mereka, dan juga komunitas lokal serta masyarakat luas. Penelitian ini mengukur pengungkapan CSR dengan menggambarkan proksi *corporate social responsibility disclosure index* (CSRDI) berdasarkan *Global Reporting Initiative* (GRI) 3.1. Haniffa et. al. (2005), menyatakan bahwa rumus perhitungan CSRDI adalah sebagai berikut:

$$CSRDI_j = \frac{\sum XI_i}{n_j} \dots\dots\dots(1)$$

Keterangan:

- CSRDI_j = CSR Disclosure Index perusahaan j
- ΣXI_j = banyak *item* yang diungkapkan oleh perusahaan j (dummy Variabel, 1 = jika item I diungkap, 0 =jika item tidak diungkap)
- N = total *item* untuk perusahaan n_j ≤ 84

Profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham (Heinze, 1976 dalam Anggraini, 2006). Pada penelitian ini, kemampuan perusahaan menghasilkan laba diukur dengan menggunakan rasio *return on asset* (ROA). ROA mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat aktiva tertentu atau dapat dikatakan pula bahwa ROA merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dari setiap rupiah aktiva yang digunakan. Rumus untuk menghitung *return on asset* menurut Riyadi (2006) adalah:

$$ROA = \frac{EBIT}{Total Aktiva} \dots\dots\dots(2)$$

Keterangan:

ROA = *Return On Assets*
EBIT = *Earning Before Interest and taxes*
Total aktiva = Aktiva yang diperoleh setiap tahun

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 197 perusahaan. Perusahaan tersebut terdiri dari 68 perusahaan terkategori *high profile* dan 129 perusahaan terkategori *low profile*. Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling*, sampel ditentukan dengan pertimbangan-pertimbangan tertentu yang sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Kriteria yang dimaksud adalah sebagai berikut:

- 1) Perusahaan yang menerbitkan laporan keuangan tahunan yang lengkap untuk periode yang berakhir pada tanggal 31 Desember selama periode pengamatan 2013.
- 2) Perusahaan yang mengungkapkan informasi tentang CSR di *annual report* periode tersebut.
- 3) Perusahaan yang memiliki laba bersih diatas 0 atau tidak negatif selama periode pengamatan 2013.
- 4) Perusahaan yang menyajikan laporan keuangan dengan satuan rupiah.

Data dikumpulkan dengan menggunakan teknik dokumentasi yaitu mencatat *return on asset* setiap perusahaan. Data dalam penelitian ini diperoleh dari laporan keuangan dengan mengakses www.idx.co.id. Teknik analisis data penelitian ini adalah Analisis Regresi Linier Sederhana dengan menggunakan program SPSS

versi 16. Tahap analisis yang dilakukan adalah statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linier sederhana, pengujian hipotesis, dan uji *mann-whitney*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis statistik deskriptif dilakukan untuk memberikan gambaran atau deskripsi mengenai variabel penelitian melalui nilai rata-rata (*mean*), nilai minimum, nilai maksimum, dan deviasi standar. Analisis dari statistik deskriptif selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1.
Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maksimum	Rata-rata	Deviasi Standar
ROA High	68	0.0133	0.9515	0.1395	0.1415
ROA Low	129	0.0062	0.4010	0.0762	0.0669
CSRDI High	68	0.0238	0.3571	0.1404	0.0711
CSRDI Low	129	0.0238	0.5476	0.1013	0.0660

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2015

Berdasarkan Tabel 1 di atas, dapat diketahui statistik deskriptif dari variabel-variabel dalam penelitian ini.

- 1) Nilai rata-rata ROA pada perusahaan terkategori *high profile* 0,1395. ROA memiliki nilai minimum 0,0133 yang diperoleh Sampoerna Agro Tbk dan nilai maksimum 0,9515 yang diperoleh Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.
- 2) Nilai rata-rata ROA pada perusahaan terkategori *low profile* 0,0762. ROA memiliki nilai minimum 0,0062 yang diperoleh Asiaplast Industries Tbk dan nilai maksimum 0,4010 yang diperoleh Unilever Indonesia Tbk.

- 3) Nilai rata-rata CSRDI pada perusahaan terkategori *high profile* 0.1404. CSRDI memiliki nilai minimum 0.0238 atau mengungkapkan 2 item CSR yang diperoleh ATPK Resources Tbk dan nilai maksimum 0.3571 atau mengungkapkan 30 item CSR yang diperoleh oleh Timah (Persero) Tbk.
- 4) Nilai rata-rata pada perusahaan terkategori *low profile* 0.1013. CSRDI memiliki nilai minimum 0.0238 atau mengungkapkan CSR 2 item diperoleh Ramayana Lestari Sentosa Tbk dan nilai maksimum 0.5476 atau mengungkapkan 46 item diperoleh Total Bangun Persada Tbk.

Jumlah data dalam penelitian ini sebanyak 197 perusahaan *high* dan *low profile* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini menggunakan data tahun 2013. Hasil uji asumsi klasik dapat dilihat pada tabel 2 sebagai berikut:

Tabel 2.
Hasil Uji Normalitas

	<i>Unstandardized Residual</i>	
	<i>High Profile</i>	<i>Low Profile</i>
N	68	129
<i>Kolmogorov-Smirnov Z</i>	0,755	1,254
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	0,619	0,086

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2015

Berdasarkan uji normalitas seperti yang terlihat pada Tabel 2. nilai Kolmogorov-Smirnov sampel terkategori *high profile* sebesar 0,755 dengan *Asymp. Sig (2-tailed)* sebesar 0,619, sedangkan nilai sampel terkategori *low profile* sebesar 1,254 dengan *Asymp. Sig (2-tailed)* sebesar 0,086. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* lebih besar dari *level of significant* 5% (0,05) sehingga data yang diuji menyebar normal atau berdistribusi normal.

Tabel 3.
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	
	<i>High Profile</i>	<i>Low Profile</i>
ROA	0,927	0,573

Sumber: *Data diolah (2015)*

Berdasarkan Tabel 3. di atas, dapat dilihat bahwa variabel *return on asset* (ROA) memiliki nilai signifikansi 0,927 pada sampel terkategori *high profile* dan 0,573 pada sampel terkategori *low profile*. Hasil ini menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi karena nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05.

Pengujian regresi linier sederhana dilakukan dalam rangka menguji hipotesis pertama. Hasil pengujian ini dapat dilihat pada tabel 4 sebagai berikut:

Tabel 4.
Hasil Uji Regresi Linear Sederhana *High Profile*

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0.836	0.012		45.878	0.000
	ROA High	0.232	0.062	0.310	2.734	0.017

Sumber: *Data Sekunder Diolah, 2015*

Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana pada Tabel 4, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$\text{CSRDI} = 0,836 + 0,232 \text{ ROA} + e \dots\dots\dots (3)$$

Hasil pengujian variabel independen terhadap variabel dependen pada perusahaan *high profile* dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Nilai Sig. t sebesar $0,017 < \alpha = 0,05$ dan koefisien regresi variabel profitabilitas yang bernilai positif sebesar 0,232. Hal ini menunjukkan bahwa H_{1a} diterima dan H_0 ditolak, yang berarti bahwa variabel

profitabilitas berpengaruh positif pada variabel pengungkapan CSR perusahaan *high profile*.

Tabel 5.
Hasil Uji Regresi Linear Sederhana *Low Profile*

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0.398	0.019		28.135	0.000
	ROA Low	0.140	0.188	0.213	2.142	0.005

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2015

Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana pada Tabel 5, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$CSRDI = 0,398 + 0,140 ROA + e \dots\dots\dots (4)$$

Hasil pengujian variabel independen terhadap variabel dependen pada perusahaan *high profile* dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Nilai Sig. t sebesar $0,005 < \alpha = 0,05$ dan koefisien regresi variabel profitabilitas yang bernilai positif sebesar 0,140. Hal ini menunjukkan bahwa H_{1b} diterima dan H_0 ditolak, yang berarti bahwa variabel profitabilitas berpengaruh positif pada variabel pengungkapan CSR perusahaan *low profile*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif pada *corporate social responsibility* perusahaan *high* dan *low profile*. Semakin tinggi profitabilitas yang diproksikan dengan ROA, maka semakin luas pengungkapan CSR perusahaan *high* dan *low profile*. Rata-rata nilai ROA perusahaan terkategori *high profile* lebih tinggi dari rata-rata nilai ROA

perusahaan terkategori *low profile*. Perusahaan *high profile* juga memiliki rata-rata pengungkapan CSR lebih tinggi daripada perusahaan *low profile*.

Pengujian hipotesis 2 dalam penelitian dilakukan dengan uji beda 2-*Independent Samples Test* menggunakan *Mann-Whitney Test*. *Industry Profile* digunakan untuk membedakan sampel menjadi dua kelompok, yaitu perusahaan *high profile* dan perusahaan *low profile*. Hasil analisis regresi linier sederhana dengan menggunakan uji beda dapat dilihat pada Tabel 6 berikut.

Tabel 6.
Uji Mann-Whitney

	ROA	CSRDI
Mann-Whitney U	2582.000	2503.000
Wilcoxon W	10967.000	10888.000
Z	-4.742	-4.958
Asymp. Sig. (2-tailed)	0.000	0.000

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2015

Berdasarkan Tabel 6 Hasil *Mann-Whitney Test* diatas, maka diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* ROA sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_{2a} diterima. Ini berarti bahwa rata-rata profitabilitas yang diprosikan dengan ROA pada perusahaan kategori *high profile* dan *low profile* adalah berbeda.
- 2) Nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* CSRDI sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_{2b} diterima. Ini berarti bahwa rata-rata pengungkapan CSR pada perusahaan kategori *high profile* dan *low profile* adalah berbeda.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Guthrie dan Ward (2007), Indrawati (2009), dan Hasyir (2009) Lucyada dan Siagian (2012), dan Purwanto (2011) yang menyatakan bahwa luas pengungkapan CSR pada perusahaan kategori *high profile* lebih tinggi daripada perusahaan *low profile*. Perusahaan *high profile* cenderung melakukan pengungkapan CSR yang memenuhi syarat untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaannya (Lucyada dan Siagian, 2012). Pengungkapan CSR digunakan perusahaan untuk melegitimasi kegiatan operasinya dan menurunkan tekanan dari para aktivis lingkungan (Anggita, 2012).

Hasil dari uji koefisien determinasi sampel terkategori *high profile* menunjukkan nilai *Adjusted R Square* model sebesar 0,065 dan nilai sampel terkategori *low profile* sebesar 0,040. Nilai koefisien determinasi ini menunjukkan bahwa perubahan pengungkapan CSR pada perusahaan terkategori *high profile* yang dapat dijelaskan oleh variabel *return on asset* hanya 6,5 persen sedangkan pada perusahaan terkategori *low profile* sebesar 4 persen.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik simpulan:

- 1) Profitabilitas berpengaruh positif pada pengungkapan CSR perusahaan *high profile*, yang berarti semakin tinggi profitabilitas perusahaan, maka semakin tinggi pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan *high profile*.

- 2) Profitabilitas berpengaruh positif pada CSR perusahaan *low profile*, yang berarti semakin tinggi profitabilitas perusahaan, maka semakin tinggi pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan *low profile*.
- 3) Terdapat perbedaan profitabilitas pada perusahaan terkategori *high* dan *low profile*. Dan terdapat perbedaan pengungkapan CSR pada perusahaan terkategori *high* dan *low profile*. Rata-rata profitabilitas dan pengungkapan CSR pada perusahaan *high profile* lebih besar dari perusahaan *low profile*.
- 4) Perusahaan *high* maupun *low profile* yang memperoleh laba semakin besar akan membuat perusahaan mengungkapkan informasi sosial yang lebih luas. Hal tersebut dikarenakan perusahaan dengan laba yang tinggi akan menjadi sorotan, maka perusahaan mengeluarkan biaya yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial.

Berdasarkan simpulan yang telah disampaikan sebelumnya, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut.

- 1) Bagi investor perusahaan berkategori *high profile* dan *low profile* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, dalam pengambilan keputusan investasi, selain melihat dari profitabilitas perusahaan, juga dapat melihat pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan.
- 2) Bagi perusahaan, selain meningkatkan profitabilitas perusahaan, perusahaan juga hendaknya meningkatkan pengungkapan kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan tanggung jawab sosial dalam laporan

tahunannya, karena semakin tinggi profitabilitas perusahaan, maka semakin tinggi pengungkapan CSR perusahaan.

REFERENSI

- Anatan, L. 2010. Meraih keunggulan kompetitif berkelanjutan melalui pengintegrasian fungsi sumber daya manusia dalam strategi bisnis. *Jurnal Manajemen*, Vol.4, No. 2.
- Anggraini, Fr. R. R. 2006. “Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta)”, *Simposium Nasional Akuntansi IX, Padang, 23-26 Agustus 2006*.
- Anggita, R. 2012. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Nominal*, 1(1). 124-240.
- Ballou, Brian, L. Heitger, dan Charles E. Landes. 2006. The Future of Corporate Sustainability Reporting: A Rapidly Growing Assurance Opportunity. <http://www.journalofaccountancy.com/>. Diunduh tanggal 4, bulan Februari, tahun 2015
- Deegan, Craig. 2004. “The Legitimising Effect of Social and Environmental Disclosures-A Theoretical Foundation”. *Accounting, Auditing, and Accountability Journal*, Vol. 15, No. 3, pp. 282-311.
- Djakman, Chaerul D. dan N. Machmud. 2008. Pengaruh Struktur Kepemilikan Terhadap Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada Laporan Tahunan Perusahaan: Studi Empiris pada Perusahaan Publik yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia Tahun 2006. *Simposium Nasional Akuntansi XI. Pontianak*.
- Eddy Rismanda Sembiring.2006. Karakteristik Perusahaan Dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Study Empiris Pada Perusahaan Yang Tercatat Di Bursa Efek Jakarta. *Makalah SNA IV*.
- Elkington, J. 1997. *Canibal with Fork: The Sustainability Ability and Social Science, Round Table Proceedings*. United Kingdom: Capstone Publishing.
- Freedman, M. & Jaggi. M. 1988. An Analysis of the Association between Pollution Disclosure and Economic Performance. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol.1 No.2 : 43-58
- Global Reporting Initiative Reporting Guidelines Generation 3.1 (Webiste <https://www.globalreporting.org/>.diakses pada 24 Februari 2015).

- Guthrie, et. al. 2007. "Using content analysis as a research method to inquire into intellectual capital reporting". *Journal of Intellectual Capital*. Vol. 5. No. 2. Pp 282-293.
- Hannifa, R. M. dan T. E. Cook. 2005. *The Impact of Culture and Governance on Corporate Social Reporting*, *Journal of Accounting and Public Policy*, 24:391-430.
- Hartono, Jogyanto. 2010. *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Yogyakarta: BPFE.
- Hasir, D.A. 2009. Pengungkapan Informasi Tanggung Jawab Sosial Pada Laporan Tahunan Perusahaan-Perusahaan Publik di Bursa Efek Jakarta. *Working Paper in Accounting Finance*. 1-9.
- Hoffman, Richard C. 2007. "Corporate Social Responsibility In The 1920s: An Institutional Perspective". *Journal of Management History*, Vol. 3, No. 1, pp. 55-73.
- IDX. 2010. Indeks <<http://www.idx.co.id/id-id-beranda/informasi/bagiinvestor/indeks.aspx/>> [diakses pada 19 Maret 2015]
- Ikatan Akuntansi Indonesia. 2009. Standar Akuntansi Keuangan, Paragraph 9, Salemba Empat, Jakarta.
- Karina, L.A.D. dan E.N. A. Yuyetta. 2013. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan CSR. *Diponogoro of Journal of Accounting*, 2 (2). 1-12.
- Lambert, R., C. Leuz, & R. E. Verrecchia. (2007). Accounting information, disclosure, and the cost of capital. *Journal of Accounting Research*, 45, 385-420.
- Lucyanda, J. dan L.G.Siagian. 2012. The Influence of Company Characteristic toward Corporate Social Responsibility. *The 2012 International Conference on Business and Management* 6 Phuket – Thailand. 601-619.
- Maulana, F dan E.N. A. Yuyetta. 2014. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). *Diponogoro of Journal Accounting*, 3 (2). 1-14.
- Maria Ulfa. 2009. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure. Skripsi. Universitas Islam Indonesia.
- Nor Hadi. 2011. Corporate Social Responsibility. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Novita Indrawati. (2009). Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Annual Report serta Pengaruh Political Visibility dan Economic Performance. *Pekbis Jurnal*, Vol.1, No.1, Maret 2009: 1-11. Universitas Riau.

- Nur, Marzully. 2012. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility di Indonesia. *Jurnal Nominal/Volume I Nomor I*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Nurkhin, A. 2009. Corporate Governance dan Profitabilitas; Pengaruhnya terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia). *Skripsi*. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Purwanto, A. 2011. Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Terhadap Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi dan Auditing*, 8 (1). 14-29.
- Oktariani. 2014. Pengaruh Karakteristik dan Tanggung Jawab Lingkungan pada Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*. H: 402-418.
- Republik Indonesia. 2007. Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.
- Riyadi, Selamat. 2006. *Banking Assets and Liability Management*. Edisi 3. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Saleh, Mustaruddin, Norhayah Zulkifli, dan Rusnah Muhamad. 2010. "Corporate Social Responsibility Disclosure and Its Relation on Institutional Ownership". *Managerial Auditing Journal*, Vol. 25, No. 6, pp. 591-613.
- Sembiring, E. R. (2005). Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Paper presented at the Simposium Nasional Akuntansi VIII*.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Susilatri, Restu Agusti dan Deri Indriani. 2011. Pengaruh *Leverage*, Profitabilitas, *Size*, Umur Perusahaan dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Pertambangan yang *Listing* di BEI Tahun 2004-2008). *Jurnal Lipi*.
- Suwardjono, 2005, *Teori Akuntansi. Perekayasa Pelaporan Keuangan*, Yogyakarta: BPFE.
- Untung, Hendrik Budi. 2008. *Corpotare Social Responsibility*. Sinar Grafika: Jakarta.
- Veronica Theodora Martina. 2011. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Pertanggung Jawaban Sosial Pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi Keuangan No 4 Vol 2*. Universitas Gunadarma, Jakarta.

- Wijaya, M. (2012). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi, 1*(Januari).
- Yuliani, Rahma.2003.Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Praktek Pengungkapan Sosial dan Lingkungan di Indonesia. Tesis Program Studi Magister Sains Akuntansi Program Pascasarjana Universitas Diponegoro Semarang(tidak dipublikasikan).