

PENGARUH PROFITABILITAS, PERTUMBUHAN PERUSAHAAN, KAPITALISASI PASAR DAN KEPEMILIKAN SAHAM PUBLIK PADA TINGKAT PENGUNGKAPAN CSR

I Gusti Ayu Laksmi Indraswari¹
Ni Putu Sri Harta Mimba²

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia
e-mail: laksmindraswari@gmail.com/ +6285792128718

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

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan bukti empiris mengenai pengaruh profitabilitas, pertumbuhan perusahaan, kapitalisasi pasar dan kepemilikan saham publik pada tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2015. Sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan metode *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling*, dan sampel yang diperoleh dalam penelitian ini berjumlah 11 perusahaan dengan 44 pengamatan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh pada tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, variabel kapitalisasi pasar berpengaruh positif pada tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, sedangkan variabel kepemilikan saham publik berpengaruh negatif pada tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Kata kunci: profitabilitas, pertumbuhan, kapitalisasi pasar, kepemilikan publik, CSR

ABSTRACT

This study aimed to get empirical evidence about the influence of profitability, growth, market capitalization and public ownership on the level of corporate social responsibility disclosure. This research conducted on food and beverage companies listed in Indonesia Stock Exchange in 2012-2015. Sampling method used in this research is nonprobability sampling method with purposive sampling, and total samples obtained 11 companies with 44 observations. The analysis technique used in this research is multiple linear regression analysis. The results showed that profitability and growth has no effect on the level of corporate social responsibility disclosure, market capitalization has positive effect on the level of corporate social responsibility disclosure, public ownership has negative effect on the level of corporate social responsibility disclosure.

Keywords: profitability, growth, market capitalization, public ownership, CSR

PENDAHULUAN

Dewasa ini semakin banyak perusahaan yang mulai percaya bahwa kelangsungan hidup jangka panjang setiap perusahaan tergantung pada seberapa baik kinerja perusahaan terhadap sosial dan lingkungannya disamping dilihat dari kinerja keuangan perusahaan (Aghashahi, *et al.*, 2013). Keberhasilan perusahaan tidak

hanya ditentukan oleh kinerja manajemen dan operasional yang baik, melainkan juga karena didukung oleh kontribusi positif bagi masyarakat dan lingkungan hidup serta para pemangku kepentingan lainnya. Adanya perubahan pandangan pembangunan yang semula hanya berorientasi ekonomi menjadi pembangunan yang berkelanjutan juga telah mendorong perusahaan untuk lebih memberi perhatian pada tanggung jawab sosialnya. Dengan keberlanjutan perusahaan diharapkan mampu memperoleh manfaat jangka panjang.

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan pengungkapan yang berpijak pada *single bottom line* yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) dan juga berpijak pada *triple bottom lines* yaitu keuangan, sosial dan lingkungan. Hal-hal yang berkaitan dengan pentingnya pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan serta isu mengenai lingkungan telah diatur dalam beberapa peraturan perundang-undangan di Indonesia, namun belum memberikan pedoman secara khusus mengenai pelaksanaan kegiatan CSR serta bagaimana kebijakan mengenai pelaporan pelaksanaan CSR di Indonesia (Hermawan dan Mulyawan, 2014). Item-item pengungkapan dan bagaimana pengungkapannya belum diatur secara rinci. Adanya peraturan-peraturan tersebut baru sebatas mewajibkan perusahaan untuk terlibat dalam aktivitas tanggung jawab sosial. Belum kuatnya peraturan yang ada menyebabkan pengungkapan terkait pelaksanaan kegiatan CSR dirasa belum memadai (Kristi, 2013).

Pengungkapan CSR di Indonesia masih bersifat sukarela (*voluntary disclosure*), dimana berdasarkan pernyataan dalam PSAK 1 (penyesuaian 2014) paragraf 14 disebutkan entitas dapat menyajikan laporan mengenai lingkungan

hidup dan laporan nilai tambah khususnya bagi industri dimana faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan industri yang menganggap karyawan sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting. Pengungkapan CSR yang masih bersifat sukarela ini menyebabkan kebijakan mengenai tanggung jawab sosial tiap perusahaan berbeda-beda meskipun pada perusahaan dengan sektor industri yang sama sehingga mengakibatkan adanya perbedaan pada tingkat pengungkapan CSR yang dipublikasikan dalam laporan tahunan setiap perusahaan (Sari, 2012).

Berdasarkan teori *stakeholder*, manajemen perusahaan akan memenuhi harapan para *stakeholder* karena keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut. Sesuai harapan para *stakeholder*, perusahaan dengan kinerja yang baik akan meningkatkan perhatian terhadap aktivitas sosial lingkungannya (Dwipayadnya, dkk, 2015). Perusahaan juga akan secara berkelanjutan mencari cara untuk menjamin operasi mereka berada dalam batas dan norma yang berlaku di masyarakat. Perusahaan akan secara sukarela melaporkan aktivitasnya jika manajemen menganggap bahwa hal ini adalah yang diharapkan oleh masyarakat salah satunya melalui pengungkapan informasi tanggung jawab sosial dalam laporan perusahaan. Hal ini menuntut perusahaan untuk lebih peduli terhadap lingkungan dimana mereka beroperasi. Informasi terkait tanggung jawab sosial perusahaan menjadi salah satu wujud akuntabilitas perusahaan kepada para *stakeholder* serta sebagai sarana memperoleh legitimasi aktivitas perusahaan di

lingkungan masyarakat sehingga perusahaan dapat menjaga keberlanjutannya (Nur dan Priantinah , 2012).

Penelitian terdahulu yang membahas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan menyatakan terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi perusahaan dalam melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial. Berbagai penelitian sebelumnya terkait dengan pengungkapan tanggung jawab sosial tersebut dikaitkan dengan beberapa faktor yang mempengaruhi tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial, diantaranya penelitian oleh Sugiarto (2013), Sari (2012), serta Indraswari dan Astika (2015) menyatakan bahwa terdapat hubungan yang positif antara profitabilitas dan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas tinggi akan memberikan informasi pengungkapan CSR yang lebih dalam laporan tahunan sebagai wujud akuntabilitas pengelolaan perusahaan kepada *stakeholder* karena dengan profitabilitas yang tinggi perusahaan dapat mengalokasikan biaya yang lebih besar untuk melakukan kegiatan CSR lebih banyak. Hal ini juga didukung dengan hasil penelitian oleh Dewi (2013) dan Uadiale dan Fagbemi (2011) yang menunjukkan profitabilitas dapat meningkatkan pengungkapan CSR perusahaan.

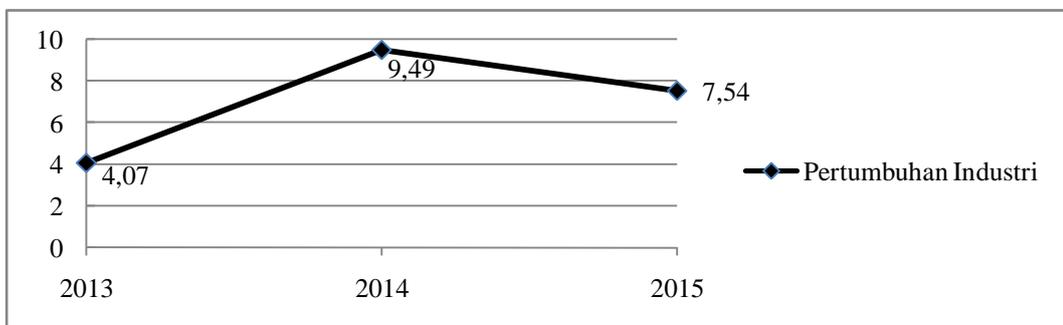
Melalui konsep *triple bottom line*, perusahaan tidak hanya dihadapkan pada kepentingan untuk mencari keuntungan sebesar-besarnya, namun aspek ekonomi tersebut juga harus seimbang dengan aspek sosial serta lingkungan untuk mempertahankan kehidupan jangka panjang perusahaan. Untuk menjaga kelangsungan hidup jangka panjang, perusahaan harus menunjukkan kredibilitas yang baik kepada para *stakeholder*. Hal tersebut didukung melalui informasi-

informasi yang diungkapkan melalui laporan yang telah dibuat oleh manajemen perusahaan. Perusahaan yang terus bertumbuh dapat menunjukkan bagaimana peningkatan kinerja ekonomi perusahaan yang seharusnya diimbangi dengan peningkatan tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar. Untuk memenuhi harapan para *stakeholder*, bagi perusahaan yang memiliki tingkat pertumbuhan tinggi cenderung melakukan pengungkapan informasi sosial yang lebih (Sari, 2012). Hal tersebut juga sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Munsaidah, dkk (2016).

Sama halnya dengan perusahaan yang mengalami pertumbuhan tinggi, perusahaan dengan tingkat kapitalisasi pasar yang besar juga membutuhkan dukungan yang besar dari para *stakeholder*. Kapitalisasi pasar menunjukkan besarnya perusahaan yang diindikasikan dari banyaknya jumlah saham yang beredar (Rifqiawan, 2015). Perusahaan dengan kapitalisasi pasar yang besar memiliki keterkaitan yang lebih luas terhadap *stakeholder* sehingga manajemen akan mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial secara lebih rinci (Rahayu dan Dwi, 2013). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi (2013), dan Sufian (2012). Kepemilikan saham publik juga merupakan variabel yang diindikasikan memiliki pengaruh pada tingkat pengungkapan sosial perusahaan. Penelitian oleh Sugiarto (2013) menunjukkan adanya pengaruh positif antara kepemilikan saham publik dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan yang memiliki kepemilikan saham oleh publik akan terdorong untuk melakukan pengungkapan aktivitas tanggung jawab sosial yang

lebih sebagai wujud akuntabilitasnya kepada publik (Evandini dan Darsono, 2014).

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sektor makanan dan minuman merupakan salah satu industri dengan pertumbuhan tinggi dan menjadi salah satu sektor yang dijadikan prioritas pemerintah dalam mendorong industri sebagai penggerak perekonomian nasional (E-Paper Republika Online, Kamis, 4 Februari 2016).



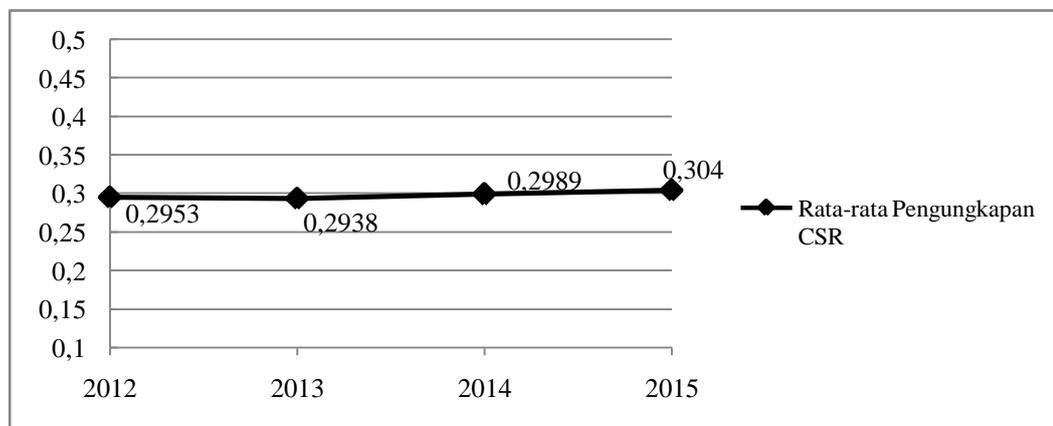
Gambar 1.
Grafik Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman
Tahun 2013-2015

Sumber: Data sekunder diolah, 2016

Berdasarkan gambar 1. dapat dilihat bahwa pertumbuhan industri makanan dan minuman pada tahun 2013 sampai dengan tahun 2014 mengalami peningkatan, namun pada tahun 2015 terjadi penurunan. Namun, dilihat dari data pertumbuhan industri makanan dan minuman tersebut tidak terlihat adanya pertumbuhan yang negatif. Industri makanan dan minuman dalam kurun waktu tiga tahun selalu menunjukkan adanya pertumbuhan industri yang positif, sehingga sektor industri ini menjadi salah satu sektor yang berperan dalam penggerak perekonomian karena produk akhirnya banyak dikonsumsi oleh masyarakat luas. Sektor makanan dan minuman menjadi sektor yang sering

disoroti mengenai tanggung jawab sosial perusahaannya karena produk akhirnya berhubungan langsung dengan konsumen.

Berdasarkan data dari Bursa Efek Indonesia rata-rata pengungkapan informasi tanggung jawab sosial perusahaan makanan dan minuman selama kurun waktu empat tahun yaitu tahun 2012 sampai dengan tahun 2015 tidak mengalami peningkatan yang signifikan, dimana dapat dilihat pada gambar grafik berikut:



Gambar 2.
Grafik Rata-rata Pengungkapan CSR Perusahaan Makanan dan Minuman Tahun 2012-2015

Sumber: Data sekunder diolah 2016

Berdasarkan gambar 2. dapat dilihat bahwa rata-rata pengungkapan informasi tanggung jawab sosial perusahaan makanan dan minuman pada tahun 2012 sebesar 0,2953 atau 29%, tahun 2013 sebesar 0,2938 atau 29%, tahun 2014 sebesar 0,2989 atau 29%, dan tahun 2015 sebesar 0,3040 atau 30%. Perusahaan seharusnya dapat menjaga hubungan baik dengan para pemangku kepentingan melalui publikasi laporan tanggung jawab sosial perusahaan sebab perhatian terhadap perusahaan sektor makanan dan minuman ini cukup besar terkait dengan berbagai dampak dan ketergantungan perusahaan pada sumber daya alam, dan

lingkungan sekitar. Selain itu, pangan sebagai kebutuhan dasar manusia juga menyebabkan perhatian terhadap sektor ini cukup besar (Hartmann, 2011).

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mendapatkan bukti empiris mengenai pengaruh profitabilitas, pertumbuhan perusahaan, kapitalisasi pasar dan kepemilikan saham publik pada tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan dukungan terhadap teori *stakeholder* yang dapat digunakan sebagai suatu hasil studi empiris terkait kebijakan perusahaan dalam melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial sebagai salah satu wujud akuntabilitas perusahaan terhadap *stakeholder* serta sebagai sarana untuk melegitimasi aktivitas perusahaan.

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan kegunaan untuk perusahaan terkait sebagai tambahan informasi bagi perusahaan untuk menjadi dasar pertimbangan dalam pengambilan keputusan oleh manajemen perusahaan mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial serta sebagai pertimbangan perusahaan dalam membuat suatu kebijakan untuk lebih meningkatkan kepeduliannya pada lingkungan. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk mengetahui tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang dilaporkan dalam laporan tahunan serta faktor-faktor yang memengaruhi, sehingga dapat menjadi pertimbangan bagi investor dalam pengambilan keputusan.

Teori *stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan merupakan entitas yang tidak hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri, tetapi harus memberikan manfaat kepada para pemangku kepentingan atau *stakeholder* yaitu pemegang

saham, kreditur, pelanggan, pemasok, pemerintah, masyarakat, analis dan pihak lainnya (Anggraini, 2006). Teori *stakeholder* memberikan isyarat bahwa perusahaan harus memberi perhatian kepada *stakeholder*, karena *stakeholder* dapat memberikan pengaruh dan dipengaruhi oleh perusahaan berkaitan dengan aktivitas dan kebijakan yang dilaksanakan. Perusahaan sangat bergantung pada lingkungan sosial, sehingga perlu menjaga hubungan baik dengan *stakeholder* sehingga stabilitas dan kelangsungan hidup perusahaan jangka panjang yang menjadi tujuan perusahaan dapat tercapai (Dwipayadnya, dkk, 2015).

Teori legitimasi menyatakan bahwa organisasi mencari cara untuk menjamin operasi mereka berjalan dengan keberlanjutan dan berada dalam norma yang ada di lingkungan masyarakat yang dapat dicapai melalui pengungkapan informasi sosial perusahaan dalam laporannya. Melalui pengungkapan tersebut diharapkan perusahaan akan mendapatkan legitimasi dari masyarakat yang berdampak pada kelangsungan hidup perusahaan. Legitimasi dianggap sebagai cara untuk mempertahankan keberlangsungan hidup suatu organisasi yang dicapai melalui tindakan organisasi yang sesuai aturan dan dapat diterima secara luas oleh masyarakat (Nur dan Priantinah , 2012).

Penerapan tanggung jawab sosial atau *corporate social responsibility* (CSR) merupakan salah satu kewajiban dari perusahaan dalam rangka mengurangi dampak negatif dari kegiatan operasional perusahaan terhadap lingkungan. Mukhtaruddin, *et al.* (2014) menyatakan bahwa kegiatan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan, meningkatkan citra perusahaan, dan menjaga nama baik perusahaan di

mata investor dan analisis keuangan. Perusahaan harus mampu menyelaraskan pencapaian kinerja keuangan, kinerja sosial dan kinerja lingkungan. Keselarasan tiga aspek tersebut akan memungkinkan perusahaan untuk memperoleh keuntungan dan menciptakan citra yang baik di mata publik (Hartikayanti dan Maryani, 2015).

Tanggung jawab sosial merupakan salah satu tanggung jawab perusahaan untuk para pemangku kepentingan dan juga kontribusi sukarela oleh perusahaan untuk pembangunan berkelanjutan (Mulyadi dan Anwar, 2012). Hadi (2011) mendefinisikan pengungkapan tanggung jawab sosial adalah laporan atau pengeluaran informasi mengenai kegiatan perusahaan yang berkaitan dengan perhatian terhadap isu mengenai lingkungan sosial. Perusahaan dapat mengungkapkan kegiatan CSR yang telah dilaksanakan dalam laporan tahunan (*annual report*) yang mencakup laporan tanggung jawab sosial perusahaan selama kurun waktu satu tahun berjalan. Perusahaan juga dapat mengungkapkan kegiatan CSR dalam laporan keberlanjutan (*sustainability report*), yang merupakan laporan perusahaan yang berhubungan dengan kebijakan ekonomi, sosial, lingkungan, dampak dari aktivitas perusahaan serta produk-produknya dalam konteks pembangunan berkelanjutan (Meryawati, 2011).

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan yang akan menjaga kelangsungan hidup perusahaan jangka panjang maupun pertumbuhan jangka pendek (Vintila dan Florinita, 2013). Investor menganggap profitabilitas perusahaan menjadi salah satu daya tarik dalam melakukan keputusan investasi (Lamia, dkk, 2014). Menurut Gamerschlag *et al.*,

(2011) dan Hatta dan Daryono, (2012), profitabilitas adalah salah satu faktor yang memungkinkan manajemen untuk melakukan pengungkapan informasi CSR yang lebih tinggi. Perusahaan yang memiliki kinerja keuangan yang baik dimana dalam hal ini dilihat dari tingkat profitabilitas yang tinggi, akan cenderung melakukan pengungkapan informasi sosial dan lingkungan agar memperoleh legitimasi di masyarakat.

Perusahaan dengan tingkat profitabilitas tinggi akan mampu mengalokasikan biaya lebih tinggi pula untuk kegiatan CSR, sehingga pengungkapannya akan semakin baik (Majidah dan Sihite, 2014). Pengungkapan informasi CSR ini diharapkan dapat memenuhi harapan masyarakat serta *stakeholder* lainnya bahwa dengan keadaan ekonomi yang baik, perusahaan dapat mengalokasikan biaya yang lebih besar untuk tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sugiarto (2013), Sari (2012), serta Indraswari dan Astika (2015) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Maka hipotesis pertama yang diajukan adalah.

H₁: Profitabilitas berpengaruh positif pada tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Pertumbuhan perusahaan merupakan salah satu indikator yang menunjukkan kinerja keuangan perusahaan. Rasio pertumbuhan perusahaan mengindikasikan seberapa baik kinerja perusahaan dalam kegiatan perekonomian (Sofyaningsih dan Hardiningsih 2011). Menurut Lucyanda dan Siagian (2012), pertumbuhan perusahaan merupakan gambaran kekuatan perusahaan untuk bertahan hidup. Dengan terjaminnya kegiatan ekonomi perusahaan maka sesuai

harapan para *stakeholder*, perusahaan akan meningkatkan perhatian terhadap aktivitas sosial lingkungannya. Perusahaan akan melakukan pengungkapan lebih terkait dengan aktivitas serta kebijakan tanggung jawab sosial yang telah dilaksanakan. Hal tersebut berkaitan dengan pertumbuhan perusahaan yang baik sehingga perusahaan terlihat lebih unggul dan mampu menghadapi persaingan sehingga memperoleh respon positif dari publik dan para pemangku kepentingan (Nurjanah, 2015). Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Munsaidah, dkk (2016). Sehingga hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah.

H₂: Pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif pada tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Kapitalisasi pasar memiliki kaitan dengan harga keseluruhan dari saham perusahaan yang beredar di pasar. Kapitalisasi pasar adalah total nilai pasar dari perusahaan, yang dihitung dengan mengalikan harga saham di bursa saham dengan jumlah saham yang beredar (Deitiana, 2015). Perusahaan yang berkembang besar akan menyebabkan masyarakat memiliki keterkaitan terhadap perusahaan dan lebih memperhatikan perusahaan. Perusahaan besar mengalami tekanan yang jauh lebih kuat untuk memenuhi berbagai peraturan dan ketentuan sehingga perusahaan diharapkan dapat menunjukkan akuntabilitas secara lebih luas kepada seluruh pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan.

Perusahaan dengan kapitalisasi pasar yang besar memiliki keterkaitan yang lebih luas terhadap masyarakat dan *stakeholder* lainnya sehingga manajemen akan melaporkan informasi tanggung jawab sosial secara lebih rinci. Melalui pengungkapan tersebut diharapkan perusahaan akan mendapatkan legitimasi dari masyarakat yang berdampak pada kelangsungan hidup perusahaan (Rahayu dan

Dwi, 2013). Hal ini sejalan dengan penelitian Dewi (2013), dan Sufian (2012) yang mengungkapkan adanya pengaruh kapitalisasi pasar yang menjadi penentu pengungkapan CSR. Hipotesis ketiga dalam penelitian ini adalah.

H₃: Kapitalisasi pasar berpengaruh positif pada tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Kepemilikan saham oleh publik menggambarkan tingkat kepemilikan perusahaan oleh masyarakat publik (Rindawati dan Nur, 2015). Dalam pengertian ini yang dimaksud dengan publik adalah individu atau institusi yang memiliki kepemilikan saham di bawah 5% yang merupakan pihak lain di luar manajemen perusahaan dan tidak memiliki hubungan istimewa dengan perusahaan (Rita, 2012). Ketika perusahaan memiliki proporsi kepemilikan saham oleh publik, maka isu mengenai akuntabilitas perusahaan terhadap publik akan menjadi suatu hal yang sangat penting (Khan, *et al.*, 2013). Pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan salah satu media untuk menunjukkan akuntabilitas perusahaan. Perusahaan yang memiliki kepemilikan saham oleh publik terdorong untuk melakukan pengungkapan aktivitas tanggung jawab sosial yang lebih sebagai wujud akuntabilitas perusahaan kepada publik (Evandini dan Darsono, 2014). Maka hipotesis keempat yang diajukan adalah.

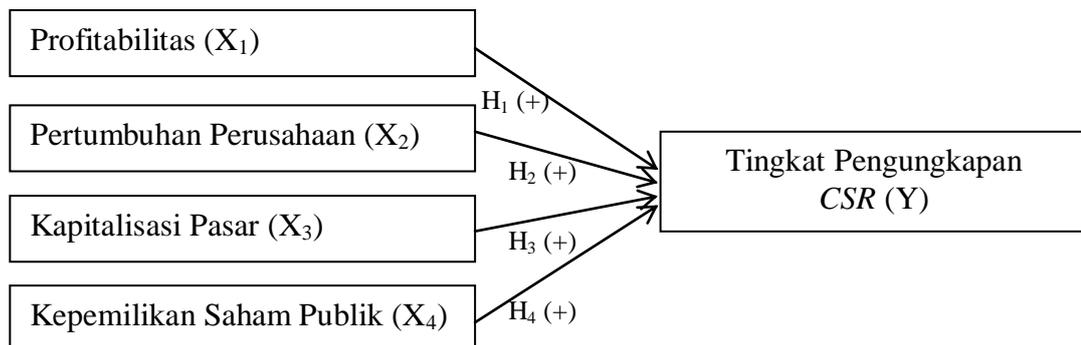
H₄: Kepemilikan saham publik berpengaruh positif pada tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

METODE PENELITIAN

Ruang lingkup penelitian ini adalah perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2015. Penelitian ini menggunakan data kuantitatif yaitu laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan makanan

dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2012-2015. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yaitu berasal dari laporan tahunan dan laporan keuangan perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2012-2015 yang telah dipublikasikan. Data diperoleh melalui *website* resmi BEI *www.idx.co.id*.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif asosiatif tipe kausal. Penelitian kuantitatif memiliki tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2014:13). Pendekatan kuantitatif asosiatif dengan tipe kausal merupakan jenis penelitian yang menjelaskan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Sugiyono, 2014:56).



Gambar 3.
Desain Penelitian

Sumber: Data sekunder diolah, 2016

Variabel bebas pada penelitian ini yaitu profitabilitas, pertumbuhan perusahaan, kapitalisasi pasar, dan kepemilikan saham publik. Rasio profitabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Net Profit Margin* (NPM) yaitu rasio antara laba bersih setelah pajak terhadap penjualan bersih. Tingkat pertumbuhan perusahaan dapat dilihat dari pertumbuhan penjualan perusahaan (Sari, 2012). Pengukuran variabel pertumbuhan perusahaan dalam penelitian ini menggunakan

rasio pertumbuhan penjualan. Kapitalisasi pasar mencerminkan total nilai pasar dari perusahaan, yang dihitung dengan mengalikan harga saham di bursa saham dengan jumlah saham yang beredar. Kepemilikan saham publik diukur dengan rasio jumlah saham milik publik terhadap total saham keseluruhan.

Variabel terikat pada penelitian ini yaitu tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Pengukuran menggunakan data tanggung jawab sosial perusahaan yang diungkapkan pada laporan tahunan perusahaan. Pengukuran mengacu pada indikator *Global Reporting Initiative (GRI)* versi 4.0 dengan opsi sesuai inti yaitu sebanyak 125 indikator yang terdiri atas 34 indikator Pengungkapan Standar Umum dan 91 indikator Pengungkapan Standar Khusus. Desain penelitian dalam gambar 3 dapat dideskripsikan sebagai adanya pengaruh positif profitabilitas, pertumbuhan perusahaan, kapitalisasi pasar maupun kepemilikan saham publik pada tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi profitabilitas, pertumbuhan perusahaan, kapitalisasi pasar maupun kepemilikan saham publik pada suatu perusahaan maka semakin tinggi pula tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI selama tahun pengamatan yaitu tahun 2012-2015. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Metode penentuan sampel ini membatasi pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *observasi non participant* yaitu peneliti dapat melakukan observasi sebagai pengumpul data

tanpa ikut terlibat dari fenomena yang diamati atau sebagai pengamat independen (Sugiyono, 2014:140). Data dalam penelitian ini dianalisis menggunakan statistik deskriptif dan teknik analisis regresi linear berganda dengan program *Statistical Package for Social Science* (SPSS). Sebelum model regresi digunakan untuk menguji hipotesis, terlebih dahulu dilakukan pengujian asumsi klasik yang bertujuan untuk mengetahui keberartian hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, diantaranya dilakukan uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi.

Pengujian hipotesis dilakukan dengan analisis regresi linear berganda, menggunakan alat statistik *Statistical Package for Social Science* (SPSS) dengan signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Pengujian hipotesis dengan analisis regresi linear berganda dirumuskan 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 = Tingkat Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan
- α = Konstanta
- X₁ = Profitabilitas
- X₂ = Pertumbuhan Perusahaan
- X₃ = Kapitalisasi Pasar
- X₄ = Kepemilikan Saham Publik
- $\beta_1 - \beta_4$ = Koefisien regresi variabel independen
- e = error

Persamaan regresi linear berganda tersebut menunjukkan arah masing-masing variabel bebas (profitabilitas, pertumbuhan perusahaan, kapitalisasi pasar dan kepemilikan saham publik) terhadap variabel terikatnya (tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial) dimana koefisien regresi variabel bebas

yang menunjukkan tanda positif berarti mempunyai pengaruh searah terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial, begitu juga sebaliknya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini mencakup 11 perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Jumlah data dalam penelitian ini sebanyak 11 perusahaan x 4 tahun = 44 pengamatan. Pengambilan sampel penelitian ini digambarkan pada Tabel 1. dibawah ini

Tabel 1.
Ringkasan Perolehan Sampel Penelitian

Keterangan	Jumlah
Jumlah populasi	14
Jumlah perusahaan makanan dan minuman yang tidak mengungkapkan CSR periode 2012-2015 berturut-turut	(1)
Jumlah perusahaan makanan dan minuman yang mengungkapkan CSR periode 2012-2015 berturut-turut	13
Jumlah perusahaan yang mengalami kerugian	(2)
Jumlah perusahaan yang datanya digunakan sebagai sampel	11
Jumlah data observasi (11 perusahaan x 4 tahun pengamatan)	44

Sumber: Data sekunder diolah, 2016

Tabel 2.
Hasil Uji Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X ₁	44	0,0169	0,3288	0,1112	0,0895
X ₂	44	-0,2550	1,2731	0,1988	0,2467
LnX ₃	44	25,5462	31,9950	29,4381	1,7683
X ₄	44	0,0367	0,6693	0,2948	0,1774
Y	44	0,2400	0,3680	0,2980	0,0404
Valid N (listwise)	44				

Sumber: Data sekunder diolah, 2016

Dari hasil pengujian statistik deskriptif pada Tabel 2, variabel Y yang dinilai dari 125 item pengungkapan diperoleh *mean* sebesar 0,2980 atau rata-rata item tanggung jawab sosial yang diungkapkan sebanyak 37 item. Nilai deviasi standar sebesar 0,0404 atau rata-rata variasi pengungkapan tanggung jawab sosial sebanyak 5 item. Pengungkapan tanggung jawab sosial dengan nilai paling rendah (minimum) sebesar 0,2400 atau 30 item dimiliki oleh PT. Sekar Bumi Tbk pada

tahun 2012 dan 2013. Sedangkan nilai pengungkapan tanggung jawab sosial paling tinggi (maksimum) sebesar 0,3680 atau 46 item dimiliki oleh PT. Multi Bintang Indonesia Tbk pada tahun 2015.

Variabel X_1 memiliki nilai rata-rata sebesar 0,1112, standar deviasi sebesar 0,0895, nilai X_1 paling rendah sebesar 0,0169 dimiliki oleh PT. Sekar Bumi Tbk pada tahun 2012 dan paling tinggi sebesar 0,3288 dimiliki oleh PT. Multi Bintang Indonesia Tbk pada tahun 2013. Variabel X_2 memiliki nilai rata-rata sebesar 0,1988, standar deviasi variabel X_2 sebesar 0,2467, nilai X_2 paling rendah sebesar -0,2550 dimiliki oleh PT. Delta Djakarta Tbk pada tahun 2015 dan paling tinggi sebesar 1,2731 dimiliki oleh PT. Multi Bintang Indonesia Tbk pada tahun 2013. Variabel $\ln X_3$ memiliki nilai rata-rata sebesar 29,4381, standar deviasi variabel $\ln X_3$ sebesar 1,7683, nilai $\ln X_3$ paling rendah sebesar 25,5462 dimiliki oleh PT. Sekar Laut Tbk pada tahun 2012 dan 2013 dan paling tinggi sebesar 31,9950 dimiliki oleh PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk pada tahun 2015. Variabel X_4 memiliki nilai rata-rata sebesar 0,2948, standar deviasi variabel X_4 sebesar 0,1774, nilai X_4 paling rendah sebesar 0,0367 dimiliki oleh PT. Sekar Laut Tbk dan paling tinggi sebesar 0,6693 dimiliki oleh PT. Mayora Indah Tbk pada tahun 2012, 2013, 2014 dan 2015.

Tabel 3.
Hasil Uji Normalitas

	Unstandardized Residual
N	44
Test Statistic	0,125
Asymp. Sig. (2-tailed)	,082 ^c

Sumber: Data sekunder diolah, 2016

Berdasarkan Tabel 3, nilai *asymp. sig (2-tailed)* adalah sebesar 0,082 lebih besar dari 0,05, menunjukkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal.

Tabel 4.
Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,850 ^a	0,723	0,695	0,0223110	2,188

Sumber: Data sekunder diolah, 2016

Berdasarkan Tabel 4, diperoleh nilai dw sebesar 2,188. Nilai du untuk jumlah sampel 44 dengan 4 variabel bebas (k) serta $\alpha=5\%$ adalah 1,720, dan nilai 4-du adalah 2,280. Hasil uji autokorelasi adalah $du < dw < 4 - du$ yaitu $1,720 < 2,188 < 2,280$, sehingga data dinyatakan bebas dari autokorelasi.

Tabel 5.
Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Model	Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X ₁	0,725	1,380
	X ₂	0,971	1,030
	LnX ₃	0,558	1,792
	X ₄	0,600	1,666

Sumber: Data sekunder diolah, 2016

Hasil uji multikolinearitas pada Tabel 5 menunjukkan *tolerance* > 0,10 dan VIF < 10 pada setiap variabel bebas. Sehingga variabel bebas dinyatakan tidak mengandung gejala multikolinearitas.

Tabel 6.
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Sig.
(Constant)	0,757
X ₁	0,630
X ₂	0,775
LnX ₃	0,989
X ₄	0,301

Sumber: Data sekunder diolah, 2016

Hasil output SPSS pada Tabel 6 menunjukkan nilai probabilitas signifikan variabel independen diatas tingkat kepercayaan 5% sehingga disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Berdasarkan uji asumsi klasik, diketahui bahwa data dalam penelitian ini terdistribusi dengan normal, tidak ada autokorelasi, bebas dari multikolinearitas, serta tidak terjadi heteroskedastisitas. Sehingga, data yang tersedia telah memenuhi syarat untuk menggunakan model regresi linear berganda.

Model yang digunakan dalam menganalisis pengaruh profitabilitas, pertumbuhan perusahaan, kapitalisasi pasar dan kepemilikan saham publik pada tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2015 adalah model regresi linear berganda dengan bantuan SPSS versi 21.0 serta diuji dengan tingkat signifikansi 5%.

Tabel 7.
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-0,272	0,070		-3,893	0,000
X ₁	0,056	0,045	0,124	1,256	0,217
X ₂	-0,006	0,014	-0,035	-0,411	0,684
LnX ₃	0,020	0,003	0,893	7,923	0,000
X ₄	-0,120	0,025	-0,527	-4,846	0,000

Sumber: Data sekunder diolah, 2016

Berdasarkan Tabel 7, dapat disusun persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -0,272 + 0,056 X_1 - 0,006 X_2 + 0,020 \text{Ln}X_3 - 0,120 X_4 + e \dots\dots\dots (2)$$

Nilai koefisien regresi profitabilitas (X₁) adalah 0,056. Memiliki arti apabila profitabilitas meningkat 1% (variabel lain dianggap konstan), maka tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial akan mengalami peningkatan sebesar 5,6%. Nilai koefisien regresi pertumbuhan perusahaan (X₂) adalah -0,006. Memiliki arti apabila pertumbuhan perusahaan meningkat 1% (variabel lain dianggap konstan), maka tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial akan

mengalami penurunan sebesar 0,6%. Nilai koefisien regresi kapitalisasi pasar (X_3) adalah 0,020. Memiliki arti apabila kapitalisasi pasar meningkat 1% (variabel lain dianggap konstan), maka tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial akan mengalami peningkatan sebesar 2%. Nilai koefisien regresi kepemilikan saham publik (X_4) adalah -0,120. Memiliki arti apabila kapitalisasi pasar meningkat 1% (variabel lain dianggap konstan), maka tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial akan mengalami penurunan sebesar 12%. Nilai konstanta sebesar -0,272 memiliki arti apabila semua variabel independen konstan, maka tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial adalah sebesar -0,272.

Tabel 8.
Hasil Koefisien Determinasi Model Regresi Linear Berganda

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,850 ^a	0,723	0,695	0,0223111

Sumber: Data sekunder diolah, 2016

Berdasarkan Tabel 8, nilai *Adjusted R Square* adalah 0,695. Hal ini berarti 69,5% variabel tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial dapat dijelaskan oleh keempat variabel independen yaitu variabel profitabilitas, pertumbuhan perusahaan, kapitalisasi pasar dan kepemilikan saham publik, sedangkan sisanya yaitu sebesar 30,5% dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar model.

Tabel 9.
Hasil Uji F Model Regresi Linear Berganda

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	0,051	4	0,013	25,486	0,000 ^b
	Residual	0,019	39	0,000		
	Total	0,070	43			

Sumber: Data sekunder diolah, 2016

Berdasarkan Tabel 9, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Dengan demikian,

model regresi linear berganda layak digunakan atau variabel profitabilitas, pertumbuhan perusahaan, kapitalisasi pasar dan kepemilikan saham publik mampu menjelaskan variabel tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial.

Tabel 10.
Hasil Uji Hipotesis (Uji t) Model Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Hasil Uji Hipotesis
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	-0,272	0,070		-3,893	0,000	
X ₁	0,056	0,045	0,124	1,256	0,217	H ₁ ditolak
X ₂	-0,006	0,014	-0,035	-0,411	0,684	H ₂ ditolak
LnX ₃	0,020	0,003	0,893	7,923	0,000	H ₃ diterima
X ₄	-0,120	0,025	-0,527	-4,846	0,000	H ₄ ditolak

Sumber: Data sekunder diolah, 2016

Hasil analisis regresi linier berganda pengaruh profitabilitas pada tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada tabel 10 diperoleh nilai signifikansi uji t dua sisi sebesar 0,217, maka nilai signifikansi t pada uji satu sisi adalah 0,108 lebih besar dari $\alpha = 0,05$ dan koefisien regresi profitabilitas sebesar 0,056 yang memiliki arti bahwa profitabilitas tidak berpengaruh pada tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil ini menolak hipotesis pertama. Hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian oleh Sugiarto (2013), Sari (2012), serta Indraswari dan Astika (2015) yang menunjukkan perusahaan dengan profitabilitas tinggi akan melakukan pengungkapan sosial yang lebih.

Perusahaan dengan profitabilitas tinggi belum tentu melakukan pengungkapan sosial yang lebih karena perusahaan lebih berorientasi laba. Hal ini didukung dengan argumentasi bahwa pada saat perusahaan mencapai tingkat profitabilitas tinggi, manajemen akan lebih tertarik untuk memfokuskan pengungkapan informasi kinerja keuangan perusahaan mengenai pencapaian laba perusahaan. Pihak manajemen menganggap tidak perlu menginformasikan hal-hal

yang dapat mengganggu informasi tentang kesuksesan keuangan perusahaan (Kristi, 2013). Hasil ini konsisten dengan penelitian oleh Nur dan Priantinah (2012), Putra dan Shiddiq (2011), Kristi (2013).

Hasil analisis regresi linier berganda pengaruh pertumbuhan perusahaan pada tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada tabel 10 diperoleh nilai signifikansi uji t dua sisi sebesar 0,648, maka nilai signifikansi t pada uji satu sisi adalah 0,324 lebih besar dari $\alpha = 0,05$ dan koefisien regresi variabel pertumbuhan perusahaan sebesar -0,006 yang memiliki arti bahwa pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh pada tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil ini menolak hipotesis kedua. Adanya pertumbuhan perusahaan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam membiayai aktivitas perusahaan. Perusahaan yang mengalami pertumbuhan dimana dalam penelitian ini ditunjukkan oleh rasio pertumbuhan penjualan, cenderung lebih memilih menggunakan biaya-biaya untuk kegiatan produksi sehingga dapat meningkatkan penjualan dan meningkatkan keuntungan perusahaan, dibandingkan untuk kegiatan yang berkaitan dengan aktivitas sosial yang nantinya malah akan menambah biaya (Ekowati, dkk, 2014). Hasil ini konsisten dengan penelitian oleh Ekowati, dkk (2014), dan Sari (2012).

Hasil analisis regresi linier berganda pengaruh kapitalisasi pasar pada tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada tabel 10 diperoleh nilai signifikansi uji t dua sisi sebesar 0,000, maka nilai signifikansi t pada uji satu sisi adalah 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ yang memiliki arti bahwa kapitalisasi pasar berpengaruh pada tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial

perusahaan. Koefisien regresi kapitalisasi pasar sebesar 0,020 yang berarti variabel ini menunjukkan arah positif antara kapitalisasi pasar dengan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil ini menerima hipotesis ketiga. Hasil penelitian ini mendukung teori *stakeholder* dan teori legitimasi. Perusahaan dengan kapitalisasi pasar yang besar memiliki keterkaitan yang lebih luas terhadap masyarakat serta *stakeholder* lainnya. Perusahaan perlu menunjukkan akuntabilitasnya secara lebih luas kepada seluruh pemangku kepentingan, sehingga manajemen akan mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial secara lebih rinci sebagai wujud akuntabilitas perusahaan terhadap *stakeholder*. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian oleh Dewi (2013), dan Sufian (2012).

Hasil analisis regresi linier berganda pengaruh kepemilikan saham publik pada tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada tabel 10 diperoleh nilai signifikansi uji t dua sisi sebesar 0,000, maka nilai signifikansi t pada uji satu sisi adalah 0,000 lebih kecil dari $\alpha=0,05$ yang memiliki arti bahwa kepemilikan saham publik berpengaruh pada tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Koefisien regresi kepemilikan saham publik sebesar -0,120 yang berarti variabel ini menunjukkan arah negatif antara kepemilikan saham publik dengan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil ini menolak hipotesis keempat. Hasil penelitian ini bertentangan dengan hasil penelitian oleh Sugiarto (2013) serta Evandini dan Darsono (2014) yang menunjukkan adanya pengaruh positif antara kepemilikan saham publik dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat hubungan negatif antara kepemilikan saham publik dengan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini disebabkan karena perhatian perusahaan terhadap pemegang saham publik masih sangat kurang. Secara individu, masing-masing pemegang saham publik pada perusahaan sampel memiliki persentase kepemilikan yang relatif kecil yaitu kurang dari 5%, dimana rendahnya persentase kepemilikan masing-masing pemegang saham publik pada perusahaan sampel menyebabkan pemegang saham publik memiliki pengaruh yang lemah terhadap keputusan manajemen dan tidak bisa terlalu menekan perusahaan dalam membuat suatu kebijakan, termasuk kebijakan perusahaan dalam pengungkapan tanggung jawab sosial (Putra dan Shiddiq, 2011). Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Indraswari dan Astika (2015).

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis data dan pembahasan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka simpulan dalam penelitian ini yaitu profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh pada tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, kapitalisasi pasar berpengaruh positif pada tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, sedangkan kepemilikan saham publik berpengaruh negatif pada tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan dengan profitabilitas tinggi belum tentu lebih banyak melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial, dimana ketika profitabilitas perusahaan tinggi, manajemen perusahaan lebih tertarik untuk memfokuskan pengungkapan informasi kinerja keuangan perusahaan. Perusahaan dengan tingkat

pertumbuhan yang tinggi cenderung lebih memilih menggunakan biaya-biaya untuk kegiatan produksi sehingga dapat meningkatkan penjualan dan meningkatkan keuntungan perusahaan, dibandingkan menggunakan untuk kegiatan yang terkait dengan aktivitas sosial, sebab investor dianggap lebih berorientasi pada keuntungan perusahaan.

Perusahaan yang berkembang menjadi sangat besar dimana dalam penelitian ini dilihat dari besarnya kapitalisasi pasar perusahaan, akan menyebabkan para pemangku kepentingan menjadi sangat terkait dan memperhatikan perusahaan, sehingga manajemen akan mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial secara lebih rinci sebagai wujud akuntabilitas perusahaan terhadap *stakeholder*. Perhatian perusahaan terhadap pemegang saham publik dirasa masih sangat kurang. Rendahnya persentase kepemilikan masing-masing pemegang saham publik pada perusahaan sampel menyebabkan pemegang saham publik memiliki pengaruh yang lemah terhadap keputusan manajemen dan tidak bisa terlalu menekan perusahaan dalam membuat suatu kebijakan, termasuk kebijakan perusahaan dalam pengungkapan tanggung jawab sosial.

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan maka dapat diajukan saran, dimana pengukuran tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial dalam penelitian ini menggunakan data dari laporan tahunan perusahaan karena hanya satu perusahaan sektor makanan dan minuman yang menerbitkan laporan keberlanjutan selama periode penelitian, sehingga sebagian besar item pengungkapan berdasarkan GRI G.4 tidak diungkapkan secara jelas. Penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan menggunakan perusahaan yang

menerbitkan laporan keberlanjutan dan menggunakan data dari laporan keberlanjutan perusahaan dalam menganalisis pengungkapan tanggung jawab sosial.

REFERENSI

- Aghashahi, Betsabeh, Siti Zaleha, 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), pp: 751-761.
- Anggraini, F.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.
- Deitiana, Tita. 2015. The Determinant of CSR Disclosure of Mining Industry Listed in Indonesia Stock Exchange. *Asian Business Review*, 5(3), pp: 141-148.
- Dewi, Valeria A.S. 2013. Analisis Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Berdasarkan Karakteristik Perusahaan. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Satyawacana Salatiga.
- Dwipayadnya, Putu Agus, Ni Luh Putu Wiagustini dan Ida Bgs. Anom Purbawangsa. 2015. Kepemilikan Manajerial dan Leverage sebagai Prediktor Profitabilitas dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Buletin Studi Ekonomi*, 20(2), pp: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). *SNA 17 Mataram, Lombok Universitas Mataram*, pp:24-27.
- Evandini, Christa dan Darsono. 2014. Faktor-faktor yang Berpengaruh terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI. *Diponegoro Journal of Accounting*, 3(3), pp:1-11.
- Gamerschlag R, Moller K, Verbeeten F. 2011. Determinants of voluntary CSR disclosure: empirical evidence from Germany. *Review of Managerial Science*, 5, pp:233-262.

- Hadi, Nor. 2014. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Hartikayanti, Heni Nurani dan Dessy Maryani. 2015. The Influence of Industry Profile, Growth Opportunities, and Public Ownership Due to the Corporate Social Responsibility Disclosure. *International Journal of Applied Business and Economic Research*, 13(7), pp:5845-5868.
- Hartmann, Monika. 2011. Corporate Social Responsibility in The Food Sector. *European Review of Agricultural Economics*, 38(3), pp:297–324.
- Hatta Z.M., dan Daryono. 2012. The effects of commissioner board size, corporate leverage, corporate size, and profitability on information disclosure of corporate social responsibility: evidences from mining firms in Indonesia. *Proceedings International Conference Business and Management*, pp:9-17.
- Hermawan, Marko S dan Stephanie G. Mulyawan. 2014. Profitability and Corporate Social Responsibility: An Analysis of Indonesia's Listed Company. *Asia Pacific Journal of Accounting and Finance*, 3(1), pp:15-31.
- Indraswari, Gusti Ayu Dyah dan Ida Bagus Putra Astika. 2015. Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Kepemilikan Saham Publik pada Pengungkapan CSR. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 11(1), pp:289-302.
- Jaramaya, Rizky. 2016. *Menakar Prospek Industri Makanan dan Minuman*. Republika Online Epaper, 4 Februari 2016.
- Khan, Arifur, Mohammad Badrul Muttakin, Javen Siddiqui. 2013. Corporate Governance and Corporate Social Responsibility Disclosure: Evidence from an Emerging Economy. *Journal of Business Ethics*, 114(2), pp:207-223.
- Kristi, Agatha Aprinda. 2013. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Publik di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*. 1(1), pp:2-18.
- Lamia, Fathia Vivie, Zirman dan Yuneita Anisma. 2014. Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Porsi Kepemilikan Saham Publik dan Ukuran Dewan Komisaris terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility dalam Laporan Tahunan Perusahaan Food & Beverages Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia. *JOM Fekon*, 1(2), pp:1-15.

- Lucyanda J, dan Siagian LGP. 2012. The influence of company characteristics toward corporate social responsibility disclosure. *Proceedings International Conference Business and Management. 2012*, pp:601-619.
- Majidah dan Sihite, S. A. 2014. Faktor-faktor yang mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada Perusahaan. *Jurnal Universitas Telkom*, pp:1- 19.
- Meryawati F. Pengaruh Corporate Governance dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Skripsi. 2011.
- 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), pp:135-166.
- Mulyadi, Martin Surya dan Yunita Anwar. 2012. Influence of Corporate Governance and Profitability to corporate CSR Disclosure. *International Journal of Arts and Commerce*, 1(7), pp:29-35.
- Munsaidah, Siti, Rita Andini, dan Agus Supriyanto. 2016. Analisis Pengaruh *Firm Size, Age, Profitabilitas, Leverage, dan Growth* Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2010-2014. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa S1 Akuntansi Universitas Pandanaran*, 2(2), pp:1-11.
- Nur, Marzully dan Denies Priantinah. 2012. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* di Indonesia (Studi Empiris pada Perusahaan Berkategori *High Profile* yang Listing di Bursa Efek Indonesia). *Nominal: Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*. 1(2), pp:23-33.
- Nurjanah, Novi. 2015. Kinerja Lingkungan, Leverage, Profil dan Pertumbuhan Perusahaan: Pengaruhnya Terhadap CSR Disclosure. *Skripsi*. Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
- Putra, Eka N dan Shiddiq Nur Rahardjo. 2011. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). *Skripsi*. Universitas Diponegoro
- Rahayu, Isti dan Dwi Fatwati Rahayu. 2013. Determinan Pengungkapan Tanggungjawab Sosial di Negara Berkembang: Studi Empiris Perusahaan Manufaktur di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 8(1), pp:83-92.

- Rifqiawan, Raden Arfan. 2015. Pengaruh Profitabilitas dan Kapitalisasi Pasar terhadap Nilai Emiten Jakarta Islamic Index. *Economica*, 6(2), pp:21-36.
- Rindawati, Meita Wahyu dan Nur Fadjrih Asyik. 2015. Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Kepemilikan Saham Publik terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 4(6), pp:1-15.
- Rita, Maria Rio. 2012. Pengaruh Profitabilitas dan Kepemilikan Saham Publik terhadap Luas Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). *Jurnal Riset Bisnis Indonesia*, 9(2), pp:1-23.
- Sari, Rizkia Anggita. 2012. Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Nominal*, 1(2), pp:124-140.
- Sufian, Mohammad Abu. 2012. Corporate Social Responsibility Disclosure in Bangladesh. *Global Journal of Management and Business Research*, 12(14), pp:149-155.
- Sugiarto, FGP. 2013. Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Luas Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi UNESA*, 2(1), pp: 1-19.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta.
- 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), pp:44-54.
- Vintila, Georgeta dan Duca Florinita. 2013. A Study of the Relationship between Corporate Responsibility – Financial Performance – Firm Size. *Revista Romana de Statistica Trim. I/2013 – Supliment*, pp:62-67.