

## Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage* Dan Kepemilikan Saham Publik Pada Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

I Komang Gede Surya Andriana<sup>1</sup>  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Udayana, Indonesia.  
Email: andrianasurya7@gmail.com

I Wayan Gde Wahyu Purna Anggara<sup>2</sup>  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Udayana, Indonesia.

### ABSTRAK

*Corporate Social Responsibility* merupakan suatu strategi yang di terapkan oleh suatu perusahaan sebagai bukti dari tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan dan sosial perusahaan agar perusahaan dapat tumbuh secara berkelanjutan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage* dan kepemilikan saham publik pada pengungkapan CSR perusahaan makan dan minuman. Pengukuran indeks pengungkapan tanggung jawab sosial dengan *Global Reporting Initiative Generation 4*. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2016. Sampel dipilih dengan menggunakan *purposive sampling* dan diperoleh 33 data yang telah memenuhi kriteria sampel. Data penelitian dianalisis dengan menggunakan metode regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh positif pada pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, sedangkan *Leverage* dan kepemilikan saham publik tidak berpengaruh pada pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Kata Kunci : *Corporate Social Responsibility*; Ukuran Perusahaan, Profitabilitas; *Leverage*; Kepemilikan Saham Public.

### *Effect of Company Size, Profitability, Leverage and Public Share Ownership on Corporate Social Responsibility Disclosures*

### ABSTRACT

*Corporate Social Responsibility* is a strategy that is applied by a company as evidence of the company's social responsibility to the environment and social companies so that the company can grow sustainably. This study aims to determine the effect of company size, profitability, leverage and public share ownership on CSR disclosures of food and beverage companies. Measurement of index of social responsibility disclosure with *Global Reporting Initiative Generation 4*. This research was conducted on food and beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange in the 2014-2016 period. Samples were selected using purposive sampling and obtained 33 data that met the sample criteria. The research data was analyzed using multiple linear regression methods. The results showed that firm size and profitability had a positive effect on *Corporate Social Responsibility* disclosure, while *Leverage* and public share ownership had no effect on the disclosure of *Corporate Social Responsibility*.

Keywords : *Corporate Social Responsibility*; company size; profitability; leverage; public share ownership.



E-JA  
e-Jurnal Akuntansi  
e-ISSN 2302-8556

Vol. 29 No. 1  
Denpasar, Oktober  
2019  
Hal. 111-127

Artikel masuk:  
10 Januari 2019

Tanggal diterima:  
08 Oktober 2019

## PENDAHULUAN

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan suatu strategi yang diterapkan oleh suatu perusahaan sebagai bukti dari tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan dan sosial perusahaan agar perusahaan dapat tumbuh secara berkelanjutan. CSR sering dianggap inti dari etika bisnis, yang berarti perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban terhadap pemegang saham atau *shareholder*, tetapi juga kewajiban-kewajiban terhadap pihak-pihak lain yang berkepentingan atau *stakeholder*.

Pelaksanaan CSR di Indonesia telah diatur dalam Pasal 74 ayat 1 UU No. 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan dan Pasal 66 ayat 2c UU No. 40 tahun 2007 yang didalamnya menjelaskan bahwa semua perseroan dalam laporan tahunan perusahaan wajib untuk melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Menjalankan aktivitas CSR sangatlah penting, terutama dalam perusahaan yang kegiatan bisnisnya bergerak di bidang pemanfaatan sumber daya alam seperti perusahaan makanan dan minuman. Oleh karena perusahaan makanan dan minuman dalam kegiatan operasionalnya memberikan dampak negatif kepada lingkungan seperti: masalah-masalah polusi, limbah, keamanan produk dan tenaga kerja. Adanya peraturan yang mengatur tentang CSR diharapkan setiap perusahaan yang bergerak di sektor makanan dan minuman untuk memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi lingkungan sekitarnya dan mengharuskan pula untuk mengungkapkan segala kegiatan tanggung jawab sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Secara umum perusahaan yang mapan dan memiliki kinerja yang baik akan lebih banyak melakukan kegiatan CSR, dimana perusahaan yang mapan dan memiliki kinerja yang baik dapat dilihat dari ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan kepemilikan saham publiknya. Menurut Waryanti (2009) Perusahaan besar akan di tuntutan oleh publik untuk mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil. Perusahaan yang memiliki ukuran lebih besar, akan semakin besar kemungkinan untuk melaksanakan pengungkapan aktivitas tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Profitabilitas menunjukkan besarnya kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan atau ukuran efektivitas manajemen perusahaan (Wiagustini, 2010:86). Perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi akan melaksanakan pengungkapan yang lebih lebar berbanding terbalik dengan yang tingkat profitabilitasnya rendah. Pengungkapan ini merupakan cara perusahaan untuk membuat pihak eksternal lebih percaya bahwa perusahaan dalam kondisi persaingan yang kuat dan juga menunjukkan kinerja perusahaan pada saat itu dengan baik.

*Leverage* adalah kemampuan perusahaan untuk menutup kewajiban finansial jangka pendek dan juga jangka panjang, atau menaksir seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh hutang (Wiagustini, 2014:85). Dapat disimpulkan bahwa risiko keuangan perusahaan digambarkan dengan tingkat *leverage*. Rasio *leverage* digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang. Perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi mempunyai kewajiban lebih untuk mengungkapkan tanggung jawab sosialnya (Purnasiwi, 2011).

Kepemilikan saham publik adalah tingkat kepemilikan perusahaan oleh masyarakat public (Rindawati & Asyik, 2015). Semua perusahaan yang telah terdaftar dalam BEI dan *go public* adalah perusahaan yang memiliki rasio kepemilikan saham oleh publik, yang artinya bahwa keadaan perusahaan dan semua aktivitas harus diketahui dan dilaporkan kepada publik atau pemegang saham. Semakin besar kepemilikan publik kepada dalam komposisi saham perusahaan, maka dapat mencetuskan pengungkapan meluas salah satunya pengungkapan tanggung jawab sosial (Nur & Priantinah 2012).

Terdapat penelitian – penelitian terdahulu yang berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR. Penelitian Susilo (2016) menemukan variabel ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), namun Pradnyani (2015) menemukan pengaruh yang negatif terhadap kedua variabel tersebut. Profitabilitas menurut Fahrizqi (2010) berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Namun Eddy (2003) menyatakan terdapat pengaruh negatif antara variabel profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Cahya (2010) menyatakan *Leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), namun Putri dan Christiawan (2014), menunjukkan bahwa *Leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Sementara penelitian yang di lakukan Rahayu (2015) mendapatkan hasil antara variabel kepemilikan saham publik terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) berpengaruh positif. Pelaksanaan penelitian oleh Badjuri (2011) memperoleh pengaruh negatif antara kepemilikan saham publik terhadap pengungkapan CSR. Adanya inkonsistensi hasil mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, menjadikan permasalahan ini menarik untuk diteliti lebih lanjut.

Perusahaan makanan dan minuman memberikan lebih banyak dampak atau pengaruh terhadap lingkungan disekitarnya akibat dari aktivitas yang dilakukan perusahaan. Perusahaan makanan dan minuman juga memerlukan pandangan yang lebih baik dari masyarakat dikarenakan rawan mendapatkan kritikan dari aktivis-aktivis sosial dan juga pengaruh politik. Hal tersebut membuat pengungkapan CSR di perusahaan makanan dan minuman menarik untuk diteliti.

Berdasarkan uraian tersebut, maka rumusan masalah adalah, 1. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh pada pengungkapan CSR perusahaan makanan dan minuman? 2. Apakah Profitabilitas berpengaruh pada pengungkapan CSR perusahaan makanan dan minuman? 3. Apakah *Leverage* berpengaruh pada pengungkapan CSR perusahaan makanan dan minuman?. Apakah Kepemilikan Saham Publik berpengaruh pada pengungkapan CSR perusahaan makanan dan minuman? Penelitian ini memeberikan manfaat secara teoritis tentang pemahaman dan gambaran yang lebih mendalam mengenai pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage* dan kepemilikan saham publik pada pengungkapan CSR perusahaan makanan dan minuman. Serta manfaat praktis bagi pihak manajemen dalam pengambilan keputusan bisnis dengan melihat bagaimana penerapan pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Landasan teori yang digunakan untuk menjelaskan penungkapan CSR adalah teori *stakeholder*, dimana teori stakeholder menunjukkan perusahaan harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya* (pemegang saham, kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, analis dan pihak lain) tidak hanya entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri (Chariri & Ghozali, 2014:438). Berjalannya sebuah perusahaan sangat bergantung pada dukungan *stakeholder*, dukungan tersebut harus dicari oleh perusahaan melalui kegiatan atau aktivitas perusahaan sehari-hari (Maiyarni dkk, 2014). *Stakeholder* pada dasarnya dapat mengendalikan atau memiliki kemampuan untuk mempengaruhi pemakai sumber-sumber ekonomi yang digunakan perusahaan (Chariri & Ghozali, 2014:440). Salah satu strategi untuk menjaga hubungan dengan para *stakeholder* perusahaan adalah dengan melaksanakan CSR, dengan pelaksanaan CSR diharapkan keinginan dari *stakeholder* dapat terakomodasi sehingga akan menghasilkan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan *stakeholdernya*. Hubungan yang harmonis akan berakibat pada perusahaan dapat mencapai keberlanjutan atau kelestarian perusahaannya (*sustainability*).

CSR adalah elemen penting dalam kerangka keberlanjutan usaha suatu industri yang mencakup aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial budaya untuk meningkatkan reputasi perusahaan dan menimbulkan *goodwill* di antara pelanggan (Chernev & Blair 2015). Tanggung jawab sosial yang dinyatakan dalam laporan tahunan perusahaan maupun dalam laporan sosial terpisah dapat diartikan sebagai ketersediaan informasi keuangan atau non-keuangan berkaitan dengan interaksi organisasi dengan lingkungan dan sosial (Guthrie dan Mathews, 1985). Menurut (Rudito & Famiola, 2013:15) CSR adalah komitmen dan tanggung jawab perusahaan terhadap dampak yang di timbulkannya, baik yang bersifat sosial maupun lingkungan serta usaha bagi perusahaan untuk beradaptasi dengan lingkungan sosial masyarakat. Menurut Prakasa (2017) CSR adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh entitas bisnis secara legal dengan tujuan berkontribusi terhadap peningkatan ekonomi dengan memperhatikan kepentingan *stakeholders*, kualitas hidup karyawan, lingkungan luar perusahaan, serta masyarakat secara luas yang diwujudkan dengan perilaku sosial yang bertanggungjawab.

Jika diperhatikan secara mendalam pengertian-pengertian CSR tersebut pada akhirnya bertemu pada satu pemahaman tentang kesuksesan aktivitas bisnis yang harus dibarengi dan didukung dengan peningkatan kehidupan masyarakat dan lingkungan. Sehingga CSR dapat diartikan sebagai bagian dari bisnis masa depan. CSR adalah sebuah konsep yang telah menarik perhatian dunia dan mendapat perhatian dalam ekonomi global. Namun demikian, konsep CSR masih belum seragam dengan pandangan yang masih beragam tentang kegunaan dan aplikabilitas potensialnya (Jamali & Mirshak, 2007).

Pengungkapan sosial dianggap sebagai bagian dari dialog antara perusahaan dengan *stakeholdernya* (Gray, et, al, 1995). Perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri. Perusahaan harus memberikan manfaat bagi para *stakeholder* untuk mendapatkan dukungan darinya. *Stakeholder* memiliki kemampuan untuk mengatur perusahaan seperti dapat mempengaruhi konsumsi atas barang dan jasa yang dihasilkan oleh

perusahaan dan dapat mempengaruhi pemakaian sumber-sumber ekonomi yang terbatas saat ini seperti modal dan tenaga kerja (Yulfaida, 2012).

Perusahaan besar adalah emiten yang banyak disorot, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan (Eddy, 2003). Dilihat dari teori *stakeholder*, bahwa perusahaan besar mempunyai jumlah *stakeholder* yang banyak sehingga akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mendapat dukungan dari para *stakeholder*. Andreas & Chrystina Lawer (2011) dan Permatasari & Prasetiono (2014) menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan uraian di atas, sehingga dirumuskan hipotesis penelitian seperti dibawah ini.

H<sub>1</sub>: Ukuran perusahaan berpengaruh positif pada pengungkapan CSR.

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan yang akan menjaga kelangsungan hidup perusahaan jangka panjang maupun pertumbuhan jangka pendek (Vintila dan Florinita, 2013). Menurut Heinze (1976) dalam Hackston dan Milne (1996) profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan tanggung jawaban sosial kepada pemegang saham. Dilihar dari teori *stakeholder*, profitabilitas perusahaan yang tinggi membuat manajer memiliki kesempatan lebih dalam melakukan dan mengungkapkan CSR akibat adanya alokasi dana yang lebih banyak untuk kegiatan CSR.. Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Fahrizqi, (2010), Suaryana & Febriana (2011), dan Oktariani (2014) menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhdap pengungkapan CSR. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H<sub>2</sub>: profitabilitas berpengaruh positif pada pengungkapan CSR.

*Leverage* adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansialnya baik dalam jangka pendek dan kangka panjang, atau mengukur sejauh mana perusahaan dibiayai dengan hutang (Wiagustini, 2014:85). Perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi mengakibatkan pengawasan yang tinggi dilakukan oleh *debtholder* terhadap aktivitas perusahaan. (Nur & Priantinah, 2012) menjelaskan bahwa perusahaan dengan *leverage* yang tinggi membuat perusahaan perlu melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan secara luas. Hal ini karena perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi berusaha untuk mengurangi sorotan dari debitur sehingga perusahaan dituntut untuk aktif melakukan pengungkapan tanggung jawab sosialnya. Jika dilihat dari teori *stakeholder*, tingkat *leverage* perusahaan yang tinggi mengakibatkan tingkat resiko tak tertagihnya utang menjadi tinggi pula sehingga kreditor melakukan pengawasan yang ketat terhadap aktivitas perusahaan. Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Rofiqkoh & Priyadi, 2016) dan (Saputra, 2016) menemukan bahwa *Leverage* berpengaruh positif pada pengungkapan CSR perusahaan. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang di ajukan dalam penelitian ini adalah:

H<sub>3</sub>: *leverage* berpengaruh positif pada pengungkapan CSR.

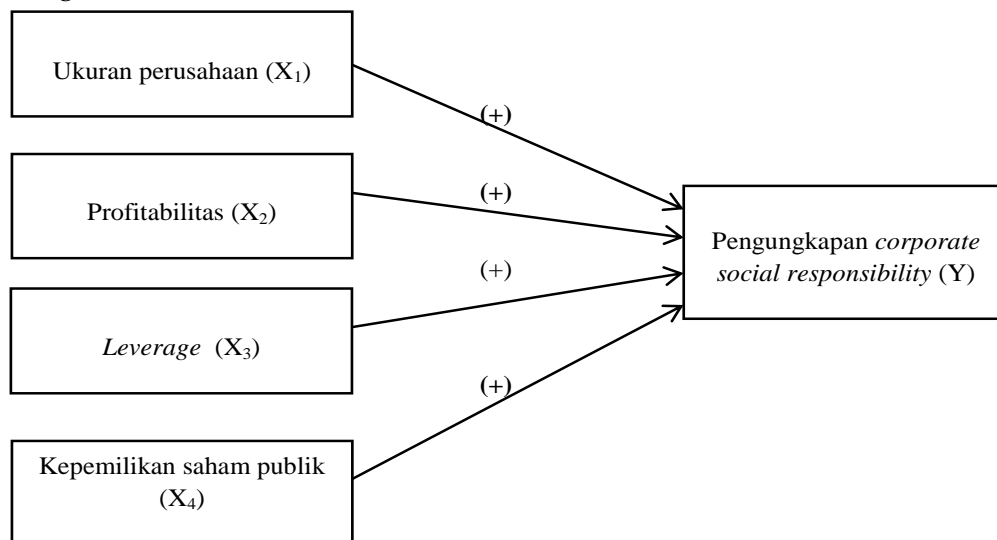
Kepemilikan saham oleh publik menggambarkan tingkat kepemilikan perusahaan oleh masyarakat publik (Rindawati & Asyik, 2015). Semakin besar proporsi kepemilikan saham publik, semakin banyak pihak yang membutuhkan

informasi tentang perusahaan, sehingga banyak pula butir-butir informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan. Hasibuan (2001) menjelaskan bahwa semakin tinggi rasio/tingkat kepemilikan publik dalam perusahaan diprediksi akan berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan yang lebih luas. Dilihat dari teori *stakeholder*, perusahaan yang sahamnya di milik oleh publik akan melakukan luas pengungkapan CSR yang lebih besar dari pada perusahaan yang sahamnya tidak di kuasai oleh publik. Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rahayu (2015) dan Rahmayanty (2015) menemukan bahwa kepemilikan saham publik berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H<sub>4</sub>: Kepemilikan saham publik berpengaruh positif pada pengungkapan CSR.

### METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang berbentuk asosiatif, desain penelitian yang digunakan pada penelitian ini digambarkan pada Gambar 1 sebagai berikut:



Gambar 1. Desain Penelitian

Sumber: Data Penelitian, 2018

Lokasi penelitian yang digunakan adalah perusahaan makan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan mengakses *website* [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) dan mengunduh laporan tahunan perusahaan makanan dan minuman. Alasan mengapa menggunakan perusahaan yang terdaftar di BEI adalah untuk memudahkan dalam memperoleh data karena perusahaan yang terdaftar di BEI mempublikasikan *annual report* secara berkala.

Populasi dari penelitian ini adalah perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2014-2016. Pengambilan sampel dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Adapun kriteria pemilihan sampel, yaitu Perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2014-2016; Perusahaan makanan dan minuman yang mempublikasikan laporan CSR; Perusahaan makan dan minuman yang tidak mengalami kerugian selama periode tahun 2014-2016; Perusahaan makanan dan

minuman yang memiliki informasi mengenai data-data yang diperlukan dalam penelitian, seperti ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage* dan kepemilikan saham publik.

Pada penelitian ini variabel yang diuji yaitu variabel dependen berupa Pengungkapan CSR (Y), variabel independennya meliputi ukuran perusahaan (X<sub>1</sub>), profitabilitas (X<sub>2</sub>), *leverage* (X<sub>3</sub>) dan kepemilikan saham publik (X<sub>4</sub>). Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan pengungkapan informasi terkait dengan aktivitas tanggungjawab sosial perusahaan. Variabel pengungkapan CSR perusahaan dicari dengan metode *content analysis*. Checklist dilakukan dengan melihat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* meliputi enam dimensi pelaporan seperti kategori lingkungan (34 item), kategori praktik ketenagakerjaan dan kenyamanan berjaan (16 item), kategori hak asasi manusia (12 item), kategori masyarakat (11 item), kategori ekonomi (9 item) dan tanggung jawab atas produk (9 item). Sehingga total pengungkapannya adalah 91 item menurut GRI G4 yang dalam penelitian ini dinyatakan dalam bentuk indeks pengungkapan sosial. Apabila item pengungkapan tersebut ada dalam laporan tahunan perusahaan maka diberi skor 1, jika tidak ada pengungkapan maka akan diberi skor 0. Pengungkapan CSR dihitung dengan rumus (Haniffa *et al.*, 2005):

Rumus perhitungan CSRIj adalah sebagai berikut:

$$CSRIj = \frac{\text{Jumlah item CSR yang di ungkap}}{91} \dots\dots\dots (1)$$

Ukuran perusahaan merupakan cerminan besar kecilnya perusahaan yang diukur dengan logaritma natural dari total aktiva, hal ini dilakukan untuk mentransformasi data total aset sampel perusahaan yang sangat beragam (Kurniawati, 2013). Nilai ukuran perusahaan dapat diukur dengan rumus:

$$Size = \text{Logaritma natural dari total aset} \dots\dots\dots (2)$$

Profitabilitas merupakan suatu indikator kinerja yang dilakukan manajemen dalam mengelola kekayaan perusahaan yang ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan. Profitabilitas juga merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham. Nilai profitabilitas dapat diukur dengan rumus (Prakasa, 2017):

$$ROA = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total aset}} \times 100\% \dots\dots\dots (3)$$

*Leverage* merupakan proporsi total hutang terhadap rata-rata ekuitas pemegang saham. Rasio tersebut digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang.. Nilai *leverage* dapat diukur dengan rumus (Prakasa, 2017):

$$DAR = \frac{\text{Total liabilitas}}{\text{Total aset}} \times 100\% \dots\dots\dots (4)$$

Kepemilikan saham oleh publik menggambarkan tingkat kepemilikan perusahaan oleh masyarakat publik. Semakin besar saham yang dimiliki oleh publik, akan semakin banyak informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan. Besarnya saham publik atau masyarakat diukur melalui rasio dari jumlah kepemilikan lembar saham yang dimiliki publik terhadap total saham

perusahaan di Indonesia. Nilai kepemilikan saham publik dapat diukur dengan rumus (Oktariani, 2013):

$$\text{Kepemilikan saham publik} = \frac{\text{Jumlah kepemilikan lembar saham publik}}{\text{Total lembar saham perusahaan}} \dots\dots\dots(5)$$

Berdasarkan kriteria penentuan sampel di peroleh jumlah perusahaan yang memenuhi kriteria penentuan sampel untuk penelitian ini sebanyak 11 perusahaan dengan total observasi 33 selama tiga tahun dari tahun 2014 sampai dengan 2016. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonparticipant observation*. Pada penelitian ini, teknik analisis data yang dilakukan adalah: Uji Statistik Deskriptif, Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Heteroskedastisitas, dan Uji Autokorelasi) hingga Uji Regresi Linier Berganda (Uji F Statistik /Uji Kelayakan Model, Uji Hipotesis/Uji t, dan Uji Koefisien Determinasi) dengan persamaan model seperti dibawah ini:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e \dots\dots\dots(6)$$

Keterangan:

Y = CSR

a = Konstanta

X<sub>1</sub> = ukuran perusahaan

X<sub>2</sub> = Profitabilitas

X<sub>3</sub> = *leverage*

X<sub>4</sub> = kepemilikan saham publik

β<sub>1</sub> = Koefisien Regresi X1

β<sub>2</sub> = Koefisien Regresi X2

β<sub>3</sub> = Koefisien Regresi X3

β<sub>4</sub> = koefisien Regresi X4

e = *Error*

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah dilakukan observasi awal, maka diperoleh hasil bahwa perusahaan yang dapat dijadikan sampel adalah sebanyak 11 perusahaan dengan total 33 sampel amatan yang ditunjukkan dengan proses seleksi sampel pada Tabel 1.

**Tabel 1. Proses Seleksi Sampel Penelitian**

| Keterangan  | Jumlah |
|---|--------|
| Jumlah perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar selama periode pengamatan  | 18     |
| Jumlah perusahaan makanan dan minuman yang tidak mempublikasikan laporan CSR selama periode pengamatan  | (5)    |
| Perusahaan makanan dan minuman yang mengalami kerugian selama periode pengamatan  | (2)    |
| Perusahaan makanan dan minuman yang tidak memiliki informasi mengenai data-data yang diperlukan dalam penelitian, seperti ukuran perusahaan, profitabilitas, <i>leverage</i> dan kepemilikan saham publik | (0)    |
| Jumlah sampel   | 11     |

Sumber: Data Penelitian, 2018

Tabel 2 menunjukkan bahwa jumlah pengamatan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2016 adalah sebanyak 33 data.



**Tabel 2. Statistik Deskriptif**

|                          | N  | Min   | Max   | Mean    | Std. Deviation |
|--------------------------|----|-------|-------|---------|----------------|
| CSR                      | 33 | 0,10  | 0,30  | 0,1824  | 0,05723        |
| Ukuran perusahaan        | 33 | 26,53 | 32,15 | 28,9594 | 1,56243        |
| Profitabilitas           | 33 | 0,02  | 0,43  | 0,1200  | 0,09566        |
| Leverage                 | 33 | 0,15  | 0,75  | 0,4748  | 0,15387        |
| Kepemilikan saham publik | 33 | 0,04  | 0,67  | 0,3027  | 0,18047        |
| Valid N (listwise)       | 33 |       |       |         |                |

Sumber: Data Penelitian, 2018

Pengungkapan CSR terendah (minimum) adalah 0,10 dan pengungkapan CSR tertinggi (maksimum) adalah 0,30. Dari hasil di atas dapat diketahui bahwa pengungkapan CSR secara rata-rata (*mean*) CSR sebesar 0,18 dan Standar deviasi sebesar 0,05. Ukuran perusahaan terendah (minimum) adalah sebesar 26,53 dan ukuran perusahaan tertinggi (maximum) adalah sebesar 32,15. Dari hasil di atas dapat diketahui bahwa ukuran perusahaan secara rata-rata (*mean*) sebesar 28,95 dan standar deviasi sebesar 1,56. Data profitabilitas memiliki nilai terkecil (minimum) sebesar 0,02 dan nilai terbesar (maksimum) sebesar 0,43. Rata-rata (*mean*) dari profitabilitas adalah 0,12 dan Standar deviasi dari profitabilitas berdasarkan tabel tersebut adalah sebesar 0,095. Data *leverage* memiliki nilai terkecil (minimum) sebesar 0,15 dan nilai terbesar (maksimum) sebesar 0,75. Rata-rata (*mean*) dari *leverage* adalah 0,47 dan Standar deviasi dari leverage berdasarkan tabel tersebut adalah sebesar 0,15. Data kepemilikan saham publik memiliki nilai terkecil (minimum) sebesar 0,04 dan nilai terbesar (maksimum) sebesar 0,67. Rata-rata (*mean*) dari kepemilikan saham publik adalah 0,30 dan Standar deviasi dari kepemilikan saham publik berdasarkan tabel tersebut adalah sebesar 0,18.

Uji asumsi klasik diperlukan agar model regresi yang dijadikan alat estimasi tidak bias. Uji asumsi klasik yang dilakukan adalah uji normalitas, autokorelasi, multikolinearitas dan heteroskedastisitas. Hasil uji asumsi klasik dapat dilihat pada tabel 3.

**Tabel 3. Uji Asumsi Klasik**

| Variabel                 | Multikolinearitas |       | Heteroskedastisitas | Normalitas             | Autokorelasi           |
|--------------------------|-------------------|-------|---------------------|------------------------|------------------------|
|                          | Tolerance         | VIF   | Sig.                | Asymp. Sig. (2-tailed) | Asymp. Sig. (2-tailed) |
| Ukuran perusahaan        | 0,693             | 1,442 | 0,836               |                        |                        |
| Profitabilitas           | 0,952             | 1,050 | 0,525               |                        |                        |
| Leverage                 | 0,800             | 1,249 | 0,341               |                        |                        |
| Kepemilikan saham publik | 0,608             | 1,645 | 0,891               |                        |                        |
|                          |                   |       |                     | 0,972                  | 0,727                  |

Sumber: Data Penelitian, 2018

Uji normalitas dengan *kolmogorov smirnov* menghasilkan nilai asymp. sig (0,972) >  $\alpha$  (0,05), maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual data sampel berdistribusi normal. Uji autokorelasi ini dilakukan menggunakan *Runs Test*, dimana hasil runs test menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) > 0,05 yang berarti hipotesis nol ditolak. Nilai hasil yang diperoleh sebesar 0,727 > 0,05. Dengan demikian data yang dipergunakan dalam penelitian ini bebas dari autokorelasi. Hasil statistik uji multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai *tolerance* dan VIF untuk masing-masing variabel memiliki nilai *tolerance* di atas 0,1 dan VIF di bawah 10, dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini tidak mengandung gejala multikolinearitas. Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan uji *glejser*, dimana model regresi yang baik adalah yang *absolute residual* atau nilai signifikansinya lebih besar dari  $\alpha = 0,05$ . Semua variabel bebas memiliki nilai signifikan > 0,05. Ini berarti pada model regresi tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

**Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

| Model                         | <i>Unstandardized Coefficients (B)</i> | t-test | Probabilitas (Sig.) | Hasil Uji Hipotesis |
|-------------------------------|--|--------|---------------------|---------------------|
| Konstanta                     | -0,867                                 | -9,805 | 0,000               |                     |
| Ukuran perusahaan             | 0,037                                  | 11,509 | 0,000               | Diterima            |
| Profitabilitas                | 0,118                                  | 2,647  | 0,013               | Diterima            |
| <i>Leverage</i>               | -0,038                                 | -1,253 | 0,221               | Ditolak             |
| Kepemilikan saham publik      | -0,052                                 | -1,745 | 0,092               | Ditolak             |
| <i>Adjusted R<sup>2</sup></i> | 0,830                                  |        |                     |                     |
| Sig. F                        | 0,000                                  |        |                     |                     |

Sumber: Data Penelitian, 2018

Berdasarkan tabel 4 dapat disusun persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -0,867 + 0,037X_1 + 0,118X_2 - 0,038X_3 - 0,052X_4 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi yang telah diungkapkan sebelumnya maka dapat dilihat bahwa koefisien regresi dari ukuran perusahaan sebesar 0,037, berarti apabila ukuran perusahaan meningkat satu satuan maka pengungkapan CSR akan naik sebesar 3,7% dengan asumsi bahwa variabel independen lain konstan. Koefisien regresi dari profitabilitas sebesar 0,118, berarti bahwa apabila profitabilitas naik satu satuan maka pengungkapan CSR akan naik sebesar 11,8% dengan asumsi bahwa variabel independen lain konstan. Koefisien regresi *leverage* sebesar -0,038, berarti bahwa apabila *leverage* naik satu satuan maka pengungkapan CSR akan menurun sebesar 3,8% dengan asumsi bahwa variabel independen lain konstan. Koefisien regresi kepemilikan saham publik sebesar -0,052, berarti bahwa apabila kepemilikan saham publik naik satu satuan maka pengungkapan CSR akan menurun sebesar 5,2% dengan asumsi bahwa variabel independen lain konstan.

Koefisien determinasi dalam penelitian ini dilihat dari *adjusted R square*. 83 persen variasi perubahan pengungkapan CSR dapat dijelaskan oleh variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan kepemilikan saham publik. Sedangkan sisanya sebesar 17 persen variabel pengungkapan CSR dipengaruhi oleh variabel lain diluar model regresi yang digunakan. Uji F menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai

pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Adiwiratama, 2012). Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage* dan kepemilikan saham publik pada pengungkapan CSR perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI. Hasil uji kelayakan model menunjukkan *p-value* (Sig. F) 0,000 lebih kecil dari nilai  $\alpha = 0,05$ , model persamaan dalam penelitian ini layak untuk digunakan.

Uji statistik t dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Berdasarkan Tabel 4, hasil yang diperoleh nilai signifikansi uji t yakni *p-value* ukuran perusahaan (X1) sebesar 0,000 lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$  serta nilai koefisien regresi sebesar 0,037. Ini berarti bahwa ukuran perusahaan yang diukur dengan logaritma natural dari total aktiva berpengaruh positif signifikan pada pengungkapan CSR ( $H_1$  diterima). Hal ini berarti bahwa semakin besar ukuran suatu perusahaan menyebabkan semakin banyak perusahaan mengungkapkan CSR. Perusahaan besar menghadapi resiko politis yang lebih besar dibandingkan perusahaan kecil. Keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh stakeholder kepada perusahaan. Disisi lain, perusahaan besar juga memiliki lebih banyak stakeholder yang memperhatikan program sosial yang dilakukan perusahaan (Wardhani & Muid, 2017).

Tingkat keluasan informasi dalam kebijakan luas pengungkapan perusahaan akan meningkat seiring dengan meningkatnya ukuran perusahaan. Perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung memiliki tuntutan publik (*public demand*) akan informasi yang lebih tinggi dibanding dengan perusahaan yang berukuran kecil (Waryanti, 2009). Dengan demikian hasil penelitian mendukung teori *stakeholder* bahwa perusahaan besar mempunyai jumlah *stakeholder* yang banyak sehingga akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mendapat dukungan dari para *stakeholder*. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Chandra dan Jurnal (2015), Wardhani & Muid (2017), serta Widiastuti, dkk (2018) yang menemukan bahwa terdapat hubungan positif signifikan antara ukuran perusahaan pada pengungkapan CSR.

Berdasarkan Tabel 4, hasil yang diperoleh nilai signifikansi uji t yakni *p-value* profitabilitas (X2) sebesar 0,013 lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$  serta nilai koefisien regresi sebesar 0,118. Ini berarti bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan pada pengungkapan CSR ( $H_2$  diterima). Hal ini berarti bahwa besar kecilnya profitabilitas perusahaan yang diukur dengan ROA (*Return on Assets*) akan mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Semakin tinggi angka profitabilitas suatu perusahaan bisa disimpulkan bahwa perusahaan tersebut telah berkinerja dengan baik dan telah mendapat kepercayaan dari masyarakat sehingga produk yang dijual selalu laku terjual di pasaran, hal tersebut akan meningkatkan profit perusahaan tersebut. Saat perusahaan tersebut mendapat profit yang tinggi maka dana yang didistribusikan pada kegiatan CSR akan semakin tinggi.

Perusahaan dapat mempunyai peluang untuk membentuk suatu kontrak sosial dengan masyarakat yakni dengan melakukan dan melaporkan pengungkapan CSR sebagai bentuk upaya untuk menciptakan keselarasan antara sistem nilai perusahaan dengan sistem sosial yang berlaku di masyarakat.

Hal ini bertujuan untuk mendapatkan reaksi positif bagi perusahaan sebagai upaya untuk mendapatkan kepercayaan publik yang mengarah pada keberlangsungan perusahaan dalam jangka panjang (Putri, 2014). Selain itu kegiatan CSR bukan hanya sebagai *cost centre* melainkan sebagai sarana juga untuk menjangkau para investor dan strategi dalam pemasaran produk dan juga membangun image positif pada masyarakat (Rindawati & Asyik, 2015). Dengan demikian hasil penelitian mendukung teori *stakeholder*, profitabilitas perusahaan yang tinggi membuat manajer memiliki kesempatan lebih dalam melakukan dan mengungkapkan CSR akibat adanya alokasi dana yang lebih banyak untuk kegiatan CSR. Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Oktariani (2014), Feranica & Kartika (2017), serta Wahyuningsih & Mahdar (2018) yang menyatakan bahwa profitabilitas mempunyai hubungan positif pada pengungkapan CSR.

Berdasarkan Tabel 4, hasil yang diperoleh nilai signifikansi uji t yakni *p-value leverage* (X3) sebesar 0,221 lebih besar dari  $\alpha = 0,05$  serta nilai koefisien regresi sebesar -0,038. Ini berarti bahwa *leverage* tidak berpengaruh pada pengungkapan CSR ( $H_3$  ditolak). Ini berarti bahwa besar kecilnya *leverage* tidak akan mempengaruhi tingkat pengungkapan informasi CSR. Hal ini dikarenakan hubungan yang sudah terjalin baik dengan *debtholder* dan kinerja perusahaan yang baik bisa membuat *debtholder* tidak terlalu memperhatikan *leverage* perusahaan, sehingga menjadikan hubungan *leverage* dengan pengungkapan CSR tidak signifikan (Fahrizqi, 2010). Dengan demikian hasil penelitian ini tidak mendukung teori *stakeholder*, tingkat *leverage* perusahaan yang tinggi mengakibatkan tingkat resiko tak tertagihnya utang menjadi tinggi pula sehingga kreditor melakukan pengawasan yang ketat terhadap aktivitas perusahaan. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Putri & Christiawan (2014), Mandaika & Salim (2015), serta Sulistyawati, dkk (2016) yang menemukan tidak ada pengaruh antara *Leverage* pada pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR).

Berdasarkan Tabel 4, hasil yang diperoleh nilai signifikansi uji t yakni *p-value kepemilikan saham publik* (X4) sebesar 0,092 lebih besar dari  $\alpha = 0,05$  serta nilai koefisien regresi sebesar -0,052. Ini berarti bahwa kepemilikan saham publik tidak berpengaruh pada pengungkapan CSR ( $H_4$  ditolak). Hal ini mencerminkan bahwa besar kecilnya kepemilikan saham publik yang diukur melalui rasio dari jumlah kepemilikan lembar saham yang dimiliki publik terhadap total saham perusahaan, tidak akan mempengaruhi tingkat pengungkapan CSR. Menurut (Rahman & Widyasari, 2008) kepemilikan saham publik kurang mampu bisa menjalankan fungsi monitoring dan tidak bisa terlalu menekan ke perusahaan dalam kaitannya dengan pengungkapan CSR, karena kepemilikan saham publik terdiri dari gabungan beberapa pemegang saham (skala kecil). Dengan demikian hasil penelitian tidak mendukung teori *stakeholder*, perusahaan yang sahamnya dimiliki oleh publik akan melakukan luas pengungkapan CSR yang lebih besar dari pada perusahaan yang sahamnya tidak di kuasai oleh publik. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Badjuri (2011), Agustia (2013), serta Rahmadhana, dkk (2015) menemukan tidak ada pengaruh antara kepemilikan saham publik pada pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR).

## SIMPULAN

Penelitian ini digunakan untuk menguji faktor-faktor yang dapat memengaruhi pengungkapan CSR perusahaan yang dilihat dari ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan kepemilikan saham publik pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2016. Simpulan penelitian ini adalah ukuran perusahaan berpengaruh positif pada pengungkapan CSR dan profitabilitas berpengaruh positif pada pengungkapan CSR. Sedangkan *leverage* tidak berpengaruh pada pengungkapan CSR dan kepemilikan saham publik tidak berpengaruh pada pengungkapan CSR.

Keterbatasan penelitian ini hanya menggunakan sampel perusahaan makanan dan minuman tahun 2014-2016. Sehingga penelitian ini tidak bisa digeneralisir untuk jenis perusahaan yang lain. peneliti selanjutnya disarankan untuk menggunakan jenis perusahaan lain dengan rentang waktu pengamatan yang lebih panjang, serta memperbanyak variabel-variabel lain yang cukup menarik, seperti: tanggung jawab lingkungan, kepemilikan institusi, tipe industri, dan lainnya. Bagi pihak manajemen diharapkan dapat meningkatkan ukuran perusahaan dan profitabilitas, dikarenakan ukuran perusahaan dan profitabilitas dapat mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility*.

## REFERENSI

- Adiwiratama, J. (2012). Pengaruh informasi laba, arus kas dan size perusahaan terhadap return saham (studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, 2(1), 1-25. Retrieved from <http://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJA/article/view/File/554/440>
- Andreas & Chrystina Lawer. (2011). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial. *Jurnal Universitas Riau*, 19(2).
- Agustia, Dian. (2013). Pengaruh Struktur Kepemilikan dan Dewan Komisaris terhadap Corporate Social Responsibility dan Reaksi Pasar. *Ekuitas: Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 17(3), 376-390.
- Badjuri, A. (2011). Faktor-Faktor Fundamental, Mekanisme *Corporate Social Responsibility* (CSR) Perusahaan Manufaktur dan Sumber Daya Alam di Indonesia. *Dinamika Keuangan Dan Perbankan*, 3(1), 38-54.
- Cahya, Bramantya Adhi. (2010). Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility). *Skripsi*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Chandra, Budi & Jumali Teddy. (2015). Analisis Pengaruh Tata Kelola Perusahaan dan Karakteristik Perusahaan terhadap Penungkapan Tanggung Jawab Sosial pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Journal of Accounting & Management Research*, 11(2), 40-50.
- Chernev, A., & Blair, S. (2015). Doing Well by Doing Good: The Benevolent Halo of Corporate Social Responsibility. *Journal of Consumer Research*, 41(6), 1412-1425. <https://doi.org/10.1086/680089>
- Eddy Rismanda Sembiring. (2003). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. *Thesis*. Universitas Diponegoro.

- Fahrizqi, A. (2010). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility ( Csr ) Dalam Laporan.
- Feranica, Ayuna., & kartika Andi. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Likuiditas, Solvabilitas, Profitabilitas dan Ukuran Dewan Komisaris terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Students' Journal of Accounting and Banking*, 6(2).
- Ghozali, I. dan A. Chariri. (2014). *Teori Akuntansi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gray, Rob, Reza Kouhy, & Simon Lavers. (1995). Constructing a Research Database of Social and Environmental Reporting by UK Companies. *Accounting, Auditing dan Accountability Journal*, 8(2), 78-101. <http://www.emeraldinsight.com/doi/10.1108/09513579510086812>.
- Guthrie, J.E. & Mathews, M.R. (1985). Corporate social accounting in Australasia, *Research in Corporate Social Performance and Polic.* 7, 251-77
- Hackston, David, Markus J, & Milne. (1996). Some Determinants of Social and Environmental Disclosures in New Zealand Companies. *Accounting, Auditing dan Accountability Journal*, 9(1),77-108.
- Haniffa, R. M., & T. E. Cooke. (2005). The Impact of Culture and Governance on Corporate Social Reporting. *Journal of Accounting and Public Policy*, 24(5), 391-430
- Hasibuan, M. R. (2001). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sosial (Sosial Disclosures) Dalam Laporan Tahunan Emiten Di Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya.
- Indriantoro, Nur, Bambang Supomo. (2009). *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*, Edisi Pertama. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta
- Jamali, D., & Mirshak, R. (2007). Corporate Social Responsibility (CSR): Theory and practice in a developing country context. *Journal of Business Ethics*, 72(3), 243-262. <https://doi.org/10.1007/s10551-006-9168-4>
- Jensen, Michael C., & William H. Meckling. (1976). Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305-60.
- Kurniawati, Ari Fajar. (2013). Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Pertambangan Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2009-2011. *Skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta.
- Maiyarni, R., Erwati, M., & Susfayetti. (2014). Pengaruh Profitabilitas , Ukuran Perusahaan , Likuiditas , Dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility ( Csr ) Pada Perusahaan Lq-45 Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2009-2012. *Jurnal Cakrawala Akuntansi*, 6(1), 79-94.
- Mandaika Yusi, & Salim Hasan. (2015). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kinerja Keuangan, Tipe Industri, dan Financial Leverage terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility: Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011--2013. *Jurnal Akuntansi*, 2 (April).181-201.
- Nur, M., & Priantinah, D. (2012). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Csr Diindonesia (Studi Empiris Pada Perusahaan Berkategori High Profile Yang Listing Di Bei). *Jurnal Nominal*, 1(I), 1-13.

- Oktariani, N. W., & Mimba, N. P. S. H. (2014). Pengaruh Karakteristik Perusahaan dan Tanggung Jawab Lingkungan pada Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 3, 402-418.
- Oktariani, W. (2013). Pengaruh Kepemilikan Publik, Ukuran Dewan Komisaris, Profitabilitas dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Wahana Akuntansi*, 8(2), 100-117.
- Permatasari, H. D., & Drs. H. Prasetiono, Ms. (2014). Pengaruh Leverage, Tipe Industri, Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) (Studi pada Perusahaan-Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2010-2012). *Diponegoro Journal of Management*, 4, 1-9.
- Pradnyani, I Gusti Agung Arista & Eka Ardhani Sisdyani. (2015). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Dewan Komisaris Pada Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 11(2), 384-397.
- Prakasa, S. (2017). Pengaruh Leverage , Profitabilitas , dan Kepemilikan Manajemen Terhadap CSR Disclosure Perusahaan Pertambangan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 18(1), 189-215.
- Purnasiwi, Jayanti. (2011). Analisis Pengaruh Size, Profitabilitas dan Leverage Terhadap Pengungkapan CSR. *Tugas Akhir*, Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Putri, R. A., & Christiawan, Y. J. (2014). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Leverage terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Business Accounting Review*, 2(1), 2014.
- Putri, R. W. E. (2014). "Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility". *Igarss*, (1), 1-5.
- Rahayu, Puji. (2015). Pengeruh Kepemilikan Saham Publik, Profitabilitas dan Pengungkapan Media Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2013.
- Rahmadhana, S., Nafsiah S.N., Darmawan, J. (2015). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial Laporan Tahunan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang dan Konsumsi yang Listed di BEI. *Conference on Management and Behavioral Studie*, 1-18.
- Rahman, A. & K. N. Widyasari. (2008). The Analysis of Company Characteristic Influence toward CSR Disclosure: Empirical Evidence of Manufacturing Companies Listed in JSX. *Jurnal JAAI* . Volume 12 No 1, Juni 2008: 25-35. Universitas Islam Indonesia.
- Rahmayanty, S. (2015). Pengaruh Size Perusahaan, Kepemilikan Saham Publik, Kepemilikan Saham Asing, Dan Profitabilitas Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr) Pada Perusahaan Food and Beverages Yang Terdaftar Di Bei Pada Tahun 2010-2013. *Jom FEKON*, 2(8), 1-12.
- Rindawati, M. W., & Asyik, N. F. (2015). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Kepemilikan Publik Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*, 4(6), 2-

- 15.
- Rita, Maria Rio. (2012). Pengaruh Profitabilitas dan Kepemilikan Saham Publik terhadap Luas Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). *Jurnal Riset Bisnis Indonesia*, 9(2), 1-23.
- Rofiqkoh, E., & Priyadi, M. P. (2016). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi ISSN: 2460-0585*, 5(10), 1-18.
- Rudito, Bambang & melia famiola. (2013). *Corporate social responsibility*. Bandung. Rekayasa sains.
- Saputra, S. E. (2016). Pengaruh Leverage, Profitabilitas Dan Size Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Di Bursa Efek Indonesia. *Journal of Economic Education*, 5(1), 75-89.
- Suaryana, A., & Febriana. (2011). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kebijakan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 7(1), 160. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiyawati, Surjani, & Triyani. (2016). Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Laporan Keuangan dan Determinasinya. *Seminar Nasional IENACO*, hal: 467-475
- Susilo, didik. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage dan Good Corporate Governance Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Perusahaan pada perusahaan industri dasar dan kimia yang terdaftar di indesk saham syariah Indonesia periode 2011-2014. *Skripsi*. Universita Islam Negeri Sunan Kalijaga. Yogyakarta.
- Vintila G & Duca Florinit. (2013). A Study of the Relationship between Corporate Social Responsibility-Financial Performance-Firm Size. *Metalurgia International*, 18(7), 62-67.
- Wahyuningsih, Ana., Mahdar, Nera M. (2018). Pengaruh Size, Leverage dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan CSR pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Kalbisocio*, 5(1), 27-36.
- Wardhani, Ratna. (2007). Mekanisme Corporate Governance Dalam Perusahaan Yang Mengalami Permasalahan Keuangan. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia* 4(1), 95-114. <http://jaki.ui.ac.id/index.php/home/article/view/238>
- Waryanti, (2009). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sosial Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia. *Skripsi S1 Akuntansi UNIDIP*.
- Wiagustin, Ni Luh Putu. (2014). *manajemen keuangan*. Udayana university press.
- Widiastuti, Harjanti., Utami, Evy Rahman., & Handoko Ridi. (2018). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Tipe Industri, Growth, dan Media Exposure terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 3(2), 107-117.
- Yulfaida, D. (2012). Pengaruh Size , Profitabilitas , Profile , Leverage Dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Perusahaan Manufaktur. *Diponegoro Journal of Accounting*, 1(1), 1-11.



