

Faktor-Faktor yang Memengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

I Dewa Nyoman Alit Ariawan¹
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Udayana, Indonesia

I Gusti Ayu Nyoman Budiasih
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Udayana, Indonesia

Surel : alitariawan7@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan studi empiris yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepemilikan manajerial, tingkat *leverage*, profitabilitas, dan tipe industri pada pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018 dan sampel dipilih menggunakan *purposive sampling*. Kepemilikan manajerial diukur dengan persentase saham yang dimiliki manajemen. Tingkat *leverage* diukur dengan rasio hutang (DER). Profitabilitas diukur dengan ROA, dan tipe industri dikelompokkan menjadi *high-profile* dan *low profile*. CSR diukur dengan indeks CSR yaitu *CSRDI*. Data diuji normalitas, multikolinieritas, dan heteroskedastisitas. Analisis data menggunakan teknik analisis regresi linear berganda. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh pada pengungkapan CSR. Tingkat *leverage* berpengaruh negatif pada pengungkapan CSR. Profitabilitas berpengaruh positif pada pengungkapan CSR. Tipe industri tidak berpengaruh pada pengungkapan CSR.

Kata Kunci: Kepemilikan Manajerial; Tingkat *Leverage*; Profitabilitas; Tipe Industri; CSR.

Factors Influencing the Disclosure of Corporate Social Responsibility

ABSTRACT

This research is an empirical study that aims to determine the effect of managerial ownership, leverage, profitability, and type of industry on the disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR). The population uses all companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2018 and the sample is chosen using purposive sampling. Managerial ownership is measured by the percentage of shares owned by management. The level of leverage is measured by the debt ratio (DER). Profitability is measured by ROA, and industry types are grouped into high-profile and low-profile. CSR is measured by the CSR index, CSRDI. Data were tested for normality, multicollinearity, and heteroscedasticity. Data analysis uses multiple linear regression analysis techniques. The results indicate that managerial ownership has no effect on CSR disclosure. The level of leverage has a negative effect on CSR disclosure. Profitability has a positive effect on CSR disclosure. Industry type has no effect on CSR disclosure.

Keywords: *Leverage*; Profitability; Industry Type; Corporate Social Responsibility.



e-ISSN 2302-8556

Vol. 30 No. 10
Denpasar, Oktober 2020
Hal. 2525-2539

DOI:
[10.24843/EJA.2020.v30.i10.p07](https://doi.org/10.24843/EJA.2020.v30.i10.p07)

PENGUTIPAN:

Ariawan, I D. N. A. &
Budiasih, I G. A. N. (2020).
Faktor-Faktor yang
Memengaruhi
Pengungkapan *Corporate
Social Responsibility*. *E-Jurnal
Akuntansi*, 30(10), 2525-2539

RIWAYAT ARTIKEL:

Artikel Masuk:
17 Januari 2020
Artikel Diterima:
14 September 2020

Artikel dapat diakses : <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Akuntansi/index>

PENDAHULUAN

Paradigma bisnis pada awalnya yang cenderung berorientasi ekonomi yaitu perusahaan bertujuan untuk menghasilkan laba tanpa memperhitungkan dampak yang ditimbulkan dari aktivitas bisnisnya (Syam, 2013). Kini perusahaan dihadapkan pada tuntutan dari masyarakat yang semakin peduli akan kontribusi dan peran perusahaan dalam menjaga kelestarian lingkungannya. Perusahaan harus lebih bertanggungjawab dengan melaksanakan aktivitas yang bermanfaat tidak hanya untuk memaksimalkan keuntungan, tapi juga mulai fokus pada aktivitas yang memberikan manfaat pada masyarakat dan lingkungan (Khasharmeh & Desoky, 2013). *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap cara pandang konsumen, tingkat kepercayaan, dan loyalitas yang mereka berikan (Stanaland, Lwin, & Murphy, 2011). Walaupun untuk pengukuran manfaat *Corporate Sosial Responsibility* masih sulit dilakukan tapi berpengaruh terhadap reputasi perusahaan (Pérez & del Rodríguez Bosque, 2013).

Pemegang saham yang mulai menyadari pentingnya transparansi informasi untuk meningkatkan reputasi, kredibilitas, dan keberlangsungan perusahaan menjadi pendorong meningkatnya peran perusahaan di masyarakat melalui aktivitas sosial (Dyah Indraswari, 2014). Perusahaan memiliki tanggungjawab terhadap masyarakat bukanlah hal baru (Latapí Agudelo, Jóhannsdóttir, & Davídsdóttir, 2019). Tuntutan bagi perusahaan untuk memberikan informasi yang transparan, akuntabel, serta praktik tata kelola perusahaan yang semakin baik membuat perusahaan melakukan pengungkapan yang bersifat sukarela, seperti pengungkapan aktivitas sosial dan lingkungan. Metode pelaporan *Corporate Social Responsibility* juga sudah berkembang dengan pesat (Huang & Watson, 2015).

Corporate Social Responsibility berkembang dari interaksi pemikiran dan praktik tentang tanggungjawab sosial (Carroll, 2015). *Corporate Social Responsibility* yang menjadi tolak ukur aktivitas sosial perusahaan, mulai menjadi salah satu referensi investor/calon investor untuk pengambilan keputusan selain laporan keuangan. *Corporate Social Responsibility* yang telah dilaksanakan perusahaan dapat mengurangi masalah sosial yang dihadapi pemerintah (Chatterjee & Mitra, 2017).

Corporate Social Responsibility mulai mendapat perhatian dan pengungkapannya meningkat dengan cukup drastis (Aguinis & Glavas, 2012). *Corporate Social Responsibility* adalah salah satu media untuk mengungkapkan informasi mengenai dampak aktivitas ekonomi, sosial, dan lingkungan perusahaan sebagai laporan sukarela yang disajikan pada *Annual Report*. *Corporate Social Responsibility* juga merupakan laporan mengenai kinerja organisasi dalam pembangunan keberlanjutan yang terdiri dari kebijakan ekonomi, lingkungan, dan sosial. Tujuan utama pengungkapan *Corporate Social Responsibility* bagi perusahaan yaitu sebagai bentuk tanggungjawab atas aktivitas bisnisnya (Avram & Avasilcai, 2014).

Kurangnya kepedulian perusahaan pada kelestarian lingkungan dan keadaan masyarakat disekitarnya menimbulkan berbagai dampak negatif. Kasus Lumpur Lapindo yang sampai sekarang masih belum terselesaikan, baik dari segi penanggulangan sampai kompensasi pada masyarakat yang terkena dampak

akibat luapan lumpur merupakan contoh kelalaian perusahaan dalam mengelola aktivitas bisnisnya. Kasus lain yaitu pencemaran Teluk Buyat yang berdampak negatif pada kondisi kesehatan masyarakat, Pemberdayaan masyarakat suku di sekitar wilayah pertambangan dan diskriminasi pekerja PT Freeport di Papua. Konflik antara Exxon Mobil sebagai pengelola gas bumi di Arun dengan masyarakat Aceh (Utara, Ilham, & Nasir, 2014). Dampak negatif aktivitas perusahaan yang menyebabkan kerugian pada lingkungan dan masyarakat sekitarnya juga terjadi di luar negeri. Seperti kasus Exxon Valdes yang menyebabkan kerusakan lingkungan, kasus Bhopal-Unior Cardibe yang sampai menewaskan warga setempat, dan kasus Nike yang merekrut pekerja dibawah umur (Veronica Siregar & Bachtiar, 2010).

Laporan tahunan dan Laporan Keberlanjutan menjadi media pengungkapan informasi CSR. Perbedaan pengungkapan informasi CSR melalui Laporan Tahunan dan Laporan Keberlanjutan terletak pada informasi lain yang disampaikan dan jenis pengungkapannya. Laporan Tahunan merupakan laporan yang wajib dibuat perusahaan setiap akhir periode bersama laporan keuangan dan CSR merupakan salah satu informasi yang diungkapkan bersama informasi lainnya sesuai aturan yang berlaku. Sedangkan Laporan Keberlanjutan belum wajib dilaporkan perusahaan dan isi laporannya dikhususkan untuk CSR. CSR biasanya dilaporkan dalam sebuah laporan tahunan perusahaan yang dianggap sebagai sarana komunikasi terbaik bagi perusahaan dengan pihak eksternal. Seperti tersurat dalam PSAK No.1 Tahun 2009 Paragraf 9 tentang Penyajian Laporan Keuangan, bagian Tanggung Jawab atas Laporan Keuangan.

Global Reporting Initiative (GRI) menjadi standar yang sering digunakan sebagai pedoman dalam mengungkapkan *Corporate Social Responsibility*. Ajang penghargaan di Indonesia sebagai pendorong pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang masih bersifat sukarela sudah diadakan sejak tahun 2006 dengan nama *Indonesia Sustainability Reporting Award* (ISRA). Pemberian penghargaan kepada perusahaan terbaik yang mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* memberikan semangat untuk berkompetisi dan meningkatkan peran aktif perusahaan dalam aktivitas sosialnya.

Corporate Social Responsibility mampu meningkatkan keputusan yang diambil berdasarkan kriteria keberlanjutan dan meningkatkan kesadaran manajemen terhadap masalah yang berkaitan dengan pembangunan keberlanjutan untuk mendukung penciptaan nilai sosial dan lingkungan. *Corporate Social Responsibility* dapat dijadikan sebagai perlindungan sosial dan mengurangi dampak negatif dari perkembangan ekonomi (Benites-Lazaro & Mello-Théry, 2017). Perusahaan yang ikut terlibat dalam aktivitas sosial akan mendapatkan nilai tambah baik dari segi ekonomi maupun keuangan (Carroll & Shabana, 2010).

Perkembangan *Corporate Social Responsibility* dinegara berkembang seperti di Indonesia bukanlah menjadi penghalang dan dukungan kebijakan pemerintah sangat diperlukan (Jamali & Carroll, 2017). Peran pemerintah untuk mendorong pengungkapan *Corporate Social Responsibility* untuk lebih transparan dan menciptakan iklim usaha yang sehat, serta mengurangi dampak negatif dari aktivitas usaha dan meningkatkan kontribusi perusahaan untuk pembangunan keberlanjutan yaitu dengan mengeluarkan Undang-Undang No. 40 tahun 2007

dan Undang-Undang No. 25 tahun 2007. Peraturan yang telah dikeluarkan pemerintah sejalan dengan meningkatnya masalah yang ditimbulkan dari kelalaian pengelolaan aktivitas bisnis perusahaan yang berpengaruh pada masyarakat dan lingkungan sekitar.

Berdasarkan Teori *stakeholder* aktivitas perusahaan berpengaruh secara luas baik lingkungan dan sosial, sehingga perusahaan harus memberikan manfaat bagi *stakeholder*-nya bukan hanya kepada pemegang saham. Kebijakan *Corporate Social Responsibility* yang diambil perusahaan sangat dipengaruhi oleh *stakeholder*-nya (Ghosh, 2014). Kondisi lingkungan dan masyarakat sangat memengaruhi keberlangsungan perusahaan dan *Corporate Social Responsibility* diharapkan mampu memenuhi kebutuhan tersebut. Perusahaan yang mengolah sumber daya alam untuk mendukung aktivitas bisnisnya dan beroperasi di masyarakat, menurut Teori Legitimasi mempunyai kontrak sosial yang wajib dipenuhi sebagai timbal balik atas manfaat yang diperoleh dan dampak yang ditimbulkan. Perusahaan berusaha untuk memperoleh legitimasi atas keberadaannya dimasyarakat melalui pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Pengambilan keputusan dan kebijakan yang dilakukan perusahaan, dalam hal ini mengenai aktivitas sosial dan lingkungan sangat dipengaruhi oleh pemegang saham melalui manajemen perusahaan. Pemegang saham bisa ikut menjadi manajemen untuk mengatur perusahaan secara langsung. Kondisi ini biasa disebut sebagai kepemilikan manajerial (Edison, 2017). Manajer yang sekaligus sebagai pemegang saham dapat dilihat dengan persentase kepemilikan saham perusahaan oleh manajer. Konflik yang timbul sebagai akibat perbedaan kepentingan antara pemegang saham dan manajemen biasanya lebih mungkin terjadi ketika kepemilikan manajerial semakin kecil.

Kepemilikan manajerial yang semakin kecil membuat keputusan yang diambil manajemen lebih condong untuk memaksimalkan kesejahteraannya dibandingkan memilih kepentingan perusahaan. Sebaliknya, ketika kepemilikan manajerial semakin besar maka pemegang saham yang langsung mengelola perusahaannya sendiri. Sehingga keputusan yang diambil sangat memperhatikan kepentingan perusahaan yang berpengaruh pada kesejahteraan pemegang saham. Kepemilikan manajerial yang semakin besar membuat kebijakan mengenai aktivitas sosial dan lingkungan menjadi meningkat, walaupun harus mengeluarkan biaya tambahan karena dianggap mampu menjaga keberlangsungan perusahaan.

H₁ : Tingkat *Leverage* berpengaruh positif pada pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Pembiayaan aktivitas perusahaan dapat melalui modal dan utang kepada pihak ketiga/kreditur (Pradnyani & Sisdyani, 2015). Tingkat utang atau *Leverage* menunjukkan ketergantungan perusahaan pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. Perusahaan yang memiliki tingkat *Leverage* yang tinggi mempunyai biaya utang/bunga yang besar, sehingga sangat memperhatikan pengeluaran yang dilakukan agar tetap bisa membayar pokok pinjaman beserta bunga yang timbul. Aktivitas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang merupakan aktivitas tambahan diluar bisnis perusahaan bisa menjadi terhambat akibat

kebijakan penghematan anggaran untuk memastikan pembayaran biaya utang tetap terjaga (Putri & Christiawan, 2014).

H₂: Tingkat *Leverage* berpengaruh negatif pada pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Perusahaan yang mendapatkan keuntungan pada suatu periode mempunyai kemampuan lebih untuk membiayai investasi dan mendanai kebijakan yang akan diambil. Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu disebut Profitabilitas yang juga menunjukkan keberhasilan dalam pengelolaan sumber daya perusahaan. Profit yang diperoleh tidak hanya dijadikan sebagai deviden kepada pemegang saham, tapi juga digunakan untuk pembiayaan investasi tanpa terlalu tergantung pada kreditur. Jumlah profit yang semakin besar tidak hanya digunakan untuk kepentingan pemegang saham melainkan juga digunakan untuk membiayai aktivitas sosial perusahaan.

Penggunaan profit pada aktivitas sosial bertujuan untuk melegitimasi posisi perusahaan ditengah masyarakat dan menjaga keberlanjutan perusahaan. Investasi pada aktivitas sosial walaupun manfaatnya sulit diukur secara ekonomis, tapi tetap penting untuk dilakukan ditengah tingkat kesadaran yang semakin peka dan tuntutan masyarakat yang semakin tinggi akan peran perusahaan pada lingkungan sekitarnya (Muhammad Khafid, 2015). Kegiatan sosial perusahaan juga merupakan suatu tanggungjawab kepada *stakeholder*-nya yang diungkapkan melalui *Corporate Social Responsibility*.

H₃: Profitabilitas berpengaruh positif pada pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

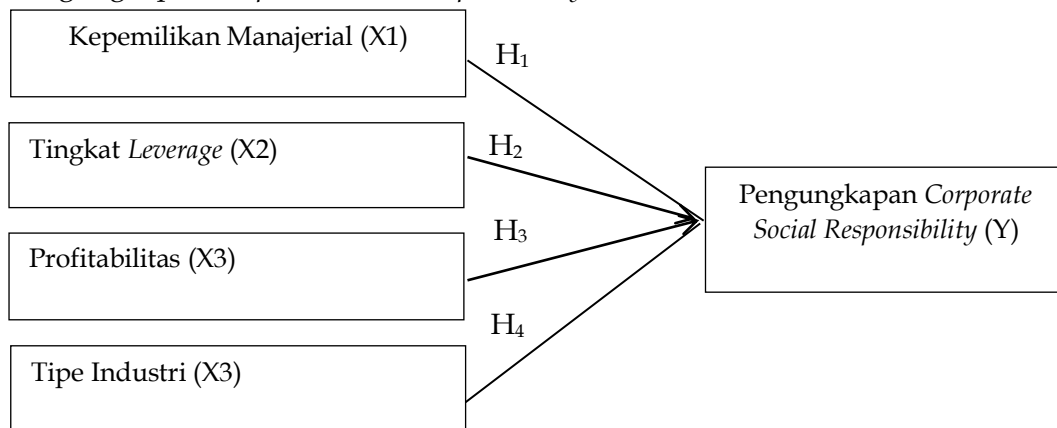
Perusahaan yang mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* terbagi menjadi berbagai tipe industri. Perbedaan tipe industri menyebabkan jumlah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* menjadi beragam (Cuganesan, Guthrie, & Ward, 2010). Pengungkapan informasi pada perusahaan yang aktivitas bisnisnya langsung mengolah sumber daya alam juga sangat perlu diperhatikan (de Vries, Terwel, Ellemers, & Daamen, 2015). Tipe industri dibedakan melalui karakteristik yang dimiliki, seperti bidang usaha, jumlah karyawan, dan lingkungan perusahaan. *High profile* dan *low profile* biasanya menjadi 2 klasifikasi utama dari tipe industri. Tekanan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan *high profile* lebih besar dibandingkan dengan perusahaan *low profile* (Mandaika & Salim, 2015). Hal ini disebabkan karena perusahaan *high profile* aktivitas bisnisnya lebih kompleks, mempunyai cakupan kegiatan dan lingkungan bisnis yang lebih luas. Sehingga ketika terjadi kelalaian dalam mengelola aktivitas bisnisnya dampaknya akan terasa pada masyarakat luas, dibandingkan dengan perusahaan *low profile* yang cakupan bisnisnya tidak mengelola sumber daya alam secara langsung.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan yang memiliki resiko bisnis yang tinggi/*high profile* diperlukan untuk mengakomodasi keinginan dan kebutuhan *stakeholder*-nya. Kegiatan sosial yang dilakukan perusahaan menjadi bukti tanggungjawab dan usaha untuk melegitimasi dampak yang cukup signifikan atas aktivitas bisnisnya. Perusahaan yang mempunyai resiko bisnis yang tinggi/*high profile* yaitu: perusahaan perminyakan, pertambangan, kertas, perhutanan, otomotif, penerbangan,

makanan dan minuman, agribisnis, tembakau, rokok, media dan komunikasi, energi, *engineering*, kesehatan, transportasi, dan pariwisata. Sedangkan perusahaan yang termasuk *low profile* yaitu: *real estate*, keuangan dan perbankan, *supplier* peralatan medis, *property*, *retailer*, tekstil, produk personal dan rumah tangga (Purwanto, 2011).

H₄: Tipe industri berpengaruh positif pada pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Berdasarkan latar belakang masalah maka penelitian ini ingin mengkaji pengaruh kepemilikan manajerial, tingkat *leverage*, profitabilitas, dan tipe industri terhadap keputusan perusahaan untuk mengungkapkan informasi sosial di dalam laporan tahunan pada perusahaan-perusahaan yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia, tahun 2018. Pelaporan CSR yang masih berfluktuasi setiap tahun dan masih adanya kasus terkait pengelolaan CSR maka masih dianggap perlu untuk melakukan penelitian mengenai "Faktor-Faktor yang Memengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*."



Gambar 1. Model Penelitian

Sumber: Data Penelitian, 2019

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian ini yaitu Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan mengakses website resmi BEI dan website resmi perusahaan dengan mengunduh laporan tahunan perusahaan yang terdaftar di BEI tahun 2018. Pemilihan perusahaan yang terdaftar di BEI tahun 2018 karena merupakan data penelitian terbaru dan perusahaan mulai beralih menggunakan standar terbaru GRI G.4.0 dalam penyusunan *Corporate Social Responsibility*. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* tersebut dipengaruhi oleh variabel Kepemilikan Manajerial, Tingkat *Leverage*, Profitabilitas, dan Tipe Industri. Seluruh perusahaan yang terdaftar di BEI tahun 2018 menjadi populasi pada penelitian ini. Metode purposive sampling digunakan untuk pengambilan sampel. Kriteria pemilihan perusahaan yang dijadikan sampel sebagai berikut.

Tabel 1. Pemilihan Sampel

Perusahaan yang terdaftar di BEI tahun 2018	555
	(405)
Perusahaan yang tidak mengungkapkan <i>Corporate Social Responsibility</i> dengan standar GRI G.4.0	(18)
Perusahaan yang mengalami kerugian tahun 2018	132
Total Sampel	

Sumber: Data Penelitian, 2019

Variabel terikat (Y) yang diteliti yaitu pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Standar GRI 4.0 digunakan sebagai pedoman penyusunan *Corporate Social Responsibility* yang diukur dengan menjumlahkan setiap item yang diungkapkan masing-masing perusahaan dibagi dengan jumlah keseluruhan item yang tersedia. Variabel bebas (X) yang digunakan yaitu kepemilikan manajerial, *leverage*, profitabilitas, dan tipe industri.

Untuk menunjukkan pengaruh variabel kepemilikan manajerial, *leverage*, profitabilitas, dan tipe industri pada pengungkapan *Corporate Social Responsibility* digunakan teknik analisis regresi linier berganda. Model analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut.

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

Keterangan:

- Y = pengungkapan *Corporate Social Responsibility*
- α = nilai konstanta
- X₁ = Kepemilikan Manajerial
- X₂ = Tingkat *Leverage*
- X₃ = Profitabilitas
- X₄ = Tipe Industri
- $\beta_1 \beta_2 \beta_3 \beta_4$ = koefisien regresi untuk masing-masing variabel X₁, X₂, X₃, X₄
- ε = kesalahan/standar *error*

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengamatan di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018, jumlah seluruh perusahaan yang terdaftar sebanyak 555 perusahaan. Populasi perusahaan sebanyak 555 menyusut menjadi 132 perusahaan sampel, setelah dilakukan pemilihan sampel menggunakan kriteria yang telah ditetapkan. Pemilihan tahun 2018 sebagai periode amatan karena merupakan periode data terbaru dan perusahaan sudah banyak yang beralih menggunakan standar baru yaitu GRI G4.0.

Karakteristik variabel-variabel penelitian mengenai jumlah sampel, nilai minimum, nilai rata-rata, dan standar deviasi sebagai gambaran awal

pengolahan data, dapat dilihat melalui uji statistik deskriptif. Berikut merupakan hasil statistik deskriptif penelitian ini.

Tabel 2. Hasil Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSRDI	132	0,14	0,83	0,5687	0,14302
MAN	132	0,00	24,67	1,4535	4,1989
DER	132	-2,15	33,04	1,7148	3,60068
ROA	132	-101	44,53	6,997	11,28242
IND	132	0,00	1,00	0,6061	0,49048
VALID N (listwise)	132				

Sumber: Data Penelitian, 2019

Berdasarkan Tabel 2, CSRDI sebagai pengungkapan *Corporate Social Responsibility* memiliki nilai minimum 0,14, nilai maksimum 0,83, nilai mean 0,5687, dan standar deviasi 0,14302 dengan jumlah sampel sebanyak 132 perusahaan. Hal ini berarti, pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang paling sedikit sebesar 14% atau 12,74 item dari total item pengungkapan sebanyak 91 item yang dimiliki oleh perusahaan Mahaka Media. Pengungkapan jumlah item *Corporate Social Responsibility* terbanyak dicapai oleh perusahaan Bayan Resources dan International Nickel Indonesia sebesar 83% atau 75,53 item pengungkapan. Rata-rata pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebesar 56,87%, menunjukkan bahwa pengungkapan yang dilakukan perusahaan sampel masih cukup tinggi dan sudah mulai memperhatikan kondisi masyarakat sekitar dan lingkungannya. Nilai standar deviasi sebesar 0,14302 yang lebih kecil dari nilai rata-rata sebesar 0,5687 berarti bahwa persebaran data pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sudah merata dan selisih nilai variabel penelitian tidak terpaut jauh.

Kepemilikan Manajerial diproksikan dengan MAN yang dihitung berdasarkan persentase kepemilikan manajemen terhadap saham perusahaan. Nilai minimum variabel kepemilikan manajerial yaitu sebesar 0,00 yang berarti sama sekali tidak ada manajemen dalam perusahaan yang menjadi pemegang saham. Hal ini terjadi di banyak perusahaan sampel, sehingga masih lumrah dan memang bukan merupakan kewajiban manajemen harus mempunyai kepemilikan saham atas perusahaan. Persentase kepemilikan saham perusahaan oleh manajemen terbanyak sebesar 24,67% dipegang oleh perusahaan Indo Kordsa dengan bidang usaha Manufaktur. Nilai rata-rata persentase kepemilikan manajerial pada perusahaan sampel tergolong sangat kecil yaitu sebesar 1,4535%, sehingga resiko konflik antar pemegang saham dengan manajemen semakin tinggi karena adanya perbedaan kepentingan. Nilai standar deviasi sebesar 4,1989% yang lebih tinggi dari nilai rata-ratanya menunjukkan sebaran data variabel kepemilikan manajerial tidak merata dan selisih nilainya cukup tinggi.

Tingkat *leverage* dalam penelitian ini diukur dengan rasio utang (DER). Nilai minimum tingkat *leverage* sebesar -2,15 memperlihatkan bahwa total kewajiban yang dimiliki perusahaan lebih besar -2,15% dari total ekuitasnya. Hal ini berarti bahwa pembiayaan aktivitas bisnisnya sangat tergantung pada kreditur dan biaya pinjaman yang ditanggung perusahaan menjadi cukup tinggi.

Perusahaan dengan tingkat *leverage* terendah pada penelitian ini berasal dari perusahaan Karwell Indo. Tingkat *leverage* paling tinggi sebesar 33,04 berarti bahwa total kewajiban dibandingkan dengan total ekuitas hanya sebesar 33,04%. Semakin sedikit total kewajiban dari kreditur menunjukkan bahwa perusahaan mampu secara mandiri membiayai aktivitas bisnisnya dengan menanggung biaya tambahan dari pinjaman yang lebih sedikit. Perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* tertinggi yaitu perusahaan Delta Dunia Makmur. Nilai standar deviasi sebesar 3,60068 yang lebih besar dari nilai rata-ratanya memiliki arti bahwa sebaran data variabel kepemilikan manajerial tidak merata dan selisih nilai data amatan cukup tinggi.

Variabel profitabilitas diukur dengan membandingkan laba setelah pajak dengan jumlah aktiva pada suatu periode. Profitabilitas memperoleh hasil nilai minimum sebesar -39,62, nilai maksimum 44,53, nilai rata-rata 6,997, dan nilai standar deviasi 11,28242. Nilai minimum profitabilitas sebesar -39,62% berarti bahwa nilai laba setelah pajak bernilai negatif 39,62% dari total asset perusahaan. Nilai profitabilitas tersebut dimiliki perusahaan Karwell Indo yang juga memiliki tingkat *leverage* bernilai negatif. Nilai maksimum profitabilitas sebesar 44,53% dimiliki oleh perusahaan Unilever yang berarti aktiva yang dimiliki perusahaan sudah dimaksimalkan untuk mencapai keuntungan. Nilai rata-rata profitabilitas dari 132 perusahaan sampel sebesar 6,997% yang artinya masih perlu adanya optimalisasi penggunaan aktiva perusahaan. Nilai standar deviasi sebesar 11,28242 yang lebih besar dari nilai rata-rata amatan menunjukkan bahwa sebaran data tidak merata dan selisih nilai profitabilitas antar perusahaan sampel cukup tinggi.

Variabel tipe industri dihitung dengan memberikan nilai 1 dan 0 pada perusahaan yang termasuk industri *high profile* dan *low profile*. Pengkategorian industri tersebut berdasarkan karakteristik yang dimiliki perusahaan, mulai dari jumlah karyawan, lingkungan usaha, dan cakupan bisnisnya. Nilai rata-rata tipe industri sebesar 0,6061 berarti lebih banyak perusahaan yang termasuk *high profile* dibandingkan *low profile*. Nilai standar deviasi sebesar 0,49048 yang lebih kecil dari nilai rata-ratanya berarti bahwa sebaran data dan selisih nilai antar satu amatan cukup stabil.

Agar model yang digunakan bisa menjadi alat prediksi yang baik dan tidak memberikan hasil yang bias maka dilakukan uji asumsi klasik. Hanya uji Autokolerasi tidak dilakukan dalam penelitian ini karena data amatan hanya 1 periode yaitu tahun 2018. Hasil uji asumsi klasik dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Rangkuman Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas	Variabel	Uji Multikolinearitas		Uji Heteroskedastisitas
		Tolerance	VIF	
Signifikansi = 0,289	MAN	0,966	1,035	0,738
	DER	0,902	1,108	0,669
	ROA	0,846	1,183	0,983
	IND	0,908	1,101	0,401

Sumber: Data Penelitian, 2019

Berdasarkan Tabel 3, sebaran data penelitian berdistribusi normal dan lolos uji normalitas. Hal ini terlihat dari nilai signifikansi uji normalitas sebesar

0,289 yang lebih besar dari 0,05 sebagai nilai signifikansi yang telah ditetapkan. Nilai tolerance yang lebih besar dari 0,01 dan nilai VIF yang lebih kecil dari 10 pada uji multikolinearitas untuk setiap variabel, berarti bahwa model yang digunakan dalam penelitian ini lolos uji multikolinearitas. Uji asumsi klasik yang terakhir dilakukan yaitu uji heteroskedastisitas menghasilkan nilai signifikansi masing-masing variabel lebih besar dari nilai 0,05. Hal ini berarti model penelitian bebas dari gejala heteroskedastisitas. Berdasarkan hasil 3 tahap uji asumsi klasik yang telah dinyatakan lolos maka model penelitian bisa menjadi alat prediksi yang baik.

Tahap selanjutnya yaitu analisis regresi berganda untuk menguji hipotesis dengan tingkat signifikansi sebesar 5%. Berikut merupakan hasil analisis regresi berganda.

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	0,579	0,021		27,254	0,000	
1	MAN	0,003	0,003	0,090	1,039	0,031
	DER	-0,007	0,004	-0,179	-2,001	0,048
	ROA	0,002	0,001	0,189	2,041	0,043
	IND	-0,300	0,026	-0,103	-1,156	0,250
	R Square					0,095
	Adjusted R Square					0,066
	F Hitung					3,272
	Signifikansi F					0,014

Sumber: Data Penelitian, 2019

Persamaan regresi yang didapat berdasarkan hasil uji regresi berganda pada tabel 4 sebagai berikut.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \varepsilon$$

$$Y = 0,579 + 0,003 - 0,007 + 0,002 - 0,300 + \varepsilon$$

Berdasarkan persamaan regresi diatas, nilai α /konstanta sebesar 0,579 berarti bahwa jika nilai variabel kepemilikan manajerial, *leverage*, profitabilitas, dan tipe industri tetap tidak mengalami perubahan, maka pengungkapan CSR sebesar 0,579 item. Kepemilikan manajerial memiliki nilai koefisien sebesar 0,003 ini berarti saat persentase kepemilikan manajerial meningkat 1 persen dan nilai variabel bebas lainnya tetap, maka terjadi peningkatan pengungkapan CSR sebesar 0,003 item. Tingkat *leverage* memiliki nilai koefisien yang negatif yaitu sebesar -0,007. Hal ini berarti ada hubungan terbalik antara variabel *leverage* dan pengungkapan CSR. Ketika tingkat *leverage* meningkat 1 persen dan variabel independen lainnya konstan, maka pengungkapan CSR malah menurun sebesar 0,007 item. Profitabilitas memiliki nilai koefisien sebesar 0,002 yang berarti saat laba yang diperoleh meningkat sebesar 1 persen dan variabel bebas lainnya konstan, maka pengungkapan CSR meningkat sebesar 0,002 item. Tipe industri memiliki nilai koefisien negatif yaitu sebesar -0,3. Hubungan antara tipe industri dengan pengungkapan CSR menjadi tidak searah. Sehingga saat perusahaan

dengan tipe industri *high profile* bertambah 1, maka pengungkapan CSR turun sebesar 0,300 item.

Pengujian koefisien determinasi menggunakan nilai *adjusted R Square* agar nilai yang diperoleh tidak bias. Berdasarkan tabel 4 nilai *adjusted R Square* sebesar 0,066 atau 6,60%, memiliki arti bahwa variabel penduga yang digunakan dalam penelitian yaitu kepemilikan manajerial, *leverage*, profitabilitas, dan tipe industri hanya berpengaruh 6,60% pada pengungkapan CSR. Sedangkan sisanya 93,60% dipengaruhi variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model.

Pengujian kelayakan model (Uji F) bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan variabel independen secara simultan memengaruhi variabel dependen dengan taraf signifikansi (α) sebesar 5 persen atau 0,05. Hasil uji kelayakan model (uji F) dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4. Berdasarkan uji statistik F yang ditunjukkan Tabel 4 dapat diketahui nilai F hitung sebesar 3,272 dengan probabilitas 0,014. Nilai probabilitas yang ditunjukkan memiliki nilai yang lebih kecil dari tingkat signifikansi yang telah ditetapkan yaitu sebesar 5 persen atau 0,05. Hasil ini berarti bahwa model regresi tersebut dapat digunakan untuk memprediksi pengungkapan CSR, atau dapat dikatakan bahwa variabel kepemilikan manajerial, tingkat *leverage*, profitabilitas dan tipe industri secara simultan berpengaruh pada pengungkapan CSR.

Uji t bertujuan untuk mengetahui pengaruh setiap variabel bebas terhadap variabel terikat dengan tingkat signifikansi 5 persen. Hasil analisis pada Tabel 3 menunjukkan bahwa nilai signifikansi kepemilikan manajerial sebesar 0,301. Nilai signifikansi kepemilikan manajerial lebih besar dari nilai probabilitas 0,05 ($0,30 > 0,05$), maka H_1 ditolak. Jadi, dapat disimpulkan bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh pada pengungkapan CSR. Variabel tingkat *leverage* pada Tabel 3 memiliki nilai signifikansi 0,048. Nilai signifikansi 0,048 lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 ($0,048 < 0,05$), maka H_2 diterima. Nilai t hitung sebesar -2,001 yang bernilai negatif menunjukkan bahwa tingkat *leverage* mempunyai pengaruh negatif pada pengungkapan CSR. Jadi, dapat disimpulkan bahwa variabel tingkat *leverage* berpengaruh negatif pada pengungkapan CSR.

Variabel profitabilitas pada Tabel 4 menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,043 dengan nilai t hitung sebesar 2,041. Nilai signifikansi 0,043 lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 ($0,043 > 0,05$) maka H_3 diterima. Nilai t hitung sebesar 2,041 yang bertanda positif menunjukkan bahwa profitabilitas mempunyai hubungan positif dengan pengungkapan CSR. Jadi, dapat disimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif pada pengungkapan CSR. Variabel tipe industri pada Tabel 3 mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,250 dengan nilai t hitung sebesar -1,156. Nilai signifikansi 0,250 lebih besar dari nilai probabilitas 0,05 ($0,250 > 0,05$) maka H_4 ditolak. Nilai t hitung sebesar -1,156 yang bernilai negatif. Jadi, dapat disimpulkan bahwa tipe industri tidak berpengaruh pada pengungkapan CSR.

Hasil penelitian kepemilikan manajerial tidak berpengaruh pada pengungkapan CSR sejalan dengan penelitian (Sholekah & Venusita, 2014), tapi bertentangan dengan penelitian (Edison, 2017). Hal ini disebabkan oleh beberapa hal yaitu menghindari pekerjaan, tugas-tugas, dan tanggung jawab lainnya yang semakin meningkat akibat pelaksanaan aktivitas CSR. Kepemilikan saham oleh manajer yang rata-rata masih kecil di Indonesia sehingga tidak terjadi keselarasan kepentingan antara pemilik dengan manajer. Kepemilikan manajerial

yang masih rendah menyebabkan manajer belum dapat memaksimalkan nilai perusahaan melalui pengungkapan CSR (Sholekah & Venusita, 2014).

Hasil penelitian tingkat leverage berpengaruh negatif pada pengungkapan CSR tidak sejalan dengan penelitian (Pradnyani & Sisdyani, 2015) dan (Putri & Christiawan, 2014). yang menyatakan leverage tidak berpengaruh pada pengungkapan CSR. Semakin tinggi tingkat leverage (rasio utang/ekuitas) semakin besar kemungkinan perusahaan akan melanggar perjanjian kredit sehingga perusahaan akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih besar. Supaya laba yang dilaporkan tinggi maka manajer harus mengurangi biaya-biaya (termasuk biaya untuk mengungkapkan informasi sosial).

Berdasarkan hasil analisis ditemukan bahwa profitabilitas berpengaruh positif pada pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Hal ini sesuai dengan hipotesis 3 yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif pada pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Semakin tinggi profitabilitas perusahaan, maka pengungkapan *Corporate Social Responsibility* semakin luas. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian (Dyah Indraswari, 2014) bahwa profitabilitas memengaruhi perusahaan untuk melakukan praktik pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Namun tidak konsisten dengan penelitian (Aniktia Muhammad Khafid, 2015) yang menunjukkan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Profitabilitas yang tinggi mencerminkan kinerja perusahaan yang baik sehingga menyajikan pengungkapan selain yang diwajibkan kepada para *stakeholder*, salah satunya yaitu pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Laba yang besar tanpa adanya aktivitas sosial mengakibatkan munculnya anggapan bahwa perusahaan hanya mementingkan kesejahteraan *shareholder* tanpa ikut serta dalam pembangunan keberlanjutan. Publikasi *Corporate Social Responsibility* digunakan sebagai media komunikasi aktivitas sosial kepada para *stakeholder* dan diharapkan mampu meningkatkan reputasi serta upaya melegitimasi keberadaan perusahaan di masyarakat.

Hasil penelitian menyatakan bahwa variabel tipe industri tidak berpengaruh pada pengungkapan CSR perusahaan. Dengan demikian penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian (Purwanto, 2011) dan (Mandaika & Salim, 2015). Hal ini kemungkinan disebabkan oleh klasifikasi tipe industri oleh banyak peneliti sifatnya sangat subjektif dan berbeda-beda dan ketentuan mengenai kegiatan CSR di Indonesia diatur dalam Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal (UUPM) dan Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT) yang menyatakan bahwa setiap perseroan atau penanam modal berkewajiban untuk melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan.

Ketentuan ini dimaksudkan untuk mendukung terjalinnya hubungan perusahaan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat. Pengaturan CSR juga bertujuan untuk mewujudkan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungannya.

Penelitian ini memberikan implikasi masukan dan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan, seperti: perusahaan dapat digunakan sebagai referensi untuk pengambilan kebijakan oleh manajemen perusahaan mengenai

pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Bagi investor mampu memberikan gambaran dalam mempertimbangkan aspek-aspek investasi yang tidak terpaku pada ukuran moneter dan bagi masyarakat dapat memberikan stimulus sebagai pengontrol perilaku-perilaku perusahaan, sehingga meningkatkan kesadaran masyarakat akan hak-hak yang harus diperoleh.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh melalui pengujian statistik serta pembahasan seperti yang telah diuraikan, maka dapat disimpulkan bahwa Kepemilikan manajerial tidak berpengaruh pada pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Artinya semakin besar kepemilikan manajerial perusahaan tidak membuktikan dapat memengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Tingkat *leverage* berpengaruh negatif pada pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi tingkat *leverage* yang dimiliki perusahaan, maka menurunkan luasnya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan. Profitabilitas berpengaruh positif pada pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Artinya semakin besar profitabilitas yang dimiliki perusahaan maka memperluas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan perusahaan. Tipe industri tidak berpengaruh pada pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Hal ini bermakna bahwa apapun tipe industri perusahaannya tidak memengaruhi tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut: Nilai Adjusted R Square yang masih rendah, yaitu 0,095 atau sebesar 9,5% menunjukkan bahwa terdapat variabel-variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian yang mempunyai pengaruh lebih besar terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan variabel lain yang lebih tepat sebagai variabel penduga pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, seperti variabel *Good Corporate Government*, dan ukuran perusahaan. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan sampel yang lebih banyak misalnya dengan menambahkan jumlah tahun pengamatan untuk mendapatkan hasil yang lebih baik. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan sampel perusahaan dengan jenis perusahaan yang lebih spesifik, misalnya perusahaan manufaktur dan perusahaan pertambangan agar tidak terjadi bias penelitian akibat perbedaan karakteristik industri.

REFERENSI

- Aguinis, H., & Glavas, A. (2012). What We Know and Don't Know About Corporate Social Responsibility: A Review and Research Agenda. *Journal of Management*, 38(4), 932-968. <https://doi.org/10.1177/0149206311436079>
- Aniktia; Muhammad Khafid, R. (2015). Pengaruh Mekaniseme Good Corporate Governance Dan Kinerja Keuangan Terhadap Pengungkapan Sustainability Report. *Accounting Analysis Journal*, 4(3), 1-10. <https://doi.org/10.15294/aaj.v4i3.8303>
- Avram, E., & Avasilcai, S. (2014). Business Performance Measurement in Relation to Corporate Social Responsibility: A conceptual Model Development.

- Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 109, 1142–1146.
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.12.601>
- Benites-Lazaro, L. L., & Mello-Théry, N. A. (2017). CSR as a legitimatizing tool in carbon market: Evidence from Latin America's Clean Development Mechanism. *Journal of Cleaner Production*, 149, 218–226.
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.02.095>
- Carroll, A. B. (2015). Corporate social responsibility: The centerpiece of competing and complementary frameworks. *Organizational Dynamics*, 44(2), 87–96. <https://doi.org/10.1016/j.orgdyn.2015.02.002>
- Carroll, A. B., & Shabana, K. M. (2010). The business case for corporate social responsibility: A review of concepts, research and practice. *International Journal of Management Reviews*, 12(1), 85–105.
<https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2009.00275.x>
- Chatterjee, B., & Mitra, N. (2017). CSR should contribute to the national agenda in emerging economies - the 'Chatterjee Model.' *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 2(1), 1–11. <https://doi.org/10.1186/s40991-017-0012-1>
- Cuganesan, S., Guthrie, J., & Ward, L. (2010). Examining CSR disclosure strategies within the Australian food and beverage industry. *Accounting Forum*, 34(3–4), 169–183. <https://doi.org/10.1016/j.accfor.2010.07.001>
- De Vries, G., Terwel, B. W., Ellemers, N., & Daamen, D. D. L. (2015). Sustainability or profitability? How communicated motives for environmental policy affect public perceptions of corporate greenwashing. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 22(3), 142–154.
<https://doi.org/10.1002/csr.1327>
- Dyah Indraswari, G. A. (2014). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Kepemilikan Saham Publik pada Pengungkapan CSR. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 9(3), 816–828.
- Edison, A. (2017). Struktur Kepemilikan Asing, Kepemilikan Institusional Dan Kepemilikan Manajerial Pengaruhnya Terhadap Luas Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr). *Bisma*, 11(2), 164.
<https://doi.org/10.19184/bisma.v11i2.6311>
- Ghosh, S. (2014). A Study of the Participation of the Private Sector Companies of India in Corporate Social Responsibility Activities through Conjoint Analysis. *Vision: The Journal of Business Perspective*, 18(2), 91–108.
<https://doi.org/10.1177/0972262914528436>
- Huang, X. B., & Watson, L. (2015). Corporate social responsibility research in accounting. *Journal of Accounting Literature*, 34, 1–16.
<https://doi.org/10.1016/j.acclit.2015.03.001>
- Jamali, D., & Carroll, A. (2017). Capturing advances in CSR: Developed versus developing country perspectives. *Business Ethics*, 26(4), 321–325.
<https://doi.org/10.1111/beer.12157>
- Khasharmeh, H. A., & Desoky, A. M. (2013). On-line Corporate Social Responsibility Disclosures : The Case of the Gulf Cooperation Council (GCC) Countries. *Global Review of Accounting and Finance*, 4(2), 39–64.
- Latapí Agudelo, M. A., Jóhannsdóttir, L., & Davídsdóttir, B. (2019). A literature review of the history and evolution of corporate social responsibility.

- International Journal of Corporate Social Responsibility*, 4(1), 1–23. <https://doi.org/10.1186/s40991-018-0039-y>
- Mandaika, Y., & Salim, H. (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. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Katolik Indonesia*, 8(2), 181–201. <https://doi.org/10.25170/jara.v8i2.18>
- Pérez, A., & del Rodríguez Bosque, I. (2013). Measuring CSR Image: Three Studies to Develop and to Validate a Reliable Measurement Tool. *Journal of Business Ethics*, 118(2), 265–286. <https://doi.org/10.1007/s10551-012-1588-8>
- Pradnyani, I., & Sisdyani, E. (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.
- Purwanto, A. (2011). Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Terhadap Corporate Social Responsibility. *Universitas Diponegoro*, 8(1), 12–29.
- Putri, R. A., & Christiawan, Y. J. (2014). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Leverage terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Business Accounting Review*, 2(1), 2014.
- Sholekah, F. W., & Venusita, L. (2014). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Leverage, Firm Size, Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan High Profile yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2008-2012. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(3), 795–807.
- Stanaland, A. J. S., Lwin, M. O., & Murphy, P. E. (2011). Consumer Perceptions of the Antecedents and Consequences of Corporate Social Responsibility. *Journal of Business Ethics*, 102(1), 47–55. <https://doi.org/10.1007/s10551-011-0904-z>
- Syam, D. (2013). Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Praktek Pengungkapan Sustainability Reporting Dalam Laporan Tahunan Perusahaan Publik di Indonesia Adistira Sri Aulia. 3(1), 403–414.
- Utara, V., Ilham, E., & Nasir, A. (2014). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Dan Corporate Governance Terhadap Pengungkapan Sustainability Report Pada Perusahaan Lq45 Yang Terdaftar. *Jurnal Ekonomi Universitas Riau*, 22(01), 1–18.
- Veronica Siregar, S., & Bachtiar, Y. (2010). Corporate social reporting: empirical evidence from Indonesia Stock Exchange. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 3(3), 241–252. <https://doi.org/10.1108/17538391011072435>