

**PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN
TERHADAP *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE*
PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR
YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA**

Rizkia Anggita Sari

Universitas Negeri Yogyakarta

rizkiaanggitasari@yahoo.com

ABSTRAK

Perusahaan dalam mengembangkan diri harus tetap memperhatikan aspek sosial (*people*) dan lingkungan (*planet*) di samping aspek ekonomi (*profit*). Perbedaan karakteristik tiap perusahaan menyebabkan tanggung jawab sosial perusahaan berbeda-beda. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh karakteristik perusahaan sebagai variabel independen dengan menggunakan variabel tipe industri (*profile*), ukuran perusahaan (*size*), profitabilitas, *leverage* dan pertumbuhan perusahaan (*growth*) terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* sebagai variabel dependen. Sampel perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 48 sampel. Data yang digunakan adalah data sekunder berupa laporan tahunan (*annual report*) dan laporan keuangan

(*financial report*) perusahaan manufaktur yang telah dipublikasikan. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS 15. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya variabel *profile*, *size* dan profitabilitas yang berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Secara simultan variabel *profile*, *size*, profitabilitas, *leverage* dan *growth* berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

Kata Kunci : *Corporate Social Responsibility Disclosure*, *profile*, *size*, profitabilitas, *leverage*, *growth*

A. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah

Perusahaan merupakan bagian dari masyarakat dan lingkungan, keberadaannya tidak terlepas dari masyarakat dan lingkungan. Perusahaan tidak boleh mengembangkan diri sendiri dengan tidak memperhatikan masyarakat dan lingkungan. Dampak dari aktivitas perusahaan tidak hanya dirasakan oleh pihak yang terkait langsung dengan perusahaan. Keberadaan dan dampak aktivitas perusahaan seringkali bertentangan bahkan merugikan kepentingan pihak lain. Perbedaan kepentingan tersebut jika tidak ditindaklanjuti maka akan mempengaruhi aktivitas dan eksistensi perusahaan, oleh karena itu seharusnya perusahaan tidak hanya fokus pada kepentingan perusahaan saja, tetapi juga mencermati kepentingan pihak-pihak di luar perusahaan.

Nor Hadi (2011: 21) menyatakan, orientasi perusahaan seharusnya bergeser dari yang diorientasikan untuk *shareholder* (*shareholder orientation*) dengan bertitik tolak pada ukuran kinerja ekonomi (*economic orientation*) semata, ke arah kesinambungan lingkungan dan masyarakat (*community*) dengan memperhitungkan dampak sosial (*stakeholder orientation*). Terjadinya pergeseran orientasi di dalam dunia bisnis dari *shareholders* kepada *stakeholders* telah disebut sebagai penyebab munculnya isu tanggung jawab sosial perusahaan (Danu, 2011).

Tanggung jawab perusahaan terhadap para *stakeholder* tersebut yang memunculkan istilah tanggung jawab sosial perusahaan atau lebih dikenal dengan istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR). *Corporate Social Responsibility*

merupakan komitmen perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasinya untuk senantiasa memberikan kontribusi positif terhadap masyarakat sosial dan lingkungan. Penerapan *Corporate Social Responsibility* oleh perusahaan dapat diwujudkan dengan pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility Disclosure*) yang disosialisasikan ke publik dalam laporan tahunan (*annual report*) perusahaan. Undang-undang telah mengatur pelaksanaan CSR dengan menerbitkan Undang-undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Pengungkapan CSR juga telah diatur dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 paragraf 9 tentang pengungkapan dampak lingkungan.

Dampak yang ditimbulkan dari kegiatan perusahaan berbeda-beda meskipun memiliki jenis usaha yang sama sehingga berpengaruh terhadap CSR yang dilakukan perusahaan. Terdapat perbedaan *Corporate Social Responsibility Disclosure* (CSRSD) di tiap perusahaan. Perbedaan tersebut dikarenakan karakteristik perusahaan yang berbeda-beda. Semakin kuat karakteristik yang dimiliki suatu perusahaan tersebut dalam menghasilkan dampak sosial bagi publik tentunya akan semakin kuat pula pemenuhan tanggung jawab sosialnya kepada publik (Theodora Martina Veronica, 2009).

Berbagai penelitian terdahulu telah dilakukan untuk menganalisis pengaruh karakteristik perusahaan terhadap CSRSD, namun belum menunjukkan hasil yang konsisten. Hasil penelitian Sembiring (2005) dan Maria Ulfa (2009) menemukan bahwa *profile* berpengaruh positif terhadap CSRSD, berbeda dengan hasil penelitian Kelly (1981), Davey (1982), Ng (1985) dan Cowen et. al., (1987) seperti yang disebutkan dalam Hackston dan Milne (1996)

yang tidak menemukan hubungan antara *profile* terhadap CSR.

Penelitian yang dilakukan oleh Bramantya Adhi Cahya (2010) dan Sembiring (2005) menunjukkan variabel *size* berpengaruh signifikan terhadap CSR.

Perbedaan ditunjukkan oleh penelitian yang dilakukan Anggraini (2006) yang menunjukkan *size* tidak berpengaruh terhadap CSR. Variabel profitabilitas menunjukkan ketidakkonsistenan hasil, penelitian Andre Christian Sitepu (2009) menunjukkan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap CSR, sedangkan penelitian Sembiring (2005) dan Anggraini (2006) menunjukkan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap CSR.

Variabel *leverage* yang diteliti oleh Bramantya Adhi Cahya (2010) menunjukkan *leverage* berpengaruh signifikan terhadap CSR, sedangkan hasil penelitian Sembiring (2005), Anggraini (2006) dan Theodora Martina Veronica (2010) menunjukkan *leverage* perusahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Penelitian menggunakan pertumbuhan perusahaan (*growth*) masih jarang dilakukan untuk menjelaskan pengaruhnya terhadap CSR, hasil penelitian Maria Ulfa (2009) menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan (*growth*) tidak berpengaruh terhadap CSR. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh karakteristik perusahaan yang diprosikan dengan tipe industri (*profile*), ukuran perusahaan (*size*), profitabilitas, *leverage* dan pertumbuhan perusahaan (*growth*) terhadap CSR.

2. Kajian Teori

1) Landasan Teori

Teori yang sering digunakan dalam kecenderungan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan menurut Gray *et. al.*, (1995) dalam Sembiring (2003) ada tiga, yaitu *decision usefulness studies*, *economic theory studies* dan *social and political theory studies*.

a. Decision Usefulness Studies

Pengungkapan tanggung jawab sosial dilakukan perusahaan karena informasi tersebut dibutuhkan oleh pemakai laporan keuangan dan ditempatkan pada posisi yang *moderately important*.

b. Economic Theory Studies

Studi disini menggunakan *agency theory* dimana sebagai agen dari suatu prinsipal yang mewakili seluruh kelompok yang berkepentingan dengan perusahaan, pihak manajemen melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial sebagai upaya untuk memenuhi tuntutan publik. Teori agensi (*agency theory*) berkaitan dengan hubungan antara anggota dalam suatu perusahaan yaitu manajer sebagai agen dengan *stakeholder* dan *shareholder* sebagai prinsipal. Dalam hubungan keagenan dimungkinkan terjadinya konflik antara prinsipal dan agen. Konflik dapat disebabkan karena agen tidak bertindak sesuai dengan keinginan prinsipal sehingga hal ini dapat memicu timbulnya biaya keagenan (M. Firmansyah, 2011).

c. Social and Political Theory Studies

Studi di bidang ini menggunakan teori *stakeholders*, teori legitimasi organisasi dan teori ekonomi politik.

1) Teori *Stakeholder* (*Stakeholder Theory*)

Perusahaan tidak hanya bertanggungjawab terhadap para pemilik (*shareholder*) dengan sebatas pada indikator ekonomi (*economic focused*) namun bergeser menjadi lebih luas yaitu sampai pada ranah sosial kemasyarakatan (*stakeholder*) dengan memperhitungkan faktor-faktor sosial (*social dimentions*), sehingga muncul istilah tanggung jawab sosial (*social responsibility*). Harahap (2002) dalam Nor Hadi (2011: 93) menjelaskan fenomena seperti itu terjadi karena adanya tuntutan dari masyarakat akibat *negatif externalities* yang timbul serta ketimpangan sosial yang terjadi.

2) Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Legitimasi masyarakat merupakan faktor strategis bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan ke depan. Hal itu, dapat dijadikan sebagai wahana untuk mengonstruksi strategi perusahaan, terutama terkait dengan upaya memposisikan diri di tengah lingkungan masyarakat yang semakin maju (Nor Hadi, 2010: 87).

Legitimasi merupakan keadaan psikologis keberpihakan orang dan kelompok orang yang sangat peka terhadap gejala lingkungan sekitarnya baik fisik maupun non fisik. O' Donovan (2002) dalam Nor Hadi (2010: 87) berpendapat legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Dengan demikian, legitimasi merupakan manfaat atau sumber daya potensial bagi perusahaan untuk mempertahankan hidup (*going concern*).

3) Teori Ekonomi Politik

Teori ekonomi politik secara eksplisit mengakui kekuatan konflik yang terdapat dalam masyarakat serta berbagai perebutan yang terjadi dalam berbagai kelompok dalam masyarakat. Teori ekonomi politik dibagi menjadi dua yaitu teori ekonomi klasik dan teori ekonomi politik borjuis.

Menurut Deegan (2002) dalam Ponny Harsanti (2011), perspektif yang dicakup dalam teori legitimasi dan juga teori ekonomi politik adalah bahwa masyarakat, politik dan ekonomi tidak dapat dipisahkan. Isu-isu ekonomi tidak dapat diinvestigasikan secara bermakna dalam kondisi ketiadaan pandangan mengenai kerangka institusi politik dan ekonomi dimana kegiatan ekonomi itu dijalankan. Dengan mempertimbangkan ekonomi politik, seseorang akan lebih mampu untuk mempertimbangkan isu yang memberi pengaruh atas kegiatan organisasi dan informasi apa yang dipilih untuk diungkapkan.

2) *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan kini mulai ramai diperbincangkan, namun belum terdapat kesamaan definisi dari berbagai kalangan. Menurut *The World Business Council on Sustainable Development* (WBCSD) menyatakan CSR adalah suatu komitmen dari perusahaan untuk melaksanakan etika berperilaku (*behavioural ethics*) dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan (*sustainable economic development*).

3) *Corporate Social Responsibility Disclosure* (CSR/D)

Pengungkapan adalah pengeluaran informasi yang ditujukan bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Tujuan dari pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility Disclosure*) adalah agar perusahaan dapat menyampaikan tanggung jawab sosial yang telah dilaksanakan perusahaan dalam periode tertentu. Penerapan CSR dapat diungkapkan perusahaan dalam media laporan tahunan (*annual report*) perusahaan yang berisi laporan tanggung jawab sosial perusahaan selama kurun waktu satu tahun berjalan.

4) Karakteristik Perusahaan

a. Tipe Industri (*Profile*)

Tipe industri mendeskripsikan perusahaan berdasarkan lingkup operasi, risiko perusahaan serta kemampuan dalam menghadapi tantangan bisnis. Tipe industri diukur dengan membedakan industri *high-profile* dan *low-profile*. Menurut Novita Indrawati (2009), perusahaan-perusahaan *high-profile* pada umumnya merupakan perusahaan yang memperoleh sorotan dari masyarakat karena aktivitas operasinya memiliki potensi untuk bersinggungan dengan kepentingan luas. Sebaliknya, perusahaan *low-profile* adalah perusahaan yang tidak terlalu memperoleh sorotan luas dari masyarakat manakala operasi yang mereka lakukan mengalami kegagalan atau kesalahan pada aspek tertentu dalam proses atau hasil produksinya.

Hubungan sistematis antara *profile* perusahaan dengan tanggung jawab sosial yang ditemukan dalam penelitian-penelitian terdahulu dikaitkan

dengan variasi dampak operasi perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat (Sembiring, 2005). Perusahaan yang memiliki dampak yang besar terhadap lingkungan dan masyarakat akan mengungkapkan lebih banyak informasi sosial. Apabila dikaitkan dengan teori legitimasi, hal ini dilakukan perusahaan untuk melegitimasi kegiatan operasinya dan menurunkan tekanan dari para aktivis sosial dan lingkungan.

Penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005) dan Anggraini (2006) berhasil menemukan pengaruh positif tipe industri (*profile*) terhadap tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian ini menggunakan penggolongan tipe industri sesuai dengan penggolongan yang telah dilakukan dalam penelitian Anggraini (2006). Berdasarkan analisis dan kajian di atas, maka hipotesis penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H₁: Terdapat pengaruh positif tipe industri (*profile*) terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.

b. Ukuran Perusahaan (*Size*)

Ukuran perusahaan (*size*) merupakan skala yang digunakan dalam menentukan besar kecilnya suatu perusahaan. Perusahaan yang skalanya besar biasanya cenderung lebih banyak mengungkapkan tanggung jawab sosial daripada perusahaan yang mempunyai skala kecil. Dikaitkan dengan teori agensi seperti yang dinyatakan Sembiring (2005), bahwa semakin besar suatu perusahaan maka biaya keagenan yang muncul juga semakin besar, untuk mengurangi biaya keagenan tersebut, perusahaan cenderung mengungkapkan informasi yang lebih luas.

Menurut Cowen *et. al.*, (1987) dalam Sembiring (2005), secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan, dan perusahaan yang lebih besar dengan aktivitas operasi dan pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat mungkin akan memiliki pemegang saham yang memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan sehingga pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan akan semakin luas.

Penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005) menemukan pengaruh positif ukuran perusahaan (*size*) terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Penelitian ini menggunakan total aset untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan (*size*) terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Berdasarkan analisis dan kajian di atas, maka hipotesis penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H₂ : Terdapat pengaruh positif ukuran perusahaan (*size*) terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.

c. Profitabilitas

Rasio profitabilitas mengukur kemampuan para eksekutif perusahaan dalam menciptakan tingkat keuntungan baik dalam bentuk laba perusahaan maupun nilai ekonomis atas penjualan, aset bersih perusahaan maupun modal sendiri (*shareholders equity*) (Hendra S. Raharjaputra, 2009: 205). Hubungan kinerja keuangan dengan tanggung jawab sosial perusahaan menurut Belkaoui dan Karpik (1989) dalam Angling (2010) paling baik diekspresikan dengan profitabilitas, hal itu disebabkan karena pandangan bahwa tanggapan sosial yang diminta dari manajemen sama dengan kemampuan yang diminta untuk membuat suatu perusahaan

memperoleh laba. Selain itu tingkat profitabilitas dapat menunjukkan seberapa baik pengelolaan manajemen perusahaan, oleh sebab itu semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan maka cenderung semakin luas *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Dikaitkan dengan teori agensi, perolehan laba yang semakin besar akan membuat perusahaan mengungkapkan informasi sosial yang lebih luas.

Penelitian yang dilakukan oleh Theodora Martina Veronica (2009) berhasil menunjukkan adanya pengaruh positif profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian ini menggunakan *Return on Asset (ROA)* sebagai alat ukur profitabilitas perusahaan karena rasio ini dapat mengukur sejauh mana perusahaan menghasilkan laba bersih pada sejumlah aset tertentu. Berdasarkan analisis dan kajian di atas, maka hipotesis penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H₃: Terdapat pengaruh positif profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.

d. Leverage

Leverage mencerminkan risiko keuangan perusahaan karena dapat menggambarkan struktur modal perusahaan dan mengetahui risiko tak tertagihnya suatu utang. Semakin tinggi *leverage* suatu perusahaan, maka perusahaan memiliki risiko keuangan yang tinggi sehingga menjadi sorotan dari para *debtholders*. Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi cenderung ingin melaporkan laba lebih tinggi agar dapat mengurangi kemungkinan perusahaan melanggar perjanjian utang.

Belkaoui dan Karpik (1989) dalam Anggraini

(2006) menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat *leverage* (rasio utang/ekuitas) semakin besar kemungkinan perusahaan akan melanggar perjanjian kredit sehingga perusahaan akan melaporkan laba sekarang lebih tinggi. Perusahaan akan mengurangi biaya-biaya termasuk biaya untuk mengungkapkan informasi sosial. Dikaitkan dengan teori agensi, perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi memiliki biaya keagenan tinggi sehingga perusahaan akan mengurangi biaya berkaitan dengan *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

Penelitian yang dilakukan oleh Belkaoui dan Karpik (1989) serta Cormier dan Magnan (1999) dalam Sembiring (2005) menunjukkan hubungan yang negatif *leverage* terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Penelitian ini menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER) untuk menunjukkan ketergantungan perusahaan terhadap utang yang diperoleh dari ekuitas pemegang saham. Berdasarkan analisis dan kajian di atas, maka hipotesis penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H₄: Terdapat pengaruh negatif *leverage* terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.

e. Pertumbuhan Perusahaan (*Growth*)

Pertumbuhan perusahaan (*growth*) dapat menunjukkan peningkatan kinerja keuangan perusahaan. Maria Ulfa (2009) menyatakan bahwa *growth* merupakan tingkat pertumbuhan perusahaan yang diukur dengan pertumbuhan penjualan perusahaan. Pertumbuhan perusahaan merupakan salah satu pertimbangan para investor dalam menanamkan investasinya. Perusahaan yang memiliki kesem-

patan tumbuh yang tinggi diharapkan akan memberikan profitabilitas yang tinggi di masa depan, diharapkan laba lebih persisten, sehingga investor akan tertarik untuk berinvestasi di perusahaan tersebut.

Perusahaan dengan pertumbuhan tinggi akan mendapat banyak sorotan sehingga diprediksi perusahaan yang mempunyai kesempatan pertumbuhan yang lebih tinggi cenderung lebih banyak melakukan *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Berdasarkan analisis dan kajian di atas, maka hipotesis penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H₅: Terdapat pengaruh positif pertumbuhan perusahaan (*growth*) terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.

B. METODE PENELITIAN

1. Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kausal komparatif dengan karakteristik masalah berupa hubungan sebab-akibat antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian adalah karakteristik perusahaan yang diprosikan dengan tipe industri (*profile*), ukuran perusahaan (*size*), profitabilitas, *leverage* dan pertumbuhan perusahaan (*growth*), sedangkan variabel dependen adalah pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility Disclosure*).

2. Populasi dan Sampel

Tabel 1. Populasi dan Sampel

Kriteria Sampel	Jumlah Perusahaan
Jumlah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dari tahun 2008-2010	131
Perusahaan yang tidak menerbitkan laporan tahunan lengkap dan berturut-turut selama tahun pengamatan	(99)
Perusahaan yang mengalami rugi atau pertumbuhan penjualan (<i>growth</i>) negatif	(16)
Jumlah perusahaan yang memenuhi kriteria sampel	16
Total sampel yang digunakan dalam penelitian (16 x 3)	48

Populasi yang digunakan dalam penelitian adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar (*listing*) di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2008-2010. Berdasarkan kriteria pengambilan sampel, diperoleh 16 perusahaan yang memenuhi kriteria sampel sehingga total sampel selama tiga tahun periode pengamatan sebanyak 48 perusahaan.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik dokumentasi dengan mengumpulkan dan memanfaatkan data yang telah tersedia sebagai sumber informasi. Data yang digunakan adalah data sekunder berupa laporan tahunan (*annual report*) dan laporan keuangan (*financial report*) perusahaan manufaktur yang telah dipublikasikan. Data diperoleh dari *website* BEI (www.idx.co.id) serta *website* perusahaan.

4. Definisi Operasional Variabel

1) Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility Disclosure*). *Corporate Social Responsibility Disclosure* diukur dengan menggunakan indikator dari *Global Reporting Initiative* (GRI) dengan jumlah 79 pengungkapan yang meliputi: *economic (EC)*, *environment (EN)*, *human rights (HR)*, *labor practices (LP)*, *product responsibility (PR)*, dan *society (SO)*. *Corporate Social Responsibility Disclosure* diukur menggunakan rasio yang diperoleh melalui rumus :

2) Variabel Independen

$$CSR = \frac{\text{jumlah item CSR disclosure yang diungkapkan perusahaan}}{79 \text{ item CSR disclosure menurut GRI versi 3.0}}$$

Variabel independen dalam penelitian ini adalah karakteristik perusahaan yang diprosikan dengan tipe industri (*profile*), ukuran perusahaan (*size*), profitabilitas, *leverage* dan pertumbuhan perusahaan (*growth*).

a. Tipe Industri (*Profile*)

Tipe industri (*profile*) diukur menggunakan variabel dummy, yaitu nilai 1 untuk perusahaan *high-profile* dan nilai 0 untuk perusahaan *low-profile*. Penelitian ini menggunakan industri manufaktur sebagai populasi penelitian sehingga perusahaan manufaktur yang termasuk dalam kategori *high-profile* adalah perusahaan yang bergerak di bidang bahan kimia, plastik, kertas, otomotif, makanan dan minuman, rokok, farmasi, kosmetika dan perkakas/perabotan. Perusahaan manufaktur yang termasuk dalam kategori *low-profile* adalah perusahaan yang

bergerak di bidang semen, keramik, logam, pakan hewan, kayu, mesin dan alat berat, tekstil, alas kaki, kabel dan elektronik.

b. Ukuran Perusahaan (Size)

Ukuran perusahaan diproksikan dengan *log* natural total aset, tujuannya agar mengurangi perbedaan yang signifikan antara ukuran perusahaan besar dan ukuran perusahaan kecil sehingga data total aset dapat terdistribusi normal. Rumus yang digunakan untuk mengukur variabel *size* adalah :

$$Size = \text{Log natural (total aset)}$$

c. Profitabilitas

Rasio profitabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Return on Asset* (ROA). *Return on Asset* (ROA) adalah rasio antara laba bersih terhadap total aset. Rumus yang digunakan untuk mengukur variabel profitabilitas adalah :

$$Return\ on\ Asset\ (ROA) = \frac{\text{laba bersih setelah pajak}}{\text{total aset}}$$

d. Leverage

Penelitian ini menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER) yaitu rasio yang mengukur total kewajiban terhadap modal sendiri (*shareholders equity*). Rumus yang digunakan untuk mengukur *leverage* adalah :

$$Debt\ to\ Equity\ Ratio = \frac{\text{total kewajiban}}{\text{ekuitas}}$$

e. Pertumbuhan Perusahaan (Growth)

Pertumbuhan perusahaan (*growth*) merupakan

variabel yang masih jarang digunakan untuk menjelaskan pengaruhnya terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Pertumbuhan perusahaan dalam penelitian ini diukur dengan pertumbuhan penjualan perusahaan. Rumus yang digunakan untuk mengukur pertumbuhan perusahaan adalah :

$$Growth = \frac{Penjualan_t - Penjualan_{t-1}}{Penjualan_{t-1}}$$

Keterangan :

Penjualan_t: Penjualan bersih (*net sales*) periode tahun berjalan

Penjualan_{t-1}: Penjualan bersih (*net sales*) periode tahun sebelumnya

5. Teknik Analisis Data

1) Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk menjelaskan deskripsi data dari seluruh variabel yang akan dimasukkan dalam model penelitian yang dilihat dari nilai minimum, nilai maksimum, rata-rata (*mean*) dan standar deviasi.

2) Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui apakah data layak untuk dianalisis.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual berdistribusi normal. Penelitian ini menggunakan normal *probability plot* serta uji Kolmogorov-Smirnov (K-S).

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antarvariabel bebas (independen). Jika hasil penelitian menunjukkan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) ≥ 10 berarti ada multikolinearitas, sebaliknya jika nilai VIF < 10 berarti tidak ada multikolinearitas.

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Uji Durbin-Watson adalah salah satu alat uji untuk mengetahui apakah suatu model regresi terdapat autokorelasi. Nilai Durbin-Watson akan dibandingkan dengan nilai dalam tabel Durbin-Watson untuk mendapatkan batas bawah (DL) dan batas atas (DU) dengan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$.

d. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Penelitian ini menggunakan Uji Park dengan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$. Jika hasil Uji Park menunjukkan $\text{sig} > \alpha$ berarti tidak ada heteroskedastisitas, sebaliknya jika $\text{sig} < \alpha$ berarti ada heteroskedastisitas.

untuk menggambarkan hubungan beberapa variabel, sehingga suatu variabel dapat diprediksikan dari variabel yang lain. Bentuk persamaan dalam penelitian ini adalah :

$$\text{CSR} = \alpha + b_1 \text{profile} + b_2 \text{size} + b_3 \text{profit} + b_4 \text{lev} + b_5 \text{gro} + e$$

Keterangan :

CSR = *Corporate Social Responsibility Disclosure*

profile = Tipe industri (*profile*)

size = Ln (total aset)

profit = Profitabilitas (ROA)

lev = *Leverage* (DER)

gro = Pertumbuhan perusahaan (*Growth*)

α = *Intercept*

b_1, \dots, b_5 = Koefisien regresi

e = *Error*

4) Pengujian Hipotesis

Penelitian ini menggunakan regresi berganda

C. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Penelitian

Statistics

		csrd	profile	size	profit	lev	gro
N	Valid	48	48	48	48	48	48
	Missing	0	0	0	0	0	0
Mean		.2092	.6875	10405737350279.0000	.1627	.9600	.1851
Median		.1500	1.0000	3179201191414.5000	.1300	.6800	.1450
Mode		.10 ^a	1.00	375064492000.00 ^a	.13	.23 ^a	.12
Std. Deviation		.16544	.46842	22696498826979.170	.11542	1.24792	.13348
Variance		.027	.219	5.151E+026	.013	1.557	.018
Range		.72	1.00	112481935508000.00	.40	8.34	.52
Minimum		.05	.00	375064492000.00	.01	.10	.00
Maximum		.77	1.00	112857000000000.00	.41	8.44	.52
Sum		10.04	33.00	499475392813392.00	7.81	46.08	8.88

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Berdasarkan hasil uji normalitas, syarat lolos uji normalitas sudah terpenuhi, tetapi setelah melakukan uji autokorelasi dan uji heteroskedastisitas, asumsi tidak terjadi autokorelasi dan heteroskedastisitas tidak terpenuhi, maka data perlu ditransformasi *Log* natural (Ln). Berdasarkan grafik normal plot setelah dilakukan transformasi Ln, terlihat titik-titik menyebar disekitar garis diagonal. Hasil tersebut menunjukkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas. Hasil uji Kolmogorov-Smirnov setelah transformasi Ln diperoleh nilai 0,639 dan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,809. Signifikansi 0,809 lebih besar daripada tingkat signifikansi yang ditetapkan ($\alpha = 0,05$) sehingga dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi secara normal.

b. Uji Multikolinearitas

Variabel	VIF
Profile	1,093
Ukuran perusahaan (<i>size</i>)	1,109
Profitabilitas	1,107
Leverage	1,129
Pertumbuhan perusahaan (<i>growth</i>)	1,074

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa semua variabel independen memiliki VIF < 10. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas.

c. Uji Autokorelasi

Berdasarkan tabel Durbin Watson dengan signifikansi 5%, jumlah sampel 48 (n=48) dan jumlah variabel sebanyak 6 (k=6), maka diperoleh nilai batas bawah (DL) sebesar 1,291 dan batas atas (DU) sebesar 1,822. Nilai Durbin Watson (DW) sebesar 1,881 dibandingkan dengan nilai tabel

Durbin Watson menunjukkan bahwa $DU < DW < 2$ dengan perhitungan $1,822 < 1,881 < 2$ sehingga disimpulkan tidak terdapat autokorelasi.

d. Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Signifikansi
Profile	0,624
Ukuran perusahaan (size)	0,580
Profitabilitas	0,208
Leverage	0,096
Pertumbuhan perusahaan (growth)	0,225

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji Park menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai signifikansi $> 0,05$. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan tidak terdapat heteroskedastisitas.

3. Pengujian Hipotesis

Variabel	Koefisien Regresi	t	Sig	Keterangan
Konstanta	-8,155			
Profile	-0,358	-2,153	0,037	Signifikan
Ukuran perusahaan (size)	0,236	4,317	0,000	Signifikan
Profitabilitas	0,192	2,156	0,037	Signifikan
Leverage	0,094	1,081	0,286	Tidak signifikan
Pertumbuhan perusahaan (growth)	-0,126	-1,626	0,111	Tidak signifikan
R 0,698		F hitung 7,960		
R ² 0,487		Sig 0,000		

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Berganda

Berdasarkan hasil uji statistik regresi berganda, dapat disusun persamaan matematis sebagai berikut :

$$CSR = - 8,155 - 0,358 \text{ profile} + 0,236 \text{ size} + 0,192 \text{ profit} + 0,094 \text{ lev} - 0,126 \text{ gro}$$

Pembahasan

1. Tipe Industri (Profile)

Hasil penelitian menunjukkan variabel tipe industri (*profile*) yang membedakan perusahaan menjadi *low-profile* dan *high-profile* mempunyai t hitung - 2,153 dan signifikansi 0,037 atau lebih kecil dari tingkat signifikansi ($\alpha = 0,05$). Dapat disimpulkan variabel *profile* memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian Sembiring (2005) dan Anggraini (2006), namun sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Freedman dan Jaggi (1988) serta Donovan dan Gibson (2000).

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

2. Ukuran Perusahaan (Size)

Hasil penelitian menunjukkan variabel ukuran pe-

rusahaan (*size*) yang diukur dengan *Log* natural (total aset) berdasarkan uji t mempunyai t hitung 4,317 dengan signifikansi 0,000 atau lebih kecil dari tingkat signifikansi ($\alpha = 0,05$). Dapat disimpulkan variabel *size* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Semakin besar aset yang dimiliki perusahaan maka semakin luas *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sembiring (2005).

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori agensi yang menyatakan bahwa semakin besar suatu perusahaan maka biaya keagenan yang muncul juga semakin besar sehingga untuk mengurangi biaya keagenan tersebut, perusahaan cenderung mengungkapkan informasi yang lebih luas. Menurut Cowen *et. al.*, (1987) dalam Sembiring (2005), secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan. Perusahaan yang lebih besar dengan aktivitas operasi dan pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat mungkin akan memiliki pemegang saham yang memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan sehingga *Corporate Social Responsibility Disclosure* akan semakin luas.

3. Profitabilitas

Hasil penelitian menunjukkan variabel profitabilitas perusahaan yang diukur dengan *Return on Asset* (ROA) berdasarkan uji t mempunyai t hitung 2,156 dengan signifikansi 0,037 atau lebih kecil dari tingkat signifikansi ($\alpha = 0,05$). Dapat disimpulkan variabel profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Corporate Social Respon-*

sibility Disclosure. Semakin besar profitabilitas (ROA) perusahaan maka semakin luas *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Andre Christian Sitepu (2009) dan Theodora Martina Veronica (2009).

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori agensi yang menyatakan bahwa perolehan laba yang semakin besar akan membuat perusahaan mengungkapkan informasi sosial yang lebih luas. Hal tersebut dikarenakan perusahaan dengan laba yang tinggi akan menjadi sorotan, maka perusahaan akan mengeluarkan biaya yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial. Pendapat Heinze (1976) dalam Andre Christian Sitepu (2009) menyatakan bahwa dengan semakin tingginya tingkat profitabilitas perusahaan maka jumlah informasi sosial yang diungkapkan juga akan semakin besar.

4. Leverage

Hasil penelitian menunjukkan variabel *leverage* perusahaan yang diukur dengan *Debt to Equity Ratio* (DER) berdasarkan uji t mempunyai t hitung 1,081 dengan signifikansi 0,286 atau lebih besar dari tingkat signifikansi ($\alpha = 0,05$). Dapat disimpulkan bahwa tinggi rendahnya variabel *leverage* tidak mempengaruhi *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sembiring (2005), Anggraini (2006), Arief dan Kurnia (2008).

Menurut Maria Ulfa (2009), hal tersebut dimungkinkan terjadi karena untuk melakukan *Corporate Social Responsibility* tidak tergantung pada tingkat

leverage namun tergantung pada tingkat kepekaan perusahaan terhadap kepedulian sosial dan tanggung jawabnya terhadap lingkungan. Lebih lanjut dinyatakan bahwa meskipun jumlah utang perusahaan besar namun jika perusahaan memiliki kepedulian dan tanggung jawab yang besar terhadap lingkungan sosialnya maka perusahaan tersebut akan tetap melakukan *Corporate Social Responsibility*.

Kokobu *et.al.*, (2001) dalam Sembiring (2005) menyatakan dalam penelitiannya di Jepang, perusahaan Jepang secara tradisional mempunyai hubungan yang baik dengan bank, walaupun mempunyai suatu derajat ketergantungan yang tinggi pada utang. Hubungan yang baik antara perusahaan yang memiliki utang dengan *debtholders* diperkirakan menjadi penyebab tidak adanya pengaruh *leverage* terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

5. Pertumbuhan Perusahaan (*Growth*)

Hasil penelitian menunjukkan variabel pertumbuhan perusahaan (*growth*) yang diukur dengan rasio pertumbuhan penjualan berdasarkan uji *t* mempunyai *t* hitung -1,626 dengan signifikansi 0,111 atau lebih besar dari tingkat signifikansi ($\alpha = 0,05$). Dapat disimpulkan bahwa tinggi rendahnya variabel pertumbuhan perusahaan (*growth*) tidak mempengaruhi *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Maria Ulfa (2009).

Menurut Maria Ulfa (2009), hal ini disebabkan *Corporate Social Responsibility* merupakan isu yang baru dan kualitasnya tidak mudah diukur serta kebanyakan orientasi investor lebih tertuju kepada

kinerja jangka pendek. Argumen yang dapat menjelaskan hal ini adalah bahwa belum semua investor menyadari pentingnya *Corporate Social Responsibility* sehingga investor tidak terlalu memperhatikan kinerja sosial perusahaan. Kualitas *Corporate Social Responsibility Disclosure* tidak mudah untuk diukur, umumnya perusahaan melakukan *Corporate Social Responsibility Disclosure* hanya sebagai bagian dari iklan dan menghindari untuk memberikan informasi yang relevan. Kebanyakan investor berorientasi pada kinerja jangka pendek dengan berorientasi kepada keuntungan (*profit*) pada tahun berjalan, sedangkan *Corporate Social Responsibility* dianggap berpengaruh pada kinerja jangka menengah dan jangka panjang.

D. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel tipe industri (*profile*) yang membedakan perusahaan menjadi *low-profile* dan *high-profile* berpengaruh negatif terhadap CSR. Perusahaan *low-profile* ingin menunjukkan kepada investor dan masyarakat bahwa kondisi perusahaan yang belum maksimal disebabkan oleh biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk tanggung jawab sosial. Selain itu perusahaan *high-profile* dengan kondisi ekonomi yang baik merasa tidak perlu memberikan informasi terkait dengan tanggung jawab sosial.
2. Variabel ukuran perusahaan (*size*) yang diukur dengan *log* natural (total aset) berpengaruh positif terhadap CSR. Semakin besar aset suatu perus-

anaan maka biaya keagenan yang muncul juga semakin besar sehingga untuk mengurangi biaya keagenan tersebut, perusahaan cenderung mengungkapkan informasi yang lebih luas.

3. Variabel profitabilitas perusahaan yang diukur dengan *Return on Asset* (ROA) berpengaruh positif terhadap CSR. Perusahaan dengan laba yang tinggi akan menjadi sorotan, untuk mengurangi tekanan tersebut perusahaan akan mengeluarkan biaya yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial.

4. Variabel *leverage* perusahaan yang diukur dengan *Debt to Equity Ratio* (DER) tidak berpengaruh terhadap CSR. Perusahaan yang memiliki tingkat utang yang tinggi akan mendapat sorotan, namun tidak akan menyebabkan perusahaan menghentikan tanggung jawab sosialnya. Perusahaan tetap memiliki komitmen dalam melaksanakan CSR, selain itu hubungan yang tetap terjalin dengan baik antara perusahaan dan *debt holders* dapat mengurangi sorotan publik terhadap perusahaan.

5. Variabel pertumbuhan perusahaan (*growth*) yang diukur dengan rasio pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap CSR. Hal ini dapat dijelaskan dengan argumen bahwa investor lebih tertarik dengan kinerja keuangan perusahaan jangka pendek dengan berorientasi kepada keuntungan (*profit*) yang diperoleh pada tahun berjalan. CSR yang dilakukan perusahaan dianggap berpengaruh pada kinerja jangka menengah dan jangka panjang sehingga pertumbuhan perusahaan yang diukur dengan rasio pertumbuhan penjualan tidak mempengaruhi luas CSR.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini tidak terlepas dari keterbatasan-keterbatasan yang perlu diperbaiki maupun dikembangkan dalam penelitian-penelitian berikutnya. Keterbatasan dalam penelitian ini dijelaskan sebagai berikut :

1. Penelitian ini hanya menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI sebagai sampel sehingga hasil penelitian tidak dapat mewakili kondisi seluruh perusahaan.
2. Penelitian ini hanya menggunakan laporan tahunan (*annual report*) untuk memperoleh data terkait CSR yang dilakukan perusahaan.
3. Terdapat unsur subyektivitas dalam menentukan indeks CSR karena tidak ada ketentuan baku dalam penentuan standar.

Saran

Berdasarkan keterbatasan dalam penelitian ini, maka penulis mengajukan beberapa saran untuk penelitian selanjutnya sebagai berikut :

1. Peneliti selanjutnya dapat memperluas sampel tidak hanya menggunakan sampel perusahaan manufaktur tetapi dapat mencakup seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Peneliti selanjutnya sebaiknya tidak hanya menggunakan laporan tahunan (*annual report*) saja dalam memperoleh data terkait CSR yang dilakukan perusahaan, tetapi dapat juga memperluas cakupan dengan melihat dari laporan yang ada di *website* perusahaan, media cetak dan elektronik.
3. Peneliti selanjutnya juga perlu mengikuti perkembangan dan memperbaharui item-item yang

dapat digunakan dalam menilai CSR.D.

4. Peneliti selanjutnya dapat menggunakan atau menambahkan variabel penelitian lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini seperti umur perusahaan, kepemilikan publik, ukuran dewan komisaris, pengungkapan media, kategori BUMN/Non BUMN dan sebagainya untuk lebih menjelaskan pengaruh karakteristik perusahaan terhadap CSR.D.

E. DAFTAR PUSTAKA

Andre Christian Sitepu. (2009). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Tahunan Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Skripsi*. Universitas Sumatera Utara

Angling Mahatma Pian KS. (2010). Pengaruh Karakteristik Perusahaan dan Regulasi Pemerintah Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Laporan Tahunan di Indonesia. *Skripsi*. Universitas Diponegoro

Arief Rahman & Kurnia Nur Widayarsi. (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

Bramantya Adhi Cahya. (2010). Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility). *Skripsi*. Universitas Diponegoro

Danu Candra Indrawan. (2011). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Perusahaan. *Skripsi*. Universitas Diponegoro

Eddy Rismanda Sembiring. (2003). Karakteristik

Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. Tesis. Universitas Diponegoro

_____. (2005). Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. Simposium Nasional Akuntansi VIII, 2005

Fr. Reni. Retno Anggraini. (2006). Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan. Simposium Nasional Akuntansi IX, 2006

Freedman, M. & Jaggi. M. (1988). An Analysis of the Association between Pollution Disclosure and Economic Performance. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol.1 No.2 : 43-58

Global Reporting Initiative. GRI Sustainability Reporting Guidelines G3. Diambil dari: www.globalreporting.org pada tanggal 8 Februari 2012

Hackston, David & Markus J. Milne. (1996). Some Determinants of Social and Environmental Disclosure in New Zealand Companies. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. Vol. 9, No. 1, p. 77-108

Hendra S. Raharjaputra. (2009). Manajemen Keuangan dan Akuntansi untuk Eksekutif Perusahaan. Jakarta: Salemba Empat

Imam Ghozali. (2011). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang: BP Universitas Diponegoro

Indonesian Stock Exchange. Laporan Keuangan dan Tahunan. Diambil dari: www.idx.co.id pada tanggal 1-10 Maret 2010

M. Firmansyah Fuad Aji Nugroho. (2011). Analisis Hubungan Antara Pengungkapan Corporate Social

- Responsibility (CSR) dan Karakteristik Tata Kelola Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur di Indonesia. Skripsi. Universitas Diponegoro
- Maria Ulfa. (2009). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure. Skripsi. Universitas Islam Indonesia
- Nor Hadi. (2011). Corporate Social Responsibility. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Novita Indrawati. (2009). Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Annual Report serta Pengaruh Political Visibility dan Economic Performance. Pekbis Jurnal, Vol.1, No.1, Maret 2009: 1-11. Universitas Riau
- Ponny Harsanti. (2011). Corporate Social Responsibility dan Teori Legitimasi. Jurnal Mawas, Juni 2011. Universitas Muria Kudus
- Republik Indonesia. Undang-undang No 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas