

**PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN DITINJAU  
DARI KARAKTERISTIK PERUSAHAAN**

**Oleh :**  
Marsheila Aryanto  
Andi Wijaya  
- Universitas Tarumanegara -

**ABSTRAK**

Tanggung jawab sosial perusahaan atau dikenal dengan corporate social responsibility merupakan suatu bentuk kepedulian perusahaan terhadap pihak-pihak lain secara lebih luas dimana perusahaan meningkatkan kinerjanya yang hasilnya bukan hanya akan menguntungkan pihak manajemen perusahaan tetapi juga dapat dirasakan oleh pihak lain yang turut memberikan kontribusi terhadap perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah terdapat pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, leverage, dan umur perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2010-2012. Penelitian ini menggunakan 35 sampel perusahaan manufaktur tahun 2010-2012 berturut-turut dengan total 105 data perusahaan. Analisis dilakukan dengan menggunakan analisis regresi ganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas, ukuran perusahaan, dan umur perusahaan memiliki pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Sedangkan untuk leverage tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Hasil uji F menunjukkan bahwa terdapat pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, leverage, dan umur perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Kata Kunci : profitabilitas, ukuran perusahaan, leverage, umur perusahaan, dan corporate social responsibility

## A. LATAR BELAKANG

*Corporate social responsibility* (CSR) merupakan klaim *stakeholders* agar perusahaan tidak hanya beroperasi untuk kepentingan para pemegang saham (*shareholders*), tapi juga untuk kebaikan pihak *stakeholders*. Dalam praktik bisnis, yaitu para pekerja, komunitas lokal, pemerintah, lembaga swadaya masyarakat (LSM), konsumen, dan lingkungan. Oleh karena itu suatu perusahaan tidak hanya beroperasi untuk kepentingan para pemegang saham (*shareholders*), tetapi juga untuk kepentingan pihak *stakeholders* dalam praktik bisnis. Analisis mengenai CSR makin berkembang pesat seiring banyak kasus yang terjadi dimana perusahaan tidak memberikan kontribusi positif secara langsung kepada masyarakat bahkan memberikan dampak negatif atas beroperasinya perusahaan. Isu-isu yang berkaitan dengan reputasi, manajemen risiko, dan keunggulan kompetitif mendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan informasi sosial.

Isu mengenai lingkungan sosial perusahaan merupakan isu yang acapkali diperbincangkan di kalangan industri. Perusahaan tidak semata-mata hanya mencari keuntungan ketika menjalankan bisnisnya, akan tetapi perusahaan juga diharapkan memperhatikan keadaan sosial sekitarnya. Ditinjau dari segi ekonomi tujuan utama perusahaan adalah memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya sehingga seringkali perusahaan mengabaikan dampak sosial dan lingkungan yang terjadi atas tindakan ekonomi yang dilakukan dimana tindakan tersebut dapat menimbulkan kerusakan lingkungan, misalnya penggundulan hutan, polusi udara, pencemaran air, dan sebagainya. Fokus terhadap pemilik modal dan upaya pencapaian tujuan perusahaan semaksimal mungkin mengakibatkan perusahaan mengeksplorasi sumber daya alam secara tidak terkendali sehingga mengakibatkan kerusakan alam dan dapat mengganggu kehidupan manusia.

Melalui kegiatan tanggung jawab sosial (*corporate social responsibility*) yang biasa juga dikenal dengan *triple bottom line (economic, social, and environmental)* diharapkan perusahaan tidak hanya berfokus pada masalah financial tetapi juga memperhatikan keadaan sosial dan lingkungan sekitarnya.

Dengan adanya praktek *corporate social responsibility*, perusahaan dituntut agar dapat lebih meningkatkan kinerjanya yang hasilnya bukan hanya akan menguntungkan pihak manajemen perusahaan tetapi juga dapat dirasakan oleh pihak lain yang juga turut memberikan kontribusi terhadap perusahaan walaupun secara tidak langsung. Pihak-pihak tersebut dikenal dengan sebutan *stakeholder*. Tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) merujuk pada semua hubungan yang terjadi antara sebuah perusahaan dengan semua *stakeholder*, termasuk di dalamnya adalah pelanggan atau *customers*, pegawai, komunitas, pemilik atau investor, pemerintah, *supplier* bahkan kompetitor.

Pemerintah juga mengeluarkan peraturan mengenai tanggung jawab sosial, yang diatur dalam Undang-Undang R.I. NO.40 tahun 2007 pasal 74 tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan. Peraturan di atas menunjukkan bentuk kepedulian pemerintah terhadap masalah-masalah sosial, yang dalam hal ini adalah pertanggung jawaban sosial perusahaan. Namun belum ada standar mengenai seberapa banyak tanggung jawab sosial yang harus diungkapkan.

Perusahaan yang melaksanakan tanggung jawab sosial akan menghasilkan loyalitas konsumen yang lebih besar terutama dalam hal produk-produk yang bersifat ramah lingkungan. Untari (2010:13) menyatakan bahwa perusahaan yang besar dengan tingkat profitabilitas tinggi akan mengungkapkan informasi sosial yang lebih besar karena besarnya sorotan dari masyarakat terhadap perusahaan tersebut. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Sari (2012:136) serta Indriastuti dan Suhendi (2012:72), bahwa profitabilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Di sisi lain, Anggraini (2006:14) serta Nurdan Priantinah (2012:31) menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Berdasarkan teori agensi, semakin besar suatu perusahaan maka biaya keagenan yang muncul juga semakin besar. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Utami dan Rahmawati (2008:15). Tetapi Anggraini (2006:14) menyatakan bahwa tidak ada pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Untari (2010:4) menyatakan perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan ungkapan yang lebih luas dari pada perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Nur dan Priantinah (2012:32). Tetapi, Sari (2012:136) menyatakan bahwa *leverage* perusahaan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Umur perusahaan diperkirakan memiliki hubungan positif dengan pengungkapan sukarela dengan alasan bahwa perusahaan yang berumur lebih tua mungkin akan lebih mengerti pentingnya pelaksanaan tanggung jawab sosial yang akhirnya menghasilkan *return* bagi perusahaan. Hal ini sesuai dengan penelitian Untari (2010:14) yang menyatakan bahwa umur perusahaan berpengaruh signifikan terhadap CSR. Tetapi hal ini tidak sejalan dengan penelitian Utami dan Rahmawati (2008:16) dimana hasil penelitiannya membuktikan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara umur perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial.

Penelitian ini dibatasi hanya bagi perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur yang tercatat pada Bursa Efek Indonesia periode 2010-2012. Untuk membatasi permasalahan agar tidak terlalu luas dan menimbulkan banyak persepsi, maka lingkup masalah dalam karakteristik perusahaan terbatas pada profitabilitas yang diukur dengan *return on asset*, ukuran perusahaan diukur dengan *log natural assets*, *leverage* dimana pengukurannya membandingkan antara total hutang dengan total aktiva, dan umur perusahaan sejak pertama tercatat di BEI hingga sekarang.

## B. PERUMUSAN MASALAH

1. Apakah terdapat pengaruh paling sedikit satu variabel bebas (profitabilitas, ukuran perusahaan, *leverage* dan umur perusahaan) terhadap tanggung jawab sosial?
2. Apakah profitabilitas dapat menunjukkan seberapa baik pengelolaan manajemen perusahaan dalam pengungkapan tanggung jawab sosial?
3. Apakah ukuran perusahaan dapat mengungkapkan informasi lebih luas dalam pengungkapan tanggung jawab sosial?
4. Apakah kesadaran manajemen perusahaan yang diukur *leverage* berpengaruh dalam pengungkapan tanggung jawab sosial?
5. Apakah lamanya perusahaan beroperasi yang dapat dilihat dari umur perusahaan berpengaruh dalam pengungkapan tanggung jawab sosial?

## C. DEFINISI VARIABEL

### 1. Profitabilitas

Profitabilitas dapat menggambarkan kinerja keuangan dan efektifitas manajemen suatu entitas bisnis. Para pelaku bisnis biasanya memandang perusahaan semakin baik jika laba yang diperolehnya semakin besar.

Menurut Heinz (1967; dalam Untari 2010:6), “Profitabilitas merupakan faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk mengungkapkan pertanggung jawaban sosial kepada pemegang saham.”

Profitabilitas mengukur kemampuan para eksekutif perusahaan dalam menciptakan tingkat keuntungan baik dalam bentuk laba perusahaan maupun nilai ekonomis atau penjualan, aset bersih perusahaan maupun modal sendiri(Raharjaputra 2009:205; dalam Sari 2012:129).

Dari definisi-definisi tersebut maka profitabilitas adalah ukuran keefektifan manajemen perusahaan yang tercermin dari hasil akhir sejumlah kebijakan dan

keputusan perusahaan berupa profit dan pengembalian atas investasi dari kegiatan perusahaan.

## 2. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan menunjukkan jumlah total kekayaan yang dimiliki oleh sebuah perusahaan, semakin besarnya jumlah total kekayaan perusahaan semakin besar juga ukuran perusahaan.

Menurut Miswanto dan Husnan (1999; dalam Untari 2010:5), “Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecil perusahaan menurut berbagai cara, antara lain: total aktiva, jumlah tenaga kerja, log size, nilai pasar saham, dan lain-lain.”

Ukuran perusahaan hanya terbagi dalam tiga kategori yaitu perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium-size*), dan perusahaan kecil (*small firm*). Penentuan ukuran perusahaan ini didasarkan kepada total asset perusahaan (Sri Sulastini 2007 dalam Untari 2010:5).

Dari definisi-defini tersebut maka ukuran perusahaan adalah penilaian terhadap besar kecilnya ukuran perusahaan dilihat dari total asset yang dimiliki oleh perusahaan.

## 3. *Leverage*

Keputusan pembiayaan mencakup alternatif sumber dana yang akan digunakan perusahaan dalam menjalankan usahanya. Dari segi struktur pembiayaan, suatu perusahaan dikatakan menggunakan *financial leverage* jika perusahaan menggunakan pinjaman atau hutang sebagai salah satu sumber pembiayaan selain modal sendiri.

*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* (Sari 2012:129).

Menurut Indriastuti dan Suhendi (2012:69) tingkat *leverage* adalah untuk melihat kemampuan perusahaan dalam menyelesaikan semua kewajibannya kepada pihak lain.

Dari definisi-defini tersebut maka *leverage* adalah hutang yang dimiliki oleh perusahaan dan perusahaan menggunakan pinjaman atau hutang sebagai salah satu sumber pembiayaan selain modal sendiri.

## 4. Umur Perusahaan

Widiastuti (2002) dalam Utami dan Rahmawati (2007:8) menyatakan “umur perusahaan dapat menunjukkan bahwa perusahaan tetap eksis dan mampu bersaing.” Dengan demikian, umur perusahaan dapat dikaitkan kinerja keuangan suatu perusahaan. Perusahaan yang berumur lebih tua memiliki pengalaman lebih banyak atas informasi tentang perusahaan.

Umur perusahaan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mengatasi kesulitan dan hambatan yang dapat mengancam kehidupan perusahaan, serta menunjukkan kemampuan perusahaan mengambil kesempatan dalam lingkungannya untuk mengembangkan usaha. Semakin lama perusahaan berdiri menunjukkan eksistensinya dalam lingkungannya dan makin bisa meningkatkan kepercayaan investor (Untari 2010:6-7).

Dari definisi-definisi tersebut maka umur perusahaan adalah seberapa lama perusahaan tersebut berdiri, semakin besar umur perusahaan menunjukkan perusahaan tersebut tetap eksis.

## 5. Tanggung Jawab Sosial

Tanggung Jawab Sosial menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap kepentingan pihak-pihak lain secara lebih luas dari pada sekedar terhadap kepentingan perusahaan belaka (Keraf 1998:122).

Definisi tanggung jawab sosial menurut Elingkton dalam Agoes dan Ardana (2011:89-92) adalah sebagai berikut :

“Tanggung jawab sosial perusahaan mencakup tiga dimensi yang populer dengan singkatan 3P, yaitu: mencapai keuntungan (*profit*), bagi perusahaan memberdayakan masyarakat (*people*), dan memelihara kelestarian alam/bumi (*planet*).”

Menurut Agoes dan Ardana (2011:90) tanggung jawab sosial sebenarnya ingin memadukan tiga fungsi perusahaan secara seimbang, yaitu:

a. Fungsi ekonomis

Fungsi ini merupakan fungsi tradisional perusahaan, yaitu untuk memperoleh keuntungan(*profit*) bagi perusahaan(yang sebenarnya merupakan kepentingan pemilik perusahaan)

b. Fungsi sosial

Perusahaan menjalankan fungsi ini melalui pemberdayaan manusianya, yaitu para pemangku kepentingan(*people/stakeholders*) baik pemangku kepentingan primer maupun pemangku kepentingan sekunder.

c. Fungsi alamiah

Perusahaan berperan dalam menjaga kelestarian alam (*planet/bumi*). Perusahaan hanya merupakan salah satu elemen dalam sistem kehidupan di bumi ini. Bila bumi ini terancam musnah maka bagaimana mungkin akan ada perusahaan yang masih bertahan.

Dari definisi-definisi tersebut maka tanggung jawab sosial adalah tanggung jawab serta komitmen yang dijalankan oleh suatu entitas bisnis untuk berperan serta dalam membangun dan meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang berguna bagi masyarakat, lingkungan entitas serta entitas yang dilakukan secara berkelanjutan.

## D. PENELITIAN TERDAHULU

### 1. Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Teori sinyal menyatakan bahwa perusahaan memberikan sinyal-sinyal kepada pihak luar perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Selain informasi keuangan yang diwajibkan, perusahaan juga melakukan pengungkapan yang sifatnya sukarela. (Yuniasih dan Wirakususma 2008:3)

Penelitian Susilatri, Agusti dan Indriani (2011:426) menemukan hubungan profitabilitas dengan tanggung jawab sosial perusahaan bernilai signifikan. Ini menunjukkan bahwa perusahaan yang mempunyai tingkat profitabilitas tinggi akan mengungkapkan tanggung jawab sosial yang telah dilakukan. Profitabilitas mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial juga diungkapkan oleh Yuniasih dan Wirakusuma (2008:5) dan Veronica (2009:5). Sedangkan penelitian Nadiah (2007:27) menunjukkan hasil yang tidak signifikan pengaruhnya profitabilitas terhadap tanggung jawab sosial. Penelitian oleh Indriastuti dan Suhendi (2012). Populasi yang digunakan yaitu semua perusahaan perbankan yang *go public* di BEI

tahun 2009-2011. Penelitian ini menggunakan regresi linear berganda dengan teknik *purposive sampling*. Hasil penelitiannya menunjukkan profitabilitas berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial.

Ini berarti bahwa besar kecilnya profitabilitas tidak mempengaruhi tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial.

## 2. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Semakin besar suatu perusahaan maka biaya keagenan yang muncul juga semakin besar maka untuk mengurangi biaya keagenan tersebut perusahaan cenderung mengungkapkan informasi yang lebih luas.

Susilatri, Agusti dan Indriani (2011:426) mengatakan ukuran perusahaan yang diukur dengan total *asset* berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial juga diungkapkan oleh Sembiring (2005:385) dimana penelitian diproksi dengan jumlah tenaga kerja, dimana semakin banyak jumlah banyak tenaga kerja maka semakin luas pengungkapan tanggung jawab sosial suatu perusahaan. Penelitian oleh Utami dan Rahmawati (2008). Populasi yang digunakan yaitu perusahaan yang menerbitkan *sustainability report* tahun 2006-2009. Penelitian ini menggunakan regresi linear berganda dengan teknik *purposive sampling*. Hasil penelitiannya menunjukkan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial. Penelitian oleh Sari (2012). Populasi yang digunakan yaitu perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2008-2010. Penelitian ini menggunakan regresi linear berganda dengan teknik *purposive sampling*. Hasil penelitiannya menunjukkan ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial.

## 3. Pengaruh Leverage terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

*Leverage* menggambarkan sejauhmana modal pemilik dapat menutupi hutang kepada pihak di luar perusahaan. Semakin tinggi tingkat leverage kemungkinan besar perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak hutang, maka manajer akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang yang lebih tinggi dibandingkan laba di masa datang, agar laba yang dilaporkan tinggi maka manajer harus mengurangi biaya-biaya termasuk biaya pengungkapan informasi sosial. Teori keagenan menyatakan bahwa tingkat *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan para *debt holders*. (Utami dan Prastiti 2009:65)

Marbun (2008; dalam Susilatri, Agusti dan Indriani 2011:421) mengatakan terdapat pengaruh yang signifikan *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial juga diungkapkan oleh Yulita (2011) yang menyatakan bahwa *leverage* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Menurut Rizkia (2012: 137) juga terdapat pengaruh yang positif *leverage* terhadap luas pengungkapan laporan CSR, sedangkan Indah (2008: 12) terdapat pengaruh yang negatif *leverage* terhadap luas pengungkapan laporan CSR.

## 4. Pengaruh Umur Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Perusahaan yang berumur lebih tua lebih mengerti informasi-informasi apa saja yang akan diungkapkan dalam laporan tahunan. Perusahaan mengungkapkan informasi-informasi yang akan memberikan pengaruh yang positif terhadap perusahaannya dan perusahaan yang memiliki pengalaman lebih banyak akan lebih mengetahui kebutuhan akan informasi tentang perusahaan.

Susilatri, Agusti dan Indriani (2011:426) mengatakan terdapat pengaruh umur perusahaan perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Sedangkan Kamaliah dan Delima (2009:8) mengatakan tidak terdapat pengaruh umur perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

## E. HIPOTESIS

Dalam penelitian ini yang menjadi hipotesis adalah:

H1 : Profitabilitas, ukuran perusahaan, *leverage* dan umur perusahaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

H2 : Profitabilitas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

H3 : Ukuran perusahaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

H4 : *Leverage* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

H5 : Umur perusahaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

## F. METODE PENELITIAN

### 1. Populasi dan Teknik Pemilihan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2010-2012. Metode pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah metode *non probability sampling* yang merupakan proses pengambilan sampel yang tidak menjamin adanya peluang setiap unsur populasi dipilih sebagai anggota sampel dengan teknik *purposive sampling*. Teknik ini digunakan agar mendapatkan sampel yang sesuai dengan kriteria yang ditentukan

- a. Perusahaan yang digunakan merupakan industri manufaktur yang tercatat dalam Bursa Efek Indonesia pada tahun 2010-2012.
- b. Perusahaan mempublikasikan *annual report* tahun 2010-2012 baik di situs perusahaan maupun di situs Bursa Efek Indonesia secara berturut-turut.
- c. Perusahaan tidak mengalami kerugian secara berturut-turut dalam mengelola usahanya.
- d. Perusahaan menyajikan ikhtisar keuangan dalam mata uang rupiah.
- e. Perusahaan menerapkan dan mengungkapkan laporan mengenai tanggung jawab sosial dalam *annual report* tahun 2010-2012.

Berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan di atas, semua sampel yang mampu memenuhi kriteria pertama adalah sebanyak 139 perusahaan. Dari 139 perusahaan perusahaan ternyata terdapat 59 perusahaan yang tidak mempublikasikan *annual report* tahun 2010-2012. Terdapat 30 perusahaan manufaktur yang mengalami kerugian berturut-turut. Terdapat 9 perusahaan manufaktur yang tidak menyajikan laporan keuangan dalam rupiah. Terdapat 6 perusahaan manufaktur yang tidak menerapkan tanggung jawab sosial, sehingga dalam penelitian ini jumlah sampel yang digunakan sebanyak 35 perusahaan selama tiga tahun berturut-turut dengan jumlah 105 perusahaan.

### 2. Operasionalisasi Variabel

Berdasarkan kerangka pemikiran dan hipotesis yang diajukan, variabel yang digunakan penelitian ini adalah

a. Profitabilitas

Tingkat profitabilitas menggambarkan kinerja keuangan suatu perusahaan, dimana hal ini menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari kegiatan operasionalnya. Menurut Nur dan Priantinah (2012:27), rumus profitabilitas adalah:

$$\text{Return on Asset} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total aktiva}}$$

b. Ukuran perusahaan

Ukuran perusahaan menunjukkan jumlah total kekayaan yang dimiliki oleh sebuah perusahaan, semakin besarnya jumlah total kekayaan perusahaan semakin besar juga ukuran perusahaan.

Menurut Sari (2012:132) rumus ukuran perusahaan adalah

$$\text{Ukuran perusahaan} = \text{logaritma natural} (\text{total aset})$$

c. Leverage

Pengukuran leverage dilakukan dengan membandingkan antara total hutang dengan total aktiva (Untari 2010:8).

$$\text{Leverage} = \frac{\text{Total hutang}}{\text{Total aktiva}}$$

d. Umur perusahaan

Umur perusahaan adalah seberapa lama perusahaan bertahan maka semakin banyak informasi yang diperoleh masyarakat tentang perusahaan tersebut.

Menurut Untari (2012:8), rumus umur perusahaan adalah

$$\text{Umur perusahaan} = \text{Tahun ke-n} - (\text{tahun first issue di BEI})$$

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengungkapan tanggung jawab sosial yang diukur dengan menggunakan *corporate social responsibility disclosure index*. Pengungkapan tanggung jawab dibagi menjadi enam kategori yaitu lingkungan, energi, kesehatan, dan keselamatan kerja, lain-lain tentang tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat dan umum (Sembiring 2005:393-395).

Pendekatan ini pada dasarnya menggunakan pendekatan dikotomi yaitu setiap item CSR dalam instrumen penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan, dan nilai 0 jika tidak diungkapkan. Selanjutnya, skor dari setiap item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor dalam setiap perusahaan. Rumus perhitungan CSRDI adalah sebagai berikut:

$$\text{CSRDI } ij = \frac{\sum X_{ij}}{78}$$

Keterangan :

CSRDI: *Corporate Social Responsibility Disclosure Index perusahaan*

$X_{ij}$  : *dummy variable*: 1 = jika item i diungkapkan; 0 = jika item i tidak diungkapkan. Dengan demikian,  $0 \leq \text{CSRDI} \leq 1$

## G. HASIL PENELITIAN

### 1. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan untuk mengetahui nilai residual terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Uji normalitas dapat dilakukan melalui uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan taraf signifikansi 0.05. Deteksi normalitas yaitu dengan melihat bila signifikansi  $> 0.05$ , maka data dinyatakan berdistribusi secara normal. Hasil uji normalitas menunjukkan nilai 0.796 untuk *Kolmogorov-Smirnov Z* dan menunjukkan nilai signifikansi (*Asymp.Sig.(2-tailed)*) sebesar 0.551. Nilai ini lebih tinggi dari 0.05 yang berarti data yang digunakan berdistribusi normal dan dapat digunakan sebagai sampel dalam penelitian karena telah memenuhi uji asumsi normalitas. Deteksi normalitas yaitu dengan melihat bila signifikansi  $> 0.05$ , maka data dinyatakan berdistribusi secara normal (Priyatno 2010:71).

#### b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antarvariabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Jika terdapat korelasi yang tinggi antarvariabel independen, maka hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen akan terganggu. Multikolinearitas terjadi jika nilai tolerance  $< 0,10$  atau VIF  $> 5$ . Model regresi dinyatakan bebas dari multikolinearitas apabila mempunyai nilai VIF di sekitar angka 1 dan angka Tolerance mendekati 1. Berdasarkan hasil pengujian multikolinearitas, nilai VIF yang diperoleh untuk variabel profitabilitas (ROA) adalah 1.128 dan nilai *tolerance* sebesar 0.886. Variabel ukuran perusahaan (SIZE) mempunyai nilai VIF sebesar 1,094 dan nilai *tolerance* sebesar 0.914. Variabel *leverage*(LEV) mempunyai nilai VIF sebesar 1.033 dengan nilai *tolerance* 0.968. Variabel umur perusahaan (AGE) mempunyai nilai VIF sebesar 1.120 dengan nilai tolerance 0.893. Angka VIF yang ditunjukkan oleh keempat variabel independen dalam penelitian ini memiliki angka kurang dari 5 serta memiliki nilai *tolerance* lebih besar dari 0.1 dan mendekati angka 1. Model regresi dinyatakan bebas dari multikolinearitas apabila mempunyai nilai VIF di sekitar angka 1 dan angka Tolerance mendekati 1 (Santoso 2009:344).

#### c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi adalah tidak adanya autokorelasi pada model regresi. Autokorelasi dapat dideteksi dengan menggunakan angka Durbin-Watson (D-W). Uji Durbin Watson bertujuan untuk menguji apakah asumsi error dari model regresi berganda bersifat independen atau tidak terjadi autokorelasi.

Penelitian ini menggunakan nilai signifikansi sebesar 5%, dengan jumlah sampel sebanyak 105 ( $n= 105$ ) data perusahaan dan jumlah variabel independen empat ( $k=4$ ). Pada tabel *Durbin Watson* diperoleh nilai  $dL= 1.6038$  dan nilai  $dU=1.7617$ .

Jika nilai uji Durbin-Watson terletak diantara 0 - 1.6038 atau 2.3962 – 4 maka telah terjadi autokorelasi. Jika nilai uji Durbin-Watson terletak diantara 1.6038 – 1.7617 atau 2.2383 – 2.3962 maka tidak dapat diputuskan ada atau tidaknya autokorelasi dalam model regresi tersebut. Jika nilai uji Durbin-Watson terletak antara 1.7617 – 2.2383 maka tidak terjadi autokorelasi dalam model regresi tersebut. Uji Durbin Watson bertujuan untuk menguji apakah asumsi error dari model regresi berganda bersifat independen atau tidak terjadi autokorelasi (Uyanto 2006:218).

Nilai Durbin-Watson untuk model regresi ini sebesar 1.855. Nilai ini berada diantara 1.7617 – 2.283, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi dalam model regresi ini.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya kesamaan varian dari residual pada model regresi. Prasyarat yang harus dipenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya masalah heteroskedastisitas. Uji yang akan digunakan adalah uji *Glejser*. Jika signifikansi korelasi kurang dari 0.05 maka pada model regresi terjadi masalah heteroskedastisitas. Sebaliknya jika signifikansi korelasi lebih besar dari 0.05 maka pada model regresi tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Berdasarkan hasil pengujian heteroskedastisitas di atas variabel profitabilitas mempunyai angka signifikansi sebesar 0.153. Variabel ukuran perusahaan mempunyai angka signifikansi sebesar 0.578. Variabel leverage mempunyai angka signifikansi sebesar 0.795. Variabel umur perusahaan mempunyai angka signifikansi sebesar 0.160. Nilai signifikansi pada variabel ROA, SIZE, LEV, AGE menunjukkan angka lebih besar dari 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini terbebas dari masalah heteroskedastisitas. Prasyarat yang harus dipenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya masalah heteroskedastisitas (Priyatno 2010:84)

## 2. Hasil Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan dengan metode analisis regresi berganda. Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam rangka mengetahui pengaruh keempat variabel independen dalam penelitian ini terhadap variabel dependen maka digunakan persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Dimana:

Y = *Corporate social responsibility disclosure*  
A = Koefisien Konstanta  
b1-b4 = Koefisien regresi  
X1 = Profitabilitas  
X2 = Ukuran perusahaan  
X3 = Leverage  
X4 = Umur perusahaan  
E = Error

### Hasil Uji Regresi dan Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Model	Coefficients <sup>a</sup>								
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95.0% Confidence Interval for B		Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.233	.094		-2.478	.015	-.419	-.046	
	ROA	.144	.048	.239	3.020	.003	.049	.238	.886 1.128
	SIZE	.020	.003	.463	5.947	.000	.013	.027	.914 1.094
	LEV	.003	.029	-.009	-.121	.904	.060	.053	.968 1.033
	AGE	.004	.001	.232	2.942	.004	.001	.007	.893 1.120

a. Dependent Variable: CSR

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 20.00

Berdasarkan hasil pengujian didapatkan persamaan linear berganda sebagai berikut:  
$$Y = -0.233 + 0.144X1 + 0.020 X2 - 0.003X3 + 0.004X4$$

Persamaan regresi diatas dapat disimpulkan bahwa nilai constant sebesar -0.233 menunjukkan bahwa jika profitabilitas (*ROA*), ukuran perusahaan (*SIZE*), *leverage* (*LEV*), dan umur perusahaan sebesar 0, maka pengungkapan tanggung jawab sosial akan turun sebesar 0.233.

Koefisien regresi profitabilitas sebesar 0.144 menunjukkan jika variabel independen lainnya tetap dan profitabilitas mengalami kenaikan 1 satuan, maka pengungkapan tanggung jawab sosial akan mengalami kenaikan sebesar 0.144.

Koefisien regresi ukuran perusahaan sebesar 0.020 menunjukkan jika variabel independen lainnya tetap dan ukuran perusahaan mengalami kenaikan 1 satuan, maka pengungkapan tanggung jawab sosial akan mengalami kenaikan sebesar 0.020.

Koefisien regresi *leverage* sebesar 0.003 bertanda negatif menunjukkan bahwa leverage mempunyai hubungan yang berlawanan arah. Hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan *leverage* 1 statuan maka pengungkapan tanggung jawab sosial turun sebear 0.003 dengan asumsi variabel independen lainnya tetap.

Koefisien regresi umur perusahaan sebesar 0.004 menunjukkan jika variabel independen lainnya tetap dan umur perusahaan mengalami kenaikan 1 satuan, maka pengungkapan tanggung jawab sosial akan mengalami kenaikan sebesar 0.004.

#### a. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Uji signifikan simultan atau uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen profitabilitas, ukuran perusahaan, *leverage* dan umur perusahaan secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen yaitu pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Kriteria pengambilan keputusannya adalah dengan membandingkan nilai signifikansi, apabila nilai signifikansi dibawah nilai yang telah ditentukan( $\alpha = 5\%$ ), maka  $H_0$  ditolak atau atau  $H_a$  diterima, begitu juga sebaliknya apabila nilai signifikansi yang diperoleh lebih besar daripada nilai signifikansi yang ditetapkan maka  $H_0$  diterima atau  $H_a$  ditolak. Hasil Uji Signifikansi Simultan (F) dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

#### Hasil Uji Signifikansi Simultan (F)

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	.265	4	.066	20.122	.000 <sup>b</sup>
Regression	.265	4	.066	20.122	.000 <sup>b</sup>
Residual	.329	100	.003		
Total	.593	104			

a. Dependent Variable: CSR

b. Predictors: (Constant), AGE, LEV, SIZE, ROA

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 20.00

Dari tabel di atas, diperoleh nilai signifikansi keempat variabel independen adalah sebesar 0.000. Nilai signifikansi yang diperoleh dalam perhitungan tersebut kurang dari 0.05. Hal tersebut menunjukkan adanya pengaruh antara keempat variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama. Karena nilai signifikansi yang diperoleh kurang dari 0.05 berarti  $H_a$  tidak ditolak. Dengan kata lain berarti adanya pengaruh yang signifikan antara variabel profitabilitas, ukuran perusahaan, *leverage* dan umur perusahaan secara bersama-sama dalam

pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2010-2012.

b. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Berdasarkan pada tabel di atas diperoleh nilai signifikansi untuk variabel profitabilitas (*ROA*) sebesar 0.003 dimana nilai signifikansi yang diperoleh di bawah 0.05 yang berarti  $H_0$  ditolak, hal ini berarti bahwa profitabilitas secara parsial mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2010-2012 dengan tingkat keyakinan sebesar 95%.

Variabel ukuran perusahaan (*SIZE*) memperoleh nilai signifikansi sebesar 0.000 dimana nilai signifikansi yang diperoleh di bawah 0.05 yang berarti  $H_0$  ditolak, hal ini berarti bahwa ukuran perusahaan secara parsial mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan tanggung sosial pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2010-2012 dengan tingkat keyakinan sebesar 95%.

Variabel *leverage* (*LEV*) memperoleh nilai signifikansi sebesar 0.904 dimana nilai signifikansi yang diperoleh di atas 0.05 yang berarti  $H_0$  tidak ditolak, hal ini berarti bahwa *leverage* secara parsial tidak mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan tanggung sosial pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2010-2012 dengan tingkat keyakinan sebesar 95%.

Variabel umur perusahaan (*AGE*) memperoleh nilai signifikansi sebesar 0.004 dimana nilai signifikansi yang diperoleh di bawah 0.05 yang berarti  $H_0$  ditolak, hal ini berarti bahwa umur perusahaan secara parsial mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan tanggung sosial pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2010-2012 dengan tingkat keyakinan sebesar 95%.

### 3. Pembahasan

Berdasarkan uji asumsi klasik yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa semua data telah lolos dari persyaratan asumsi klasik yang meliputi normalitas, multikolinearitas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas. Hal ini berarti bahwa hasil penelitian yang dicapai dapat digunakan sebagai dasar untuk peramalan.

Setelah memenuhi persyaratan asumsi klasik maka dilakukan uji-F dan uji-t untuk menjawab perumusan dari masalah dalam penelitian ini dan menentukan benar atau tidak hipotesis yang diungkapkan dalam penelitian ini.

Dari pengujian hipotesis dengan menggunakan uji-t dapat disimpulkan bahwa profitabilitas (*ROA*) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sari (2012), Untari (2010), dan Indriastuti dan Suhendi (2012) yang menyatakan bahwa profitabilitas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Tingkat profitabilitas dapat menunjukkan seberapa baik pengelolaan manajemen perusahaan, semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan maka cenderung semakin luas mengungkapkan tanggung jawab sosial.

Dari hasil uji-t yang kedua dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan (*AGE*) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Utami dan Rahmawati (2008), Sari (2012), Nur dan Priantinah (2012), dan Untari (2010) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Kondisi ini menggambarkan bahwa semakin besar suatu perusahaan dengan jumlah tenaga kerja yang semakin banyak maka biaya keagenan yang muncul juga

semakin besar maka untuk mengurangi biaya keagenan tersebut perusahaan cenderung mengungkapkan informasi yang lebih luas. Perusahaan yang lebih besar merupakan perusahaan yang akan banyak disoroti, dengan mengungkapkan tanggung jawab sosial yang luas maka akan mengurangi biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan.

Hasil uji-t yang ketiga menunjukkan bahwa *leverage* tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Hal ini tidak mendukung teori keagenan yang menyatakan bahwa tingkat *leverage* tinggi akan mengurangi tingkat pengungkapan informasi sosial. Kondisi tersebut karena adanya sumber pendanaan internal yang kuat pada perusahaan, sehingga perusahaan tidak perlu melakukan pengungkapan sosial untuk menarik investor maupun kreditur (Utami dan Prastiti 2009:68). Hubungan perusahaan dengan para *debtholders* sudah memiliki hubungan yang baik yang mengakibatkan *debtholders* tidak terlalu memperhatikan rasio *leverage* perusahaan. Perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* yang tinggi menganggap perlu memberikan laporan pengungkapan tanggung jawab sosial sehingga menjadi hal yang baik untuk kinerja perusahaan. Pelaksanaan aktivitas sosial dan pengungkapan tanggung jawab sosial sangat tergantung dari kesadaran manajemen perusahaan bukan dilihat dari tingkat *leverage* yang terdapat di dalam perusahaan tersebut. Hal ini berbeda dengan dengan hipotesis yang diungkapkan oleh Nur dan Priantinah (2012) yang menyatakan bahwa *leverage* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Kondisi ini menunjukkan bahwa tidak berpengaruhnya *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial karena pelaksanaan aktivitas sosial dan pengungkapan tanggung jawab sosial sangat tergantung dari kesadaran manajemen perusahaan.

Hasil uji-t yang keempat menunjukkan bahwa umur perusahaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Untari (2010) yang menyatakan bahwa umur perusahaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Kondisi ini menunjukkan bahwa perusahaan yang berumur lebih tua lebih mengerti informasi-informasi apa saja yang akan diungkapkan dalam laporan tahunan. Perusahaan mengungkapkan informasi-informasi yang akan memberikan pengaruh yang positif terhadap perusahaannya dan perusahaan yang memiliki pengalaman lebih banyak akan lebih mengetahui kebutuhan akan informasi tentang perusahaan.

## H. KESIMPULAN

1. Terdapat pengaruh paling sedikit satu variabel bebas (profitabilitas, ukuran perusahaan, *leverage* dan umur perusahaan) terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Terdapat pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hal ini mengindikasikan bahwa tingkat profitabilitas dapat menunjukkan seberapa baik pengelolaan manajemen perusahaan, karena semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan maka cenderung semakin luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
3. Terdapat pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Kondisi ini menggambarkan bahwa semakin besar suatu perusahaan dengan jumlah tenaga kerja yang semakin banyak maka biaya keagenan yang muncul juga semakin besar maka

untuk mengurangi biaya keagenan tersebut perusahaan cenderung mengungkapkan informasi yang lebih luas. Perusahaan yang lebih besar merupakan perusahaan yang akan banyak disoroti, dengan mengungkapkan tanggung jawab sosial yang luas maka akan mengurangi biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan

4. Tidak terdapat pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Pelaksanaan aktivitas sosial dan pengungkapan tanggung jawab sosial sangat tergantung dari kesadaran manajemen perusahaan bukan dilihat dari tingkat *leverage* yang terdapat di dalam perusahaan tersebut. Kondisi ini menunjukkan bahwa tidak berpengaruhnya leverage terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial karena pelaksanaan aktivitas sosial dan pengungkapan tanggung jawab sosial sangat tergantung dari kesadaran manajemen perusahaan.
5. Terdapat pengaruh umur perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Kondisi ini menunjukkan bahwa perusahaan yang berumur lebih tua lebih mengerti informasi-informasi apa saja yang akan diungkapkan dalam laporan tahunan. Perusahaan mengungkapkan informasi-informasi yang akan memberikan pengaruh yang positif terhadap perusahaannya dan perusahaan yang memiliki pengalaman lebih banyak akan lebih mengetahui kebutuhan akan informasi tentang perusahaan.

## I. DAFTAR PUSTAKA

Anggraini, R.R. (2006). *Pengungkapan informasi sosial dan faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan informasi sosial dalam laporan keuangan tahunan (studi empiris pada perusahaan-perusahaan yang terdaftar bursa efek jakarta)*. Simposium Nasional Akuntansi Vol 9. Padang: Univ. Sanata Dharma Yogyakarta.

Arief Sugiono. (2009). *Manajemen keuangan untuk praktisi keuangan*. Jakarta: Grasindo.

Dwi Priyatno. (2010). *Paham analisa statistik data dengan SPSS*. Jakarta : Mediakom.

Indah dewi Utami dan Rahmawati. (2008). *Pengaruh ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, kepemilikan institusional, dan umur perusahaan terhadap corporate social responsibilities disclosure (studi empiris pada perusahaan property dan real estate )*. Surakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Kamaliah dan Raja Putri Delima. (2009). *Pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan perbankan dan lembaga keuangan non perbankan yang terdaftar di BEI*. Pekanbaru: Fakultas Ekonomi Universitas Riau.

Lidya Yulita. (2011). *The effect characteristics of company toward corporate social responsibility disclosures in mining company listed*. Jurnal Reformasi Ekonomi, Vol. 4, No. 1.

Lisna Untari. (2010). *Effect on company characteristics corporate social responsibility disclosure in corporate annual report of consumption listed in indonesia stock exchange*. Jakarta: Universitas Gunadarma.

Marzully Nur dan Denies Priantinah. (2012). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan corporate social responsibility di indonesia (studi empiris pada perusahaan berkategori high profile yang listing di bursa efek indonesia)*. Jurnal Nominal Vol. 1, No. 1. Yogyakarta.

Maya Indriastuti dan Chrisna Suhendi. (2012). *Analisis corporate social responsibility disclosure ditinjau dari karakteristik perusahaan (studi empiris pada perusahaan perbankan yang listing di bursa efek indonesia)*. Ekobis Vol. 13, No. 1. Semarang: Universitas Islam Sultan Agung.

Nadiyah. (2007). *Pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan CSR (corporate social responsibility) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia*. Malang: Universitas Brawijaya

Rizkia Anggita Sari. (2012). *Pengaruh karakteristik perusahaan terhadap corporate social responsibility disclosure pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia*. Jurnal Nominal Vol. 1, No. 1. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.

Sembiring, Eddy Rismanda. (2005). *Karakteristik perusahaan dan Pengungkapan tanggung jawab sosial (studi empiris pada perusahaan yang tercatat di bursa efek indonesia)*. Jurnal Simposium Nasional Akuntansi, Vol 8.

Singgih Santoso. (2009). *Panduan lengkap menguasai statistik dengan SPSS 17*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.

Sonny Keraf. (1998). *Etika bisnis*. Yogyakarta: Kanisius.

Sri Utami dan Sawitri Dwi Prasiti. (2011). *Pengaruh karakteristik perusahaan terhadap social disclosure. Jurnal Ekonomi Bisnis, Th. 16, No. 1*.

Stanislaus S. Uyanto. (2006). *Analisis data dengan Spss*. Yogyakarta : Graha Ilmu.

Sukrisno Agoes dan I Cenik Ardana. (2011). *Etika bisnis dan profesi: tantangan membangun manusia seutuhnya*. Jakarta: Salemba Empat.

Susilatri, Restu agusti & Deri Indriani. (2011). *Pengaruh leverage, profitabilitas, size, umur perusahaan dan ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (studi pada perusahaan pertambangan yang listing di BEI tahun 2004-2008)*. *Pekbis Jurnal, Vol.3, No.Riau*: Fakultas ekonomi Universitas Riau.

Theodora Martina Veronica. (2009). *Pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab Sosial pada perusahaan Sektor pertambangan yang terdaftar di BEI*. Jakarta: Universitas Gunadarma.

UU Nomor 40 Tahun 2007. (2007). *Undang-Undang No. 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas*. [www.bpkp.go.id/uu/filedownload/2/36/173.bpkp](http://www.bpkp.go.id/uu/filedownload/2/36/173.bpkp).

Yuniasih, Ni Wayan dan Made Gede Wirakusuma. (2008). *Pengaruh good corporate governance terhadap corporate social responsibilities (studi empiris perusahaan manufaktur 2005-2006)*. Bali: Universitas Udayana.

<http://www.idx.co.id>.

**Lampiran:**

Nama-nama Perusahaan

No.	Perusahaan	Kode Saham
	<b>Basic Industry and Chemicals</b>	
	<b>Cement</b>	
1	Holcim Indoenesia Tbk	SMCB
	Indocement Tunggal Prakarsa Tbk	
2	Tbk	INTP
3	Semen Gresik (Persero) Tbk	SMGR
	<b>Ceramic, Glass, Porcelain</b>	
4	Asahimas Flat Glass Tbk	AMFG
5	Mulia Industrindo Tbk	MLIA
6	Surya Toto Indonesia Tbk	TOTO
	<b>Metal and Allied Products</b>	
7	Alumindo Light Metal Industry Tbk	ALMI
8	Betonjaya Manunggal Tbk	BTON
9	Jaya Pari Steel Tbk	JPRS
10	Lion Metal Works Tbk	LION
11	Lion Mesh Prima Tbk	LMSH
	<b>Chemicals</b>	
12	Eterindo Wahanatama Tbk	ETWA
13	Indo Acidatama Tbk	SRSN
	<b>Plastics &amp; Packaging</b>	
14	Berlina Tbk	BRNA
	<b>Animal Feed</b>	
15	Sierad Produce Tbk	SIPD
	<b>Wood Industries</b>	
16	Tirta Mahakam Resources Tbk	TIRT
	<b>Pulp &amp; Paper</b>	
17	Fajar Surya Wisesa Tbk	FASW
	<b>Miscellaneous Industry</b>	
	<b>Automotive and Components</b>	
18	Astra Internasional Tbk	ASII
19	Astra Otoparts Tbk	AUTO
20	Indospring Tbk	INDS
21	Selamat Sempurna Tbk	SMSM
	<b>Cable</b>	
22	Kabelindo Murni Tbk	KBLM
23	Voksel Electric Tbk	VOKS
	<b>Consumer Good Industry</b>	
	<b>Food and Beverages</b>	
24	Delta Djakarta Tbk	DLTA
25	Indofood Sukses Makmur Tbk	INDF
26	Multi Bintang Indonesia	MLBI
27	Ultra Jaya Milk Tbk	ULTJ
	<b>Tobacco Manufactures</b>	

28	HM Sampoerna Tbk	HMSP
29	Bentoel International Investama Tbk	RMBA
<b>Pharmaceuticals</b>		
30	Kalbe Farma Tbk	KLBF
31	Tempo Scan Pasific Tbk	TSPC
<b>Cosmestics and Household</b>		
32	Unilever Indonesia Tbk	UNVR
<b>Housewear</b>		
33	Kedaung Indah Can Tbk	KICI
34	kedawung Setia Industrial Tbk	KDSI
35	Langgeng Makmur Industri Tbk	LMPI