

**PENGARUH FAKTOR-FAKTOR FUNDAMENTAL PERUSAHAAN
TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
Studi Empiris pada Perusahaan yang terdaftar dalam Indeks SRI-KEHATI
periode 2009-2011**

Aurelia
Program Studi Akuntansi Universitas Dian Nuswantoro
Jl. Nakula 1 No 5 – 11 Semarang 50131
(dinuz_aurel@yahoo.com)

ABSTRACT

The research was conducted to determine the effect of firm size, profitability, and financial leverage on the disclosure of corporate social responsibility. The factors examined in this study is a measure of a company that diproksidengan total assets, EPS proxied by profitability, and financial leverage is proxied by the debt to equity ratio as the independent variable while the disclosure of corporate social responsibility CSR as proxied by the dependent variable. The research sample consisted of 63 companies listed in the SRI index KEHATI. The data used in this study are secondary data and selection of samples by using purposive sampling. The analysis tool used is multiple regression analysis at a significance level (α) of 5%.

The results of hypothesis testing shows the results: (1) Company Size (LogTotalAssets) shows the value of 0.586 significance value is greater than 0.05, so the first hypothesis (H1) is rejected. (2) Profitability (EPS) demonstrate significant value of 0.844. This value is greater than 0.05, so that thesecond hypothesis (H2) is rejected. (3) FinancialLeverage (DER) demonstrated the significant value of 0.004. This value is less than 0.05, so the third hypothesis (H3) is accepted. The test results showed simultaneous significance level 0.001, the value is smaller than 0.05, so it can be said that the variable firm size, profitability, and financial leverage significantly affect the disclosure of corporate social responsibility.

Keywords: *social responsibility disclosure, firm size (log N), profitability (EPS), financial leverage (DER)*

PENDAHULUAN

Dewasa ini tuntutan terhadap perusahaan semakin besar. Perusahaan diharapkan tidak hanya mementingkan kepentingan manajemen dan pemilik modal (investor dan kreditor) tetapi juga karyawan, konsumen serta masyarakat. Perusahaan mempunyai tanggung jawab sosial terhadap pihak-pihak di luar manajemen dan pemilik modal. Dari segi ekonomi, memang perusahaan diharapkan mendapatkan keuntungan yang setinggi-tingginya. Tetapi di aspek sosial, perusahaan harus memberikan kontribusi secara langsung kepada masyarakat yaitu meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat dan lingkungannya.

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* (CSR) merupakan sebuah gagasan yang menjadikan perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (*financial*) saja. Tapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines* yaitu juga memperhatikan masalah sosial dan lingkungan. Korporasi yang dulu hanya mementingkan keuntungan (*profit*), kini juga memperhatikan kesejahteraan masyarakat (*people*) disamping keseimbangan lingkungan (*planet*). Korporasi bukan lagi sebagai entitas yang hanya mementingkan dirinya sendiri saja sehingga teralienasi atau mengasingkan diri dari lingkungan masyarakat di tempat mereka bekerja, melainkan sebuah entitas usaha yang wajib melakukan adaptasi kultural dengan lingkungan sosialnya.

Di Indonesia, CSR sekarang dinyatakan lebih tegas dalam UU Perseroan Terbatas No.40 Tahun 2007. Pasal 74 menyatakan bahwa: (1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan. (2) Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. (3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. (4) Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan peraturan pemerintah. Peraturan lain yang menyinggung CSR adalah UU No.25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal. Pasal 15 (b) menyatakan bahwa setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan Tanggal 1 November 2010 sebuah 'standar' mengenai bagaimana tanggung jawab sosial seharusnya dilaksanakan diluncurkan. Dokumen ISO 26000:2010 *Guidance on Social Responsibility* itu utamanya berisikan definisi, prinsip, subjek inti dan petunjuk bagaimana prinsip dan subjek inti tersebut ditegakkan di dalam organisasi. ISO 26000:2010 *Guidance Standard on Social Responsibility*. ISO 26000 menyediakan standar pedoman yang bersifat sukarela mengenai tanggung jawab sosial suatu institusi yang mencakup semua sektor badan publik ataupun badan privat baik di negara berkembang maupun negara maju.

Pada Tanggal 8 Juni 2009, PT Bursa Efek Indonesia bersama dengan Yayasan Keanekaragaman Hayati Indonesia (KEHATI), yang bergerak di bidang pelestarian dan pemanfaatan keanekaragaman hayati, meluncurkan indeks harga saham yang mengacu pada tata cara *sustainable and responsible investment* (SRI) yang diberi nama Indeks SRI-KEHATI. Indeks ini diciptakan sebagai tambahan pedoman investasi bagi pemodal, dengan membangun suatu *benchmark* indeks harga saham baru yang secara khusus memuat saham-saham Emiten yang memiliki kinerja yang sangat baik dalam mendorong usaha-usaha berkelanjutan melalui metodologi yang didasarkan kepada kepedulian mengenai lingkungan

hidup, sosial dan tata kelola perusahaan yang baik. Diharapkan dengan peluncuran Indeks SRI-KEHATI eksposur keberadaan Emiten yang sadar lingkungan, sosial dan tata kelola perusahaan yang baik di Bursa dapat semakin meningkat. Indeks SRI-KEHATI terdiri dari 25 perusahaan. Sehingga dalam penelitian ini menggunakan perusahaan yang terdaftar dalam indeks SRI-KEHATI untuk mengetahui pengaruh antara Ukuran perusahaan, profitabilitas dan *financial leverage* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Pentingnya pengungkapan CSR telah membuat banyak peneliti untuk melakukan penelitian mengenai praktik dan motivasi perusahaan untuk melakukan CSR. Berbagai penelitian yang terkait dengan faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR menunjukkan hasil yang beragam. Ukuran perusahaan dipercaya memiliki pengaruh yang kuat terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung memiliki *publik demand* akan informasi yang lebih tinggi dibanding dengan perusahaan yang lebih kecil. Apriwenni (2009), Darwis (2009), Sembiring (2005), Untari (2010) dan Badjuri (2011) menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Penilaian terhadap kinerja keuangan antara lain dapat dilihat dari kemampuan perusahaan menghasilkan laba (*profit*) perusahaan. Semakin besar keuntungan yang diperoleh semakin besar kemampuan perusahaan untuk membayarkan devidennya. Profitabilitas menjadi pertimbangan penting bagi investor dalam keputusan investasinya. Manajemen yang sadar dan memperhatikan masalah sosial juga akan mengajukan kemampuan yang diperlukan untuk menggerakkan kinerja keuangan perusahaan. Veronica (2009), Untari (2010) dan Badjuri (2011) menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Financial leverage merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung kepada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. Perusahaan dengan tingkat *financial leverage* tinggi berarti sangat bergantung pada pinjaman luar untuk membiayai asetnya. Dengan demikian tingkat *financial leverage* perusahaan menggambarkan risiko keuangan perusahaan. Apriwenni (2009) menemukan *financial leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

1.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka permasalahan yang akan diuji dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*?
3. Apakah *financial leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*?

1.2 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menguji tentang pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
2. Untuk menguji tentang pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
3. Untuk menguji tentang pengaruh *financial leverage* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

LANDASAN TEORI

2.1 Teori Stakeholder

Teori *stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut (Ghozali dan Chariri, 2007). Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut. Guthrie *et al* (2006) dalam Yuniarti (2008) menyatakan bahwa laporan keuangan merupakan cara yang paling efisien bagi organisasi untuk berkomunikasi dengan kelompok *stakeholders* yang dianggap memiliki ketertarikan dalam pengendalian aspek-aspek strategis tertentu dari organisasi.

2.2 Legitimacy Theory

Konsep legitimasi berhubungan dengan bagaimana peran legitimasi dalam kehidupan sosial, khususnya pada terbentuk dan bertahannya wewenang. Dalam pengertian secara mendasar, legitimasi adalah tentang hubungan sosial tertentu yang dikukuhkan sebagai hal yang benar dan tepat secara moral. Legitimasi adalah status atau kondisi yang terjadi ketika sistem nilai suatu entitas adalah sama dan sebangun dengan masyarakat. Teori *legitimacy* menegaskan bahwa perusahaan terus berupaya untuk memastikan bahwa mereka beroperasi dalam bingkai dan norma yang ada dalam masyarakat atau lingkungan dimana perusahaan berada, dimana mereka berusaha untuk memastikan bahwa aktifitas mereka (perusahaan) diterima oleh pihak luar sebagai suatu yang “sah”.

2.3 Teori Pesinyalan (*Signalling Theory*)

Teori *signaling* menunjukkan adanya asimetri informasi antara manajemen perusahaan dan pihak-pihak yang berkepentingan dengan informasi tersebut. Teori sinyal mengemukakan tentang bagaimana seharusnya perusahaan memberikan sinyal-sinyal pada pengguna laporan keuangan. Teori *Signaling* menjelaskan jika laba perusahaan menurun, manajemen memberikan sinyal bahwa kinerja perusahaan memburuk, sebaliknya jika laba perusahaan meningkat maka manajemen memberikan sinyal bahwa kinerja perusahaan meningkat (Setiono, 2006). Teori *signalling* menyatakan bahwa perusahaan yang berkualitas baik biasanya akan memberikan sinyal pada pihak eksternal, dengan demikian pihak calon investor diharapkan dapat membedakan perusahaan yang berkualitas baik dan buruk. Agar sinyal tersebut efektif, maka harus dapat ditangkap oleh pihak eksternal dengan baik, serta tidak mudah ditiru oleh perusahaan yang berkualitas buruk.

2.4 Teori Agensi

Teori ini menganalogikakan manajemen sebagai agen dari suatu prinsipal. Pengertian prinsipal meluas dari sekedar pemegang saham atau *traditional users* lain menjadi seluruh *interest group* perusahaan yang bersangkutan. Sebagai agen, manajemen akan berupaya mengoperasikan perusahaan sesuai dengan keinginan publik (Devina, 2004). Prinsip utama teori ini menyatakan adanya hubungan kerja antara pihak yang memberi wewenang (prinsipal) yaitu investor dengan pihak yang menerima wewenang (agens) yaitu manajer. Perbedaan kepentingan tersebut menimbulkan adanya masalah keagenan.

2.5 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang sering juga disebut sebagai *social disclosure*, *corporate social reporting*, *social accounting* (Mathews, 1995) atau *corporate social responsibility* (Hackston dan Milne, 1996) merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. menurut sebuah organisasi dunia *World Bisnis Council for Sustainable Development* (WBCD) menyatakan bahwa CSR merupakan suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat ataupun masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerjanya beserta seluruh keluarga.

Tingkat Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* diukur dengan metode *content analysis*. *Content analysis* adalah suatu metode pengkodifikasian teks dari ciri yang sama untuk ditulis dalam berbagai kelompok (kategori) tergantung pada kriteria yang ditentukan. *Content analysis* dilakukan dengan cara *checklist*, yaitu dengan melihat pengungkapan sosial perusahaan dalam 7 kategori yaitu : lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat dan umum. Penelitian ini menggunakan *checklist* 78 item pengungkapan yang mana sampel adalah perusahaan yang masuk dalam indeks SRI KEHATI.

Rumus perhitungan CSDI adalah sebagai berikut :

$$CSDI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Dimana :

CSDI j = *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan j

$\sum X_{ij}$ = jumlah item pengungkapan i, perusahaan j

n j = jumlah item pengungkapan j, n_j = 78

Sumber : Darwis (2009)

2.6 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan uraian teoritis dan tinjauan penelitian terdahulu maka penelitian ini dilakukan untuk memberi gambaran tentang praktik pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilaksanakan oleh perusahaan yang terdaftar dalam indeks SRI-KEHATI dan mengetahui pengaruh faktor-faktor fundamental perusahaan (ukuran perusahaan, profitabilitas dan *financial leverage*) terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

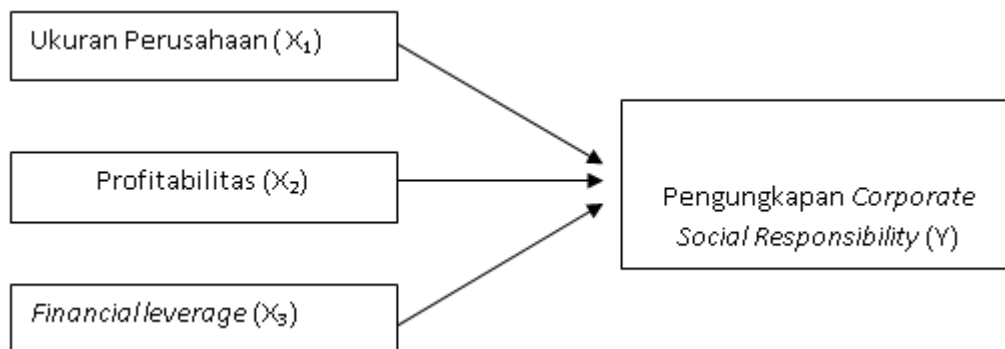
Ukuran perusahaan merupakan variabel yang banyak digunakan untuk menjelaskan pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan dalam laporan tahunan yang dibuat. Secara umum perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil. Secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan politis, yaitu tekanan untuk melakukan pertanggungjawaban sosial.

Pengungkapan sosial yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis bagi perusahaan.

Rasio profitabilitas merupakan rasio yang melihat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Rasio ini menunjukkan daya untuk menghasilkan laba atas investasi yang dilihat dari sisi ekuitas para pemegang saham. Rasio profitabilitas terdiri atas dua jenis yaitu rasio yang menunjukkan profitabilitas dalam kaitannya dengan penjualan dan rasio yang menunjukkan profitabilitas dalam kaitannya dengan investasi.

Financial leverage merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. Perusahaan yang mempunyai tingkat *financial leverage* tinggi berarti sangat bergantung pada pinjaman luar untuk membiayai asetnya. Sedangkan perusahaan yang mempunyai tingkat *financial leverage* lebih rendah lebih banyak membiayai asetnya dengan modal sendiri. Tingkat *financial leverage* perusahaan, dengan demikian menggambarkan risiko keuangan perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas maka kerangka pemikiran dapat dilihat pada gambar 2.1 dibawah ini :



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

2.7 Faktor – Faktor Fundamental Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

1. Ukuran Perusahaan (*Size*)

Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklarifikasikan besar kecil perusahaan menurut berbagai cara, antara lain : Total Aktiva, *Log size* , nilai pasar saham, dan lain-lain. Ukuran perusahaan (*size*) merupakan logaritma dari assets yang dimiliki oleh perusahaan (Carlson dan bathala dalam Widyastuti, 2009). Pada dasarnya ukuran perusahaan hanya terbagi dalam 3 kategori yaitu perusahaan besar (*Large firm*), perusahaan menengah (*Medium firm*), dan perusahaan kecil (*Small firm*) . Penentuan ukuran perusahaan ini didasarkan kepada total asset perusahaan.

Perusahaan besar cenderung akan memberikan informasi laba sekarang lebih rendah dibandingkan perusahaan kecil, sehingga perusahaan besar cenderung akan mengeluarkan biaya untuk pengungkapan informasi sosial yang lebih besar dibandingkan perusahaan kecil. Apriwenni (2009), Darwis (2009), Sembiring (2005), Untari (2010) dan Badjuri (2011) menemukan bahwa ukuran perusahaan

berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Dalam penelitian ini ukuran perusahaan didasarkan pada total aktiva mengikuti penelitian sebelumnya yaitu Darwis (2009).

H1 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

2. Profitabilitas

Donovan dan Gibson (2000) dalam Hasibuan (2001) menyatakan bahwa salah satu argumen dalam hubungan antara profitabilitas dan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial adalah bahwa ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan. Sebaliknya, pada saat tingkat profitabilitas rendah, mereka berharap para pengguna laporan akan membaca *good news* kinerja perusahaan misalnya dalam lingkup sosial, dan dengan demikian investor akan tetap berinvestasi di perusahaan tersebut.

Hasil penelitian yang menyatakan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* adalah penelitian yang dilakukan oleh Veronica (2009), Untari (2010) dan Badjuri (2011).

H2 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara profitabilitas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

3. Financial Leverage

Teori keagenan memprediksi bahwa perusahaan dengan rasio *financial leverage* yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi, karena biaya keagenan perusahaan dengan struktur modal seperti itu lebih tinggi (Jensen & Meckling, 1976). Tambahan informasi diperlukan untuk dengan rasio *financial leverage* yang tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan ungkapan yang lebih luas daripada perusahaan dengan rasio *financial leverage* yang rendah. Rasio *financial leverage* digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang. Hasil penelitian yang menyatakan bahwa *financial leverage* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* adalah penelitian Apriwenni (2009).

H3 : Terdapat pengaruh yang signifikan *Financial leverage* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

METODE PENELITIAN

3.1 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar dalam indeks SRI-KEHATI pada tahun 2009 - 2011. Perusahaan yang masuk kedalam indeks ini dipilih karena perusahaan-perusahaan ini dinilai memiliki kinerja yang sangat baik dalam mendorong usaha-usaha berkelanjutan melalui metodologi yang didasarkan kepada kepedulian mengenai lingkungan hidup, sosial dan tata kelola perusahaan yang baik.

Metode pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling* dengan mengambil sampel yang telah ditentukan sebelumnya berdasarkan maksud dan tujuan penelitian (Indriartono,2009).Adapun kriteria-kriteria yang digunakan dalam pengambilan sample adalah:

1. Perusahaan tersebut menerbitkan laporan tahunan periode 2009 – 2011 secara berturut – turut dan menyajikan laporan tahunannya dalam rupiah
2. Mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan tahunan berturut – turut selama periode 2009 – 2011.

3.2 Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder berupa laporan tahunan perusahaan yang terdaftar dalam Indeks SRI-KEHATI selama periode tahun 2009 – 2011. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dari Laporan keuangan tahunan perusahaan (*Annual Report*) Tahun 2009-2011 yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id).

3.3 Variabel Data

1. Variabel Dependen

Variabel terikat (*dependent variable*) adalah tipe variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel *independent* (Indriantoro dan Supomo, 1999). Sebagai variabel terikat (*dependent variable*) pada penelitian ini adalah pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Tingkat Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* diukur dengan metode *content analysis*. *Content analysis* adalah suatu metode pengkodifikasian teks dari ciri yang sama untuk ditulis dalam berbagai kelompok (kategori) tergantung pada kriteria yang ditentukan (Guthrie,et al, 2003 dalam Devina 2004). *Content analysis* dilakukan dengan cara *checklist*, yaitu dengan melihat pengungkapan sosial perusahaan dalam 7 kategori yaitu : lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat dan umum. Penelitian ini menggunakan *checklist* 78 item pengungkapan yang mana sampel adalah perusahaan yang masuk dalam indeks SRI KEHATI. Apabila item pengungkapan tersebut ada dalam laporan tahunan perusahaan maka diberi skor 1, dan jika item pengungkapan tersebut tidak ada dalam laporan tahunan perusahaan maka diberi skor 0.

2. Variabel Independen

Variabel bebas (*independent variable*) adalah tipe variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel lain (Indriantoro dan Supomo, 1999). Sebagai variabel bebas (*independent variable*) pada penelitian ini adalah Ukuran perusahaan, profitabilitas dan *financial leverage*.

1. Ukuran perusahaan
Indikator *Size* = Logaritma Natural (Total Aktiva)
2. Profitabilitas
Indikator EPS yaitu

$$EPS = \frac{(Laba Bersih - Deviden yang Dibagi)}{Total Saham yang Beredar}$$

3. *Financial Leverage*
Indikator *Debt to Equity Ratio (DER)*.

$$DER = \frac{\text{Total Kewajiban}}{\text{Ekuitas Pemegang Saham}}$$

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan terutama dengan cara studi dokumentasi, yaitu merupakan suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dengan menganalisis informasi yang didokumentasikan dalam bentuk tulisan atau bentuk-bentuk lain. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diambil dari laporan tahunan perusahaan Indeks SRI-KEHATI di Bursa Efek Indonesia selama periode tahun 2009-2011.

3.5 Teknik Pengolahan Data

Data – data yang diperoleh akan diolah menggunakan SPSS 16.0 dengan menggunakan alat statistik deskriptif dan regresi linear berganda dengan satu variabel tidak bebas (Y) dan tiga variabel bebas (X₁, X₂ dan X₃).

Adapun langkah – langkahnya sebagai berikut :

1. Melakukan perhitungan terhadap rasio – rasio variabel yang dianalisis, yaitu: Ukuran perusahaan, profitabilitas dan *financial leverage* dan menghitung besarnya indeks kelengkapan pengungkapan.
2. Analisis deskriptif merupakan suatu metode dalam mengorganisis dan menganalisis data kuantitatif, sehingga diperoleh gambaran yang teratur mengenai suatu kegiatan.
3. Uji Asumsi Klasik, terdapat empat asumsi yaitu : Uji Normalitas dengan *Kolmogorov – Smirnov*, Uji Multikolinearitas, Uji Heterokesdatisitas dan Uji Autokorelasi.
4. Analisis Regresi Linear Berganda dihasilkan dengan cara memasukan input data variabel ke fungsi regresi. Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh dari beberapa variabel bebas terhadap satu variabel terikat.

Persamaan regresi berganda dapat dinyatakan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan

Y :Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

a :Konstanta

b₁, b₂, b₃ :Koefisien regresi

X₁ : Ukuran perusahaan

X₂ : Profitabilitas

X₃ : *Financial leverage*

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi gambaran pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

Gambaran tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang terdaftar dalam Indeks SRI-KEHATI adalah seperti yang terlihat dalam lampiran tabulasi data. Dari tabel tersebut terlihat bahwa nilai pengungkapan paling banyak dilakukan oleh PT Telekomunikasi Indonesia Tbk yaitu sebesar 0,58, sedangkan yang paling rendah adalah sebesar 0,28 adalah PT Lippo Karawaci Tbk. Dari hasil uji *descriptive statistics* diketahui bahwa rata-rata pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan hanyalah sebesar 0,3943 atau 39,43% saja dari total pengungkapan. Hal ini berarti dapat disimpulkan bahwa tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang terdaftar dalam Indeks SRI-KEHATI dapat dikatakan menengah kebawah karena rata-rata pengungkapan kurang dari 50% dari total pengungkapan yang semestinya diungkapkan perusahaan.

4.2 Uji Kualitas Data

1. Uji Normalitas

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah variabel yang diuji mempunyai distribusi normal atau tidak. Asumsi ini diuji dengan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* dilakukan untuk mengetahui apakah data sudah terdistribusi secara normal atau tidak. Jika nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* $> 0,05$ maka distribusi data adalah normal. Dari pengolahan dengan SPSS 16,0 diperoleh sig 0,410 $> 0,05$ maka distribusi data adalah normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji *Multikolinearitas* digunakan untuk menunjukkan ada tidaknya hubungan linear diantara variabel-variabel independen dalam model regresi. Salah satu cara untuk mengetahui ada tidaknya *multikolinearitas* pada suatu model adalah dengan melihat nilai yang dipakai untuk menandai adanya faktor multikolinearitas. Nilai yang dipakai adalah nilai *tolerance* $> 0,10$ atau *VIF* < 10 . Jika nilai *tolerance* $> 0,10$ atau nilai *VIF* < 10 maka dapat diartikan bahwa tidak ada multikolinearitas pada model regresi. Dari pengolahan dengan SPSS 16,0 diperoleh nilai *tolerance* $> 0,10$ atau *VIF* < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas.

3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah suatu model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t - 1$ (sebelumnya). Salah satu cara untuk mengetahui ada tidaknya autokorelasi pada model regresi adalah dengan melakukan uji Durbin Watson (DW). Dari pengolahan dengan SPSS 16,0 diperoleh nilai DW 2,338. Sedangkan nilai *du* dan *dl* diperoleh sebesar 1,689 dan 1,480 serta nilai *(4-du)* dan *(4-dl)* sebesar 2,311 dan 2,520. Dengan demikian nilai DW berada diantara nilai *(4-du)* dan *(4-dl)* sehingga menunjukkan bahwa model regresi tersebut sudah berada didaerah ragu-ragu terkena autokorelasi. Karena berada didaerah ragu-ragu maka diperlukan uji lanjutan untuk menentukan ada atau tidaknya autokorelasi, sehingga digunakan *run test*. Dari hasil *run test* diketahui nilai signifikansi 0,900. Karena nilai signifikansi $> 0,05$ maka data sudah bebas dari masalah autokorelasi.

4. Uji Heterokedastisitas

Pengujian asumsi klasik heteroskedastisitas dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan uji glejser. Jika variabel independen signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen, maka ada indikasi terjadi heteroskedastisitas. Hasil output uji *glejser* pada tabel 4.7 menunjukkan bahwa tidak ada satupun variabel independen yang signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen nilai absolut (*abs_res*). Hal ini terlihat dari probabilitas signifikansinya diatas tingkat kepercayaan 5%, jadi model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.3 Pengujian Hipotesis

1. Analisis Regresi Berganda

Analisis linier berganda digunakan untuk mendapat koefisien regresi yang akan menentukan apakah hipotesis yang dibuat akan diterima atau ditolak. Dari hasil pengujian didapatkan hasil sebagai berikut :

Tabel 4.8
Output Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.261	.300		.870	.388		
Log_TA	.012	.023	.103	.547	.586	.370	2.705
EPS	2.117E-6	.000	.023	.197	.844	.970	1.030
DER	-.013	.005	-.555	-2.970	.004	.373	2.678

a. Dependent Variable:
CSR

S

Sumber : Data sekunder yang diolah

Persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini menggunakan koefisien beta tidak standar (*unstandardized coefficient*). Persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{CSR} = 0.261 + 0.012 \text{ LOG_TA} + 2.1176 \cdot 10^{-6} \text{ EPS} - 0.013 \text{ DER}$$

Dari persamaan regresi linear berganda dapat dijelaskan :

- a) Konstanta sebesar 0,261 menyatakan bahwa tanpa dipengaruhi variabel Log_TA, EPS dan DER maka besarnya nilai CSR adalah sebesar 0,261.
- b) Koefisien regresi Log_TA sebesar 0,012 adalah positif, sehingga dapat dikatakan bahwa setiap kenaikan satu persen pada Log_TA akan meningkatkan nilai CSR sebesar 0,012.
- c) Koefisien regresi EPS adalah positif, sehingga dapat dikatakan bahwa setiap kenaikan satu persen pada EPS akan meningkatkan nilai CSR sebesar $2.1176.10^{-6}$.
- d) Koefisien regresi DER sebesar -0,013 adalah negatif, sehingga dapat dikatakan bahwa setiap kenaikan satu persen pada DER akan menurunkan nilai CSR sebesar 0,013.

2. Pengujian Hipotesis

1. Uji koefisien determinasi

Koefisien Determinasi, yang dinotasikan dengan R^2 merupakan suatu ukuran yang penting dalam regresi. Determinasi (R^2) mencerminkan kemampuan variabel dependen. Tujuan analisis ini adalah untuk menghitung besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai R^2 menunjukkan seberapa besar proporsi dari total variasi variabel tidak bebas yang dapat dijelaskan oleh variabel penjelasnya. Semakin tinggi nilai R^2 maka semakin besar proporsi dari total variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen.

Ketiga variabel independen meliputi Ln Size, profitabilitas, *financial leverage* memiliki nilai Adjusted R^2 sebesar 0,192 atau 19,2%. Hal ini berarti 19,2% pengungkapan CSR dapat dijelaskan oleh variasi dari ketiga variabel independen *size* perusahaan (Ln total aset), profitabilitas (EPS) dan *financial leverage* sedangkan 80,8% sisanya dijelaskan oleh variabel – variabel yang lain diluar model.

2. Uji parsial

Uji t ini dilakukan ketentuan:

- Jika nilai signifikan $\geq 0,05$ maka Hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti bahwa secara parsial variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
- Jika nilai signifikan $\leq 0,05$ maka Hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Berdasarkan tabel uji parsial, berikut ini adalah pengujian hipotesis menggunakan uji koefisien regresi secara parsial :

a. Pengaruh Ukuran Perusahaan (Ln SIZE)

Hasil pengujian dalam penelitian ini, seperti nampak dalam tabel 4.9 mengenai hasil uji parsial (uji t) ukuran perusahaan yang dinyatakan dengan total aktiva yang menunjukkan nilai t hitung sebesar 0,547 dan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,586 lebih besar dibandingkan taraf signifikansi 0,05 terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, sehingga hasil penelitian ini menolak hipotesis yang diajukan.

Dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan tidak mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Tidak adanya pengaruh antara besar kecilnya perusahaan dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* diduga karena UU no 40 tahun 2007 yang mengatur tentang tanggungjawab sosial dan lingkungan hanya *mandatory* untuk perusahaan yang bergerak di bidang sumber daya alam. Sehingga perusahaan lain yang bergerak dibidang lain menganggap penerapan *Corporate Social Responsibility* sebagai *voluntary*. Hasil dalam penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Veronica (2009) yang berhasil membuktikan tidak ada pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

b. Pengaruh Profitabilitas (EPS)

Rasio profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa efektif perusahaan beroperasi sehingga menghasilkan keuntungan bagi perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan nilai diperoleh nilai t hitung sebesar 0,197 dan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,844 lebih besar dibandingkan taraf signifikansi 0,05. Sehingga dapat dikatakan bahwa profitabilitas suatu perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Hasil penelitian ini tidak dapat mendukung hipotesis yang diajukan yaitu bahwa profitabilitas berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Dalam penelitian ini, profitabilitas yang dinilai dengan EPS menunjukkan hasil yang tidak signifikan. Dapat dikatakan bahwa besar kecilnya laba yang diterima oleh perusahaan, tidak mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan. Perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi belum tentu lebih banyak melakukan aktivitas sosial karena perusahaan lebih berorientasi pada pencapaian laba semata. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005), Darwis (2009) dan Apriwenni (2009). Mereka mengatakan bahwa profitabilitas perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

c. Pengaruh *Financial Leverage* (DER)

Financial leverage merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan nilai diperoleh nilai t hitung sebesar -2,970 dan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,004 lebih besar dibandingkan taraf signifikansi 0,05. Sehingga dapat dikatakan bahwa *financial leverage* suatu perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan Hasil penelitian ini mendukung hipotesis yang diajukan yaitu bahwa *financial leverage* berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Teori keagenan memprediksi bahwa perusahaan dengan rasio leverage yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi, karena biaya keagenan perusahaan dengan struktur modal seperti itu lebih tinggi (Jensen & Meckling, 1976). *Financial leverage* digunakan dengan harapan dapat meningkatkan pengembalian ke para pemegang saham.

Financial leverage yang menguntungkan terjadi jika perusahaan dapat menghasilkan pendapatan yang lebih tinggi dengan menggunakan dana yang didapat dalam bentuk biaya tetap tersebut dari pada biaya pendanaan tetap yang harus dibayar. Sedangkan *Financial leverage* yang tidak menguntungkan terjadi jika perusahaan tidak memiliki hasil sebanyak biaya pendanaan tetapnya (Horne and John, 2007). Dalam penelitian ini, *financial leverage* menunjukkan hasil yang signifikan.

Dapat dikatakan bahwa tinggi rendah *financial leverage* perusahaan, mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan. Sehingga dapat dikatakan bahwa perusahaan dengan tingkat *financial leverage* tinggi akan mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* lebih banyak. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Apriwenni (2009) yang mengatakan bahwa tingkat *financial leverage* perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

3. Uji simultan (uji F)

Hasil pengolahan data terlihat bahwa nilai $F = 5,919$ dengan probabilitas sebesar $0,001 < 0,05$. Nilai probabilitas pengujian yang lebih kecil dari $= 0,05$ menunjukkan bahwa secara bersama-sama indeks pengungkapan sosial dapat dijelaskan oleh variabel ukuran perusahaan, profitabilitas dan *financial leverage* perusahaan. Hal ini juga dapat disimpulkan bahwa model memiliki *goodness of fit* yang baik sehingga penelitian yang layak untuk dilanjutkan.

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dengan dapat diukurnya pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, banyak penelitian dilakukan untuk melihat bagaimana pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan, apakah faktor – faktor fundamental perusahaan mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Penelitian ini adalah salah satunya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh faktor – faktor fundamental perusahaan yang diukur menggunakan ukuran perusahaan, profitabilitas dan *financial leverage* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh secara signifikan antara faktor – faktor fundamental perusahaan yang diukur menggunakan ukuran perusahaan, profitabilitas dan *financial leverage* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* meskipun relatif kecil. Pengaruh yang relatif kecil tersebut dimungkinkan karena pengungkapan *Corporate Social Responsibility* di Indonesia masih bersifat *voluntary*. Perusahaan terkadang merasa perlu melaporkan tanggungjawab sosial mereka dalam laporan tahunan perusahaan hanya untuk menaikkan reputasi perusahaan.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, penelitian ini menyimpulkan bahwa :

- 1). Dari hasil pengujian parsial menunjukkan

- a. Variabel ukuran perusahaan yang diproksi dengan *total asset* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, dengan nilai signifikansi sebesar 0,586.
 - b. Profitabilitas yang diproksi dengan EPS tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, dengan nilai signifikansi sebesar 0,844.
 - c. *Financial leverage* berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, dengan nilai signifikansi sebesar 0,004.
- 2) Dari hasil pengujian secara simultan variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *financial leverage* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.
 - 3) Dilihat dari koefisien determinasi menunjukkan bahwa 19,2% variabel pengungkapan *corporate social responsibility* dapat dijelaskan oleh variasi ukuran perusahaan, profitabilitas dan *financial leverage* sedangkan sisanya yaitu sebesar 80,8% dijelaskan oleh variabel lain diluar model ini.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis pembahasan serta beberapa kesimpulan pada penelitian ini, adapun saran-saran yang dapat diberikan melalui hasil penelitian ini antara lain :

1. Bagi Peneliti Selanjutnya
 - a. Dikarenakan nilai *Adjusted R Square* yang masih cenderung rendah, yaitu 19,2% mengindikasikan bahwa ada variabel – variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini yang mempunyai pengaruh lebih besar terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sehingga diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat menambahkan atau menggunakan variable lain misalnya likuiditas, ukuran dewan komisaris, kepemilikan saham publik, umur perusahaan, komite audit dan lain sebagainya, untuk menemukan model yang tepat dalam pendugaan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
 - b. Periode penelitian sebaiknya ditambah supaya periode penelitian lebih panjang sehingga semakin banyak jumlah pengamatan.
 - c. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan item pengungkapan CSR yang berbeda sehingga bisa terjadi keberagaman penelitian. Contoh pengungkapan CSR yang lain adalah *index sustainability reporting* atau indeks ISO 26000.
 - d. Peneliti selanjutnya dapat melakukan metode pengambilan sample dengan metode yang lain selain *purposive sampling* seperti *random sampling* sehingga diperoleh jumlah sample yang lebih besar.
2. Bagi Perusahaan

Sebaiknya perusahaan tidak hanya melaporkan pelaporan wajib saja dalam laporan keuangan tahunannya, tetapi juga melaporkan tentang kegiatan tanggung jawab sosialnya. Seperti diketahui dalam UU No. 40 Tahun 2007 dijelaskan bahwa “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan”, sehingga berdasarkan UU tersebut pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) bukan hanya sekedar kesukarelaan tetapi menjadi kewajiban.

Meskipun banyak ditentang, sesungguhnya formalisasi CSR akan mendatangkan banyak keuntungan bagi perusahaan, pemegang saham, dan stakeholder. Dari keuntungan tersebut, diharapkan perusahaan lebih menyadari akan pentingnya pengungkapan CSR bagi keberlangsungan usaha jangka panjang perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ang, Robert. 1997. *Buku Pintar Pasar Modal Indonesia*. Edisi pertama. Jakarta: Mediasoft Indonesia.
- Anggraini, Fr. Reni Retno. 2006. “Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta)”. Simposium Nasional Akuntansi IX. Padang.
- Apriwenni, Prima. 2009. “ Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Laporan Tahunan Perusahaan untuk Industri Manufaktur Tahun 2008”. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 6 No.1
- Badjuri, Achmad. 2011. “Faktor-Faktor Fundamental, Mekanisme *Coorporate Governance*, Pengungkapan *Coorporate Social Responsibility* (Csr) Perusahaan Manufaktur Dan SumberDayaAlam Di Indonesia”. *Jurnal Dinamika Keuangan dan Perbankan*, Vol. 3 No.1
- Basamalah, Anies S., and Johnny Jermias (2005), “Social and Environmental Reporting and Auditing in Indonesia: Maintaining Organizational Legitimacy?”, *Gadjah Mada International Journal of Business*, January-April 2005, Vol. 7, No. 1, pp. 109 – 127.
- Chariri, Anis & Imam Ghozali. 2007. *Teori Akuntansi : Edisi 3*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Daniri, Mas Achmad. 2008a. “StandarisasiTanggungJawabSosial Perusahaan (Bag I)” <http://www.madani-ri.com/2008/01/17/standarisasi-tanggung-jawab-sosial-perusahaan-bag-i/>.
- 2008b. “StandarisasiTanggungJawabSosial Perusahaan (Bag II)” <http://www.madani-ri.com/2008/02/11/standarisasi-tanggung-jawab-sosial-perusahaan-bag-ii/>.
- 2008c. “StandarisasiTanggungJawabSosial Perusahaan (Bag III - Finish)” <http://www.madani-ri.com/2008/02/11/standarisasi-tanggung-jawab-sosial-perusahaan-bag-iii-finish/>.
- Darwis, Herman. 2009. “ Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Financial Leverage terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan High Profile di BEI”. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, Vol. 13 No. 1
- Deegan, C. 2004. *Financial Accounting Theory*. The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Devina, Florence dan L. Suryanto Zulaikha. 2004. “PengaruhKarakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sosial dalam Laporan Tahunan Perusahaan *Go Public* di Bursa Efek Jakarta”. *Jurnal MAKSI*, Vol. 4.
- Dewi, Friderica Widyasari. 2009. “Penerbitan Indeks SRI-KEHATI”. www.idx.co.id.

- Fitriyani. 2001. “Signifikansi Perbedaan Tingkat Kelengkapan Wajib dan Sukarela pada Laporan Keuangan Perusahaan Publik yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta.” Simposium Nasional Akuntansi IV.
- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang :BadanPenerbit UNDIP.
- Godfrey, Jayne et.al. 2010. *Accounting Theory : 7th Edition*. John Willey & sons. Australia
- Gray, R, Kouhy, R. and Lavers, S. (1995), “Corporate Social And Environmental Reporting: A Review Of The Literature And A Longitudinal Study Of Uk Disclosure”, *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 8 No. 2, pp.47-77.
- Harsanti, Ponny. 2011. “Corporate Social Responsibility Dan Teori Legitimasi”. Mawas.
- Hasibuan, M Rizal. 2001. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan Sosial (Social Disclosure) dalam Laporan Tahunan Emiten di BEJ dan BES*.Tesis Program Pasca Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Horne, James C.V dan John M.W.2005.*Fundamentals Of Financial Management*. Edisi 12, Buku 1. Jakarta : Salemba Empat
- Horne, James C.V dan John M.W.2007.*Fundamentals Of Financial Management*. Edisi 12, Buku 2. Jakarta : Salemba Empat
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo. 2009. *Metodologi Penelitian dan Bisnis*. Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta
- Iryanie, Emi. 2009. *Komitmen Stakeholder Perusahaan Terhadap Kinerja Sosial Dan Kinerja Keuangan (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)*”.Tesis Program Pasca Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Jajal. 2010. “Selamat Datang ISO 26000!”. www.csrindonesia.com.
- Jensen. M. C dan W.H. Meckling. 1976. The Agency Theory of The Firm : Managerial Behavior, Agency Cost and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics* 3 (4) : 305-360
- Jin, Liauw She dan Mas’ud Machfoedz. 1998. “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Praktik Perataan Laba Pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta”.Jurnal Riset Akuntansi Indonesia. Vol. 1(2)
- Marwata. 2001. Hubungan antara Karakteristik Perusahaan dan Kualitas Ungkapan Sukarela dalam Laporan Tahunan Perusahaan Publik di Indonesia. Simposium Nasional AkuntansiIV.
- Okkarisma, Diastiti.2010. “PengaruhJenis Usaha, Ukuran Perusahaan Dan *Financial Leverage* Terhadap Tindakan Perataan Laba.” Skripsi. FE UNDIP (Dipublikasikan).
- Sugiarsono, Joko. 2012. “**Indeks SRI-Kehati, UpayaMenyadarkanPelaku Bursa Tentang Pentingnya Isu Sustainability**”. *Majalah SWA, Halaman:64-67*.

- Sembiring, Edi Rismanda. 2006. "Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial : Study Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta". Simposium Nasional Akuntansi VIII.
- Solihin, Ismail. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Salemba Empat.
- Sukarmi. 2010. "Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) dan Iklim Penanaman Modal.<http://84-tanggung-jawab-sosial-perusahaan-corporate-social-responsibility-dan-iklim-penanaman-modal.html>.
- Untari, Lisna. 2010. "Effect On Company Characteristics Corporate Social Responsibility Disclosures In Corporate Annual Report Of Consumption Listed In Indonesia Stock Exchange". <http://www.gunadarma.ac.id>.
- Veronica, Theodora Martina. 2009. "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang Terdaftar di BEI". <http://www.gunadarma.ac.id>.
- Wahidahwati (2002). "Pengaruh Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institutional pada Kebijakan Hutang Perusahaan: Sebuah Perspektif Theory Agency", Jurnal Riset Akuntansi Indonesia, Vol. 5, p. 1-16.
- Wibisono, Yusuf. 2007. *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*. Fascho Publishing Gresik.
- Widyastuti, Tri. 2009. "Pengaruh Struktur Kepemilikan dan Kinerja Keuangan terhadap manajemen Laba : Studi Pada Perusahaan manufaktur di BEI". Jurnal Maksi, Vol 9, No 1, Januari 2009
- Yuniarti, Eti. 2008. "Analisis Pengungkapan Informasi tanggung Jawab Sosial pada Sektor Perbankan di Indonesia." Tesis Tidak Dipublikasikan, Program Studi Magister Sains Akuntansi, Universitas Diponegoro.