

**Pengaruh Kinerja Lingkungan, Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial  
Perusahaan terhadap Profitabilitas Perusahaan dengan Ukuran  
Perusahaan sebagai Variabel Moderasi**

Oleh:

**Maristia Fitri Twindita**

**S1 Akuntansi**

**Universitas Brawijaya Malang**

**ABSTRACT**

This study aims to examine the influence of environmental performance and corporate social responsibility disclosure on profitability with firm size as a moderating variable. 12 company samples are selected through purposive method toward the population of mining companies listed in the Indonesia Stock Exchange and registered as the PROPER participants for 4 years from 2011 until 2014. The result of the study shows that environmental performance does not affect profitability but corporate social responsibility disclosure influences it. Meanwhile, the firm size can strengthen neither the relationship between the environmental performance and profitability nor the correlation between corporate social responsibility and profitability.

**Keywords: Environmental performance; Corporate social responsibility disclosure; Profitability; Firm Size**

## **PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang**

Tujuan perusahaan berdiri adalah memaksimalkan besarnya laba yang diperoleh. Tanpa adanya laba yang besar akan sulit bagi perusahaan untuk mendapat dana dari pihak eksternal. Kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba disebut dengan istilah profitabilitas. Dengan melihat profitabilitas, akan terlihat bagaimana kondisi perusahaan dalam menghasilkan laba, maka profitabilitas yang baik menjadi aspek yang diperhatikan perusahaan. Profitabilitas dipercaya merupakan jaminan dari adanya sebuah keberlangsungan usaha karena profitabilitas yang baik menggambarkan prospek yang baik di masa datang.

Dewasa ini, perusahaan semakin *concern* dengan usaha kelestarian lingkungan. Biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk lingkungan tidak lagi dianggap sebagai beban bagi perusahaan. Sebaliknya, dianggap sebagai investasi jangka panjang yang menguntungkan perusahaan. Russo & Fouts (1997) mengungkapkan bahwa dengan adanya peningkatan kinerja lingkungan maka akan meningkatkan *Return on Asset (ROA)* perusahaan.

Selain aspek lingkungan, perusahaan juga dianggap perlu untuk memperhatikan aspek sosial kemasyarakatan. Perusahaan harus dapat memberikan kesejahteraan tidak hanya bagi *shareholder* tetapi juga *stakeholder*. Salah satu cara mensejahterahkan *stakeholder* adalah dengan melaksanakan program tanggung jawab sosial perusahaan atau yang biasa disebut dengan *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Perusahaan yang peduli dengan masalah lingkungan dan sosial pada umumnya memiliki keberlangsungan usaha yang terjamin.

Beberapa tahun terakhir terjadi fenomena yang berkaitan dengan lingkungan yang tidak hanya karena faktor ekologis. Kasus-kasus lingkungan terjadi akibat perusahaan dalam menjalankan operasionalnya tidak dapat

menyelaraskan tujuan perusahaan dengan aspek lingkungan dan sosial. Sebagai contoh ialah kasus pencemaran lingkungan PT Newmont Indonesia. PT Newmont melakukan pencemaran limbah tailing yang dianggap merugikan penduduk sekitarnya. Adanya kasus ini membuat PT Newmont Indonesia melakukan gerakan cepat untuk memperbaiki citra seperti mengumumkan program pengembangan masyarakat secara besar-besaran di surat kabar pada tahun 2004 dan melakukan program-program tanggung jawab sosial secara lebih intens. Perusahaan melaksanakan program yang selain dapat melegitimasi usaha juga dapat memberi kontribusi kepada masyarakat lokal. Di awal tahun 2007, setelah adanya pertemuan oleh para pemilik, Newmont melaksanakan revolusi untuk memperbaiki kinerja sosial dan lingkungannya. Perusahaan berpendapat jika kinerja sosial dan lingkungan perusahaan meningkat, maka akan mengurangi dampak buruk reputasi akibat banyaknya pemberitaan buruk seputar perusahaan yang akan mempengaruhi perolehan laba. PT Newmont dianggap sebagai perusahaan yang sukses menerapkan program tanggung jawab sosial dan memperbaiki citra buruk perusahaan. Adanya kasus lingkungan dan sosial menyebabkan profitabilitas dan kinerja menurun lalu dapat diperbaiki menggunakan praktik tanggung jawab sosial yang tepat.

Hingga saat ini, telah banyak penelitian yang membahas hubungan antara *environmental performance* dan *economic performances*, tetapi masih ditemukan perbedaan hasil penelitian. Adanya hasil penelitian yang tidak konsisten, membuat penulis ingin menambahkan ukuran perusahaan sebagai variabel pemoderasi. Pervan & Visic (2012) mengungkapkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif bagi profitabilitas perusahaan karena semakin besar ukuran perusahaan maka perusahaan memiliki kemungkinan untuk menghasilkan profit yang lebih tinggi. Menurut Sembiring (2006) perusahaan besar merupakan emiten yang paling banyak disoroti oleh publik sehingga pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan.

Di dalam penelitian ini menggunakan perusahaan tambang sebagai obyek penelitian. Hal ini karena perusahaan tambang merupakan perusahaan yang dalam menjalankan operasionalnya melakukan eksplorasi terhadap isi kekayaan bumi. Selain itu dilihat dari tipe industrinya perusahaan tambang merupakan perusahaan dengan tipe *high profile* yang merupakan jenis perusahaan yang memiliki potensi besar dalam kaitan perusahaan lingkungan. Profitabilitas akan diukur menggunakan ROA, alasannya ROA dapat menghitung profitabilitas perusahaan dengan tetap memperhatikan ukuran perusahaan (Sarumpaet, 2005). Sedangkan kinerja lingkungan akan dinilai menggunakan hasil penilaian PROPER oleh Kementerian Lingkungan Hidup, lalu pengungkapan tanggung jawab sosial dinilai dengan menggunakan indeks dari *Global Reporting Initiative* (GRI). Sebuah indeks pengungkapan yang telah dipergunakan dan menjadi patokan perusahaan secara global.

### **Rumusan Masalah**

1. Apakah kinerja lingkungan berpengaruh terhadap profitabilitas?
2. Apakah pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh terhadap profitabilitas?
3. Apakah ukuran perusahaan dapat memperkuat hubungan antara kinerja lingkungan dengan profitabilitas?
4. Apakah ukuran perusahaan dapat memperkuat hubungan antara pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dengan profitabilitas?

### **Tujuan Penelitian**

Atas dasar rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh kinerja lingkungan terhadap profitabilitas
2. Untuk menganalisis pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial terhadap profitabilitas

3. Untuk menganalisis apakah ukuran perusahaan dapat memperkuat hubungan antara kinerja lingkungan dengan profitabilitas
4. Untuk menganalisis apakah ukuran perusahaan dapat memperkuat hubungan antara pengungkapan tanggung jawab sosial dengan profitabilitas

## **TELAAH TEORI**

### **Teori Legitimasi**

Adanya teori legitimasi diuraikan dari konsep legitimasi organisasional yang diungkapkan oleh John Dowling dan Jeffrey Pfeffer pada tahun 1975. Dowling & Pfeffer (1975) yang dikutip oleh Guthrie et. al. (2007) menyatakan bahwa legitimasi merupakan suatu kondisi ketersesuaian sistem nilai perusahaan dengan sistem nilai yang lebih besar yakni nilai sistem sosial yang dimiliki masyarakat sekitar. Legitimasi perusahaan dimata *stakeholder* dapat dilakukan dengan integritas pelaksanaan etika di berbisnis (*business ethics integrity*) serta meningkatkan tanggung jawab sosial perusahaan (*social responsibility*) (Sriviana & Nur, 2013). Dengan melakukan program tanggung jawab sosial beberapa manfaat dapat diperoleh oleh perusahaan seperti mendapatkan *image* baik, meningkatkan reputasi dengan demikian perusahaan dapat menjalankan strategi bisnis dengan lancar. Dengan pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) maka ada keterbukaan perusahaan akan kontribusi yang telah dilakukan bagi masyarakat dan lingkungan sekitar yang akan memberikan nilai dan citra positif bagi perusahaan itu sendiri. Apabila perusahaan melakukan pengungkapan sosial, maka perusahaan merasa keberadaan dan aktivitasnya akan mendapat “status” dari masyarakat atau lingkungan dimana perusahaan tersebut beroperasi atau dapat dikatakan terlegitimasi (Adhima, 2012).

### **Teori Stakeholder**

Secara umum, *stakeholder* dibagi menjadi dua yaitu *stakeholder* internal dan *stakeholder* eksternal. Tingkat kepuasan dan penilaian *stakeholder* terhadap perusahaan tergantung dari sudah terpenuhinya harapan serta telah dipenuhinya kepentingan dari masing-masing *stakeholder*. Kelangsungan hidup perusahaan bergantung pada dukungan *stakeholder* dan dukungan tersebut harus dicari oleh perusahaan. Dukungan tersebut dapat diperoleh melalui kegiatan atau aktifitas perusahaan sehari-hari. Pengungkapan CSR dapat menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menjalin hubungan dengan *stakeholders*-nya, sehingga semakin luas pengungkapan CSR tersebut maka akan semakin baik dukungan dari *stakeholders*. Menurut Brouwers et. al., (2014). jika dilihat dari perspektif teori *stakeholder* maka kinerja sosial dan kinerja lingkungan dianggap sebagai suatu cara bagi perusahaan untuk memenuhi keinginan dari berbagai macam *stakeholder*. Secara khusus, teori *stakeholder* menunjukkan bahwa perusahaan harus memiliki kinerja lingkungan yang baik karena akan tercermin dan dapat berpengaruh secara positif terhadap kinerja keuangan.

### **Kinerja Lingkungan**

Di Indonesia, Pemerintah melalui Kementerian Lingkungan Hidup memiliki Program Penilaian Kinerja Perusahaan (PROPER). PROPER merupakan salah satu upaya untuk mendorong penataan perusahaan dalam pengelolaan lingkungan hidup melalui instrumen informasi. Di lakukan proses penilaian yang panjang oleh pejabat terkait sampai akhirnya dikeluarkan pengumuman peringkat kerja perusahaan peserta PROPER kepada perusahaan, publik dan juga pemerintah daerah. Informasi mengenai kinerja lingkungan perusahaan dikomunikasikan dengan menggunakan warna untuk memudahkan penyerapan informasi oleh masyarakat.

### **Pengungkapan *Corporate Social Responsibility***

Pengungkapan adalah pengeluaran informasi yang ditujukan bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Tujuan dari pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility Disclosure*) adalah agar perusahaan dapat menyampaikan tanggung jawab sosial yang telah dilaksanakan perusahaan dalam periode tertentu (Sari, 2012). Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dimaksudkan untuk mendorong dunia usaha lebih etis dalam menjalankan aktivitasnya agar tidak berpengaruh atau berdampak buruk terhadap masyarakat dan lingkungan hidup sehingga pada akhirnya dunia usaha akan dapat bertahan secara berkelanjutan untuk memperoleh manfaat ekonomi yang menjadi tujuan dibentuknya dunia usaha (Wardhani & Toto, 2013). Perusahaan-perusahaan di Indonesia wajib melakukan kegiatan tanggung jawab sosial dan sekaligus membuat laporan tanggung jawab sosial perusahaan, hal ini telah diatur dalam Undang-undang No 40 tahun 2007. Walaupun demikian, item-item CSR yang diungkapkan masih belum memiliki patokan yang resmi. Meski belum ada peraturan baku mengenai pengungkapan CSR, banyak perusahaan yang telah mempublikasikan aktivitas CSR dengan menggunakan paduan dikeluarkan oleh sebuah badan yang bernama *Global Reporting Initiative* (GRI).

### **Profitabilitas**

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba. Besarnya laba yang diperoleh dapat digunakan untuk menilai bagaimana kinerja manajemen perusahaan. Pada umumnya semakin besar tingkat profitabilitas perusahaan maka akan semakin besar pengungkapan pertanggungjawaban sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Dalam penelitian ini rasio profitabilitas yang digunakan adalah rasio Return On Asset (ROA). ROA mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat aktiva tertentu atau dapat dikatakan pula bahwa ROA merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan untuk

menghasilkan keuntungan dari setiap rupiah aktiva yang digunakan (Purwanto, 2011). Profitabilitas merupakan faktor yang seharusnya mendapat perhatian penting karena untuk dapat melangsungkan hidupnya, suatu perusahaan harus berada dalam keadaan yang menguntungkan (*profitable*). Tanpa adanya keuntungan (profit), maka akan sulit bagi perusahaan untuk menarik modal dari luar (Adhima, 2012).

### **Ukuran Perusahaan**

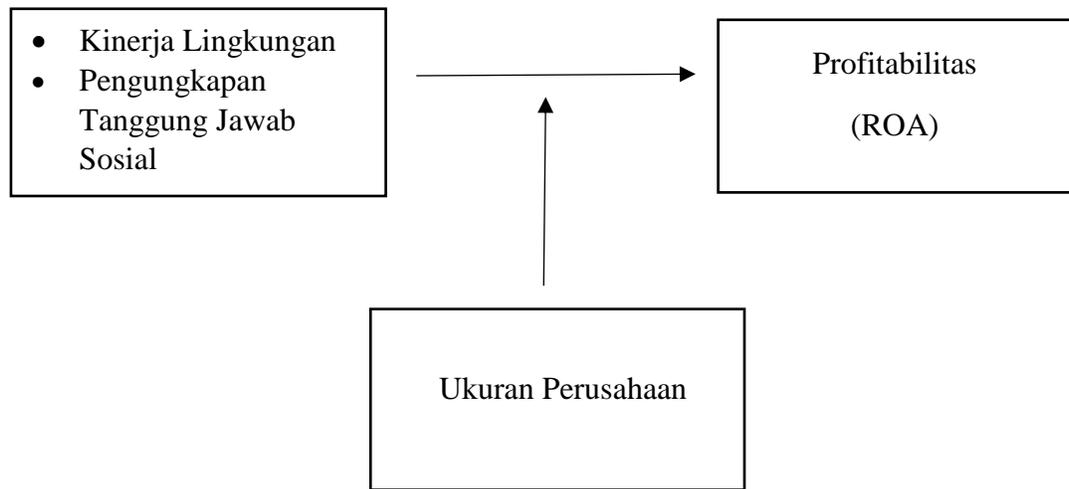
Ukuran perusahaan dapat dikatakan sebagai besar kecilnya suatu perusahaan, pada umumnya perusahaan yang lebih besar lebih banyak mendapat sorotan dari masyarakat. Hal ini disebabkan oleh perusahaan besar lebih banyak melakukan aktivitas yang memberikan dampak pada masyarakat. Apabila dampak yang diterima masyarakat cenderung negatif maka akan lahir tuntutan kepada perusahaan yang menyebabkan meningkatnya biaya politis. Pada umumnya perusahaan besar memiliki informasi yang lebih banyak dan memberikan akses mendapat informasi lebih mudah. Pada umumnya semua perusahaan besar telah mengungkapkan laporan CSR di dalam laporan tahunan maupun di dalam laporan keberlanjutan. Perusahaan yang lebih besar dengan aktivitas operasi dan pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat umumnya lebih memperhatikan program sosial yang dibuat (Wijaya, 2012).

### **Kerangka Konseptual dan Pengembangan Hipotesis**

#### **Kerangka Konseptual**

Kerangka konseptual yang dipergunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

## Kerangka Konseptual



Dari kerangka tersebut dapat dilihat bagaimana variabel independen yaitu kinerja lingkungan dan pengungkapan tanggung jawab sosial akan diuji terhadap variabel dependen yaitu profitabilitas, untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen serta ditambah dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi yang dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen.

### Pengembangan Hipotesis

#### Kinerja Lingkungan terhadap Profitabilitas

Kinerja lingkungan dapat digunakan sebagai sarana *marketing* perusahaan dalam memasarkan produk dan perusahaannya sehingga dapat meningkatkan penjualan dan keuntungan. Kinerja lingkungan yang baik tentu akan membawa *good news* dan menambah nilai perusahaan di mata para investor juga bagi masyarakat. Kinerja lingkungan yang baik di harapkan dapat meningkatkan citra di mata masyarakat, sehingga memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan untuk jangka panjang yang akan berakibat pada

meningkatnya profitabilitas perusahaan (Romainyah,2014). Sesuai dengan teori *stakeholder*, pengungkapan informasi kinerja lingkungan perusahaan secara sukarela dan luas menjadi suatu komunikasi yang perlu dilakukan oleh perusahaan, terutama dengan para *stakeholder*. Hal ini merupakan suatu pembuktian bahwa perusahaan memberikan perhatian kepada para *stakeholder* dalam menjalankan usahanya dan perusahaan turut serta dalam melestarikan alam. Semakin banyak pengungkapan informasi kinerja lingkungan maka perusahaan akan mendapatkan dampak yang positif dari para *stakeholder*, dan hal ini memberikan manfaat untuk perusahaan seperti peningkatan profitabilitas

### **H1: Kinerja lingkungan berpengaruh terhadap profitabilitas**

#### **Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial terhadap Profitabilitas**

Fombrun et. al., (2000) menyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan dapat meningkatkan reputasi perusahaan terhadap konsumen sehingga meningkatkan profitabilitas perusahaan. Selain itu, banyak pendapat mengungkapkan bahwa semakin besar profitabilitas maka semakin besar pula pengungkapan informasi sosial yang diungkapkan. Berdasarkan teori legitimasi, pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan salah satu strategi perusahaan dalam memposisikan diri di tengah lingkungan masyarakat. Jika kegiatan sosial yang dilakukan perusahaan sesuai dengan harapan masyarakat maka perusahaan akan mempunyai manfaat atau sumber daya potensial untuk bertahan hidup (*going concern*). Sesuai dengan teori *stakeholder*, apabila perusahaan mengungkapkan informasi seperti kegiatan sosial membuktikan bahwa perusahaan telah melaksanakan kegiatan usaha dengan memperhatikan masyarakat sekitar. Kepercayaan yang diperoleh dari masyarakat akan memberikan loyalitas pada perusahaan sehingga kegiatan operasional perusahaan berjalan lancar dan adanya peningkatan profitabilitas perusahaan.

### **H2 : Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial berpengaruh terhadap profitabilitas**

### **Kinerja Lingkungan terhadap profitabilitas dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi**

Perusahaan dengan kinerja lingkungan yang baik dipandang telah memiliki mutu dan kualitas baik dalam upaya pelestarian lingkungan. Perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan baik dan tingkat profitabilitas tinggi biasanya adalah perusahaan berukuran besar. Hal ini dapat terlihat dari perusahaan dengan kinerja baik di PROPER pada umumnya adalah perusahaan-perusahaan yang besar dibidangnya dengan profitabilitas yang dapat dibilang lebih unggul dibanding perusahaan lain. Hal ini didukung dengan pendapat Moneva & Ortas (2010) menyatakan bahwa semakin tinggi peringkat lingkungan suatu perusahaan, maka semakin baik profitabilitas perusahaan tersebut. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi memiliki sumber daya yang lebih banyak untuk melakukan pengungkapan lingkungan (Meek et. al., 1995)

### **H3: Ukuran perusahaan memperkuat hubungan antara kinerja lingkungan dengan profitabilitas**

### **Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial terhadap profitabilitas dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi**

Pada umumnya perusahaan berukuran besar akan mengungkapkan tanggung jawab sosialnya secara lebih luas hal ini sebagai cara untuk mengurangi besarnya biaya politis yang ada. Sari (2012) menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki dampak yang besar terhadap lingkungan dan masyarakat akan mengungkapkan lebih banyak informasi sosial. Apabila dikaitkan dengan teori legitimasi, hal tersebut dilakukan perusahaan untuk melegitimasi kegiatan operasinya dan menurunkan tekanan dari para aktivis sosial dan lingkungan.

Hubungan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas bisa dilihat pada besarnya ukuran perusahaan itu sendiri. Perusahaan tersebut bisa dikatakan besar apabila memiliki total aset yang cukup besar. Perusahaan dengan total

aset yang besar mencerminkan keamanan perusahaan dalam menghasilkan profitabilitas. Perusahaan yang sudah mapan biasanya kondisi keuangannya juga sudah stabil. Salah satu elemen dalam menilai besar kecilnya suatu perusahaan ialah ukuran dari aset yang dimiliki, semakin besar maka menunjukan bahwa perusahaan dalam kondisi lebih stabil serta kemampuan memperoleh laba lebih tinggi yang merupakan ciri dari profitabilitas. Sriviana & Nur (2013) mengungkapkan bahwa perkembangan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* dan besarnya ukuran perusahaan dipercaya dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan.

**H4: Ukuran perusahaan memperkuat hubungan antara pengungkapan tanggung jawab sosial dengan profitabilitas.**

## **METODA PENELITIAN**

### **Populasi dan Sampel**

Populasi yang digunakan ini ialah perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2011-2014. Metode sampel yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode pemilihan sampel bertujuan (*purposive sampling*).

### **Jenis dan Sumber Data**

Sumber data dalam penelitian ini adalah data sekunder, sedangkan jenis data ialah data kuantitatif yang dikumpulkan melalui analisis dokumen yang dikumpulkan dari berbagai sumber seperti buku, literatur dan juga internet serta laporan tahunan dan laporan keberlanjutan perusahaan yang berasal dari website resmi Bursa Efek Indonesia serta daftar peringkat PROPER yang diterbitkan oleh Kementerian Lingkungan Hidup yang diakses melalui [www.proper.menlh.go.id](http://www.proper.menlh.go.id).

## Definisi Operasional Variabel

1. Variabel Independen yaitu kinerja lingkungan dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR)

a) Kinerja Lingkungan

Kinerja lingkungan dalam penelitian ini diukur melalui prestasi peringkat program PROPER yang diumumkan setiap tahunnya oleh Kementerian Lingkungan Hidup. Peringkat PROPER disimbolkan dengan 5 warna yakni Emas, Hijau Biru dan Merah. Penilaian dengan cara pemberian skor dari yang tertinggi 5 untuk warna emas dan terendah 1 untuk warna hitam.

b) Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR)

Dalam penelitian ini, pengungkapan tanggung jawab sosial dinilai menggunakan indeks yang dikeluarkan oleh *Global Reporting Initiative* (GRI). Dalam penelitian ini menggunakan variabel *dummy* dengan cara pemberian skor 1 untuk item yang diungkapkan dan 0 jika tidak diungkapkan. Rumus penghitungan Indeks Luas Pengungkapan CSR adalah sebagai berikut:

$$CSRI_j = \frac{\sum x_{ij}}{n}$$

Keterangan :

$CSRI_j$  = *Corporate social responsibility* indeks perusahaan j

$\sum x_{ij}$  = Jumlah item yang diungkapkan oleh perusahaan j

$n$  = Jumlah keseluruhan item,  $n=84$

2. Variabel Dependen yaitu Profitabilitas

Dalam penelitian ini profitabilitas diukur menggunakan *return on asset* (ROA). Cara menghitung ROA dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Return\ on\ Assets = \frac{Laba\ bersih}{Total\ Asset}$$

### 3. Variabel Moderasi yaitu Ukuran Perusahaan

Variabel moderasi yang digunakan dalam penelitian ini ialah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan proksi total aset yang dimiliki perusahaan. Rumus untuk menilai ukuran perusahaan adalah sebagai berikut:

$$\text{Size} = \log \text{ natural (nilai buku total aset)}$$

### **Metode Analisis Data**

Metode analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah statistik deskriptif dan analisis regresi. Analisis regresi yang digunakan ialah analisis regresi sederhana dan analisis regresi moderasi. Analisis data dalam penelitian ini akan menggunakan bantuan dari program aplikasi *Statistical Package for Social Sciences (SPSS)* versi 15.

### **Analisis Regresi**

Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear sederhana untuk hipotesis 1 dan 2 serta *Moderated Regression Analysis (MRA)* atau analisis regresi moderasi untuk hipotesis 3 dan 4. Alasannya ialah karena pada hipotesis 1 dan 2 hanya menggunakan satu variabel independen dan satu variabel dependen. Sedangkan untuk hipotesis 3 dan 4 menggunakan analisis regresi moderasi yang bertujuan untuk mengetahui apakah variabel moderasi yang digunakan akan memperkuat atau justru memperlemah hubungan antara variabel dependen dan independen. Model persamaan regresi yang akan diuji adalah sebagai berikut :

#### 1. Model Analisis Regresi Sederhana

Hipotesis 1

$$Y = \alpha + \beta_1 KL + e$$

Hipotesis 2

$$Y = \alpha + \beta_1 \text{CSR} + e$$

## 2. Model Analisis Regresi Moderasi (MRA)

Hipotesis 3

$$Y = \alpha + \beta_1 \text{KL} + \beta_2 \text{UP} + \beta_3 \text{KL} \times \text{UP} + e$$

Hipotesis 4

$$Y = \alpha + \beta_1 \text{CSR} + \beta_2 \text{UP} + \beta_3 \text{CSR} \times \text{UP} + e$$

Keterangan :

Y	=	Profitabilitas
$\alpha$	=	Konstanta
$\beta_1$ - $\beta_3$	=	Koefisien Regresi
KL	=	Kinerja Lingkungan
CSR	=	Pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR)
UP	=	Ukuran Perusahaan
KLxUP	=	Interaksi antara kinerja lingkungan dengan ukuran perusahaan
CSRxUP	=	Interaksi antara pengungkapan tanggung jawab sosial dengan ukuran perusahaan
e	=	Error, yaitu tingkat kesalahan penduga dalam penelitian

## **ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

### **Prosedur Pemilihan Sampel**

Penelitian ini menggunakan populasi perusahaan pertambangan yang menjadi peserta PROPER dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan periode pengamatan tahun 2011-2014. Prosedur pemilihan sampel dilakukan dengan kriteria berikut yakni:

1. Perusahaan tambang yang menjadi peserta Program Penilaian Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup (PROPER)
2. Perusahaan mengikuti program PROPER selama 4 tahun yakni pada periode 2011-2014
3. Perusahaan pertambangan peserta PROPER yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2011-2014
4. Penilaian pengungkapan tanggung jawab sosial menggunakan paduan *Global Reporting Initiative* (GRI) versi 3.1

Populasi dan sampel digambarkan sebagai berikut :

#### **Prosedur Pemilihan Sampel**

<b>No</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah</b>
1	Total Perusahaan Tambang peserta PROPER	88
2	Perusahaan tambang yang tidak terdaftar sebagai peserta PROPER selama 4 periode	(62)
3	Perusahaan tambang peserta PROPER yang tidak terdaftar di BEI periode 2011-2014	(14)
Jumlah perusahaan sampel		12
Total sampel digunakan		48

#### **Hasil Analisis Regresi**

Penelitian ini menggunakan 2 macam regresi yaitu regresi linear sederhana dan analisis regresi moderasi. Regresi linear sederhana untuk menganalisis hipotesis 1 dan 2, sedangkan regresi moderasi digunakan untuk menganalisis hipotesis 3 dan 4. Hasil dari analisis regresi menggunakan program *Statistical Package for Social* (SPSS) versi 15 yang akan diringkas dalam tabel dibawah ini.

### Hasil Perhitungan Regresi

Hipotesis	Variabel	R	R <sup>2</sup>	F Hitung	Sig F	t	Sig t
H1	V. Independen: Kinerja Lingkungan V. Dependen: Profitabilitas	0,083	0,007	0,318	0,575	0,564	0,575
H2	V. Independen: Pengungkapan CSR V. Dependen: Profitabilitas	0,305	0,093	4,705	0,035	2,169	0,035
H3	V. Independen: Kinerja Lingkungan V. Dependen: Profitabilitas V. Moderasi: Ukuran Perusahaan	0,403	0,163	2,847	0,048	-1,564	0,129
H4	V. Independen: Pengungkapan CSR V. Dependen: Profitabilitas V. Moderasi: Ukuran Perusahaan	0,400	0,160	2,800	0,051	0,479	0,634

### Hasil Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

#### Hasil Uji Normalitas berdasar Uji Kolmogorov-Smirnov

Regresi	Variabel Independen	Variabel Dependen	Variabel Moderasi	Signifikan si	Keterangan
Hipotesis 1	Kinerja Lingkungan	Profitabilitas	-	0,389	Menyebar Normal
Hipotesis 2	Pengungkapan CSR	Profitabilitas	-	0,130	Menyebar Normal
Hipotesis 3	Kinerja Lingkungan	Profitabilitas	Ukuran Perusahaan	0,453	Menyebar Normal
Hipotesis 4	Pengungkapan CSR	Profitabilitas	Ukuran Perusahaan	0,419	Menyebar Normal

Tabel diatas merupakan hasil dari pengujian Kolmogorov-Smirnov yang menunjukkan bahwa tingkat signifikansi uji normalitas keseluruhan hipotesis dalam penelitian telah menunjukkan tingkat signifikansi diatas 0,05 yang menunjukkan bahwa data memiliki distribusi normal.

### Uji Multikolinearitas

#### Hasil Uji Multikolinearitas

Regresi	Variabel Independen	Tolerance	VIF	Keterangan
Hipotesis 3	Kinerja Lingkungan	0,001	723,466	Multikolinieritas
	Ukuran Perusahaan	0,021	46,896	Multikolinieritas
	KL×UP	0,001	949,509	Multikolinieritas
Hipotesis 4	Pengungkapan CSR	0,002	521,093	Multikolinieritas
	Ukuran Perusahaan	0,155	6,448	Non Multikolinieritas
	CSR×UP	0,002	528,201	Multikolinieritas

\*) Variabel Dependen : Profitabilitas

Pada hasil uji multikolinearitas diatas diperoleh hasil terdapat masalah multikolinearitas. Menurut Liana (2009) Regresi dengan *Moderated Regression Analysis (MRA)* pada umumnya menimbulkan masalah oleh karena akan terjadi multikolinearitas yang tinggi antara variabel independen, misalkan antara variabel X1 dan variabel moderat (X1X2) atau antara variabel X2 dan Moderat (X1X2). Hal ini disebabkan pada variabel moderat ada unsur X1 dan X2. Jika dihubungkan dalam penelitian ini bahwa KL, UP dan KLxUP serta CSR,UP dan CSRxUP pasti akan berhubungan atau berkorelasi sehingga terjadi multikolinearitas yang tinggi. Untuk selanjutnya uji multikolinearitas pasti tidak terpenuhi. Oleh karena itu, asumsi multikolinearitas dalam penelitian ini akan diabaikan.

## Uji Autokorelasi

### Hasil Uji Autokorelasi

Persamaan	Variabel Independen	Variabel Dependen	Variabel Moderasi	$d_U$	Durbin-Watson	4-du	Keterangan
Hipotesis 1	Kinerja Lingkungan	Profitabilitas	-	1,585	1,982	2,415	Tidak terdapat autokorelasi
Hipotesis 2	Pengungkapan CSR	Profitabilitas	-	1,585	2,121	2,415	Tidak terdapat autokorelasi
Hipotesis 3	Kinerja Lingkungan	Profitabilitas	Ukuran Perusahaan	1,674	2,301	2,326	Tidak terdapat autokorelasi
Hipotesis 4	Pengungkapan CSR	Profitabilitas	Ukuran Perusahaan	1,674	2,193	2,326	Tidak terdapat autokorelasi

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi masalah autokorelasi Nilai Durbin Watson telah berada diantara diantara  $d_U$  dan 4-du jadi penelitian ini terbebas dari autokorelasi.

## Uji Heteroskedastisitas

### Hasil Uji Heteroskedastisitas

Persamaan	Variabel Independen	T	Signifikansi	Hasil
Hipotesis 1	Kinerja Lingkungan	-0,279	0,781	Tidak terdapat heteroskedastisitas
Hipotesis 2	Pengungkapan CSR	-0,811	0,421	Tidak terdapat heteroskedastisitas
Hipotesis 3	Kinerja Lingkungan	-0,132	0,896	Tidak terdapat heteroskedastisitas
	Ukuran Perusahaan	-0,277	0,783	Tidak terdapat heteroskedastisitas
	KL×UP	-0,120	0,905	Tidak terdapat heteroskedastisitas
Hipotesis 4	Pengungkapan CSR	-0,492	0,625	Tidak terdapat heteroskedastisitas
	Ukuran Perusahaan	-1,165	0,250	Tidak terdapat heteroskedastisitas
	KL×UP	0,450	0,655	Tidak terdapat heteroskedastisitas

\*) Variabel dependen : Profitabilitas

Berdasarkan uji glejser dalam penelitian ini menunjukkan hasil signifikansi diatas 0,05 yang menunjukkan tidak adanya masalah heteroskedastisitas.

## **PENGUJIAN HIPOTESIS**

Dalam penelitian ini, pengujian hipotesis menggunakan uji statistik t. Variabel independen pembentuk model regresi disimpulkan berpengaruh signifikan jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau signifikansi  $< \alpha = 0,05$ .

### **a) Hipotesis 1**

Variabel Kinerja Lingkungan memiliki koefisien regresi positif sebesar 0,013 dan didapatkan nilai signifikan sebesar 0,575. Nilai statistik uji signifikansi lebih besar daripada  $\alpha = 0,05$ . Hasil dari pengujian ini menyimpulkan bahwa variabel Kinerja Lingkungan (KL) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Profitabilitas (Y). Dengan demikian hipotesis 1 yang menyatakan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh terhadap profitabilitas ditolak.

### **b) Hipotesis 2**

Variabel CSR memiliki koefisien regresi positif sebesar 0,147 dan didapatkan nilai signifikan sebesar 0,035. Nilai statistik uji signifikansi lebih kecil daripada  $\alpha = 0,05$ . Pengujian ini menyimpulkan bahwa variabel tanggung jawab sosial (CSR) berpengaruh signifikan terhadap variabel Profitabilitas (Y). Dengan demikian hipotesis 2 yang menyatakan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) berpengaruh terhadap profitabilitas diterima.

### **c) Hipotesis 3**

Pengujian hipotesis koefisien regresi variabel moderasi menunjukkan hasil bahwa pada variabel KL didapatkan nilai signifikansi sebesar 0,113. Nilai statistik uji signifikansi lebih besar daripada  $\alpha = 0,05$  dan dapat disimpulkan bahwa variabel KL setelah dipengaruhi oleh variabel moderasi UP tetap tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel profitabilitas. Hal ini menunjukkan bahwa dengan membandingkan

persamaan regresi Hipotesis 1 dan 3 diperoleh bahwa variabel UP sebagai moderasi belum memperkuat atau memperlemah pengaruh variabel KL terhadap profitabilitas, yaitu dari sebelumnya pengaruh tidak signifikan tetap menjadi tidak signifikan. Jika dilihat dari nilai t hitung untuk variabel moderasi sebesar -1,546 dengan signifikansi sebesar 0,129 maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 3 ditolak dan variabel ukuran perusahaan tidak dapat memperkuat hubungan antara kinerja lingkungan terhadap ROA.

#### **d) Hipotesis 4**

Pengujian hipotesis koefisien regresi variabel moderasi menunjukkan hasil bahwa pada variabel CSR didapatkan nilai signifikansi sebesar 0,705. Nilai statistik uji signifikansi lebih besar daripada  $\alpha = 0,05$ , dapat disimpulkan bahwa variabel CSR setelah dipengaruhi oleh variabel moderasi UP tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel profitabilitas. Hal ini diperoleh dari signifikansi variabel UP yang tidak signifikan sebesar 0,254 dan variabel CSR×UP yang tidak signifikan sebesar 0,6. Selain itu, jika dilihat dari nilai t hitung untuk variabel moderasi sebesar 0,479 dengan signifikansi sebesar 0,649 maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 4 ditolak dan variabel ukuran perusahaan tidak dapat memperkuat hubungan pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) terhadap ROA.

## **PEMBAHASAN**

### **Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Profitabilitas**

Berdasarkan hasil pengujian variabel kinerja lingkungan terhadap profitabilitas, dapat diketahui bahwa variabel kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas atau dapat dikatakan bahwa dalam penelitian ini dengan data yang dikumpulkan tidak berhasil membuktikan keterkaitan antara kinerja lingkungan (PROPER) dengan profitabilitas (ROA).

Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan pendapat dari Moneva & Ortas (2010) yang menyatakan bahwa semakin tinggi peringkat lingkungan suatu perusahaan, maka semakin baik profitabilitas perusahaan tersebut. Hal ini dikarenakan karena adanya informasi pencapaian hasil kinerja lingkungan yang tercermin dalam peringkat

PROPER laporan tahunan belum direspon secara baik oleh investor. Peringkat Kinerja lingkungan yang baik bukan merupakan sebuah *good news* yang dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan. Hal ini membuktikan bahwa informasi lingkungan masih belum menjadi pedoman bagi para pembaca laporan tahunan dan membuktikan bahwa informasi keuangan masih menjadi patokan dalam pengambilan keputusan. Hal ini didukung dengan argumentasi bahwa ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan (manajemen) menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan.

### **Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial terhadap Profitabilitas**

Berdasarkan hasil pengujian variabel tanggung jawab sosial terhadap profitabilitas, dapat diketahui bahwa variabel pengungkapan tanggung jawab sosial berpengaruh terhadap profitabilitas. Dengan kata lain, semakin besar perusahaan mengungkapkan tanggung jawab sosial maka dapat meningkatkan nilai profitabilitas. Menurut teori legitimasi, perusahaan berorientasi pada *society* dimana operasi perusahaan harus sesuai dengan harapan dari *society* terutama yang berada disekitar perusahaan. Tujuannya ialah untuk memperoleh legitimasi. Adanya legitimasi yang diperoleh dari masyarakat membuat perusahaan dapat bertahan hidup. Untuk menghindari *legitimacy gap* dapat dilakukan dengan cara meningkatkan tanggung jawab sosial. Dengan adanya kesesuaian sistem, membuat masyarakat sebagai konsumen perusahaan merasa puas dan memiliki kepercayaan dengan kinerja perusahaan sehingga akan berdampak tidak hanya pada citra perusahaan tetapi juga pada penjualan dan laba perusahaan yang meningkat lalu secara langsung akan mempengaruhi profitabilitas perusahaan. Investor lebih berminat pada perusahaan yang memiliki citra yang baik di masyarakat karena semakin baiknya citra perusahaan, loyalitas konsumen semakin tinggi sehingga dalam waktu lama penjualan perusahaan akan membaik dan profitabilitas perusahaan juga meningkat (Retno, 2012). Menurut Fombrun et al, (2000) tanggung jawab sosial dapat meningkatkan reputasi perusahaan terhadap konsumen sehingga meningkatkan profitabilitas perusahaan.

### **Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap profitabilitas dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi**

Berdasarkan hasil pengujian variabel kinerja lingkungan terhadap profitabilitas dengan menggunakan ukuran perusahaan, dapat diketahui bahwa variabel ukuran perusahaan tidak signifikan dalam memoderasi pengaruh lingkungan perusahaan terhadap profitabilitas (ROA). Dapat dikatakan bahwa sebesar apapun ukuran perusahaan tidak bisa mempengaruhi hubungan antara kinerja lingkungan dengan profitabilitas. Hal ini diakibatkan karena berdasarkan sampel penelitian yang merupakan kategori *high profile* yang merupakan perusahaan yang memiliki risiko merusak alam lebih tinggi dalam menjalankan kegiatan operasionalnya. Perusahaan dengan kategori ini lebih banyak disorot terutama untuk masalah lingkungan dengan tanpa melihat besar kecilnya perusahaan. Perusahaan yang bergerak dalam sektor tambang akan berusaha menunjukkan bahwa perusahaan akan meminimalkan risiko kerusakan alam sebagai bentuk kepedulian terhadap kelestarian alam. Apalagi jika dilihat dari *track-record* dari perusahaan tambang di Indonesia sebuah citra yang baik sangat dibutuhkan.

### **Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial terhadap Profitabilitas dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi**

Berdasarkan hasil pengujian variabel pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) terhadap profitabilitas dengan menggunakan ukuran perusahaan, dapat diketahui bahwa variabel ukuran perusahaan tidak signifikan dalam memoderasi pengaruh pengungkapan CSR terhadap profitabilitas (ROA). Sebesar apapun ukuran perusahaan tidak akan mempengaruhi hubungan antara pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) dengan profitabilitas.

Hasil penelitian ini gagal menjelaskan pendapat dari Sriviana & Asyik (2013) yang menyatakan bahwa perkembangan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* dan besarnya ukuran perusahaan dipercaya dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan. Hal ini diakibatkan bahwa dalam sampel penelitian ini perusahaan berukuran besar yang dilihat berdasar total aktiva, pengungkapan CSR mereka lakukan

bukanlah yang paling luas. Perusahaan yang berukuran lebih kecil lebih banyak mengungkap CSR secara lebih luas. Hal ini berarti ukuran perusahaan tidak menjamin pengungkapan tanggung jawab sosial yang lebih luas. Menurut Teori Legitimasi, melakukan kegiatan tanggung jawab sosial merupakan bentuk menaati peraturan pemerintah dan norma-norma di masyarakat demi keberlangsungan usaha. Sehingga semua perusahaan tanpa melihat ukuran perusahaannya dewasa ini telah melaksanakan program tanggung jawab sosial. Banyak yang menganggap tanggung jawab sosial bukan lagi sebuah beban merupakan bentuk investasi yang dapat menguntungkan di masa depan. Sehingga kini perusahaan baik yang masih berukuran kecil maupun yang besar telah melaksanakan dan mengungkap tanggung jawab sosial mereka dengan baik terlebih perusahaan tambang merupakan perusahaan *high profile* yang berarti merupakan perusahaan berisiko merusak alam.

## **SIMPULAN**

Berdasarkan beberapa uji dan analisis yang telah dilakukan dalam penelitian ini terdapat beberapa kesimpulan yang dapat ditarik. Pertama, variabel kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. Hal ini menunjukkan bahwa baik atau buruknya peringkat kinerja lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan tidak mempengaruhi besarnya profitabilitas perusahaan. Kedua, pengungkapan tanggung jawab sosial memiliki pengaruh terhadap profitabilitas. Dapat dikatakan bahwa semakin besar perusahaan mengungkapkan tanggung jawab sosial maka dapat meningkatkan nilai profitabilitas. Ketiga, ukuran perusahaan bukan merupakan variabel moderasi antara hubungan kinerja lingkungan terhadap profitabilitas. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa sebesar apapun ukuran perusahaan tidak dapat mempengaruhi hubungan antara kinerja lingkungan dengan profitabilitas karena perusahaan pertambangan merupakan perusahaan *high profile*, perusahaan akan lebih berfokus untuk meminimalkan risiko kerusakan alam sebagai bentuk kepedulian mereka terhadap kelestarian alam. Terakhir, ukuran perusahaan bukan merupakan variabel moderasi antara hubungan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap profitabilitas. Hal ini berarti sebesar apapun ukuran perusahaan tidak bisa

mempengaruhi hubungan antara pengungkapan tanggung jawab sosial dengan profitabilitas, karena semakin banyak perusahaan yang sadar bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan bentuk investasi yang dapat menguntungkan di masa depan.

### **Keterbatasan dan Rekomendasi**

Pertama, perusahaan sektor tambang masih banyak yang belum menjadi peserta PROPER sehingga jumlah perusahaan yang digunakan sebagai sampel masih kurang. Kedua, sebagian besar pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sampel berasal dari laporan tahunan perusahaan. Sehingga, tidak semua item dalam daftar GRI indeks diungkapkan oleh perusahaan sampel. Isi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan masih tergantung kebijakan dari perusahaan bukan berdasarkan indeks pengungkapan tanggung jawab sosial yang banyak digunakan secara internasional yaitu GRI. Ketiga, dalam menilai luas pengungkapan tanggung jawab sosial masih bersifat subyektif.

Rekomendasi yang diajukan yaitu sebaiknya ditambahkan variabel - variabel lain yang kemungkinan akan berpengaruh terhadap profitabilitas. Selain itu, peneliti dapat memperpanjang periode pengamatan dan menggunakan perusahaan di luar sektor pertambangan. Sebaiknya, indikator pengukuran profitabilitas tidak hanya menggunakan ROA tapi juga dengan rasio pengukuran profitabilitas lain. Terakhir, untuk penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan variabel lain sebagai variabel yang memoderasi atau dapat juga menambah jumlah variabel moderasi.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Adhima, M. F. 2012. Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report Terhadap Profitabilitas Perusahaan Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Dalam Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB UB*, Vol. 1, No. 1, hal 1-22

- Brouwers, R., Schoubbem, F., Hulle, C.V., & Uytbergen, S.V. 2014. The Link Between Corporate Environmental Performance and Corporate Value: a Literature Review. *Review of Business and Economic Literature*, Vol 58, hal. 343-374
- Fombrun, C. J., Gardberg, N.A., & Barnett, M. L. 2000. Opportunity Platforms and Safety Nets: Corporate Citizenship And Reputational Risk. *Business and Society Review*, Vol 105 No.1, hal. 85–106
- Guthrie, J., Cuganesan, S., & Ward, L. 2007. *Legitimacy Theory: A Story of Reporting Social and Environmental Matters within the Australian Food and Beverage Industry. Fifth Asia Pacific Interdisciplinary Research in Accounting (APIRA) Conference*, Auckland, New Zealand, 10th July 2007
- Liana, L. 2009. Penggunaan MRA dengan Spss untuk Menguji Pengaruh Variabel Moderating terhadap Hubungan antara Variabel Independen dan Variabel Dependen. *Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK*, Vol.14, No.2, hal 90-97
- Meek, G.K., Roberts, C.B., & Gray, S.J. 1995. Factors Influencing Voluntary Annual Report Disclosures by US, UK and Continental European Multinational Corporations, *Journal of International Business Studies*, Vol. 26, No.3, hal. 555-572
- Moneva, J. M. & Eduardo, O. 2010. Corporate Environemntal and Financial Performance: a Multivariate Approach. *Industrial Management & Data Systems*, Vol. 110, No. 2, hal. 193-210
- Pervan, M. & Visic, J. 2012. Influence Of Firm Size On Its Business Success. *Croatian Operational Research Review (CRORR)*, Vol. 3, hal 213-223
- Purwanto, A. 2011. Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Terhadap Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi & Auditing*, Vol. 8, No. 1, hal 12-29
- Retno, R. D. & Priantinah, D. 2012. Pengaruh Good Corporate Governance Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Nominal*, Vol. 1, No. 1, hal 84-103

- Romainsyah, L. 2014. Pengaruh Kinerja Lingkungan, Pengungkapan Lingkungan Dan Sertifikasi Sistem Manajemen Lingkungan Terhadap Profitabilitas Perusahaan Di Indonesia Periode 2010-2012. Skripsi. Surabaya: Universitas Airlangga
- Russo, M.V., & Fouts, P.A. 1997. A Resources-Based Prespective on Corporate Environmental Performance and Profitability. *The Academy of Management Journal*, Vol. 40 No. 3, hal 534-559
- Sari, R. A. 2012. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Nominal*, Vol. 1, No. 1, hal 124-140
- Sarumpaet, S. 2005. The Relantionship between Environmental Performance and Financial Performance of Indonesian Companies. *Jurnal Akuntansi & Keuangan*, Vol 7, No. 4, hal 89-98
- Sembiring, E. R. 2006. Karakteristik Perusahaan Dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Study Empiris Pada Perusahaan Yang Tercatat Di Bursa Efek Jakarta. *Jurnal MAKSI*, Vol. 6, No. 1, hal 69-85
- Sriviana, Eva & Asyik, N.F. 2013. Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Perusahaan. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*, Vol. 2, No. 4, hal 1-16
- Undang-Undang Republik Indonesia No.40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas
- Wardhani, D. G. & Sugiharto, T. 2013. Pengaruh Kinerja Keuangan, Ukuran Perusahaan Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Intensitas Pengungkapan Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial Sosial Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Proceeding PESAT*, Vol. 5 hal 128-139
- Wijaya, M. 2012. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, Vol. 1, No. 1, hal 26-30



