

## ABSTRAK

### **PENGARUH PROFITABILITAS, *LEVERAGE*, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP LUAS PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) PERUSAHAAN PERTAMBANGAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) PADA TAHUN 2014-2016**

**Oleh:**  
**Rana Auliani**  
**(NIM 145020307111067)**

**Dosen Pembimbing:**  
**Tuban Drijah Herawati, S.E., Ak., M.M., CSRS., CSRA., CA.**

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris pengaruh profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Pengukuran CSR perusahaan didasarkan pada *CSR Index* yang dilihat dari laporan tahunan maupun *sustainability report* perusahaan. Objek penelitian ini adalah perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2014-2016. Metode pemilihan sampel yang digunakan dalam penelitian ini metode *purposive sampling*. Sampel memenuhi kriteria yang telah ditetapkan adalah sebanyak 72 sampel. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder. Analisis data dilakukan dengan uji asumsi klasik dan pengujian hipotesis menggunakan metode regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *leverage* dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap luas pengungkapan CSR. Semakin besar ukuran perusahaan maka akan semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR. *Leverage* memiliki pengaruh negatif terhadap luas pengungkapan CSR, sehingga perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* tinggi akan membatasi tingkat pengungkapan CSR agar tidak menjadi sorotan *debtholder*. Sebaliknya, ditemukan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR yang akan dilakukan oleh perusahaan.

**Kata kunci:** *Corporate Social Responsibility* (CSR), profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan.

## **ABSTRACT**

### **THE EFFECT OF PROFITABILITY, LEVERAGE, AND COMPANY SIZE ON CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DISCLOSURE OF MINING COMPANIES LISTED ON THE INDONESIA STOCK EXCHANGE (IDX) FROM 2014-2016**

**By:**  
**Rana Auliani**  
**(NIM 145020307111067)**

**Supervisor:**  
**Tuban Drijah Herawati, S.E., Ak., M.M., CSRS., CSRA., CA.**

The aim of this study is to obtain empirical evidence on the effect of profitability, leverage, and company size on Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure. The measurement of a company's CSR is based on the CSR Index, which is obtained from the company's annual and/or sustainability report. Mining companies listed on the Indonesia Stock Exchange from 2014-2016 were used as the object of this study. The purposive sampling method was used in this study as the sample selection method. Of the companies, 72 samples that fulfilled the predetermined criteria were obtained. The utilized type of data is secondary data. Data analysis was performed using classic assumption test and the hypotheses were tested using the multiple linear regression method. The results of this study indicated that leverage and company size have effects on CSR disclosure. A greater company size means a greater disclosure of its CSR activities. Leverage has a negative influence on CSR disclosure, and thus companies that have high levels of leverage will limit their CSR disclosure to avoid the attention of debtholders. On the contrary, it was found that profitability did not have an effect on the CSR disclosure carried out by a company.

**Keywords: Corporate Social Responsibility (CSR), profitability, leverage, company size.**

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* (CSR) menurut Guthrie dan Mathews (1985) merupakan ketersediaan informasi keuangan dan non-keuangan yang berkaitan dengan interaksi perusahaan dengan lingkungan fisik dan lingkungan sosialnya yang kemudian diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan atau laporan sosial yang terpisah dari laporan tahunan perusahaan. CSR adalah gagasan yang menjadikan perusahaan tidak hanya dihadapkan pada tanggung jawab yang berlandaskan pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya saja, tetapi tanggung jawab perusahaan harus berlandaskan pada *triple bottom lines*, yaitu perusahaan memperhatikan masalah sosial dan lingkungan (Daniri, 2008).

Dari tahun ke tahun jumlah perusahaan yang melakukan pengungkapan informasi CSR dalam laporannya semakin meningkat. Banyak perusahaan yang semakin menyadari bahwa pentingnya penerapan program CSR yang merupakan bagian dari strategi bisnis perusahaan. Berdasarkan survey yang dilakukan oleh The Economist Intelligence Unit menunjukkan bahwa 85% eksekutif senior dan investor dari berbagai organisasi menjadikan CSR sebagai pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan.<sup>1</sup>

Kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan turut peduli dengan lingkungan dan kesejahteraan masyarakat sekitar dan kesejahteraan dari karyawan perusahaan. Menurut Gray, Owen, dan Maunders (1988), tujuan pengungkapan CSR adalah untuk meningkatkan *image* perusahaan, untuk meningkatkan akuntabilitas suatu organisasi – dengan asumsi bahwa terdapat kontrak sosial antara organisasi dengan masyarakat, dan untuk memberikan informasi kepada investor.

Salah satu sektor industri yang krusial untuk mengungkapkan kegiatan CSR-nya adalah industri sektor pertambangan. Perusahaan pertambangan seringkali menjadi sorotan masyarakat, pemerintah, terutama organisasi pecinta lingkungan. Perhatian publik terhadap perusahaan pertambangan tidak hanya pada kegiatan utama perusahaan namun dalam kegiatan lain yang bersangkutan dengan kegiatan perusahaan seperti upaya pelestarian lingkungan atau kontribusi perusahaan terhadap lingkungan.

---

<sup>1</sup> The Economist Intelligence Unit, "The Importance of Corporate Responsibility", [http://graphics.eiu.com/files/ad\\_pdfs/eiuoracle](http://graphics.eiu.com/files/ad_pdfs/eiuoracle), hlm. 2

Kasus pencemaran lingkungan dan pelanggaran hukum adalah contoh kejadian yang sering menimpa perusahaan pertambangan. Pada November 2014 lalu, organisasi pencinta lingkungan Greenpeace mengungkap beberapa bukti aktivitas penambangan batubara di Provinsi Kalimantan Selatan yang membuang limbah beracun ke dalam sungai dan melanggar standar nasional pengelolaan air limbah pertambangan.<sup>2</sup>

Studi kasus yang dilakukan oleh Greenpeace melibatkan beberapa kawasan yang digunakan oleh perusahaan pertambangan seperti PT. Bumi Resources, PT. Jorong Barutama Greston, dan PT. Tanjung Alam Jaya. Kasus ini membuktikan bahwa pencemaran lingkungan yang diakibatkan oleh suatu perusahaan secara sengaja atau tidak sengaja membawa dampak negatif bagi perusahaan. Dengan adanya risiko masalah pencemaran lingkungan seperti tersebut, pemerintah Indonesia telah mengatur dasar pelaksanaan CSR yang dituangkan dalam Pasal 68 Undang-Undang No. 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup yang menyatakan bahwa perusahaan harus memberikan informasi terkait dengan perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup secara benar, akurat, terbuka, dan tepat waktu.

Pengungkapan pertanggungjawaban sosial mempunyai peranan penting untuk perusahaan karena perusahaan hidup di lingkungan masyarakat dan sebagian besar aktivitasnya memiliki dampak terhadap sosial dan lingkungan. Pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan salah satu cara manajerial untuk menghindari konflik sosial dan lingkungan. Selain itu, pengungkapan tanggung jawab sosial dapat dipandang sebagai wujud akuntabilitas perusahaan terhadap publik untuk menjelaskan berbagai dampak sosial yang ditimbulkan oleh perusahaan (Harahap, 2011:403).

Pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan dipengaruhi oleh beberapa faktor. Menurut Permana (2012) terdapat enam faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR, diantaranya adalah kinerja lingkungan, ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, *profile* perusahaan, dan ukuran dewan komisaris. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba sehubungan dengan penjualan total aktiva maupun modal sendiri, sedangkan ukuran perusahaan merupakan suatu skala yang digunakan untuk mengukur besar kecilnya sebuah perusahaan.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

1. Apakah profitabilitas perusahaan pertambangan berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)?

---

<sup>2</sup> Greenpeace, "Terungkap: Tambang Batubara Meracuni Air Kalimantan Selatan", [greenpeace.org/seasia/id](http://greenpeace.org/seasia/id)

2. Apakah *leverage* perusahaan pertambangan berpengaruh negatif terhadap luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)?
3. Apakah ukuran perusahaan pertambangan berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk memperoleh bukti empiris pengaruh profitabilitas terhadap luas pengungkapan CSR perusahaan pertambangan.
2. Untuk memperoleh bukti empiris pengaruh *leverage* terhadap luas pengungkapan CSR perusahaan pertambangan.
3. Untuk memperoleh bukti empiris pengaruh ukuran perusahaan terhadap luas pengungkapan CSR perusahaan pertambangan.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

### **2.1 Landasan Teori**

#### **2.1.1 Teori Legitimasi**

Teori legitimasi (*Legitimacy Theory*) berfokus pada interaksi antara perusahaan dengan masyarakat. Hadi (2011:87) menyatakan bahwa organisasi adalah bagian dari masyarakat sehingga harus memerhatikan norma sosial masyarakat karena kelangsungan hidup perusahaan bergantung dari hubungan perusahaan dengan masyarakat dan lingkungan tempat perusahaan beroperasi. Teori legitimasi menyatakan bahwa perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat untuk melakukan kegiatannya berdasarkan nilai-nilai *justice* dan bagaimana perusahaan menanggapi berbagai kelompok kepentingan untuk mengesahkan tindakan perusahaan. Menurut Berthelot dan Robert (2011), untuk tetap mendapatkan legitimasi, maka organisasi atau perusahaan harus mengkomunikasikan aktivitas lingkungan dengan melakukan pengungkapan lingkungan sosial. Pengungkapan lingkungan dinilai bermanfaat untuk memulihkan, meningkatkan, dan mempertahankan legitimasi yang telah diterima oleh organisasi atau perusahaan.

#### **2.1.2 Teori Stakeholders**

Perusahaan tidak hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri, namun juga harus memberikan manfaat bagi *stakeholder*. *Stakeholder* terdiri dari berbagai pihak, yakni pemegang saham, supplier, konsumen, pemerintah, dan lainnya. Konsep *stakeholder* pertama kali dikembangkan oleh Freedman untuk menjelaskan tingkah laku perusahaan (*corporate behaviour*) dan kinerja sosial. Freedman dalam Wahyudi

dan Azheri (2008:73) menambahkan bahwa *stakeholder* adalah kelompok atau individu yang dapat mempengaruhi dan atau dipengaruhi oleh suatu pencapaian tujuan tertentu. *Stakeholder* memiliki hak untuk diberikan informasi tentang bagaimana aktivitas perusahaan memengaruhi mereka meskipun informasi tersebut tidak mereka gunakan atau tidak berperan signifikan dalam perusahaan.

### **2.1.3 Teori Agensi**

Teori agensi menyatakan adanya hubungan antara prinsipal (pemilik perusahaan, investor, atau pemberi wewenang) dan agen (manajemen perusahaan atau yang menerima mandat). Jensen dan Meckling (1976) menyatakan hubungan keagenan adalah sebuah kontrak dimana satu orang atau lebih (prinsipal) melibatkan orang lain (agen) untuk melakukan pekerjaan atas nama mereka dengan mendelegasikan sebagian wewenang pengambilan keputusan kepada agen. Perusahaan melakukan pengungkapan CSR untuk membangun *image* perusahaan dan mendapatkan perhatian dari masyarakat. Untuk memberikan informasi CSR, perusahaan memerlukan biaya yang lebih banyak sehingga laba yang dilaporkan dalam tahun berjalan menjadi lebih rendah. Namun, ketika perusahaan dihadapi dengan biaya kontrak dan biaya pengawasan yang rendah dan visibilitas politis yang tinggi, maka perusahaan akan cenderung untuk mengungkapkan CSR lebih banyak. Sehingga dapat dikatakan bahwa pengungkapan CSR berhubungan positif dengan kinerja sosial, kinerja ekonomi, dan visibilitas politis, namun berhubungan negatif dengan biaya kontrak dan pengawasan (Belkaoui dan Karpik, 1989).

### **2.1.4 Corporate Social Responsibility (CSR)**

Rumitnya permasalahan sosial dalam dekade terakhir membuat *Corporate Social Responsibility* (CSR) dianggap sebagai suatu konsep yang mampu memberikan alternatif terobosan baru dalam memberdayakan masyarakat. Definisi CSR yang dikemukakan oleh Maignan & Ferrell (2004) adalah sebagai berikut: “*A business acts in socially responsible manner when its decision and actions account for and balance diverse stakeholder interest.*” Definisi ini menekankan perlunya memberikan perhatian secara seimbang untuk kepentingan *stakeholder* yang beragam dalam tiap keputusan dan tindakan yang diambil pelaku bisnis dengan cara bertanggung jawab sosial.

ISO 26000 *Guidance Standard on Social Responsibility* secara konsisten mengembangkan CSR mencakup tujuh isu pokok, yaitu pengembangan masyarakat, konsumen, praktik kegiatan institusi yang sehat, lingkungan, ketenagakerjaan, hak asasi manusia, dan *organizational governance* (Wahyudi dan Azheri, 2008:143). ISO 26000 menjelaskan bahwa CSR adalah tanggung jawab organisasi atau perusahaan atas dampak dari keputusan dan aktivitasnya terhadap masyarakat dan lingkungan, melalui perilaku yang transparan dan etis, yang konsisten dengan pembangunan berkelanjutan

dan kesejahteraan masyarakat, memerhatikan kepentingan dari para *stakeholder*, sesuai hukum yang berlaku dan konsisten dengan norma-norma internasional, dan terintegrasi di seluruh aktivitas organisasi, termasuk kegiatan, produk, maupun jasa.

#### **2.1.5 Global Reporting Initiative (GRI)**

Pedoman atau standar yang sering digunakan oleh perusahaan dalam melaporkan keberlanjutan perusahaan mereka yaitu *Global Reporting Initiatives* (GRI). Pedoman pelaporan keberlanjutan atau GRI secara berkala ditinjau untuk memberikan panduan yang terbaik dan termutakhir bagi pelaporan keberlanjutan yang efektif. G4 adalah generasi keempat pedoman pelaporan keberlanjutan yang diluncurkan pada Mei 2013. Tujuan dari G4 adalah untuk membantu pelapor menyusun laporan keberlanjutan yang bermakna dan membuat pelaporan keberlanjutan yang lebih baik dan terarah menjadi praktik standar. G4 dirancang agar dapat diterapkan secara universal di semua jenis dan sektor organisasi baik skala besar maupun kecil dan di seluruh dunia.

#### **2.1.6 Profitabilitas**

Harahap (2011:309) mendefinisikan profitabilitas adalah perbedaan antara *revenue* yang direalisasi yang timbul dari transaksi pada periode tertentu dihadapkan dengan biaya-biaya yang dikeluarkan pada periode tersebut. Kamil dan Herusetya (2012) menyatakan bahwa tingkat profitabilitas yang semakin besar menunjukkan perusahaan mampu mendapatkan laba yang semakin besar, sehingga perusahaan akan meningkatkan aktivitas tanggung jawab sosial dan menungkapkan tanggung jawab sosialnya dalam laporan tahunan lebih luas. Semakin tinggi laba perusahaan, maka akan semakin luas perusahaan mengungkapkan tanggung jawab sosialnya.

#### **2.1.7 Leverage**

*Leverage* dapat diartikan sebagai tingkat ketergantungan perusahaan terhadap utang dalam membiayai kegiatan operasinya, hal ini mencerminkan tingkat risiko keuangan perusahaan (Yuliawati, 2015). *Leverage* merupakan suatu kebijakan yang dilakukan oleh suatu perusahaan dalam menginvestasikan dana atau memperoleh sumber dana yang disertai dengan adanya beban atau biaya tetap yang harus ditanggung oleh perusahaan (Wijaya, 2012). Purwanto (2011) menyatakan bahwa *leverage* menunjukkan proporsi atas penggunaan utang perusahaan untuk membiayai investasinya.

#### **2.1.8 Ukuran Perusahaan**

Variasi yang digunakan dalam pengungkapan laporan tahunan perusahaan adalah ukuran perusahaan. Jika dikaitkan dengan teori agensi, perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut. Selain itu, perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti oleh masyarakat. Menurut Darwis (2009),

pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan.

## **2.4 Pengembangan Hipotesis**

Profitabilitas adalah faktor yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Profitabilitas menunjukkan seberapa besar kinerja keuangan perusahaan dalam menghasilkan atau memperoleh keuntungan. Profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosialnya kepada pemegang saham.

Dalam teori agensi, terdapat skema bonus dimana manajer diberikan kompensasi atau bonus oleh perusahaan apabila profitabilitas perusahaan sesuai dengan yang ingin dicapai (Zanirah, 2015). Hal tersebut memberikan dorongan kepada manajer untuk membuat pengungkapan sukarela karena kekayaan manajer ditentukan oleh kinerja perusahaan. Melalui pengungkapan CSR, manajer perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi melakukan pengungkapan CSR yang lebih banyak untuk menarik investor untuk melakukan penanaman modal dalam perusahaan tersebut.

**H<sub>1</sub>: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan CSR pada perusahaan pertambangan.**

*Leverage* merupakan tingkat ketergantungan perusahaan terhadap utang dalam membiayai kegiatan operasinya. Perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* yang tinggi menggantungkan operasionalnya pada pinjaman pihak luar. Sedangkan perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* yang rendah lebih banyak membiayai operasionalnya dengan biaya sendiri. Dengan demikian, tingkat *leverage* perusahaan menggambarkan risiko keuangan perusahaan. Berdasarkan teori *stakeholder* manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan cenderung untuk mengurangi pengungkapan CSR yang dibuat agar tidak menjadi sorotan para *debtholder*. Oleh karena itu manajemen akan berusaha untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan seminimal mungkin untuk menghindari tekanan dari *debtholder*.

**H<sub>2</sub>: Leverage berpengaruh negatif terhadap luas pengungkapan CSR pada perusahaan pertambangan.**

Ukuran perusahaan menggambarkan besarnya asset yang dimiliki oleh perusahaan. Semakin besar total aktiva, penjualan, dan kapitalisasi pasar maka semakin besar ukuran perusahaan tersebut (Rofiqkoh, 2016). Berdasarkan teori legitimasi, perusahaan besar memiliki aktivitas yang lebih banyak, sehingga menimbulkan dampak sosial lingkungan yang lebih besar dibandingkan dengan perusahaan kecil.

**H<sub>3</sub>: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan CSR pada perusahaan pertambangan**

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Populasi dan Sampel Penelitian**

Populasi yang menjadi objek penelitian ini adalah perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2014-2016. Sektor pertambangan dipilih karena memiliki tingkat sensitivitas yang tinggi terhadap lingkungan. Metode penarikan sampel penelitian adalah *purposive sampling method* dilakukan dengan mengambil sampel dari populasi berdasarkan suatu kriteria tertentu (Jogiyanto, 2017:98). Adapun kriteria yang digunakan penelitian ini adalah:

- 1) Perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode tahun 2014-2016;
- 2) Perusahaan menerbitkan *annual report* secara konsisten selama periode tahun 2014-2016;
- 3) Perusahaan mengungkapkan laporan *Corporate Social Responsibility* (CSR), baik melalui *annual report* maupun yang melampirkan dalam bentuk *sustainability report* secara terpisah, selama periode tahun 2014-2016;
- 4) Perusahaan memperoleh laba positif.

#### **3.2 Jenis dan Sumber Data**

Data sekunder yang digunakan oleh peneliti diambil dalam bentuk *annual report* (laporan tahunan) ataupun *sustainability report* untuk menjelaskan pengaruh profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR. Sumber data laporan tahunan dan *sustainability report* perusahaan tahun 2014-2016 diperoleh dengan mengakses [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).

#### **3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional**

##### **3.3.1 Variabel Dependen (Y)**

Jumlah pengungkapan CSR berdasarkan indeks GRI G4 adalah sebanyak 125 aspek yang meliputi 433 indikator. Item-item pengungkapan CSR ini dapat dilihat di lampiran 1. Rumus perhitungan CSRDI adalah sebagai berikut:

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

Keterangan :

$CSRDI_j$  : *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan j.

$\sum X_{ij}$  : Menggunakan skala 0 sampai 1 per aspek yang diungkapkan. Nilai per indikator didapatkan dari 1 dibagi dengan jumlah indikator yang terdapat dalam satu aspek.

$n_j$  : Jumlah aspek yang seharusnya diungkapkan (125 aspek).

### 3.3.2 Variabel Independen (X)

1) Profitabilitas (X<sub>1</sub>)

*Return on Equity* (ROE) merupakan rasio profitabilitas untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari investasi pemegang saham. Adapun pengukurannya dengan menggunakan rumus:

$$ROE = \frac{Net\ Profit\ After\ Taxes}{Total\ Equity}$$

2) *Leverage* (X<sub>2</sub>)

*Leverage* menggambarkan tingkat ketergantungan perusahaan terhadap utang dalam membiayai kegiatan operasinya, sehingga *leverage* dapat dikatakan mencerminkan tingkat risiko keuangan perusahaan (Subramanyam, 2016:44).

$$DER = \frac{Total\ Utang}{Total\ Ekuitas}$$

3) Ukuran Perusahaan (X<sub>3</sub>)

Dalam penelitian ini ukuran perusahaan diukur dengan total aktiva yang dimiliki perusahaan. Total aktiva kemudian ditransformasikan dalam logaritma untuk menyamakan nilai dengan variabel profitabilitas dan *leverage*.

$$Ukuran\ Perusahaan = \log(Total\ Aset\ Perusahaan)$$

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi dokumentasi, yaitu merupakan cara yang digunakan untuk mendapatkan data laporan tahunan atau *sustainability report* yang telah dipublikasikan oleh perusahaan sampel pada periode 2014-2016 yang didapat dengan mengakses situs BEI ([www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)).

Tingkat pengungkapan CSR diukur sesuai dengan jumlah pengungkapan CSR berdasarkan kategori yang terdapat dalam index GRI G4. Setiap item yang diungkapkan dalam laporan pengungkapan CSR dinilai dengan skor nominal yang dihitung berdasarkan ada atau tidaknya item informasi yang diungkapkan, meliputi:

- a. Jika terdapat suatu item informasi CSR yang sesuai dengan indikator GRI G4 akan diberikan skor dengan rentang 0 sampai 1. Pemberian skor bergantung pada jumlah indikator yang diungkapkan dalam satu aspek pengungkapan. Apabila dalam satu aspek pengungkapan terdapat 5 indikator, maka nilai per indikator tersebut adalah 0,2 (1/5).
- b. Setiap item indikator yang telah diberi skor akan di total pada setiap periode untuk mendapatkan nilai total pengungkapan CSR.

- c. Skor yang telah di total merupakan dasar perhitungan CSRDI yang merupakan rasio antara skor total perusahaan per periode dengan skor maksimal yang seharusnya diperoleh perusahaan berdasarkan GRI G4, yaitu 125 item.
- d. Hasil maksimal yang diperoleh dalam perhitungan CSRDI bernilai 1 untuk setiap perusahaan per periode.

### **3.5 Teknik Analisis Data**

#### **3.5.1 Statistik Deskriptif**

Alat analisis yang digunakan dalam statistik deskriptif meliputi nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, maksimum, dan minimum.

#### **3.5.2 Uji Asumsi Klasik**

Model regresi yang baik harus bebas dari asumsi klasik. Model regresi ini harus memenuhi syarat lolos dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi, dan uji heteroskedastisitas. Setelah data berhasil dikumpulkan akan dilakukan analisis terlebih dahulu dengan pengujian terhadap penyimpangan asumsi klasik.

#### **3.5.3 Analisis Regresi Berganda**

Analisis regresi ini digunakan untuk mengukur pengaruh profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI. Model persamaan regresi dalam penelitian ini adalah:

$$CSRDI = \alpha + \beta_1 PROF + \beta_2 LEV + \beta_3 SIZE + e$$

Keterangan :

CSRDI : *Corporate Social Responsibility Disclosure Index*

PROF : Profitabilitas

LEV : *Leverage*

SIZE : Ukuran perusahaan

$\alpha, \beta$  : Konstanta koefisien regresi

E : Error

**BAB IV**  
**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

**4.1 Deskripsi Objek Penelitian**

Hasil dari proses *purposive sampling* dalam pemilihan sampel adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.1**  
**Kriteria Pemilihan Sampel**

| No. | Kriteria Sampling  | Jumlah    |
|-----|--|-----------|
| 1.  | Perusahaan pertambangan <i>listed</i> di BEI tahun 2014-2016 | 126       |
| 2.  | Perusahaan tidak konsisten menerbitkan AR tahun 2014-2016    | (9)       |
| 3.  | Perusahaan tidak mengungkapkan laporan CSR                   | (1)       |
| 4.  | Perusahaan memperoleh laba negatif                           | (44)      |
|     | <b>Total Sampel 3 Tahun (2014-2016)</b>                      | <b>72</b> |

**4.2 Hasil Pengujian Data**

**4.2.1 Statistik Deskriptif**

**Tabel 4.2**  
**Hasil Statistik Deskriptif**

|                    | N  | Minimum | Maximum | Mean  | Std. Deviation |
|--------------------|----|---------|---------|-------|----------------|
| CSRSD              | 72 | 22,68   | 118,66  | 46,95 | 18,01          |
| ROE                | 72 | -,04    | ,71     | ,12   | ,13            |
| DER                | 72 | -2,11   | 14,30   | 1,25  | 2,09           |
| SIZE               | 72 | 11,56   | 13,95   | 12,77 | ,58            |
| Valid N (listwise) | 72 |         |         |       |                |

Sumber: Data Penelitian Diolah (2018)

Indeks pengungkapan CSR tertinggi sebesar 118,66 dan indeks pengungkapan CSR terendah sebesar 22,68. Nilai rata-rata indeks pengungkapan CSR sebesar 46,95 dengan standar deviasi sebesar 18,01 menunjukkan bahwa pengungkapan CSR dari perusahaan sampel masih kurang baik dikarenakan sebagian perusahaan sampel baru mengungkapkan sekitar 37% dari total 125 aspek yang harus diungkapkan berdasarkan GRI G4.

Profitabilitas tertinggi sebesar 0,71 dan profitabilitas terendah sebesar 0. Nilai rata-rata profitabilitas sebesar 0,12 dengan standar deviasi sebesar 0,13 menunjukkan bahwa rata-rata perusahaan sampel merupakan perusahaan dengan profitabilitas yang kurang baik.

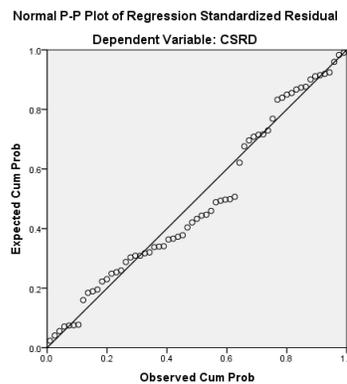
*Leverage* tertinggi sebesar 14,30 sedangkan *leverage* terendah sebesar -2,11. Nilai rata-rata *leverage* sebesar 1,25 dengan standar deviasi sebesar 2,09 menunjukkan bahwa rata-rata perusahaan sampel merupakan perusahaan dengan *leverage* atau tingkat ketergantungan terhadap utang yang tinggi.

Ukuran perusahaan diukur menggunakan *log* dari nilai total aset perusahaan. Ukuran perusahaan tertinggi sebesar 13,95 dan terendah sebesar 11,56. Nilai rata-rata ukuran perusahaan sebesar 12,77 dengan standar deviasi sebesar 0,58 menunjukkan bahwa rata-rata perusahaan sampel merupakan perusahaan dengan ukuran yang besar atau memiliki total aset yang besar.

## 4.2.2 Uji Asumsi Klasik

### 4.2.2.1 Uji Normalitas

**Gambar 4.1**  
**Hasil Uji Normalitas (*Normal Probability Plot*)**



Sumber: Data Penelitian Diolah (2018)

Berdasarkan hasil uji normalitas residual menggunakan grafik *normal probability plot* terhadap model regresi linier antara profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR diperoleh titik-titik plot berhimpit dengan garis diagonal (Gambar 4.1). Model penelitian memiliki data yang tersebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal yang menandakan bahwa data telah memenuhi asumsi normalitas.

### 4.2.2.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menggunakan uji *Glejser* dengan meregresikan variabel independen terhadap nilai absolut residualnya.

**Tabel 4.3**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

| Model | t     | Sig. | Keterangan                        |
|-------|-------|------|-----------------------------------|
| ROE   | 1,068 | ,290 | Tidak terjadi Heteroskedastisitas |

|      |        |      |                                  |
|------|--------|------|----------------------------------|
| DER  | -1,765 | ,083 | Tidak terjadi Heteroskedatisitas |
| SIZE | 1,384  | ,171 | Tidak terjadi Heteroskedatisitas |

Sumber: Data Penelitian Diolah (2018)

Nilai Sig. > alpha (0,05) menunjukkan bahwa varians merupakan homogen atau tidak terjadi gejala heteroskedatisitas. Tabel 4.3 menunjukkan bahwa variabel profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan memiliki nilai Sig. > alpha (0,05) atau dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedatisitas.

#### 4.2.2.3 Uji Multikolinieritas

**Tabel 4.4**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

| Model | Collinearity Statistics |       |
|-------|-------------------------|-------|
|       | Tolerance               | VIF   |
| ROE   | ,872                    | 1,147 |
| DER   | ,897                    | 1,115 |
| SIZE  | ,871                    | 1,148 |

Sumber: Data Penelitian Diolah (2018)

Model regresi bebas multikolinieritas memiliki nilai VIF < 10 dan memiliki nilai *tolerance* > 0,1. Tabel 4.4 menunjukkan bahwa semua variabel independen dalam model regresi memiliki nilai VIF < 10 dan nilai *tolerance* > 0,1 sehingga tidak ditemukan masalah multikolinieritas.

#### 4.2.2.4 Uji Autokorelasi

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji Autokorelasi**

| Variabel Dependen | dU    | D-W   | 4-dU  | Keterangan                 |
|-------------------|-------|-------|-------|----------------------------|
| Pengungkapan CSR  | 1,692 | 1,700 | 2,308 | Tidak terjadi autokorelasi |

Sumber: Data Penelitian Diolah (2018)

Uji autokorelasi dilakukan dengan melihat nilai d pada uji *Durbin-Watson* (D-W). Autokorelasi tidak terjadi saat  $du < dw < (4-du)$ . Tabel 4.5 menyajikan hasil uji autokorelasi yang menunjukkan bahwa nilai dw berada dalam rentang nilai du dan nilai (4-du) sehingga asumsi autokorelasi terpenuhi.

#### 4.2.3 Hasil Analisis Regresi Berganda

**Tabel 4.6**  
**Hasil Analisis Regresi Berganda**

| Variabel   | Unstandardized Coefficients | Standardized Coefficients | t      | Sig. |
|------------|-----------------------------|---------------------------|--------|------|
|            | B                           | Beta                      |        |      |
| (Constant) | -94,851                     |                           | -3,256 | ,002 |

|      |        |       |        |      |
|------|--------|-------|--------|------|
| ROE  | 12,055 | ,140  | 1,194  | ,237 |
| DER  | -1,922 | -,252 | -2,178 | ,033 |
| SIZE | 10,871 | ,561  | 4,772  | ,000 |

Sumber: Data Penelitian Diolah (2018)

$$CSR = -94,851 + 12,055ROE - 1,922DER + 10,871SIZE + e$$

Dari persamaan tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

Nilai konstanta sebesar -94,851 menunjukkan tanpa adanya pengaruh dari profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan maka nilai indeks pengungkapan CSR adalah -94,851. Nilai koefisien profitabilitas sebesar 12,055 menunjukkan setiap peningkatan nilai profitabilitas sebesar 1 satuan maka akan mempengaruhi nilai indeks pengungkapan CSR sebesar 12,055. Nilai koefisien *leverage* sebesar -1,922 menunjukkan setiap peningkatan nilai *leverage* sebesar 1 satuan maka akan mempengaruhi indeks pengungkapan CSR sebesar -1,922. Nilai koefisien ukuran perusahaan sebesar 10,871 menunjukkan bahwa setiap peningkatan nilai ukuran perusahaan sebesar 1 satuan akan mempengaruhi nilai indeks pengungkapan CSR sebesar 10,871.

#### 4.2.3.1 Uji Statistik t

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Statistik t**

| Model      | t      | Sig. |
|------------|--------|------|
| (Constant) | -3,256 | ,002 |
| ROE        | 1,194  | ,237 |
| DER        | -2,178 | ,033 |
| SIZE       | 4,772  | ,000 |

Sumber: Data Penelitian Diolah (2018)

Berdasarkan tabel yang disajikan diatas, dapat dijelaskan bahwa variabel profitabilitas ( $X_1$ ) memiliki nilai t sebesar 1,194 dengan tingkat signifikansi 0,237 yaitu lebih besar dari taraf signifikansi 0,05 (5%). Nilai probabilitas lebih besar dari alpha (0,05) menunjukkan bahwa  $H_1$  ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel profitabilitas terhadap pengungkapan CSR.

Variabel *leverage* ( $X_2$ ) memiliki nilai t sebesar -2,178 dengan tingkat signifikansi 0,033 yaitu lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 (5%). Nilai probabilitas lebih kecil dari alpha (0,05) menunjukkan bahwa  $H_2$  didukung. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh negatif variabel *leverage* terhadap pengungkapan CSR.

Variabel ukuran perusahaan ( $X_3$ ) memiliki nilai t sebesar 4,772 dengan tingkat signifikansi 0 yaitu lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 (5%). Nilai probabilitas lebih kecil dari alpha (0,05) menunjukkan bahwa  $H_3$  didukung. Hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

#### 4.2.3.2 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Tabel 4.8**  
**Hasil Koefisien Determinasi**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | ,537 <sup>a</sup> | ,289     | ,253              | 9,06441                    |

Sumber: Data Penelitian Diolah (2018)

Berdasarkan tabel yang disajikan di atas, diperoleh hasil koefisien determinasi sebesar 0,289. Koefisien determinasi sebesar 0,289 menunjukkan bahwa variabel profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan mampu menjelaskan 28,9 persen keragaman pengungkapan CSR.

### 4.3 Pembahasan Hasil Penelitian

#### 4.3.1 Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan CSR

Hasil pengujian hipotesis menolak  $H_1$  yang menunjukkan bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Sampel perusahaan yang memiliki nilai profitabilitas yang diproksikan dengan ROE di atas rata-rata adalah sejumlah 27 perusahaan. Dari 27 perusahaan tersebut, hanya 11 perusahaan yang memiliki indeks pengungkapan CSR di atas rata-rata, atau dapat dinyatakan bahwa hanya 11 perusahaan yang melakukan dan mengungkapkan CSR dengan cukup baik.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Darwis (2009), Wijaya (2012), dan Rofiqkoh (2016) yang memperoleh bukti bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Penelitian yang dilakukan oleh Badjuri (2011), Amsyari (2013), dan Sha (2014) menemukan hasil penelitian sebaliknya bahwa adanya hubungan positif antara profitabilitas dengan pengungkapan CSR. Hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas tidak mendukung teori *stakeholder* yang menyatakan bahwa semakin besar profitabilitas, maka semakin luas pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan. Secara teoritis, menurut Darwis (2009), dari sisi teori legitimasi profitabilitas berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR. Manajemen perusahaan menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan saat perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi. Sebaliknya, saat profitabilitas perusahaan rendah, manajemen perusahaan berharap para pengguna laporan akan membaca kinerja baik perusahaan.

#### 4.3.2 Pengaruh *Leverage* terhadap Pengungkapan CSR

Hasil pengujian hipotesis mendukung  $H_2$  yang menunjukkan bahwa *leverage* memiliki pengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi rasio *leverage* perusahaan, maka akan semakin sedikit pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan dalam laporan tahunan maupun laporan

berkelanjutan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Badjuri (2011) dan Zanirah (2015) yang menemukan adanya hubungan negatif antara tingkat *leverage* perusahaan dengan luas pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan.

Dijelaskan dalam teori *stakeholder* bahwa keberlangsungan hidup perusahaan bergantung pada dukungan *stakeholder* dan dukungan tersebut harus dicari sehingga aktivitas perusahaan adalah untuk mencari dukungan tersebut. Sesuai dengan teori *stakeholder*, manajemen perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* yang tinggi akan mengungkapkan CSR lebih sedikit agar tidak menjadi sorotan *debtholder*. Menurut Zanirah (2015), untuk menghindari tekanan dari para *debtholder* maka manajemen akan berusaha untuk mengungkapkan CSR perusahaan seminimal mungkin.

#### **4.3.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR**

Hasil pengujian hipotesis mendukung H<sub>3</sub> yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan mempunyai pengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar ukuran perusahaan, maka akan semakin luas pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR juga ditemukan dalam penelitian Darwis (2009), Wijaya (2012), Sha (2014), dan Krisna (2016), namun hal sebaliknya ditemukan dalam penelitian yang dilakukan oleh Amsyari (2013).

Pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR umumnya dikaitkan dengan teori agensi, khususnya biaya politik, yang menyatakan bahwa semakin besar suatu perusahaan maka biaya keagenan yang muncul juga semakin besar. Perusahaan akan cenderung mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut. Menurut Darwis (2009), perusahaan besar tidak akan pernah lepas dari tekanan dan menjadi sorotan banyak pihak, sehingga pengungkapan yang lebih besar merupakan biaya politis yang dilakukan sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan.

## **BAB V PENUTUP**

### **5.1 Kesimpulan**

Penelitian ini dilakukan untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR, antara lain profitabilitas yang diukur dengan ROE (*Return on Equity*), *leverage* yang diukur dengan DER (*Debt to Equity Ratio*), dan ukuran perusahaan yang diproksikan melalui total aktiva. Pengungkapan CSR perusahaan diukur berdasarkan indeks GRI (*Global Reporting Initiative*) G4. Sampel penelitian yang digunakan yang memenuhi kriteria *purposive sampling* adalah sejumlah 72 perusahaan pertambangan terdaftar di BEI pada tahun 2014-2016. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda.

Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR. Hasil penelitian ini mendukung teori *stakeholder* yang menyatakan bahwa *stakeholder* memiliki hak untuk diberikan informasi mengenai aktivitas perusahaan. Menurut Belkaoui dan Karpik (1989) semakin tinggi tingkat *leverage* maka semakin besar kemungkinan perusahaan untuk melanggar perjanjian kredit, sehingga perusahaan akan berusaha untuk melaporkan laba yang lebih tinggi yang dapat dilakukan salah satu dengan cara mengurangi biaya-biaya, termasuk biaya untuk mengungkapkan informasi sosialnya. Oleh karena itu, manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan CSR yang dibuat agar tidak menjadi sorotan *debtholder*.

Variabel ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Hasil penelitian ini mendukung teori agensi yang menyatakan bahwa semakin besar suatu perusahaan maka tingkat pengawasan prinsipal menjadi tinggi sehingga menimbulkan *political cost* yang tinggi. Oleh karena itu, perusahaan yang besar akan mengungkapkan CSR lebih banyak agar pengawasan prinsipalnya berkurang. Hasil penelitian lain yang ditemukan adalah variabel profitabilitas memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR. Hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas tidak mendukung teori *stakeholder* yang menyatakan bahwa semakin besar profitabilitas, maka semakin luas pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan. Sampel yang digunakan pada penelitian ini terbilang kecil, yaitu berjumlah 72, sehingga didapatkan hasil yang kurang baik.

## **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada aspek subjektivitas peneliti karena menggunakan metode *content analysis* dalam menilai informasi CSR yang diungkapkan oleh perusahaan dalam laporan tahunannya maupun *sustainability report*. Sektor perusahaan yang digunakan oleh peneliti juga menjadi batasan karena jumlah perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI cenderung lebih sedikit dibandingkan dengan sektor perusahaan lain. Keterbatasan yang juga dihadapi peneliti adalah terkait periode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Periode penelitian yang digunakan adalah periode 2014-2016, namun terdapat beberapa perusahaan yang tidak mengungkapkan CSR dalam bentuk laporan tahunan maupun dalam *sustainability report* secara lengkap, sehingga data penelitian tersebut tidak dapat digunakan sebagai sampel. Pengambilan variabel independen untuk penelitian ini terbilang cukup terbatas sehingga kurang menggambarkan kondisi pengungkapan CSR di Indonesia secara akurat.

### 5.3 Saran Penelitian

Berdasarkan keterbatasan yang peneliti hadapi, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran kepada pemerintah untuk menerbitkan standar baku dan resmi terkait pengungkapan CSR yang diungkapkan oleh perusahaan, sehingga tidak terjadi subjektivitas dalam penilaian informasi CSR. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperbesar jumlah sampel sekurang-kurangnya per tahun ada sebanyak 30 sampel agar data pengujian statistiknya dapat terdistribusi dengan normal sehingga hasilnya dapat lebih bagus dari penelitian ini. Selain itu, penggunaan sektor perusahaan sebagai objek penelitian dapat diperluas agar mendapatkan hasil yang lebih beragam. Penelitian selanjutnya juga diharapkan dapat melakukan penelitian dengan variabel independen yang lebih banyak sehingga dapat menemukan model pengungkapan CSR yang terjadi di Indonesia secara lebih akurat.

### DAFTAR PUSTAKA

- Amsyari, H. A. (2013). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Luas Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Laporan Tahunan Perusahaan*. Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya, Malang.
- Badjuri, A. (2011). Faktor-Faktor Fundamental, Mekanisme Corporate Governance, Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Perusahaan Manufaktur dan Sumber Daya Alam di Indonesia. *Dinamika Keuangan dan Perbankan*, 3(1), 38-54.
- Belkaoui, A., & Karpik, P. G. (1989). Determinants of the Corporate Decision to Disclose Social Information. *Accounting, Auditing, and Accountability Journal Vol. 2 No. 1*.
- Daniri, M. A. (2008). Standarisasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Diakses dari <http://www.madaniri.com/2008/01/17/standarisasi-tanggungjawab-sosial-perusahaan-bagi/>
- Darwis, H. (2009). Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Financial Leverage terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan High Profile di BEI. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 13(1), 52-61.
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2006). *Analisis Multivariate Lanjutan dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Gray, B., Owen, D., & Maunders, K. (1988). Corporate Social Reporting: Emerging Trends in Accountability and the Social Contract. *Accounting, Auditing & Accountability Journal Vol. 1, No. 1*. Diakses dari [www.researchgate.net](http://www.researchgate.net)
- Greenpeace. (2014). *Terungkap: Tambang Batubara Meracuni Air Kalimantan Selatan, November 2014*. Diakses dari [greenpeace.org/seasea/id](http://greenpeace.org/seasea/id)
- GRI (Global Reporting Initiative) tersedia di <https://www.globalreporting.org/>
- Guthrie, J., & Mathews, M. R. (1985). Corporate Social Accounting in Australasia. *Research in Corporate Social Performance and Policy, Vol. 7*, 251-277.
- Hadi, N. (2011). Corporate Social Responsibility. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Harahap, S. S. (2011). *Teori Akuntansi Edisi Revisi 2011*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ikhsan, A., & Suprasto, H. B. (2008). *Teori Akuntansi & Riset Multiparadigma*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Indriantoro, N., & Supomo, B. (2013). *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: BPFY Yogyakarta.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics, Vol. 3, No. 4*, 305-360. Diakses dari <http://ssrn.com/>
- Jogiyanto. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*. Yogyakarta: BPFY Yogyakarta.
- Kamil, A. & Herusetya, A. (2012). Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Luas Pengungkapan Kegiatan Corporate Social Responsibility. *Media Riset Akuntansi, 2*(1). Diakses dari [http://jurnal.bakrie.ac.id/index.php/journal\\_MRA/article/view/43/32](http://jurnal.bakrie.ac.id/index.php/journal_MRA/article/view/43/32)
- Keputusan Ketua Bapepam No. Kep-38/PM/1996 tentang Laporan Tahunan. Diakses dari <https://www.hukumonline.com/pusatdata/>
- Krisna, A. D. (2016). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan, 18*(2), 119-128.
- Maignan, I. & Ferrell, O. C. (2004). Corporate Social Responsibility and Marketing: An Integrative Framework. *Journal of the Academy of Marketing Science, 32*(1), 3-19. Diakses dari <https://www.researchgate.net/publication>
- Permana, V. A. (2012). Pengaruh Kinerja Lingkungan dan Karakteristik Perusahaan terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure. *Diponegoro Journal of Accounting, 1*(2), 1-12. Diakses dari <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>
- Purnasiwi, J. (2011). *Analisis Pengaruh Size, Profitabilitas, dan Leverage terhadap Pengungkapan CSR pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek*

- Indonesia* (Skripsi, Universitas Diponegoro, Indonesia). Diakses dari <http://eprints.undip.ac.id/>
- Purwanto, A. (2011). Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, terhadap Corporate Social Responsibility. *Diponegoro Journal of Accounting*. Diakses dari <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>
- Rofiqkoh, E. (2016). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 5(10), -.
- Rustiarini, N. W. (2010). Pengaruh Corporate Governance pada Hubungan Corporate Social Responsibility dan Nilai Perusahaan. *Simposium Nasional Akuntansi XIII Purwokerto*. Diakses dari <https://smartaccounting.files.wordpress.com/>
- Sekaran, U. (2009). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis (Buku 2, Edisi 4)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sha, T. L. (2014). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Profitabilitas, dan Leverage Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Akuntansi*, 18(1), 86-98.
- Subramanyam, K. R. (2016). *Analisis Laporan Keuangan (Buku 1, Edisi 10)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- The Economist Intelligence Unit. (2005). *The Importance of Corporate Responsibility*. Diakses dari [http://graphics.eiu.com/files/ad\\_pdfs/eiuoracle](http://graphics.eiu.com/files/ad_pdfs/eiuoracle)
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Diakses dari [http://eodb.ekon.go.id/download/peraturan/undangundang/UU\\_40\\_2007.PDF](http://eodb.ekon.go.id/download/peraturan/undangundang/UU_40_2007.PDF)
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup. Diakses dari <http://jdih.menlh.go.id/pdf/ind/IND-PUU-1-2009>
- Wahyudi, I., & Azheri, B. (2008). *Corporate Social Responsibility: Prinsip, Pengaturan, dan Implementasi*. Malang: In-Trans Publishing.
- Walker, J., & Howard, S. (2002). Voluntary Codes of Conduct in the Mining Industry. *Mining, Minerals, and Sustainable Development Project (MMSD)*.
- Wijaya, M. (2012). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, 1(1), 26-30.

- Wikipedia. (2018). *Wikipedia The Free Encyclopedia*. Diakses dari [http://en.wikipedia.org/wiki/Stakeholder\\_theory](http://en.wikipedia.org/wiki/Stakeholder_theory)
- Yuliawati, R. (2015). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Accounting Analysis Journal*, 4(4), -. Diakses dari <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/aaaj>
- Zanirah, D. N. (2015). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Luas Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Laporan Tahunan Perusahaan*. Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya, Malang.