

Pengaruh Size, Leverage dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Csr Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Ana Wahyuningsih¹⁾, Nera Marinda Mahdar²⁾

¹⁾Institut Keuangan Perbankan dan Informatika Asia

²⁾Akuntansi, Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis

Email: nera.marinda@kalbis.ac.id

Abstract: This study aims to analyze the effect of firm size, leverage, and profitability on the corporate social responsibility (CSR) disclosure of the manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX). This study uses a hypothesis test with causal relationship approach, focusing on the Annual Report/ Sustainability Report of Manufacturing Company listed on the Indonesia Stock Exchange 2010-2012. This study uses a multiple linear regression, coefficient of determination test, t test and significance F test. The results of the study showed that partially variable firm size and profitability have a positive effect on the CSR disclosure of companies listed on the IDX, while variable leverage has positive effect on the CSR disclosure in the group of companies with wide level of CSR disclosure and has negative effect in the group of companies with low level of CSR disclosure. Simultaneously the company size, leverage and profitability effect the CSR disclosure of companies listed on the IDX.

Keywords: Corporate Social Responsibility, CSR, Size, Leverage, Profitability

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Penelitian ini menggunakan uji hipotesis dengan menggunakan pendekatan hubungan kausalitas dengan fokus penelitian adalah Laporan Tahunan/ Laporan Keberlanjutan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2010-2012. Penelitian ini menggunakan uji regresi linier berganda, uji Koefisien determinasi, uji t dan uji signifikansi F. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan dan profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI sedangkan variabel leverage berpengaruh secara positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) pada kelompok perusahaan dengan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) luas dan berpengaruh secara negatif pada kelompok perusahaan dengan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) sedikit. Secara simultan ukuran perusahaan, leverage dan profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.

Kata kunci: Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, CSR, size, leverage, profitabilitas

I. PENDAHULUAN

Belakangan ini, aktivitas Corporate Social Responsibility (CSR) telah berkembang menjadi bagian dari strategi bisnis perusahaan, terutama terkait dengan fungsi pemasaran, *public relation*, dan pengambilan kebijakan investasi. Saat ini perusahaan tidak hanya dituntut mencari keuntungan/laba semata, namun juga harus memperhatikan tanggung jawab sosial terhadap masyarakat. Dari segi ekonomi, perusahaan diharapkan mendapatkan keuntungan yang setinggi-tingginya, tetapi terhadap aspek sosial, perusahaan harus memberikan kontribusi secara

langsung kepada masyarakat dengan meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat dan lingkungannya.

Perusahaan sebagai badan hukum yang dibentuk oleh masyarakat dan di dalamnya terdapat pula karyawan yang merupakan bagian dari masyarakat, membutuhkan masyarakat untuk bertahan hidup, beroperasi dan memperoleh keuntungan bisnis. Oleh sebab itu, selain harus bersikap tanggap, perusahaan juga dituntut untuk memiliki rasa kepedulian dan bertanggung jawab atas hak dan kepentingan masyarakat (Keraf, 1998: 122). CSR saat ini dikembangkan sebagai biaya bagi perusahaan namun juga sebagai investasi jangka panjang.

Aspek lain yang mendasari perusahaan mengungkapkan CSR adalah aspek ekonomi dan sosial. Berdasarkan hasil rangkuman Suhandari (2007: 1) dalam Kompas tanggal 4 Agustus 2007 perusahaan memperoleh beberapa keuntungan karena mengungkapkan tanggung jawab sosialnya antara lain: untuk mempertahankan dan mendongkrak reputasi dan *brand image* perusahaan; layak mendapatkan ijin untuk beroperasi (*social license to operate*); mereduksi risiko bisnis perusahaan; melebarkan akses ke sumber daya; membentangkan akses menuju market; mereduksi biaya; memperbaiki hubungan dengan *stakeholders* serta regulator; meningkatkan semangat dan produktifitas karyawan; serta membuka peluang untuk mendapatkan penghargaan.

Dalam pertimbangan pengambilan keputusan investasi, investor seringkali melihat ukuran perusahaan dan melakukan penilaian kinerja keuangan perusahaan tersebut (Purnasiwi dan Sudarno, 2011: 5). Ukuran perusahaan (*size*) perusahaan adalah variabel penduga yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan sosial dalam laporan tahunan yang dibuat perusahaan. Hal ini dihubungkan dengan teori agensi yang memprediksi perusahaan besar yang mempunyai biaya keagenan yang lebih tinggi akan mengungkapkan informasi lebih luas dengan tujuan mengurangi biaya keagenan yang tinggi tersebut (Sembiring, 2006: 71). Selain itu, perusahaan besar adalah emiten yang banyak disoroti oleh publik, pengungkapan yang lebih besar akan mengurangi biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan berukuran lebih besar cenderung memiliki *public demand* akan informasi yang lebih tinggi dibanding perusahaan yang berukuran lebih kecil (Sembiring, 2006: 71).

Penilaian terhadap kinerja keuangan perusahaan antara lain dapat dilihat dari kemampuan perusahaan menghasilkan laba dan *leverage* perusahaan. Ang (1997) seperti dikutip dalam Purnasiwi dan Sudarno (2011: 6) mengatakan bahwa rasio profitabilitas atau rasio rentabilitas menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Keuntungan ini kemudian dibagikan kepada para pemegang saham setelah sebelumnya dikurangi dengan bunga dan pajak. Dengan demikian, semakin banyak keuntungan yang dihasilkan semakin besar pula kemampuan perusahaan untuk membayarkan dividennya. Para manajer yang berhasil memimpin perusahaannya meraih keuntungan yang tinggi tidak hanya mendapatkan dividen, melainkan juga akan memperoleh *power* yang lebih besar dalam menentukan kebijakan yang akan diambil perusahaan.

Oleh karenanya, semakin besar dividen (*dividend payout*) yang dibagikan semakin hemat pula biaya modal. Selain itu, *power* para manajer (*insider*) akan semakin meningkat bahkan dapat menaikkan tingkat kepemilikan karena meningkatnya penerimaan dividen sebagai hasil keuntungan yang tinggi. Oleh sebab itu, profitabilitas merupakan pertimbangan yang penting bagi para investor dalam membuat keputusan investasinya (Purnasiwi dan Sudarno, 2011: 6).

Menurut Purnasiwi dan Sudarno (2011: 6) *leverage* menunjukkan seberapa besar suatu perusahaan bergantung kepada kreditur dalam membiayai aset perusahaan yang dimiliki. Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi berarti akan sangat bergantung kepada pinjaman luar dalam membiayai asetnya, sedangkan perusahaan dengan tingkat *leverage* lebih rendah menunjukkan bahwa perusahaan kurang bergantung pada pinjaman luar dikarenakan lebih banyak membiayai asetnya dengan modal sendiri. Tingkat *leverage* perusahaan, oleh karenanya mendeskripsikan risiko keuangan perusahaan. Teori keagenan mengemukakan bahwa perusahaan yang mempunyai rasio *leverage* yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi sebab biaya keagenan yang dimiliki perusahaan yang mempunyai struktur modal lebih tinggi (Jensen dan Meckling, 1976). Tambahan informasi perusahaan diperlukan untuk menghilangkan keraguan para pemegang obligasi terhadap dipenuhinya hak-hak mereka sebagai kreditur. Pendapat ini didukung oleh Schipper, 1981 dan Meek, 1995 dalam Purnasiwi dan Sudarno (2011: 6).

Penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial di Indonesia memunculkan hasil yang beragam dan menarik untuk dikaji lebih dalam. Belkaoui dan Karpik (1989) serta Cornier dan Magnan (1999) menunjukkan hasil bahwa variabel *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Sembiring (2006:78) dalam penelitiannya menunjukkan hasil yang berbeda. Variabel *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR (Sembiring, 2006:78). Belkaoui dan Karpik (1989); Adam (1995); Hackston dan Milne (1996); serta Hasibuan (2001) seperti dikutip dalam Sembiring (2006: 76) menunjukkan hasil bahwa variabel *size* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Robert (1992); Sigh dan Ahuja (1992); dan Davey (1982) dalam penelitiannya seperti dikutip dalam Sembiring (2006: 71) menunjukkan hasil yang berbeda, *size* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan

CSR. Penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu menunjukkan bahwa terdapat perbedaan hubungan profitabilitas terhadap pengungkapan CSR. Gray (2001) dalam Sembiring (2006:70) menemukan hubungan profitabilitas terhadap pengungkapan CSR yang bervariasi setiap tahun. Bertentangan dengan itu, Freedman dan Ulman (1986); Belkaoui dan Karpik (1996); serta Hacskton dan Milne (1996) menyatakan bahwa profit tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR (Sembiring, 2006: 71).

Dari fenomena-fenomena yang terjadi dan dari hasil penelitian terdahulu atas beberapa variabel yang berpengaruh terhadap pengungkapan CSR masih menunjukkan hasil yang berbeda-beda, bahkan bertentangan antara hasil penelitian yang satu dengan yang lainnya. Hal inilah yang akan menjadi *research gap* dalam penelitian ini, sehingga sangat menarik dan perlu dilakukan penelitian lebih lanjut yang berkaitan dengan *research gap* tersebut. Penelitian ini mengadopsi GRI (*Global Reporting Initiative*) versi 3.0 yang telah disesuaikan dengan kondisi pelaksanaan CSR di Indonesia sebagai item pengukur variabel dependen pada *sustainability reporting* perusahaan.

II. METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan desain penelitian uji hipotesis untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Rumusan masalah dalam penelitian ini menggunakan hubungan kausalitas. Sugiyono (2012:61) menyebutkan bahwa hubungan kausalitas digunakan untuk mengetahui hubungan serta pengaruh antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan dan pengaruh variabel-variabel independen, yaitu ukuran perusahaan (*size*), *leverage*, dan profitabilitas terhadap variabel dependen yakni pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) pada perusahaan-perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2010 s.d. 2012.

B. Operasional Variabel

Di bagian ini akan dijelaskan definisi dari masing-masing variabel penelitian beserta operasional dan cara pengukurannya. Adapun operasional variabel-variabel tersebut adalah sebagai berikut:

1. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) dalam

laporan berkelanjutan yang menyatu dengan laporan tahunan perusahaan maupun dalam laporan yang terpisah. Pengungkapan tanggung jawab sosial diukur dengan kriteria pengungkapan berdasarkan indikator dari GRI versi 3.0. Indikator GRI versi 3.0 terdiri dari 3 fokus pengungkapan, yaitu indikator ekonomi, indikator lingkungan dan indikator sosial sebagai dasar penyusunan laporan berkelanjutan dengan total 79 item pengungkapan. Penelitian ini menggunakan pendekatan dikotomi dalam menilai tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Setiap item tanggung jawab sosial dalam indeks GRI akan diberi nilai 1 jika diungkapkan, dan nilai 0 jika tidak diungkapkan. Selanjutnya, skor dari tiap item diakumulasi untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan. Rumus perhitungan pengungkapan tanggung jawab sosial adalah:

$$CSD = \frac{\text{Jumlah item yang diungkapkan}}{79}$$

2. Variabel Independen (X)

a. Size

Size (Ukuran perusahaan) merupakan ukuran besar kecilnya suatu perusahaan. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur tingkat ukuran perusahaan adalah total aset perusahaan. Ukuran Perusahaan dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$SIZE = \ln(\text{total aset})$$

b. Leverage

Leverage menunjukkan tingkat ketergantungan perusahaan terhadap utang dalam membiayai aktivitas operasinya. Dalam penelitian ini, indikator yang digunakan untuk mengukur *leverage* adalah *Debt to Equity Ratio* (DER).

$$Leverage = \frac{\text{Total Liabilitas}}{\text{Ekuitas Pemegang Saham}}$$

c. Profitabilitas

Profitabilitas diartikan sebagai kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba atau profit dalam usaha meningkatkan nilai pemegang saham. Dalam penelitian ini, yang digunakan sebagai indikator untuk mengukur tingkat profitabilitas adalah *Net Profit Ratio* dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Net Profit Ratio} = \frac{\text{Laba Bersih setelah Pajak}}{\text{Penjualan Bersih}}$$

C. Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini, yang menjadi populasi adalah semua perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Populasi tersebut dipilih karena perusahaan manufaktur merupakan kelompok

perusahaan dengan bidang usaha yang kompleks dan dengan struktur permodalan yang dikuasai sebagian besar oleh pihak swasta. Perusahaan swasta diasumsikan lebih bebas dalam melaporkan tanggung jawab sosialnya bila dibandingkan perusahaan yang dikuasai oleh pemerintah (BUMN).

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Nonprobability Purposive Sampling*. Sampel yang dipilih dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang mempunyai profitabilitas (*net profit margin*) positif atau perusahaan yang menghasilkan laba dan melaporkan serta mempublikasikan laporan tahunan tidak hanya laporan keuangan dari tahun 2010 s.d. 2012. Hal ini dilakukan untuk menjamin ketersediaan data dalam penelitian.

D. Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini akan menggunakan data sekunder, yaitu data yang diperoleh bukan dari sumber pertama, tetapi dari sumber yang lain. Data yang diperlukan yaitu data laporan keuangan perusahaan sampel, laporan tahunan dan atau laporan keberlanjutan yang dipublikasikan oleh perusahaan sampel, serta daftar perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2010 s.d. 2012. Data laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan diperoleh di situs Bursa Efek Indonesia yaitu di www.idx.co.id sedangkan data laporan keberlanjutan diperoleh di situs masing-masing perusahaan. Data perusahaan manufaktur yang terdaftar didapatkan di *factbook* yang dipublikasikan oleh BEI di www.idx.co.id.

E. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan metode penelitian arsip (*archival research*). Data berupa bukti, catatan, atau laporan historis yang telah disusun dalam arsip (data dokumenter) dikumpulkan untuk kemudian dijadikan bahan penelitian. Untuk teknik pengumpulan data, penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan dokumentasi yaitu dengan cara mengumpulkan, membaca, dan memahami berbagai literatur, artikel, buku, jurnal, maupun bahan kuliah yang berhubungan dengan penelitian yang sedang dilakukan, baik melalui media cetak maupun elektronik.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan The World Bank Group (2001) dan The World Business Council for Sustainable Development (2004) dalam Lako (2010: 25), tanggung jawab sosial (CSR) adalah suatu komitmen berkelanjutan dari dunia usaha untuk

berperilaku secara etis dan membantu pembangunan berkelanjutan bekerja sama dengan karyawan dan perwakilan karyawan, keluarga, masyarakat, dan komunitas lokal umumnya untuk memperbaiki kualitas hidup dalam cara-cara yang baik bagi bisnis dan pembangunan. CSR juga bermakna sebagai suatu komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi secara berkesinambungan dengan menyelaraskan pencapaian kinerja ekonomi dengan kinerja sosial dan lingkungan dalam operasi bisnisnya. Dengan kata lain, korporasi harus menjaga keseimbangan antara tujuan mendapatkan laba (*profit*) dan tujuan sosial (*people*) serta lingkungan (*planet*).

Menurut Gray (1987: 4) seperti dikutip dalam Kemp dan Vinke (2012: 276) definisi tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility/ CSR*) adalah suatu bentuk tanggung jawab dalam kegiatan-kegiatan yang tidak berdampak pada keuangan belaka dan dituntut atas sebuah organisasi berdasarkan beberapa persetujuan yang dapat diidentifikasi baik secara tersirat maupun tersurat.

Lebih lanjut Gray (1996) dalam Kemp dan Vinke (2012: 276) menunjukkan bahwa diterima tidaknya tanggung jawab sosial perusahaan dapat dilihat dari pengungkapan sosial dan lingkungan. Dalam bidang keuangan, pengungkapan kegiatan-kegiatan CSR dikenal juga sebagai pengungkapan tanggung jawab sosial (*CSR disclosure*).

Selain itu Lako (2010: 180) menyatakan bahwa tanggung jawab sosial secara umum dapat didefinisikan sebagai komitmen berkelanjutan dari suatu perusahaan untuk bertanggung jawab secara ekonomik, legal, etis dan sukarela terhadap dampak-dampak dari tindakan ekonominya terhadap komunitas masyarakat dan lingkungan serta proaktif melakukan upaya-upaya berkelanjutan untuk mencegah potensi-potensi dampak negatif atau resiko aktivitas ekonomi korporasi terhadap masyarakat dan lingkungan serta meningkatkan kualitas sosial dan lingkungan yang menjadi *stakeholder*-nya.

Tanggung jawab perusahaan tidak hanya terbatas pada tanggung jawab ekonomi yaitu bagaimana memaksimalkan laba untuk meningkatkan nilai ekuitas bagi pemegang saham atau pemilik perusahaan, tetapi juga harus bertanggung jawab secara sosial dan secara lingkungan secara keseluruhan (Lako, 2010: 181). Hal ini dikarenakan masyarakat dan lingkungan merupakan pilar utama penopang kinerja dan keberlanjutan bisnis suatu perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung. Dengan demikian perusahaan perlu

menyeimbangkan tanggung jawab ekonomi dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan sehingga bisa menghasilkan laba yang berkualitas atau laba yang ramah secara sosial dan lingkungan atau laba yang berkelanjutan (Lako, 2010: 181).

Menurut teori *stakeholder* perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri, melainkan harus juga bermanfaat bagi para stakeholdernya meliputi pemegang saham, kreditor, pemasok, pemerintah, masyarakat, analis, dan pihak lain. Gray (1994: 53) dalam Lako (2010: 6) menyatakan bahwa kelangsungan hidup suatu perusahaan bergantung pada dukungan *stakeholder* dan dukungan tersebut harus dicari sehingga aktivitas perusahaan bertujuan untuk mencari dukungan tersebut. Semakin *powerful stakeholder*, semakin besar usaha perusahaan untuk beradaptasi. Pengungkapan sosial dianggap sebagai bagian dari dialog antara perusahaan dengan *stakeholder*-nya (Lako, 2010: 6).

Dalam perspektif teori legitimasi, perusahaan dan komunitas di sekitar perusahaan mempunyai relasi sosial yang erat dikarenakan adanya suatu "kontrak sosial" yang mengikat kedua belah pihak (Lako, 2010: 6). Teori kontrak sosial menyatakan bahwa keberadaan perusahaan dalam suatu area didukung secara politis dan dijamin oleh regulasi pemerintah serta parlemen yang juga merupakan representasi dari masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat kontrak sosial secara tidak langsung antara perusahaan dan masyarakat di mana masyarakat memberikan biaya sekaligus keuntungan untuk keberlanjutan suatu korporasi. Karena itu, CSR merupakan suatu kewajiban asasi perusahaan yang tidak bersifat suka rela (Lako, 2010: 6).

Menurut teori Sustainability Korporasi, agar bisa hidup dan tumbuh secara berkelanjutan, korporasi harus mengintegrasikan tujuan bisnis dengan tujuan sosial dan ekologi secara utuh. Pembangunan bisnis harus berlandaskan pada tiga pilar utama yaitu pilar ekonomi, pilar sosial, dan pilar lingkungan secara terpadu, serta tidak mengorbankan kepentingan-kepentingan generas-generasi berikutnya untuk hidup dan memenuhi kebutuhannya. Dalam perspektif teori sustainability korporasi, masyarakat dan lingkungan adalah pilar dasar dan utama yang menentukan keberhasilan bisnis suatu perusahaan sehingga harus selalu diproteksi dan diberdayakan (Lako, 2010: 6).

Berdasarkan teori Teori *Political Economy*, domain ekonomi tidak dapat diisolasi dari lingkungan di mana transaksi-transaksi ekonomi dilakukan. Laporan keuangan perusahaan merupakan

dokumen sosial dan politik serta juga merupakan dokumen ekonomi. Karena perusahaan tidak dapat diisolasi dari masyarakat dan lingkungan, perusahaan dituntut untuk memperhatikan dan melaksanakan kegiatan CSR (Lako, 2010: 6).

Menurut teori Keadilan, dalam kapitalis pasar bebas laba/rugi sangat tergantung pada *the unequal rewards and privileges* yang terdapat dalam laba dan kompensasi. Laba/rugi mencerminkan ketidakadilan antar pihak yang dinikmati atau diderita suatu perusahaan sehingga perusahaan diharuskan untuk bertindak adil terhadap masyarakat dan lingkungan sekitarnya yang sudah turut menanggung dampak eksternalitas perusahaan melalui program-program CSR (Lako, 2010: 6).

Berdasarkan pengolahan data, didapatkan 64 perusahaan dengan tingkat pengungkapan di atas rata-rata. Tingkat pengungkapan tertinggi diraih oleh Indocement Tunggul Prakasa Tbk di tahun 2011 dan 2012, dan Semen Gresik Tbk di tahun 2012 dengan 79 item pengungkapan (100%), sedangkan tingkat pengungkapan terendah adalah sebanyak 14 item pengungkapan (18%) oleh 7 perusahaan yakni Akasha Wira International Tbk, Arwana Citra Mulia Tbk, Toba Pulp Lestari Tbk, Surya Toto Indonesia Tbk, Chandra Asri Petrochemical, Unggul Indah Cahaya Tbk, dan Mandom Indonesia Tbk. Tingkat pengungkapan CSR rata-rata kelompok perusahaan ini yakni sebanyak 32 item pengungkapan (41%) dengan standar deviasi sebesar 24,13 item.

Data hasil regresi persamaan menunjukkan bahwa baik pada kelompok perusahaan dengan tingkat pengungkapan CSR luas maupun kelompok perusahaan dengan tingkat pengungkapan CSR sedikit, model regresi linier berganda dapat diterima dalam pemodelan hubungan antara tingkat pengungkapan CSR (CSD) dengan ukuran perusahaan (SIZE), leverage (LEV), dan profitabilitas (NPM). Hal ini dibuktikan dengan nilai hasil uji statistik F pada semua kelompok pengujian bernilai signifikan, kurang dari 5%. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara ukuran perusahaan (SIZE), leverage (LEV), dan profitabilitas (NPM) terhadap tingkat pengungkapan CSR (CSD) dalam laporan tahunan dan atau laporan keberlanjutan. Untuk kelompok perusahaan dengan tingkat pengungkapan CSR luas, koefisien determinasi yang disesuaikan yang dihasilkan bernilai 43,9% menandakan kemampuan variasi variabel independen menjelaskan variasi variabel dependen adalah sebesar 43,9 % sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain. Berbeda halnya dengan kelompok

perusahaan dengan tingkat pengungkapan CSR sedikit, nilai koefisien determinasi yang disesuaikan yang dihasilkan lebih rendah hanya sebesar 15,1% menandakan kemampuan variabel dependen dalam menjelaskan variasi variabel independen masih sebatas 15,1%. Nilai koefisien determinasi yang disesuaikan yang kecil ini menunjukkan perlunya dilakukan penelitian lanjutan dengan menambahkan variabel lain.

Hipotesis pertama menyatakan bahwa ukuran perusahaan (size) berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan CSR pada perusahaan-perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Pengujian hipotesis pertama dilakukan dengan cara menganalisis nilai signifikansi dari uji t, apakah berada di bawah nilai kritis 0,05 dan seberapa besar serta positif tidaknya nilai . Pengujian dilakukan dengan bantuan IBM SPSS Statistic Ver 20.

Hasil regresi menunjukkan bahwa nilai β_1 adalah sebesar 11,2440 untuk kelompok perusahaan dengan tingkat pengungkapan CSR luas dan sebesar 0,889 untuk kelompok perusahaan dengan tingkat pengungkapan CSR sedikit dengan nilai signifikansi 0,000 baik untuk kelompok perusahaan dengan tingkat pengungkapan CSR luas maupun tingkat pengungkapan CSR sedikit. Hal ini menandakan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara ukuran perusahaan terhadap tingkat pengungkapan CSR perusahaan dengan tingkat pengungkapan luas maupun tingkat pengungkapan sedikit dapat dilihat dari nilai signifikansi uji t masih berada di bawah nilai kritis 0,05 dan positifnya nilai β_1 yang merupakan koefisien untuk ukuran perusahaan hasil regresi. Dengan demikian hipotesis pertama diterima.

Selain itu, dapat disimpulkan juga bahwa ukuran perusahaan mempunyai pengaruh yang lebih tinggi pada kelompok perusahaan dengan tingkat pengungkapan yang luas bila dibandingkan dengan kelompok perusahaan dengan tingkat pengungkapan yang sedikit.

Hipotesis kedua menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan CSR. Pengujian hipotesis kedua dilakukan dengan cara menganalisis nilai signifikansi dari uji t, apakah berada di bawah nilai kritis 0,05, batas signifikansi serta dengan menganalisis nilai γ_2 yang merupakan koefisien *leverage* pada model regresi. Pengujian dilakukan dengan IBM SPSS Statistic Ver 20.

Hasil regresi menunjukkan nilai γ_2 sebesar 12,381 untuk kelompok perusahaan dengan tingkat pengungkapan CSR luas dan sebesar -0,606 untuk kelompok perusahaan dengan tingkat pengungkapan

CSR sedikit dengan nilai signifikansi masing-masing berturut-turut sebesar 0,027 dan 0,017. Karena berada di bawah nilai batas signifikansi 0,05, dapat disimpulkan bahwa *leverage* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tingkat pengungkapan CSR pada kelompok perusahaan dengan tingkat pengungkapan CSR luas. Di lain pihak, dapat disimpulkan juga bahwa *leverage* mempunyai pengaruh signifikan terhadap tingkat pengungkapan CSR pada kelompok perusahaan dengan tingkat pengungkapan CSR sedikit namun pengaruh signifikan yang negatif. Dengan demikian hipotesis kedua diterima.

Hipotesis ketiga menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan CSR. Pengujian hipotesis ketiga dilakukan dengan cara menganalisis nilai signifikansi dari uji t, apakah berada di bawah nilai kritis 0,05 yang merupakan batas signifikansi serta dengan menganalisis nilai γ_3 yang merupakan koefisien regresi variabel profitabilitas. Pengujian dilakukan dengan bantuan IBM SPSS Statistic Ver 20.

Hasil regresi menunjukkan nilai γ_3 sebesar 132,030 untuk kelompok perusahaan dengan tingkat pengungkapan CSR luas dan sebesar 4,628 untuk kelompok perusahaan dengan tingkat pengungkapan CSR sedikit dengan nilai signifikansi masing-masing berturut-turut sebesar 0,007 dan 0,015. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa profitabilitas mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tingkat pengungkapan CSR baik pada kelompok perusahaan dengan tingkat pengungkapan CSR luas maupun pada kelompok perusahaan dengan tingkat pengungkapan CSR sedikit. Hal ini dibuktikan dari positifnya koefisien regresi yang dihasilkan pada kedua kelompok pengujian serta nilai signifikansi uji t yang masih berada di bawah tingkat signifikansi 0,05.

Selain itu, dapat disimpulkan juga bahwa pengaruh positif profitabilitas terhadap pengungkapan CSR lebih besar terjadi di kelompok perusahaan dengan tingkat pengungkapan CSR luas dibandingkan dengan kelompok perusahaan dengan tingkat pengungkapan CSR sedikit.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat pengungkapan CSR perusahaan. Hal ini berlaku bagi dua kelompok perusahaan manufaktur sampel penelitian yaitu kelompok perusahaan manufaktur dengan tingkat pengungkapan CSR luas dan tingkat pengungkapan CSR lebih sedikit. Hubungan yang terbentuk

merupakan hubungan positif yang signifikan untuk variabel ukuran perusahaan dan variabel profitabilitas. Hal yang berbeda ditemukan untuk variabel *leverage*. Berdasarkan hasil pengujian, *leverage* berpengaruh secara negatif terhadap tingkat pengungkapan CSR pada kelompok perusahaan dengan tingkat pengungkapan lebih sedikit dan berpengaruh secara positif terhadap tingkat pengungkapan CSR pada kelompok perusahaan dengan tingkat pengungkapan yang luas.

Hasil pengujian juga menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan profitabilitas mempunyai pengaruh yang lebih tinggi terhadap tingkat pengungkapan CSR pada kelompok perusahaan dengan tingkat pengungkapan CSR luas dibandingkan dengan kelompok perusahaan dengan tingkat pengungkapan CSR lebih sedikit. Secara statistik hal ini disebabkan karena secara rata-rata ukuran perusahaan dan profitabilitas kelompok perusahaan dengan tingkat pengungkapan CSR luas lebih tinggi daripada kelompok ukuran perusahaan dan profitabilitas perusahaan dengan tingkat pengungkapan CSR lebih sedikit. Secara rata-rata apabila dibandingkan dengan perusahaan manufaktur dengan tingkat pengungkapan sedikit, ukuran perusahaan manufaktur dengan tingkat pengungkapan luas delapan kali lebih tinggi sedangkan tingkat profitabilitas dua kali lebih tinggi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005:72) yang juga menemukan adanya hubungan yang positif dan signifikan antara ukuran perusahaan dengan tingkat pengungkapan CSR. Di lain sisi, hasil ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Veronica (2009:6) dan Ratnasari dan Prastiwi (2010:23) yang menemukan tidak adanya pengaruh yang signifikan antara ukuran perusahaan dengan tingkat pengungkapan CSR.

Hasil penelitian ini mendukung teori agensi yang berpendapat bahwa perusahaan yang besar yang mempunyai biaya keagenan yang besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan yang dimiliki sesuai dengan teori agensi. Di samping itu, menurut Gray (2001) dalam Sembiring (2005:72) perusahaan yang besar merupakan emiten yang banyak disoroti sehingga mendorong perusahaan membuat pengungkapan CSR yang lebih banyak sebagai biaya politik wujud tanggung jawab sosial perusahaan.

Lebih lanjut, hubungan pengaruh yang positif antara ukuran perusahaan dan tingkat pengungkapan CSR kemungkinan disebabkan juga karena semakin besar perusahaan semakin banyak pula menarik

perhatian dari publik, pemerintah dan *stakeholder* lainnya. Hal ini memberikan tekanan kepada perusahaan karena setiap kebijakan perusahaan akan dinilai sehingga setiap kebijakan yang tidak berpihak ke publik akan rentan menjadi masalah sosial.

Selain itu, penelitian ini juga sejalan dengan penelitian oleh Tsoutsoura (2004:18) yang juga menemukan pengaruh positif antara profitabilitas dan pengungkapan CSR. Berdasarkan teori *slack resources* Waddock dan Graves (1997) seperti dikutip dalam Tsoutsoura (2004:18), perusahaan dengan kinerja keuangan yang kuat mempunyai lebih banyak sumber daya yang tersedia untuk berinvestasi dalam ranah kinerja sosial, seperti hubungan karyawan, kepedulian lingkungan, atau hubungan komunitas. Perusahaan dengan tingkat keuangan yang kuat dapat berinvestasi dalam strategi jangka panjang seperti menyediakan jasa untuk komunitas dan karyawannya. Alokasi tersebut secara strategis dihubungkan dengan *image* publik dan hubungan komunitas yang lebih baik serta dapat menarik lebih banyak tenaga kerja yang handal. Di lain sisi, perusahaan dengan masalah keuangan biasanya akan mengalokasikan sumber daya yang dimiliki dalam proyek jangka pendek.

Di samping itu, kemungkinan alasan yang mendasari hubungan positif profitabilitas dengan tingkat pengungkapan CSR adalah bergantungnya kinerja keuangan pada kinerja CSR perusahaan. Perusahaan berusaha untuk memenuhi harapan *stakeholder* sebelum terjadi masalah atau tuntutan di masa depan. Lebih lanjut, perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial mempunyai *image* yang lebih baik dan reputasi yang baik di mata pelanggan, mempunyai kemampuan untuk menarik karyawan serta mitra bisnis yang baik. Perusahaan dengan kinerja sosial yang baik akan mempunyai resiko yang lebih kecil atas peristiwa negatif. Perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial juga lebih transparan dan mempunyai resiko yang lebih kecil atas kasus penyuapan dan korupsi. Selain itu, perusahaan ini juga mempunyai resiko yang lebih kecil dari keharusan menarik kembali produk yang gagal dan dari keharusan membayar denda yang berat atas polusi yang berlebihan. Perusahaan ini juga mempunyai resiko yang lebih kecil atas kejadian sosial yang negatif yang dapat menciderai reputasi yang dimiliki dan menghabiskan banyak dana dalam pengadilan atau dalam memperbaiki *image* dan reputasi yang dimiliki lewat iklan (Waddock dan Graves, 1997 dalam Tsoutsoura, 2004: 19).

Hasil yang berbeda ditemukan dalam pengujian hubungan antara *leverage* dan tingkat pengungkapan

CSR. Untuk kelompok dengan tingkat pengungkapan CSR luas hubungan yang terjadi adalah hubungan positif dan signifikan sedangkan untuk kelompok dengan tingkat pengungkapan CSR lebih sedikit hubungan yang terbentuk merupakan hubungan negatif yang signifikan.

Hal ini menandakan bahwa semakin tinggi tingkat *leverage* kelompok perusahaan dengan tingkat pengungkapan CSR luas, semakin tinggi pula tingkat pengungkapan CSR. Sebaliknya terjadi pada kelompok perusahaan dengan tingkat pengungkapan CSR sedikit. Semakin tinggi tingkat *leverage* semakin rendah tingkat pengungkapan CSR yang dilaporkan perusahaan. Perbedaan hasil penelitian ini dapat disebabkan oleh perbedaan sebaran *leverage* kedua kelompok perusahaan.

Sebaran *leverage* lebih bervariasi dimiliki oleh kelompok perusahaan dengan tingkat pengungkapan CSR sedikit dengan simpangan baku sebesar 0,9 dan nilai tertinggi sebesar 4,28 dan nilai terendah sebesar 0,04. Sedangkan simpangan baku *leverage* kelompok perusahaan dengan tingkat pengungkapan CSR luas hanya sebesar 0,6 dengan nilai tertinggi sebesar 2,53 dan nilai terendah 0,15.

Hasil penelitian ini bertentangan dengan hasil penelitian oleh Sembiring (2006: 78) dan Veronica (2009: 5) yang menemukan adanya pengaruh tidak signifikan antara *leverage* dan tingkat pengungkapan CSR namun sejalan dengan hasil penelitian oleh Ratnasari dan Prastiwi (2010: 23) serta Barnea dan Rubin (2010: 22) yang dalam penelitiannya menemukan adanya hubungan yang negatif dan signifikan antara *leverage* dengan tingkat pengungkapan CSR. Meskipun demikian, hasil penelitian pada kelompok perusahaan manufaktur dengan tingkat pengungkapan CSR luas bertentangan dengan temuan Ratnasari dan Prastiwi (2010: 23) serta Barnea dan Rubin (2010: 22) tersebut. Hubungan positif dan signifikan terbentuk antara *leverage* dan tingkat pengungkapan CSR pada kelompok ini.

Sesuai dengan hasil penelitian Waryanto (2010) seperti dikutip dalam Ratnasari dan Prastiwi (2010: 22), hubungan yang negatif dan signifikan antara *leverage* dengan tingkat pengungkapan CSR pada kelompok perusahaan dengan tingkat pengungkapan lebih sedikit dapat disebabkan oleh tekanan dari *stakeholder* seperti diuraikan dalam teori agensi, perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan CSR yang dibuat untuk menghindari sorotan para *debtholder*. Lebih lanjut Belkaoui dan Karpik (1989) seperti dikutip dalam Ratnasari dan Prastiwi (2010: 22) juga menyatakan

bahwa semakin tinggi tingkat *leverage* semakin besar pula kemungkinan perusahaan melanggar perjanjian kredit sehingga perusahaan akan berusaha melaporkan laba yang lebih tinggi. Salah satu cara yang dapat ditempuh perusahaan adalah dengan mengurangi biaya-biaya, termasuk di dalamnya biaya untuk mengungkapkan informasi sosial.

Berbeda halnya dengan yang terjadi pada kelompok perusahaan dengan tingkat pengungkapan CSR luas di mana tingkat *leverage* mempunyai hubungan yang positif dan signifikan terhadap tingkat pengungkapan CSR. Hal ini dapat dijelaskan oleh teori agensi seperti yang diajukan oleh Jensen dan Meckling (1976: 308). Menurut Jensen dan Meckling perusahaan dengan rasio *leverage* yang lebih tinggi menandakan biaya keagenan perusahaan yang tinggi sehingga akan mengungkapkan lebih banyak informasi.

Demikian juga halnya yang nampaknya terjadi pada kelompok perusahaan dengan tingkat pengungkapan CSR yang lebih luas. Perusahaan-perusahaan pada kelompok ini berusaha untuk menghilangkan keraguan kreditur atau pemegang obligasi akan terpenuhinya hak-hak mereka sebagai kreditur dengan mengungkapkan lebih banyak informasi ke publik termasuk informasi CSR diakibatkan struktur modal.

IV. SIMPULAN

Kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian ini adalah: (1) Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI); (2) *Leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Pengaruh positif terjadi pada kelompok perusahaan dengan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) luas dan pengaruh negatif terjadi pada kelompok perusahaan dengan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) sedikit; (3) Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI); dan (4) Secara bersama-sama ukuran perusahaan, *leverage* dan profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

V. DAFTAR RUJUKAN

- Anggraini, F.R.R. (2006). Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang terdaftar Bursa Efek Jakarta). Makalah disajikan dalam *Simposium Nasional Akuntansi 9*. Padang 23-26 Agustus 2006.
- Barnea, A., & Rubin, A. (2010). Corporate social responsibility as a conflict between shareholders. *Journal of business ethics*, Vol 97, No 1.
- Batra, G.S. (2013). Environment Management and Environmental Disclosures: A Comparison of Corporate Practices Across Malaysia, Singapore and India. *South Asian Journal of Management*. Vol 20, No 1.
- Bevly, B. (2012). *Corporate Social Responsibility*. California: San Fransisco School.
- Crisóstomo, V.L., de Souza Freire, F., & de Vasconcellos, F.C. (2011). Corporate social responsibility, firm value and financial performance in Brazil. *Social Responsibility Journal*, Vol 7, No 2.
- Flammer, C. (2013). Does Corporate Social Responsibility Lead to Superior Financial Performance? A Regression Discontinuity Approach. Working Paper Series Ivey Business School.
- Fu, G., Wang, J., & Jia, M. (2012). The Relationship between Corporate Social Performance and Financial Performance: Modified Models and Their Application-Evidence from Listed Companies in China. *Journal of Contemporary Management*. Vol 2 No 1.
- Global Reporting Initiative. (2006). *Sustainability Reporting Guidelines Version 3.0*. Amsterdam: Global Reporting Initiative.
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gond, J.P. (2006). Constructing The (Positive) Relationship between Corporate Social and Financial Performance on Financial Markets. Makalah disajikan dalam Conference Internationale de Management Strategique, Anncey / Geneva 13-16 Juni 2006.
- Indonesia Stock Exchange. (2011). *IDX Statistic 2010*. Jakarta: Indonesia Stock Exchange.
- Indonesia Stock Exchange. (2012). *IDX Statistic 2011*. Jakarta: Indonesia Stock Exchange.
- Indonesia Stock Exchange. (2013). *IDX Statistic 2012*. Jakarta: Indonesia Stock Exchange.
- Jensen, M.C. & Meckling, W.H. (1976). Theory of The Firm: Managerial Behavior, Agency Cost, and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics* Vol 3. Hal:305-360.
- Kemp, L. J. & Vinke J. (2012). CSR reporting: A review of the Pakistani Aviation Industry. *South Asian Journal of Global Business Research* Vol 1 No 2.
- Keraf, S. (1998). *Etika Bisnis Tuntutan dan Relevansinya*. Jakarta: Penerbit Kanisius.
- Lako, A. (2011). *Dekonstruksi CSR dan Reformasi Paradigma Bisnis & Akuntansi*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Lourenco, I., Brance, M.C., Curto, J. & Eugino, T. (2012). How Does the Market Value Corporate Sustainability Performance? *Journal of Business Ethics*. Vol 108 No 4.
- Park, S.Y. & Lee, S. (2009). Financial Rewards for Social Responsibility: A Mixed Picture for Restaurant Companies. *Cornell Hospitality Quarterly*. Vol 50, No 2.
- Purnasiwi, J., & Sudarno S. (2011). *Analisis Pengaruh Size, Profitabilitas dan Leverage Terhadap Pengungkapan CSR pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. Tesis tidak diterbitkan. Program Magister Akuntansi, Universitas Diponegoro.
- Purwoto, A. & Wahyuni, S. (2009). *Modul Laboratorium Statistik Program SA*. Jakarta: ABFI Institute Perbanas.
- Rahman, A. & Widyasari, K. N. (2008). The Analysis of Company Characteristic Influence Toward CSR Disclosure: Empirical Evidence of Manufacturing Companies Listed in JSX. *JAAI*. Vol 12 No 1.
- Ratnasari, Y. & Prastiwi, A. (2010). Pengaruh Corporate Governance Terhadap Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Dalam *Sustainability Report*. Tesis tidak diterbitkan. Program Magister Akuntansi, Universitas Diponegoro.
- Riyadi, E.S. (2008). Landasan Teoretis bagi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan: dari Pemegang Saham (*Shareholder*) ke Pemangku Kepentingan (*Stakeholder*). *Dignitas*, Vol 5, No 2.
- Roberts, R.W. (1992). Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure: An Application of Stockholder Theory. *Accounting Organizations and Society*. Vol 17, No 6.
- Schwartz, M.S. (2011). *Corporate Social Responsibility: an ethical approach*. Ontario: Broadview Press.
- Sembiring, E.R. (2006). Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Study Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Jakarta. *Jurnal Maksi*. Vol. 6, No. 1.
- Sudana, I.M. & Arlindania, P.A. (2011). Corporate Governance dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Go-Public di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*. Vol 4, No. 1.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kombinasi*. Jakarta: Alfabeta.
- Suhandari M. P, Schema CSR, Kompas, 4 Agustus 2007

- hal 1 (online) (<http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2007/08/04/124249326/Schema.CSR>), diakses terakhir tanggal 6 Agustus 2014).
- Suttipun, M. (2012). Triple Bottom Line Reporting in Annual Reports: A Case Study of Companies Listed on the Stock Exchange of Thailand (SET). *Asian Journal of Finance & Accounting*. Vol 4, No 1.
- Ten, E. E. (2004). Determinants of Environmental Disclosures in A Developing Country: An Applicatain of The Stackholder Theory. Makalah disajikan dalam Fourth Asia Pacific Interdisciplinary Research in Accounting Conference. Singapore 4-6 Juli 2004.
- Tsoutsoura, Margarita. (2004). Corporate Social Responsibility and Financial Performance. *Center for Responsible Business Working Paper Series*. University of California, Berkeley.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1995 tentang *Pasar Modal*. (1995). Jakarta: Diperbanyak oleh PT Gramedia.
- Veronica, T. M. (2009). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Jakarta: Universitas Gunadarma.
- Waryanto. (2010). *Pengaruh Karakteristik Good Corporate Governance (GCG) Terhadap Luas Pengungkapan Corporate Social Responsibility di Indonesia*. Skripsi Universitas Diponegoro.
- Webb, E. (2005). Agency Costs, Leverage, and Corporate Social Responsibility: A Test of Causality. *Financial Decisions, Fall 2005, Article 1*.