

PENGARUH SIZE PERUSAHAAN, PROFITABILITAS DAN LEVERAGE TERHADAP PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN PROPERTI, REAL ESTATE, DAN KONSTRUKSI BANGUNAN

Fuad Ghazali Hakim^{1*} dan Akmal Hidayat²

¹Politeknik Negeri Medan

²STIE Mikroskil

Email : fuadghazalihakim@gmail.com

ABSTRAK

Penerapan tanggung jawab sosial perusahaan dimaksudkan agar dunia usaha meminimalisir dampak buruk terhadap aspek sosial dan lingkungan yang ditimbulkan selama menjalankan seluruh aktivitasnya. Penelitian ini menguji CSR yang dipengaruhi variable size perusahaan, profitabilitas, dan leverage. Tiga puluh satu sampel dari tujuh puluh empat perusahaan property, real estate, dan konstruksi bangunan yang terdaftar di BEI tahun 2013-2018 dipilih melalui purposive sampling. Pengujian ini memiliki hasil size perusahaan dan leverage dinyatakan berpengaruh terhadap CSR. Uji yang dilakukan juga menyatakan adanya variabel yang tidak berpengaruh yaitu profitabilitas dikarenakan pengungkapan CSR tidak berdasarkan seberapa besar kemampuan perusahaan memperoleh laba, tetapi bergantung terhadap tanggungjawab dan kesadaran manajemen perusahaan.

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility (CSR), size perusahaan, profitabilitas, dan leverage.*

PENDAHULUAN

Corporate Social Responsibility merupakan mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasi dan interaksinya dengan stakeholders, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum (Darwin, 2012). Menurut The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) (1999), Tanggung Jawab Sosial Perusahaan adalah komitmen berkelanjutan oleh bisnis untuk berperilaku etis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi sambil meningkatkan kualitas kehidupan tenaga kerja dan keluarga mereka serta masyarakat lokal dan masyarakat luas.

Salah satu ciri yang dapat mempengaruhi tanggung jawab sosial yaitu ukuran perusahaan (size). Ukuran perusahaan merupakan suatu skala yang berfungsi untuk mengklasifikasikan besar kecilnya entitas bisnis. Skala ukuran perusahaan 4 dapat mempengaruhi luas pengungkapan informasi dalam laporan keuangan mereka (Cowen et al., 1987 dalam Amran dan Devi, 2008).

Ciri lainnya yang dapat mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial yaitu profitabilitas. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dengan menggunakan sumber-sumber yang dimiliki perusahaan, seperti aset, modal atau penjualan (Sudana, 2011). Profitabilitas perusahaan menunjukkan perbandingan antara laba dengan aset atau modal yang digunakan untuk menghasilkan laba tersebut, dengan kata lain profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu.

Selain dari itu, leverage dapat mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial. Leverage merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. Perusahaan yang mempunyai tingkat leverage tinggi berarti sangat

bergantung pada pinjaman luar untuk membiayai asetnya, sedangkan perusahaan yang mempunyai tingkat leverage lebih rendah lebih banyak membiayai asetnya dengan modal sendiri (Rifandi, 2017). Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh ukuran perusahaan (size), profitabilitas, dan leverage terhadap pengungkapan corporate social responsibility.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengungkapan CSR

Pengungkapan (disclosure) memiliki arti tidak menutupi atau tidak menyembunyikan (Ervina, 2017). Jika dikaitkan dengan data, pengungkapan memiliki arti memberikan manfaat kepada pihak yang membutuhkan dan jika dikaitkan dengan laporan keuangan, pengungkapan berarti laporan harus memberikan informasi yang cukup mengenai aktivitas suatu jenis usaha.

Corporate Social Responsibility merupakan mekanisme bagi suatu organisasi untuk suka rela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum (Darwin, 2004). Menurut *World Business Council for Sustainable Development (WBCD)* menyatakan bahwa CSR merupakan suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat ataupun masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerjajanya beserta seluruh keluarga. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Pengungkapan CSR adalah proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat luas secara keseluruhan.

Size Perusahaan

Ukuran perusahaan (*size*) merupakan suatu skala yang berfungsi untuk mengklasifikasikan besar kecilnya entitas bisnis yang dapat mempengaruhi luas pengungkapan informasi dalam laporan keuangan mereka. Perusahaan besar cenderung akan mengungkapkan informasi lebih banyak karena perusahaan besar akan menghadapi resiko politis yang lebih besar dibanding perusahaan kecil. Secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan politis, yaitu tekanan untuk melakukan pertanggungjawaban sosial. Perusahaan yang berada dalam tahap dewasa dan tumbuh akan menarik lebih banyak perhatian dan 12 menunjukkan perilaku tanggung jawab sosial secara jelas dari lingkungan perusahaan dan memerlukan respon yang lebih terbuka dibandingkan dengan perusahaan yang kecil (Sudana & Arlindania, 2011).

H1 : Ukuran perusahaan (*size*) berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Profitabilitas

Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Penggunaan rasio profitabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan perbandingan antara berbagai komponen yang ada di laporan keuangan, terutama laporan keuangan neraca dan laporan laba rugi. (Kashmir, 2012:196).

Hubungan antara pengungkapan CSR dan profitabilitas perusahaan telah dipostulasikan untuk merefleksikan pandangan bahwa kepekaan sosial membutuhkan gaya manajerial yang sama sebagaimana yang diperlukan untuk dapat membuat perusahaan menguntungkan (profitable) (Subiantoro dan Mildawati, 2015).

H2: Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Leverage

Rasio leverage menggambarkan sumber dana operasi yang digunakan oleh perusahaan. Leverage merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. Artinya berapa besar beban utang yang ditanggung perusahaan dibandingkan dengan aktivasnya. Dalam arti luas, dikatakan bahwa rasio leverage digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang apabila perusahaan dibubarkan (likuidasi) (Kashmir, 2012:151).

H3 : *Leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif karena data yang digunakan berupa data kuantitatif laporan keuangan perusahaan yang diambil dari *website* Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, maka alat analisis utama yang digunakan untuk menguji pengaruh antara variabel-variabel yang diteliti dan membuat kesimpulan berdasarkan hasil perhitungan yaitu menggunakan statistik. Populasi penelitian ini adalah laporan tahunan perusahaan properti, *real estate*, dan konstruksi bangunan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2013 sampai 2018 yang telah diaudit dan menganalisis variabel-variabel yang diperlukan dalam penelitian. Penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan beberapa kriteria yang sudah ditetapkan. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear berganda.

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3\epsilon$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menemukan bahwa *size* dan *leverage berpengaruh* terhadap pengungkapan *CSR*. Sedangkan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *CSR*. Hasil uji statistik dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Hasil Uji Statistik

Variabel	Adjusted R Square	B Value	Signification Value	Signification Standard (alpha)	Keputusan
Size →	0,268	0,016	0,000	0,05	Berpengaruh
pengungkapan CSR					
Profitabilitas ⇒		-0,022	0,672	0,05	Tidak
pengungkapan CSR					Berpengaruh
Leverage →		0,012	0,001	0,05	Berpengaruh
pengungkapan CSR					

Variabel *size* (X1) memiliki nilai signifikan sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa *size* perusahaan berpengaruh secara parsial terhadap pengungkapan *CSR* (Y). Interpretasi dari persamaan regresi tersebut dapat dilihat dari nilai koefisien *size* perusahaan sebesar 0,016 menyatakan bahwa jika *size* perusahaan mengalami peningkatan satu satuan maka akan meningkatkan pengungkapan *CSR* sebesar 0,016. Sebaliknya apabila *size* perusahaan mengalami penurunan satu satuan maka pengungkapan *CSR* akan mengalami penurunan juga sebesar 0,016.

Variabel profitabilitas (X_2) memiliki nilai signifikan sebesar 0,672 yang berarti lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh secara parsial terhadap pengungkapan CSR (Y). Interpretasi dari persamaan regresi tersebut dapat dilihat dari nilai koefisien profitabilitas sebesar -0,022 menyatakan bahwa jika profitabilitas mengalami peningkatan satu satuan maka akan meningkatkan pengungkapan CSR sebesar -0,022. Sebaliknya apabila profitabilitas mengalami penurunan satu satuan maka pengungkapan CSR akan mengalami penurunan juga sebesar - 0,022.

Variabel *leverage* (X_3) memiliki nilai signifikan sebesar 0,001 yang berarti lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa *leverage* berpengaruh secara parsial terhadap pengungkapan CSR (Y). Interpretasi dari persamaan regresi tersebut dapat dilihat dari nilai koefisien *leverage* sebesar 0,012 menyatakan bahwa jika *leverage* mengalami peningkatan satu satuan maka akan meningkatkan pengungkapan CSR sebesar 0,012. Sebaliknya apabila *leverage* mengalami penurunan satu satuan maka pengungkapan CSR akan mengalami penurunan juga sebesar 0,012.

Pengaruh Size Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Perusahaan

Ukuran perusahaan (*size*) merupakan suatu skala yang berfungsi untuk mengklasifikasikan besar kecilnya entitas bisnis yang dapat mempengaruhi luas pengungkapan informasi dalam laporan keuangan mereka. Perusahaan besar cenderung akan mengungkapkan informasi lebih banyak karena perusahaan besar akan menghadapi resiko politis yang lebih besar dibanding perusahaan kecil. Secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan politis, yaitu tekanan untuk melakukan pertanggungjawaban sosial. Perusahaan yang berada dalam tahap dewasa dan tumbuh akan menarik lebih banyak perhatian dan 12 menunjukkan perilaku tanggung jawab sosial secara jelas dari lingkungan perusahaan dan memerlukan respon yang lebih terbuka dibandingkan dengan perusahaan yang kecil (Sudana & Arlindania, 2011).

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa variable *size* perusahaan memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility (CSR)*. Hal tersebut dibuktikan dari hasil uji t pada variabel *size* perusahaan memiliki nilai signifikan sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa *size* perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Hasil penelitian ini mendukung teori *stakeholders* yang diperkenalkan oleh *Standford Research Institute (SRI)* di tahun 1963. Teori *stakeholders* beranggapan bahwa perusahaan besar mempunyai banyak *stakeholders* sehingga perusahaan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mendapatkan dukungan dari *stakeholders*. Selain dari itu, hasil penelitian ini juga mendukung teori agensi yang berpendapat bahwa perusahaan yang besar memiliki biaya keagenan yang besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan yang dimiliki. Dengan berpengaruhnya *size* perusahaan terhadap pengungkapan CSR, maka akan memberikan tambahan pertimbangan mengenai pentingnya pengungkapan CSR dalam laporan tahunan dan juga dapat menjadi pertimbangan bagi pemangku jabatan atau pengambil keputusan perusahaan dalam pembuatan laporan pengungkapan CSR. Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005), Fahrizqi (2010), Rizkia (2012), Yosy (2012), dan Kamil (2012).

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Perusahaan

Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Penggunaan rasio profitabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan perbandingan antara berbagai komponen yang ada di laporan keuangan, terutama laporan keuangan neraca dan laporan laba rugi. (Kashmir, 2012:196).

Hubungan antara pengungkapan CSR dan profitabilitas perusahaan telah dipostulasikan untuk merefleksikan pandangan bahwa kepekaan sosial membutuhkan gaya manajerial yang sama sebagaimana yang diperlukan untuk dapat membuat perusahaan menguntungkan (profitable) (Subiantoro dan Mildawati, 2015).

Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa variabel profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility (CSR)*. Hal tersebut dibuktikan dari hasil uji t pada variabel profitabilitas memiliki nilai signifikan sebesar 0,672 yang berarti lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial.

Tidak berpengaruhnya profitabilitas terhadap pengungkapan CSR diduga disebabkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan tidak dapat menjadi tolak ukur bagi perusahaan untuk mengungkapkan lebih luas mengenai pertanggungjawaban sosialnya dan menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki kemampuan dalam menghasilkan laba yang tinggi atau rendah, tidak serta merta mempengaruhi laporan *Corporate Social Responsibility* yang dilaporkan oleh perusahaan dalam laporan tahunan. Karena tingkat pengungkapan tanggungjawab sosial dari perusahaan tersebut bergantung dari keputusan manajemen perusahaan. Selain dari itu, menurut Kokubu *et. Al* (2001) menyatakan bahwa *political visibility* perusahaan tergantung pada *size* perusahaan, bukannya pada tingkat profitabilitas.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kurnianingsih (2013), Kamil (2012), Heni (2013), Rafika & Julius (2014), dan Ulum dkk (2011) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Namun hasil sebaliknya ditemukan oleh Noor & Prihanisetyo (2016), Agustya (2015), Ajeng dkk (2017), dan Munsaidah (2016) yang mengungkapkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Pengaruh Leverage Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* Perusahaan

Rasio leverage menggambarkan sumber dana operasi yang digunakan oleh perusahaan. Leverage merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. Artinya berapa besar beban utang yang ditanggung perusahaan dibandingkan dengan aktivasnya. Dalam arti luas, dikatakan bahwa rasio leverage digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang apabila perusahaan dibubarkan (likuidasi) (Kashmir, 2012:151).

Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa variabel *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility (CSR)*. Hal tersebut dibuktikan dari hasil uji t pada variabel *leverage* memiliki nilai signifikan sebesar 0,001 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial. Hasil ini sejalan dengan teori legitimasi yang menyatakan bahwa

perusahaan yang memiliki utang jangka pendek dan utang jangka panjang akan mempunyai resiko finansial yang lebih besar, sehingga berkemungkinan dapat menurunkan kepercayaan pihak lain atas kemampuan perusahaan dalam mengembalikan dana. Hasil ini juga mendukung teori agensi yang beranggapan bahwa tingkat *leverage* mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi cenderung mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *debtholders* (Yusuf, 2015). Selain dari itu, ada kemungkinan bahwa laporan CSR digunakan oleh manajer sebagai alat untuk mendapatkan legitimasi bahwa perusahaan dapat melakukan aktivitas yang bermanfaat bagi perusahaan, lingkungan, dan sosial.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Agustya (2015), Yusuf (2011), dan Syahrina (2015) yang menemukan bahwa *leverage* memberikan pengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial. Disisi lain, hasil berbeda ditemukan oleh Rizkia (2012), Anggraini (2006), Sembiring (2005) yang mengemukakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

SIMPULAN

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh *size*, profitabilitas dan *leverage* terhadap pengungkapan CSR. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan (*size*) berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) pada perusahaan properti, *real estate*, dan konstruksi bangunan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hasil penelitian ini mendukung teori *stakeholder* yang menjelaskan bahwa perusahaan besar mempunyai jumlah *stakeholder* yang banyak sehingga akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mendapatkan dukungan dari para *stakeholder*. Hasil penelitian ini mendukung hipotesis pertama dalam penelitian ini yaitu *size* perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) pada perusahaan properti, *real estate*, dan konstruksi bangunan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Tidak berpengaruhnya profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial diduga karena pelaksanaan aktivitas sosial dan pengungkapan tanggung jawab sosial sangat tergantung dari kesadaran manajemen perusahaan, bukan dari kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan. Hasil penelitian ini tidak mendukung hipotesis kedua dalam penelitian ini yaitu profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, dan sekaligus tidak menjawab masalah kedua dalam penelitian ini.

Leverage berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) pada perusahaan properti, *real estate*, dan konstruksi bangunan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hasil penelitian ini berhasil mendukung teori legitimasi yang menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki utang yang tinggi akan mempunyai resiko finansial yang lebih besar, sehingga berkemungkinan besar dapat menurunkan kepercayaan pihak lain atas kemampuan perusahaan dalam mengembalikan dana. Hasil penelitian ini mendukung hipotesis ketiga dalam penelitian ini yaitu *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

DAFTAR PUSTAKA

- A Chariri dan Imam Ghozali. 2007. "Teori Akuntansi". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ahmad Nurkhin. 2009. Corporate Governance dan Profitabilitas: Pengaruhnya Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). Jurnal Magister Akuntansi. Universitas Diponegoro.

- Ahmad, F. 2014. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan *Sustainability Report* Perusahaan-perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi*, 23.
- Ahmad, Kamil & Antonius, Herusetya. 2012. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan Kegiatan Corporate Social Responsibility. *Media Riset Akuntansi*, Vol. 2 No. 1 Februari 2012.
- Ahmad, N.N.N., dan Sulaiman, M. (2004), "Environmental Disclosures in Malaysian Annual Reports: A Legitimacy Theory Perspective". *International Journal of Commerce and Management*, 14, 44.
- Aini, Agustya Kurratul, 2015. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Indeks LQ45 Bursa Efek Indonesia (BEI). Universitas Mulawarman. *Jurnal Kinerja/ Volume 12 Nomor 1/ Tahun 2015*.
- Amran, Azlan dan S. Susela Devi. 2008. "The Impact Of Government And Foreign Affiliate Influence On Corporate Social Reporting (The Case Of Malaysia)". *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 23, No. 4, hal. 386-404.
- 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. *Simposium Nasional Akuntansi*, 9, 23-26.
- Anwar, Samsinar; Siti. Haerani, Gagaring Pagalung. (2008). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan dan Harga Saham. (Online). (<http://adln.lib.unair.ac.id/> diakses 5 Maret 2019)
- Chek, I. T., Mohamad, Z. Z., Yunus, J., & Norwani, N. M. 2013. *Corporate Social Responsibility CSR Disclosure In Consumer Products and Plantation Industry In Malaysia*. *American International Journal of Contemporary Research*, 35, 118-125.
- Darwin, Ali. 2004. Corporate Social Responsibility (CSR), Standards & Reporting. Seminar Nasional Universitas Katolik Soegijapranata.
- Ervina. 2017. "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2010-2014)". *Skripsi Universitas Lampung*.
- Freeman, R.E. 1984. *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Pitman Publishing, Boston.
- Ghozali, I. 2006. *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Global Reporting Initiative. *GRI Sustainability Reporting GuideLines G3*. Webiste <https://www.globalreporting.org/>.diakses pada 17 Maret 2019
- Hadi, Nor. 2014. Corporate Social Responsibility. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Hasanudin Abdurakhman. 2018. *Tanggung Jawab Sosial Industri Rokok*. Melalui <https://news.detik.com/kolom/d-3803959/tanggung-jawab-sosial-industri-rokok>.8 Januari 2018. Diakses tanggal 1 Juli 2019.
- ISO. 2010. *Draft International Standar ISO 26000: Guidance on Social Responsibility*
- Kamil, Ahmad dan Antonius Herusetya. 2012. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan Kegiatan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Media Riset Akuntansi*. Vol. 2, No. 1. ISSN 2088-2106.

- Kasmir. (2012:151), Analisis Laporan Keuangan. Jakarta Raja Grafindo Persada. Kasmir. (2012:153), Analisis Laporan Keuangan. Jakarta: Raja Grafindo Persada. Kasmir. (2012:196), Analisis Laporan Keuangan. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kokubu, K. et al. (2001). Determinants of environmental report publication in Japanese companies. Paper presented at the 3rd APIRA Conference, Adelaide, July 1-24.
- Lang, Mark and Russell Lundholm. 1993. Cross-Sectional Determinants of Analyst Ratings of Corporate Disclosures. *Journal of Accounting Research* Vol. 31 No. 2, pp. 246-271. <http://www.jstor.org/stable/249127>.
- Maulana, F., dan E. N. A. Yuyetta. 2014. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). *Diponegoro Journal Of Accounting*. Volume 3, Nomor 2, Tahun 2014, Halaman 1-14 ISSN (Online): 2337-3806.
- Mawarni, Elisabet Inge. 2010. Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Profitabilitas Perusahaan Pertambangan di Bursa Efek Indonesia. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional.
- Nur, Marzully, dan Denies Priantinah. 2012. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility di Indonesia (Studi Empiris Pada Perusahaan Berkategori High Profile yang Listing di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Nominal*, Volume 1, No. 1, 22-34.
- Purnasiwi, J., & Sudarno, S. 2011. Analisis Pengaruh *Size*, Profitabilitas dan *Leverage* Terhadap Pengungkapan CSR pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (*Doctoral dissertation*, Universitas Diponegoro).
- Puspitaningtyas, Astri. 2011. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur di BEI tahun 2008-2009. *Skripsi Universitas Negeri Semarang*.
- Rifandi, Ahmad. 2017. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Leverage terhadap Pengungkapan Sustainability Report. Artikel. Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Padang.
- Sembiring, E. R. 2005. Karakteristik perusahaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial: study empiris pada perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Jakarta. *MAKSI*, 6.
- Sembiring, Eddy Rismanda. 2003. "Kinerja Keuangan, Political Visibility, Ketergantungan Pada Hutang, dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.". Simposium Nasional Akuntansi VI, Surabaya, 16 – 17 Oktober 200
- Setiawan, D., & Putra, W. E. 2011. Pengaruh *Size*, Profitabilitas, *Leverage*, Kepemilikan dalam Negeri dan Kepemilikan Asing terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Survey* pada Perusahaan Industri yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Penelitian Universitas Jambi: Seri Humaniora*, 13(2).
- Subiantoro, O. H., & Mildawati, T. 2015. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 49.
- Sudana, I Made dan Putu Ayu Arlindania. (2011). Corporate Governance dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Perusahaan GoPublic di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, 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/ Journal of Theory and Applied Management*, 4(1).
- Sulastrri, dkk. 2011. Pengaruh *Leverage*, Profitabilitas, *Size*, Umur Perusahaan dan Ukuran

Dewan Komisaris terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab sosial Perusahaan (Studi pada Perusahaan Pertambangan yang Listing di BEI Tahun 2004-2008). *Jurnal Lipi*.

TW. Wah, *Perusahaan Properti Ini Dilaporkan Langgar Amdal*. Melalui <https://www.jpnn.com/news/wah-perusahaan-properti-ini-dilaporkan-langgar-amdal?page=1>. 12 Oktober 2015. Diakses tanggal 7 Agustus 2015.

Widyatmoko, R., & Ardiyanto, M. D. 2011. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Laporan Tanggung Jawab Sosial (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia). (*Doctoral dissertation*, Universitas Diponegoro).