



Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Lembaga Keuangan yang Terdaftar di BEI

Fadilla Cahyaningtyas^{a1*}

INFORMASI ARTIKEL

ABSTRACT

¹

* Corresponding author.

E-mail address: fadilla_cahyaningtyas@yahoo.co.id

Article history:

Dikirim 13 May 2018
Revisi pertama 15 May 2018
Diterima 16 May 2018
Tersedia *online* 8 June 2018

This study aimed to examine the determinant of the disclosure of corporate social responsibility in the Indonesian financial institutions. By using purposive sampling method, there are 76 financial institutions that used as sample research, with data as much as 228 data. The sample were financial institutions, which had published an annual report between 2014 to 2016. This study uses multiple linear regression analysis to test the research hypothesis. The results showed that firm size and leverage gave a significant positive effect on CSR disclosure. Meanwhile, the calculation of profitability showed no significant effect on CSR disclosure.

Keywords: corporate social responsibility, financial institutions, company size, profitability, leverage

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji determinan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan di lembaga keuangan Indonesia. Dengan menggunakan metode purposive sampling, terdapat 76 lembaga keuangan yang digunakan sebagai sampel penelitian, yakni sebanyak 228 data. Sampel penelitian adalah lembaga keuangan yang telah menerbitkan laporan tahunan antara tahun 2014 hingga 2016. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda untuk menguji hipotesis penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan leverage memberikan pengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR. Perhitungan profitabilitas tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan CSR.

2018 FEB UPNVJT. All rights reserved

^aManajemen, STIE Asia Malang, Indonesia.

PENDAHULUAN

CSR dalam konteks persaingan bisnis saat ini merupakan sebuah fenomena fundamental. Pentingnya CSR inipun merubah *mindset* para pelaku bisnis, di mana laba tidak lagi menjadi tujuan utama suatu perusahaan, dan laba bukan lagi “segala-galanya”. Kesadaran ini diikuti oleh semakin maraknya kepedulian pelaku bisnis untuk menciptakan produk yang ramah lingkungan dan diproduksi dengan memperhatikan kaidah-kaidah sosial dan prinsip hak asasi manusia (HAM). Oleh karena itu dalam menjalankan usahanya, pelaku bisnis perlu untuk mengedepankan konsep *sustainability*, yaitu suatu konsep yang memungkinkan suatu kehidupan akan terus lestari, begitupun bagi kehidupan perusahaannya (Rajafi & Irianto, 2007).

Konsep *sustainability* suatu perusahaan tersebut dituangkan dalam *Triple Bottom Line Reporting*, di mana pelaporan kinerja mencakup tiga aspek, yaitu ekonomi, sosial, dan lingkungan hidup. Melalui ketiga aspek pengungkapan ini, perusahaan selalu dihimbau untuk bertanggung jawab terhadap pihak yang lebih luas dari pada kelompok pemegang saham dan kreditur saja (Sembiring, 2005). Hal ini diperkuat dengan pernyataan Muqodim & Susilo (2013) bahwa *Triple Bottom Line* ini mengarahkan perusahaan-perusahaan secara suka rela berkontribusi untuk menciptakan kehidupan sosial yang lebih baik serta lingkungan yang sehat. Lebih lanjut, Sihotang (dalam Rajafi & Irianto, 2007) menyatakan bahwa pengungkapan ketiga aspek ini dibutuhkan untuk membangun kepercayaan, menjawab kebutuhan dan memperkuat komunikasi dengan *stakeholder*, mengurangi resiko perusahaan dan menjaga reputasi, mendorong perbaikan internal berkelanjutan, serta mencapai keuntungan kompetitif atas modal, buruh, pemasok, dan pelanggan. Pelaporan ketiga aspek kinerja tersebut dikemas dalam laporan tahunan atau yang lebih dikenal dengan *annual report*. Kinerja aspek bidang ekonomi dituangkan dalam bentuk laporan keuangan perusahaan, sedangkan aspek sosial dan lingkungan hidup dicerminkan pada bagian laporan pertanggungjawaban sosial atau yang lebih dikenal dengan *corporate social responsibility* (CSR).

CSR dapat didefinisikan sebagai kumpulan kebijakan dan praktik yang berhubungan dengan *stakeholder*, perilaku yang berhubungan dengan etika bisnis, nilai-nilai sosial, di luar kepentingan

perusahaan, pemenuhan ketentuan hukum (Cahya, 2010; Xie et al., 2017; Ettinger et al., 2018). Selain itu, Xie et al. (2017) juga melihat CSR sebagai komitmen bisnis terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan, seperti peningkatan kualitas karyawan, keluarga, ataupun masyarakat lokal. Lebih lanjut, Arena et al. (2017) menyatakan praktik CSR berupa kegiatan komunitas lokal (misalnya, penghargaan), sumber daya manusia dan praktik manajemen perusahaan (seperti kesetaraan gender, pemberdayaan karyawan), serta penggabungan aspek lingkungan hidup dan sosial (seperti teknologi berbasis efisien energi, dan sebagainya).

CSR juga dianggap sebagai salah satu strategi bisnis sebuah perusahaan karena kontribusinya terhadap kinerja keuangan dan nilai pasar (Sharp et al., 2010; Arena et al., 2017). Lebih lanjut, CSR merupakan program tanggung jawab perusahaan yang dapat memberikan manfaat positif untuk komunitas sekitar perusahaan maupun masyarakat secara luas (Avicenia, 2014). Dengan adanya praktik CSR, diharapkan dapat menjaga reputasi dan citra positif perusahaan sehingga berdampak pada keberlangsungan bisnisnya. Selanjutnya, dengan adanya reputasi dan citra positif, perusahaan akan mendapatkan konsumen yang lebih banyak, lebih loyal, dan pada akhirnya akan meningkatkan keuntungan perusahaan (Sari, 2014). Besarnya kontribusi CSR tersebut, perusahaan semakin dituntut tidak hanya fokus pada laporan keuangan semata (*single bottom line*), melainkan sudah menyinergikan tiga elemen (*Triple Bottom Line*) yang merupakan kunci dari konsep CSR tersebut.

Implementasi CSR di Indonesia diatur dalam pasal 74 Undang-undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, tanggung jawab sosial, dan lingkungan yang berlaku bagi perseroan yang mengelola/memiliki dampak terhadap sumber daya alam dan tidak dibatasi kontribusinya serta dimuat dalam laporan keuangan. Hal tersebut diperkuat dalam UU No. 25 tahun 2007 tentang penanaman modal, di mana pasal 15 huruf b menyebutkan bahwa “Setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan”. Selain itu, pelaksanaan kegiatan CSR, khususnya bagi perusahaan publik juga diatur oleh Bapepam-LK melalui Peraturan Bapepam Nomor X.K.6 tentang penyampaian laporan tahunan Emiten atau Perusahaan Publik. Regulasi-regulasi

tersebut menjadi landasan sekaligus pedoman bagi perusahaan-perusahaan publik di Indonesia untuk menyelenggarakan wujud tanggung jawab sosial yang baik dan merata di seluruh aspek. Bahkan menurut Muqodim dan Susilo (2013) Sebanyak 72% di tahun 2010 dan 77% di tahun 2011 dari perusahaan yang go publik di Indonesia telah melaporkan kinerja lingkungan dan sosial dalam pelaporan tahunannya.

Perkembangan praktik pelaporan CSR ini diikuti semakin populernya penelitian dengan topik CSR. Penelitian di Indonesia tentang praktik pengungkapan tanggung jawab sosial telah banyak dilakukan, antara lain oleh Sembiring (2005), Rajafi et al. (2007), Zainudin (2007), Nurkhin (2009), Cahya (2010), Pian (2010), Kurnianto (2011), Yintayani (2011), Wijaya (2012), Muqodim & Susilo (2013), dan Sari (2014). Setelah ditelaah lebih dalam, penelitian-penelitian mengenai pengungkapan CSR di Indonesia tersebut banyak yang lebih berfokus pada perusahaan-perusahaan manufaktur, di mana operasionalnya berkaitan langsung dengan pemanfaatan sumber daya alam dan memberikan dampak langsung terhadap lingkungan sekitarnya. Sedangkan, penelitian pengungkapan CSR terhadap perusahaan yang tidak memberikan dampak langsung terhadap kelestarian lingkungan masih sangat jarang dilakukan di Indonesia. Hal ini menjadi motivasi pertama bagi peneliti untuk melakukan penelitian mengenai luas pengungkapan tanggung jawab sosial pada lembaga keuangan. Pada penelitian ini, peneliti ingin mengetahui luas pengungkapan tanggung jawab sosial pada lembaga keuangan, di mana operasional perusahaannya tidak langsung memberikan dampak langsung terhadap sumber daya alam dan lingkungan sekitar.

Motivasi kedua penelitian ini didorong oleh kewajiban pengungkapan CSR oleh lembaga keuangan yang diatur dalam UU No. 25 tahun 2007 dan Peraturan Bapepam Nomor X.K.6. Pada UU No. 25 tahun 2007 pasal 15 b menyebutkan bahwa "Setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan", dimana yang dimaksud tanggung jawab sosial perusahaan adalah tanggung jawab yang melekat pada setiap perusahaan penanaman modal untuk tetap menciptakan hubungan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat. Pernyataan di atas tersebut meyakinkan peneliti

bahwa sebenarnya kewajiban pengungkapan CSR tidak hanya sebatas pada perusahaan manufaktur saja, namun juga pada perusahaan diluar manufaktur, seperti lembaga keuangan. Lebih lanjut, pada peraturan Bapepam nomor X.K.6 juga menyebutkan bahwa laporan tahunan perusahaan publik salah satunya wajib memuat tanggung jawab sosial perusahaan, di mana meliputi kebijakan, jenis program, dan biaya yang dikeluarkan terkait aspek lingkungan hidup, praktik ketenagakerjaan, kesehatan, dan keselamatan karyawan, pengembangan sosial dan masyarakat, serta tanggung jawab produk. Pernyataan kedua tersebut semakin meyakinkan peneliti bahwa lembaga keuangan juga diwajibkan menyampaikan laporan pertanggungjawaban sosialnya.

Motivasi terakhir dari penelitian ini adalah keberagaman hasil yang ditunjukkan dari berbagai penelitian terkait pengungkapan CSR. Seperti penelitian yang menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara ukuran perusahaan dan pengungkapan CSR oleh Sembiring (2005), Brammer & Pavelin (2006), Nurkhin (2009), Cahya (2010), Pian (2010), Wijaya (2012), Andrikopoulus et al. (2014). Sebaliknya penelitian yang dilakukan oleh Zainudin (2007) menunjukkan hasil yang berbeda, yaitu ukuran perusahaan tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas suatu perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR (Andrikopoulus et al., 2014; Cahya, 2010; dan Pian, 2010; Sembiring, 2005). Sedangkan beberapa penelitian menunjukkan hasil bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR (Rosiana et al., 2013; Yintayani, 2011; Wijaya, 2012; Zaenudin, 2007; Nurkhin, 2010; Badjuri, 2011).

Hubungan antara *leverage* dengan pengungkapan tanggungjawab sosial masih terjadi ketidakkonsistenan hasil. Beberapa penelitian menunjukkan pengaruh signifikan variabel *leverage* terhadap pengungkapan CSR (Andrikopoulus et al., 2014; Yintayani, 2011; Cahya, 2010). Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Wijaya (2012) dan Sembiring (2005) menunjukkan variabel *leverage* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

KAJIAN LITERATUR

Penelitian ini didasarkan pada analisis teori keagenan yang dikemukakan oleh Jensen & Meckling (1976) dan teori *Stakeholder* yang dikembangkan oleh Freeman (1984).

Teori Keagenan

Pada dasarnya, teori keagenan membahas hubungan antara prinsipal sebagai pemilik atau pemegang saham dan agen sebagai manajemen (Hikmah et al., 2011). Jensen & Meckling (1976) mengemukakan bahwa hubungan keagenan terjadi ketika satu atau lebih individu (prinsipal) mempekerjakan individu lain (agen) untuk memberikan suatu jasa dan kemudian mendelegasikan kekuasaan kepada agen untuk membuat suatu keputusan atas nama prinsipal tersebut. Berdasarkan teori keagenan, prinsipal dan agen memiliki kepentingan yang berbeda, tetapi samasama berusaha memaksimalkan kepuasannya masing-masing (Jensen & Meckling, 1976 dalam Raharjo, 2007).

Lebih lanjut, menurut Hikmah et al. (2011) dalam teori keagenan, kemungkinan seorang agen akan berusaha untuk memaksimalkan utilitas mereka sendiri, dengan mengorbankan kepentingan para prinsipal. Hal ini akan melahirkan konflik keagenan di antara ke dua belah pihak. Salah satu cara untuk meminimalkan konflik tersebut adalah dengan pengungkapan informasi oleh agen. Inchausti (dalam Santoso et al., 2017) mengemukakan bahwa manajemen (agen) perusahaan yang menghasilkan profit lebih tinggi kemungkinan akan melakukan pengungkapan yang lebih luas dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan pribadi, seperti promosi jabatan dan kompensasi. Sebaliknya, apabila profit perusahaan menurun, maka manajemen akan cenderung mengurangi pengungkapan informasi dengan tujuan untuk menyembunyikan alasan yang mengakibatkan profit perusahaan turun.

Teori *Stakeholder*

Definisi *stakeholder* menurut Freeman (1984) (dalam Badjuri, 2011) adalah setiap kelompok atau individu yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh pencapaian tujuan organisasi. Teori *stakeholder* sendiri berasumsi bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus mampu memberikan manfaat bagi stakeholdernya, seperti pemegang saham, kreditor, konsumen,

supplier, pemerintah, masyarakat, analis dan pihak lain (Badjuri, 2011; Rosiana et al., 2013). Selain itu, Jensen (2001) dalam Rosiana et al. (2013) mengungkapkan bahwa keputusan manajemen harus memperhatikan *stakeholder*-nya untuk meningkatkan nilai perusahaan. Oleh karena itu, sebuah perusahaan harus mampu memenuhi kepentingan dan keinginan pihak *stakeholder* untuk mempertanggung jawabkan segala aktivitas operasional perusahaan karena dukungan *stakeholder* sangat mempengaruhi keberadaan sebuah perusahaan (Zanjabil, 2015; Rosiana et al., 2013).

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat dilihat bahwa teori *stakeholder* secara umum berkaitan dengan cara-cara sebuah perusahaan dalam mengatur *stakeholder*-nya (Gray et al., 2015 dalam Zanjabil, 2015). Menurut Ulman (dalam Pian, 2010) cara sebuah perusahaan mengelola *stakeholder*-nya tergantung pada pilihan strategi yang diadopsi perusahaan, yaitu strategi aktif atau pasif. Strategi aktif dapat diterapkan apabila perusahaan ingin berusaha mempengaruhi hubungan organisasinya dengan *stakeholder*. Sebaliknya, strategi pasif lebih cenderung tidak memonitor aktivitas *stakeholder* terus menerus dan tidak berusaha mencari strategi optimal untuk menarik perhatian *stakeholder*, sehingga mengakibatkan semakin rendahnya tingkat pengungkapan informasi sosial dan kinerja sosial suatu perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap pengungkapan CSR

Ukuran perusahaan (*size*) merupakan variabel yang sering digunakan dalam penelitian untuk menjelaskan hubungannya dengan luas pengungkapan (Sembiring, 2005; Hikmah et al., 2011; Rhou et al., 2016; Zanjabil, 2015; Andrikopoulos et al., 2014; Wijaya, 2012; Hikmah et al., 2011; Badjuri, 2011; Zaenuddin, 2007; Cahya, 2010; Pian, 2010). Meskipun masih terdapat hasil penelitian yang berbeda, namun kebanyakan penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR (Sembiring, 2005; Brammer & Pavelin, 2006; Nurkhin, 2009; Cahya, 2010; Pian, 2010; Wijaya, 2012; Andrikopoulos et al., 2014). Pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR dapat didasarkan pada analisis teori agensi, di mana perusahaan besar memiliki

biaya keagenan yang lebih kecil dibanding perusahaan kecil (Jensen & Meckling, 1976), sehingga pengungkapan informasi perusahaan besar lebih banyak dalam upaya mengurangi biaya keagenan.

Ukuran perusahaan dapat didasarkan pada jumlah aktiva (aktiva tetap, tidak berwujud dan lain-lain), jumlah tenaga kerja, penjualan ataupun kapitalisasi pasar (Sembiring, 2003; Siregar, 2013; Gray et al., 2001 dalam Sembiring, 2005; Cahyonowati, 2003 dalam Cahya, 2010). Konsisten dengan penelitian Sembiring (2005) dan Cahya (2010), maka pada penelitian ini ukuran perusahaan dinyatakan dalam jumlah tenaga kerja pada Lembaga keuangan yang terdaftar di BEI. Oleh karena itu, peneliti merumuskan hipotesis untuk ukuran perusahaan adalah sebagai berikut:

H1: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan CSR

Profitabilitas dapat menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba melalui semua sumber daya yang ada (misalnya Wijaya, 2012; Hikmah et al., 2011; dan Rosiana et al., 2013). Bowman & Haire serta Belkaoui & Karpik (dalam Badjuri, 2011) mengatakan bahwa dengan adanya kepedulian sosial menghendaki manajemen untuk membuat perusahaan menjadi *profitable*. Kamil & Herusetya (dalam Rosiana et al., 2013) berasumsi bahwa tingkat profitabilitas yang semakin besar menunjukkan perusahaan mampu mendapatkan laba yang semakin besar, sehingga perusahaan mampu untuk meningkatkan aktivitas tanggung jawab sosial, serta mengungkapkan tanggung jawab sosialnya dalam laporan tahunan dengan lebih luas.

Hal ini senada dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh Badjuri (2011), Rosiana et al. (2013), dan Nurkhin (2010), di mana mengidentifikasi profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Hal ini disebabkan karena manajemen ingin meyakinkan pemilik atau investor tentang profitabilitas yang dicapai perusahaan agar mereka meningkatkan kompensasi untuk manajemen, oleh karena itu pihak manajemen melakukan pengungkapan yang lebih luas (Hikmah et al., 2011). Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis untuk variabel profitabilitas adalah sebagai berikut:

H2: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR

Pengaruh Leverage Terhadap Pengungkapan CSR

Rasio leverage menunjukkan gambaran tentang struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang. Ketika sebuah perusahaan memiliki utang, maka manajemen perusahaan akan berhadapan dengan tekanan kreditur utama yang ingin memeriksa penggunaan sumber daya keuangan perusahaan (Andrikopoulos, 2014). Oleh sebab itu, perusahaan dengan rasio leverage yang tinggi berkewajiban untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas dibanding dengan perusahaan yang memiliki rasio leverage yang rendah (Badjuri, 2011; Yintayani, 2011). Pengungkapan informasi sosial ini diperlukan untuk menghilangkan keraguan pemegang obligasi terhadap dipenuhinya hak-hak mereka sebagai kreditur (Schipper & Meek et al., dalam Yintayani, 2011).

Pernyataan di atas sejalan dengan teori keagenan yang menyatakan bahwa perusahaan dengan rasio leverage yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi sosial perusahaan mereka (Jensen & Meckling, 1976 dalam Badjuri, 2011). Senada dengan teori keagenan, beberapa penelitian menyatakan hasil bahwa rasio leverage memberikan pengaruh positif terhadap pengungkapan CSR (misalnya Andrikopoulos, 2014; Cahya, 2010; dan Badjuri, 2011). Berdasarkan penjelasan di atas, maka peneliti merumuskan hipotesis terakhir sebagai berikut:

H3: *Leverage* berpengaruh positif pada pengungkapan CSR

METODE PENELITIAN

Pengumpulan dan Pemilihan Data

Penelitian ini menggunakan data sekunder berupa laporan tahunan (*annual report*) yang diperoleh dengan melakukan akses *official website* www.idx.co.id. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Sedangkan, sampel penelitian ini dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling*, dengan kriteria: (1) Lembaga keuangan yang telah terdaftar di BEI, di mana daftar lembaga keuangan tersebut diperoleh peneliti

di *official website* www.sahamok.com; (2) Lembaga keuangan yang telah mempublikasikan laporan tahunannya diantara tahun 2014 s/d 2016. Pemilihan periode ini didasarkan pada penelitian yang telah dilakukan oleh para ahli CSR di kawasan Asia (Cheam, 2015) dimana pada tahun 2015 CSR diidentifikasi sebagai isu terpenting. Hal ini disebabkan oleh transparansi dan akuntabilitas yang semakin meningkat di tahun 2015. Berdasarkan hal tersebut, pemilihan periode 2014 s/d 2016 dirasa tepat karena tahun 2014 merupakan peralihan pentingnya isu CSR di tahun 2015, sedangkan tahun 2016 diharapkan semakin banyak lembaga ekonomi yang melakukan pengungkapan CSR.

Berdasarkan kriteria yang ditetapkan di atas, Lembaga keuangan yang terdaftar di BEI sebanyak 79 perusahaan. Dari 79 perusahaan tersebut, 3 perusahaan tidak mempublikasikan laporan tahunan selama tiga tahun berturut-turut (2014 s/d 2016). Oleh karena itu, sample yang digunakan dalam penelitian ini adalah 76 perusahaan dengan jumlah data sebanyak 228 data.

Pengukuran Variabel

Pengungkapan CSR pada penelitian ini diukur dengan menggunakan indeks CSR. Peneliti

melakukan analisis dengan menggunakan *content analysis* (Andrikopulus et al., 2014; Ettinger et al., 2018; Darus et al., 2015). Analisis ini dengan memberikan *score* terhadap pengungkapan CSR pada laporan tahunan berdasarkan indeks CSR. Indeks CSR yang digunakan pada penelitian ini adalah kriteria CSR yang pernah digunakan oleh Andrikopoulus (2014), di mana penelitian CSR juga dilakukan pada lembaga keuangan. Terdapat 3 tema CSR (tabel 1) yang terdiri dari tema lingkungan, tema etika, dan tema kemanusiaan. Ketiga tema tersebut terdiri dari 22 item pertanyaan.

Scoring untuk setiap item pertanyaan adalah score 0 untuk item yang tidak diungkapkan, dan score 1 untuk item yang diungkapkan. Perhitungan besarnya indeks CSR dapat dilakukan dengan membandingkan jumlah score yang diungkapkan dengan jumlah score pengungkapan maksimum. Perhitungan indeks CSR dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$CSR I = \frac{\text{Jumlah Score Pengungkapan}}{\text{Jumlah Score Maksimum pengungkapan}}$$

Tabel 1. Kategori Pengungkapan CSR

Kategori Pengungkapan		
Pengungkapan Lingkungan		
CSRI1	Kebijakan Lingkungan	Andrikopoulus et al., 2012
CSRI2	Dampak perusahaan di Lingkungan	Andrikopoulus et al., 2012
CSRI3	Perbaikan/ Kemajuan Lingkungan	Andrikopoulus et al., 2012
CSRI4	Konsumsi/ Pemakaian	Andrikopoulus et al., 2012
CSRI5	Pembuangan	Andrikopoulus et al., 2012
CSRI6	Sertifikat Lingkungan	Andrikopoulus et al., 2012
CSRI7	Tujuan/ Sasaran Lingkungan	Andrikopoulus et al., 2012
CSRI8	Tindak Lanjut Tujuan Lingkungan	Andrikopoulus et al., 2012
Pengungkapan Etika		
CSRI9	Kode Praktik	Andrikopoulus et al., 2012
CSRI10	Hak Asasi Manusia	Andrikopoulus et al., 2012
CSRI11	Amal dan Sponsor	Andrikopoulus et al., 2012
CSRI12	Hubungan dengan Investor	Andrikopoulus et al., 2012
CSRI13	Etika Bisnis	Andrikopoulus et al., 2012
CSRI14	Keamanan dan dampak Produk	Andrikopoulus et al., 2012
CSRI15	Kebijakan Investasi	Andrikopoulus et al., 2012
CSRI16	Supply Chain	Andrikopoulus et al., 2012
Pengungkapan Kemanusiaan		
CSRI17	Nilai	Andrikopoulus et al., 2012
CSRI18	Kondisi Karyawan	Andrikopoulus et al., 2012
CSRI19	Perubahan Jumlah Karyawan	Andrikopoulus et al., 2012
CSRI20	Pendidikan Karyawan	Andrikopoulus et al., 2012
CSRI21	Kesehatan dan Keamanan	Andrikopoulus et al., 2012
CSRI22	Kesempatan yang setara	Andrikopoulus et al., 2012

Sumber: Andrikopoulos et al. (2012)

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan pada penelitian ini diproksikan dengan jumlah karyawan pada Lembaga keuangan. Variabel ukuran perusahaan ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Ukuran\ Perusahaan = Jumlah\ Karyawan$$

Profitabilitas

Profitabilitas pada penelitian ini diproksikan dengan *Return on Asset (ROA)*. ROA digunakan untuk mengukur tingkat pengembalian investasi total, di mana dapat diperoleh dengan membandingkan laba (sebelum pajak) dengan rata-rata aset. ROA merupakan rasio terpenting untuk mengetahui tingkat profitabilitas suatu perusahaan, karena mengukur efektifitas perusahaan di dalam menghasilkan laba dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya. Variabel profitabilitas yang diproksikan dengan ROA dapat dirumuskan berikut ini.

$$ROA = \frac{Laba\ sebelum\ pajak}{Rata - rata\ Aset}$$

Leverage

Variabel *leverage* pada penelitian ini menggunakan proksi *Debt to Equity Ratio (DER)* atau rasio hutang. Proksi DER dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Metode Analisis Data

Teknik pengujian hipotesis pada penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Model analisis regresi linear berganda yang baik adalah model yang telah memenuhi kriteria analisis asumsi klasik. Oleh karena itu, pada penelitian ini terlebih dahulu melakukan uji asumsi klasik sebelum melakukan analisis regresi. Model persamaan regresi linear berganda pada penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

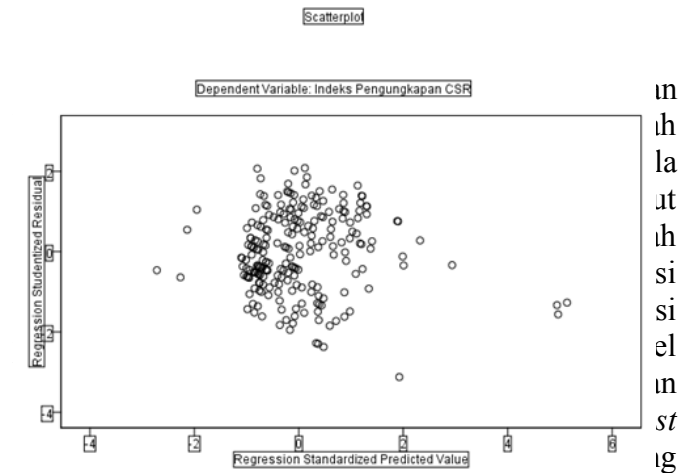
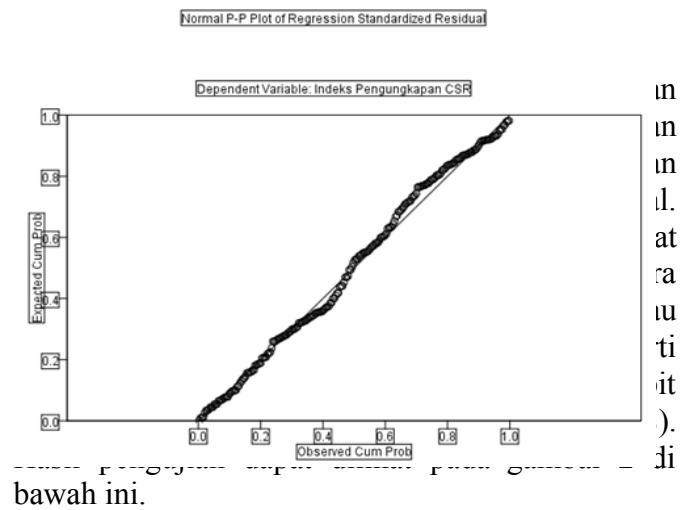
$$y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

Menurut Bahri (2018) sebuah model regresi yang baik akan memenuhi kriteria *Best Linear Unbiased Estiminator (BLUE)*, di mana kriteria

BLUE akan dapat dicapai bila memenuhi syarat asumsi klasik. Pada model penelitian regresi linear berganda ini sudah memenuhi 4 uji asumsi klasik, yaitu uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi, dan uji multikolinieritas. Pengujian normalitas dengan melihat nilai *kolmogrov-smirnov test*. Hasil perhitungann menunjukkan bahwa nilai signifikansi 0,319 > 0,05. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Selain itu, pengujian normalitas diperkuat dengan hasil uji metode grafik (Gambar 1).



menunjukkan bahwa model penelitian regresi linear tidak terjadi autokorelasi.

Menurut Ghazali (dalam Bahri, 2018) uji multikolinieritas bertujuan untuk mendeteksi apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antarvariabel independen. Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas, dapat dilakukan dengan menghitung nilai *variance inflation factor (VIF)*. Hasil perhitungan (lihat tabel 2) *coefficients* menunjukkan bahwa nilai VIF variabel ukuran perusahaan (Size) sebesar 1,044; VIF variabel profitabilitas adalah 1,008; dan VIF variabel

leverage sebesar 1,041. Nilai VIF ketiga variabel tersebut < 10, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antarvariabel bebas dalam model regresi yang digunakan.

Tabel 2. *Coefficients* Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Ukuran Perusahaan	.958	1.044
Profitabilitas	.992	1.008
Leverage	.960	1.041

a. Dependent Variable: Indeks Pengungkapan CSR

Pengujian Hipotesis dan Pembahasan

Hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan (*Size*), profitabilitas, dan leverage terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial dengan menggunakan analisis linear berganda. Berdasarkan uji Anova (tabel 3) atau uji F dapat disimpulkan bahwa model persamaan regresi dalam penelitian ini dapat digunakan untuk menguji pengaruh ukuran perusahaan (*Size*), profitabilitas, dan leverage terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Hal ini dapat dibuktikan oleh nilai F dengan signifikan $0,000 < 0,05$. Nilai uji F ini juga menunjukkan bahwa secara simultan variabel ukuran perusahaan (*Size*), profitabilitas, dan leverage berpengaruh terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial dalam laporan tahunan lembaga keuangan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai $F_{hitung} (30,807) > F_{tabel} (2,64)$.

Tabel 3. ANOVA

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	4.762	3	1.587	30.807	.000 ^a
Residual	11.542	224	.052		
Total	16.304	227			

a. Predictors: (Constant), LEVERAGE, PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN

b. Dependent Variable: INDEKS PENGUNGKAPAN CSR

Pada tabel 4 dapat dilihat bahwa nilai multiple R (koefisien korelasi berganda) adalah 0,540, di mana nilai tersebut mendekati 1, yang berarti terjadi hubungan yang erat antara variabel independen dan dependen. Lebih lanjut, koefisien determinasi (R^2) menunjukkan angka 0, 292 atau 29,2%. Hal ini menunjukkan bahwa 29,2% pengungkapan tanggung jawab sosial dipengaruhi oleh variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, dan leverage, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini.

Tabel 4. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.540 ^a	.292	.283	.226995805557182

a. Predictors: (Constant), LEVERAGE, PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN

b. Dependent Variable: INDEKS PENGUNGKAPAN CSR

Berdasarkan tabel 5 *coefficients*, maka persamaan regresi dalam penelitian ini dapat ditunjukkan berikut ini.

$$CSRI = 0,313 + 7,520E-6 X_1 + 0,329 X_2 + 0,024 X_3 + e$$

Tabel 5 Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.313	.025		12.426	.000
UKURAN PERUSAHAAN	7.520E-6	.000	.385	6.696	.000
PROFITABILITAS	.329	.217	.086	1.519	.130
LEVERAGE	.024	.004	.301	5.244	.000

a. Dependent Variable: INDEKS PENGUNGKAPAN CSR

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR

Berdasarkan tabel 5, dapat dilihat bahwa nilai $t_{hitung} (6,696) > t_{tabel} (1,9075)$ dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa hipotesis diterima, di mana variabel ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR. Temuan ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Andrikopoulos et al. (2014); Wijaya (2012); Badjuri (2012); Cahya (2010); Sembiring (2005); Pian (2010); dan Sembiring (2003). Hal ini menunjukkan bahwa

lembaga keuangan yang lebih besar akan lebih terbuka pada pengungkapan CSR karena peningkatan visibilitas, kepentingan ekonomi serta dampak sosial akan memicu peningkatan permintaan untuk informasi tentang praktik CSR yang digunakan oleh lembaga keuangan (Andrikopulus, 2014).

Penjelasan di atas memperkuat pernyataan Cowen et al. (2007) yang mengungkapkan bahwa secara teoritis perusahaan yang lebih besar tidak akan lepas dari tekanan, aktivitas operasi juga lebih besar dan pengaruh terhadap masyarakat juga lebih besar, kemungkinan akan memiliki prinsipal yang lebih memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan sehingga pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan lebih luas (Sembiring, 2005; Wijaya, 2012; Badjuri, 2011; Cahya, 2010; Pian KS, 2010). Selain itu, Sembiring (2005) jika dilihat dari pihak jumlah tenaga kerja pada suatu perusahaan, semakin banyak jumlah tenaga kerja maka tekanan pada pihak manajemen lebih besar untuk memperhatikan kepentingan tenaga kerja. Hal ini akan membuat perusahaan semakin banyak melakukan program tanggung jawab sosial yang berkaitan dengan tenaga kerja. Dan selanjutnya, hal ini akan mendorong perusahaan untuk mengungkapkan tanggung jawab sosialnya lebih luas dalam laporan tahunannya.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan CSR

Variabel probabilitas memiliki nilai yang tidak signifikan. Hal ini berarti hipotesis kedua penelitian ini ditolak, di mana variabel probabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR pada lembaga keuangan. Hal ini sesuai dengan hasil pengujian pada tabel 5, di mana nilai signifikan sebesar 0,130 yang melebihi batas level signifikan 5% dan nilai $t_{hitung} (1,519) < t_{tabel} (1,9075)$.

Hasil penelitian ini tidak mendukung teori agensi yang menyatakan bahwa perolehan laba yang semakin besar akan membuat perusahaan mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial lebih luas. Namun, hasil penelitian ini mendukung penelitian yang pernah dilakukan oleh Sembiring (2005), Andrikopoulos et al. (2014), Wijaya (2012), Nurkhin (2009), Cahya (2010), dan Pian (2010) yang menemukan pengaruh profitabilitas yang tidak signifikan terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan penjelasan di atas dapat dilihat bahwa berapapun

profitabilitas yang dihasilkan oleh perusahaan tidak akan mempengaruhi keputusan perusahaan untuk mengungkapkan tanggung jawab sosialnya.

Pengaruh Leverage Terhadap Pengungkapan CSR

Hasil perhitungan tabel 5 menunjukkan nilai $t_{hitung} (5,244) > t_{tabel} (1,9075)$ dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti hipotesis ketiga penelitian ini diterima, di mana variabel leverage memberikan pengaruh yang signifikan terhadap luas pengungkapan CSR. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang pernah dilakukan oleh Andrikopoulos (2014); Cahya (2010); dan Badjuri (2011).

Hasil penelitian ini didukung Andrikopoulos (2014) yang menyatakan bahwa peningkatan leverage berarti peningkatan risiko (kebangkrutan) bagi investor dan kreditor, hal ini juga meningkatkan risiko sistemik untuk lembaga keuangan. Ketika perusahaan dihadapkan pada tingkat leverage tinggi, maka untuk meningkatkan kepercayaan investor dan kreditor, maka manajemen perusahaan akan mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial lebih luas (Cahya, 2010; dan Badjuri, 2011). Hal ini sejalan dengan teori agensi (Jensen & Meckling, 1976) dalam Badjuri (2011) yang memprediksi bahwa perusahaan dengan tingkat rasio leverage tinggi akan mengungkapkan lebih luas informasi sosial perusahaan mereka, karena biaya keagenan dengan struktur modal seperti itu lebih tinggi.

SIMPULAN

CSR merupakan salah satu isu terpenting dalam perkembangan bisnis di Indonesia. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, dan leverage terhadap pengungkapan CSR pada lembaga keuangan yang terdaftar di BEI. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan leverage berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR. Hal ini berarti semakin besar ukuran perusahaan dan semakin tinggi tingkat leverage, maka perusahaan akan mengungkapkan tanggung jawab sosial lebih luas. Sebaliknya, hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Hal ini menunjukkan bahwa berapapun profitabilitas yang

dihasilkan oleh perusahaan tidak akan mempengaruhi keputusan perusahaan untuk mengungkapkan tanggung jawab sosialnya.

Penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, sehingga memiliki beberapa keterbatasan. Adapun keterbatasan penelitian ini, antara lain (1) Masih adanya penilaian subjektif peneliti dalam menentukan indeks pengungkapan CSR, hal ini dikarenakan tidak ada ketentuan baku dalam menentukan indeks pengungkapan CSR; (2) peneliti hanya mengidentifikasi 3 faktor (ukuran perusahaan, profitabilitas, dan leverage) yang mempengaruhi luas pengungkapan CSR; (3) Sample penelitian hanya terbatas pada lembaga keuangan saja; (4) periode sample penelitian hanya selama tiga periode (2014 s/d 2016), hal ini dikarenakan pada saat melakukan penelitian untuk laporan tahunan lembaga keuangan tahun 2017 dan seterusnya belum terpublikasikan.

Berdasarkan keterbatasan di atas, maka untuk penelitian selanjutnya peneliti memberikan beberapa saran, antara lain: (1) Penelitian selanjutnya sebaiknya menambah yang terkait dengan pengungkapan CSR, karena penelitian pengungkapan CSR pada lembaga keuangan masih sangat jarang dilakukan, peneliti terdahulu hanya meneliti sebatas sublembaga perbankan saja; (2) Peneliti selanjutnya, tidak terbatas menentukan sampel penelitian pada lembaga keuangan, namun juga bisa menambah pada lembaga jasa lainnya; dan (3) sebaiknya penelitian selanjutnya, menambah periode laporan tahunan selama 5 tahun atau lebih sehingga memperoleh gambaran yang lebih jelas tentang praktik pengungkapan tanggung jawab sosial pada lembaga keuangan.

DAFTAR PUSTAKA

Andrikopoulos, A., Samitas, A., & Bekiaris, M. (2014). "Corporate Social Responsibility Reporting in Financial Institutions: Evidence from Euronext." *Research in International Business and Finance*. Vol. 32, pp. 27-35. Retrieved from <http://www.elsevier.com/locate/ribaf>

Arena, M., Azzone, G., & Mapelli, F. (2017). "What drivers the evolution of Corporate Social Responsibility Strategies? An Institutional Logics Perspective." *Journal of Cleaner Production*. Vol. 171. pp.345-355.

Retrieved from <http://www.elsevier.com/locate/jclepro>

Avicinea, R. P. (2014). Analisa Implementasi KOnsep Triple Bottom Line pada Program Corporate Social Responsibility sebagai Bagian dari Strategi Hubungan Masyarakat (Studi Kasus: Program C.A.F.E Practice Starbucks). Makalah Non Seminar, Universitas Indonesia, Depok.

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*. Vol 1 No. 1, pp.38-54.

Bahri, S. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Brammer, S., & Pavelin, S. (2006). Factors Influencing the Quality of Corporate Environmental Disclosure. *Business Strategy and the Environment*. Vol. 17(2), pp.120-136. Retrieved from <https://onlinelibrary.wiley.com/>

Cahya, B. A. (2010). *Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Tanggungjawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility)*. Skripsi, Universitas Diponegoro, Semarang.

Cheam, J. (2015). The Top 5 CSR Stories in 2015. Retrieved from www.eco-business.com,

Darus, F., Mad, S., & Nejati, M. (2015). Ethical and Social Responsibility of Financial Institutions: Influence of Internal and External Pressure. *Procedia Economics and Finance*. Vol. 28, pp.183-189. Retrieved from www.sciencedirect.com

Ettinger, A., Krauter, S.G., & Terlutter, R. (2018). Online CSR Communication in the Hotel Industry. *International Journal of Hospitality Management*. Vol. 68, pp. 94-104. Retrieved from <http://www.elsevier.com/locate/ijhm>

Hikmah, N., Chairina., & Rahmayanti, D. (2011). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Luas Pengungkapan Corporate Governance dalam

- Laporan Tahunan Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Simposium Nasional Akuntansi XIV*, pp.1-3.
- Jensen, M. C. & Meckling, W. H. (2016). *Theory of The firm: Managerial Behaviour, Agency Costs and Ownership Structure*. Foundation of Organizational Strategy Harvard University Press.
- Keputusan Ketua Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan nomor: KEP-431/BL/2012. 2012. Jakarta.
- Kurnianto, E. A. (2011). *Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2005-2008)*. Skripsi, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Muqodim., S. J. (2013). Triple Bottom Line Reporting dalam Pelaporan Tahunan Perusahaan Go Public di Indonesia. *JAAI Vol. 17*, pp.31-42.
- Nurkhin, A. (2009). *Corporate Governance dan Profitabilitas: Pengaruhnya terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di bursa Efek Indonesia)*. Tesis, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Pian, A. M. (2010). *Pengaruh Karakteristik Perusahaan dan Regulasi Pemerintah terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Laporan Tahunan di Indonesia*. Skripsi, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Raharjo, E. (2007). Teori Agensi dan Teori Stewardship dalam Perspektif Akuntansi. *Fokus Ekonomi Vol. 1*, pp.37-46.
- Rajafi, L. B., & Irianto, G. (2007). Analisis Pengungkapan Laporan Sosial dan Lingkungan sebagai Bagian dari Triple Bottom Line Reporting dalam Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan: Studi Perbandingan Rata-Rata Tema Pengungkapan Antar Kelompok Industri yang Terdaftar pada Bursa Efek Jakarta Tahun 2005. *TEMA, Volume 8(1)*, Maret 2007.
- Rhou, Y., Singal, M., & Koh, Y. (2016). CSR and financial performance: The role of CSR awareness in the restaurant industry. *International Journal of Hospitality Management. Vol.57*, pp.30-39. Retrieved from <http://www.elsevier.com/locate/ijhosman>
- Rosiana, G. A. M. E., Juliarsa, G., & Sari, M. M. (2013). Pengaruh pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana. Vol.5(3)*, pp.723-738.
- Sari, N. (2014). Analisis Pengungkapan Corporate Social Responsibility berdasarkan Global Reporting Initiatives (GRI): Studi Kasus Perusahaan Tambang BatuBara Bukuit Asam (Persero) Tbk dan Timah (Persero) Tbk. *Binus Business Review. Vol. 5*, pp.527-536.
- Santoso, A. L. & Zaki M. D. (2017). Determinan Pengungkapan Islamic Social Reporting pada Bank Umum Syariah di Indonesia". *Jurnal Dinamika Akuntansi dan Bisnis (JDAB)*. Volume 4126421.
- Sembiring, E. R. (2003). Kinerja Keuangan, Political Visibility, Ketergantungan pada Hutang, dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Simposium Nasional Akuntansi VI*, pp.249-259.
- Sembiring, E. R. (2005). Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Study Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta. *Jurnal MAKSI, Vol. 6(1)*, pp.69-85.
- Siregar, I., Lindrianasari., & Komaruddin. (2013). Hubungan antara Kinerja Lingkungan dan Kinerja Komite Audit dengan Kualitas Pengungkapan Coporate Social Responsibility (Pada Perusahaan Manufaktur di BEI). *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Vol.4(1)*, pp.63-81.
- Sharp, Z., & Zaidman, N. (2010). "Startegization of CSR." *Journal of Business Ethics. Vol.93*,

pp.51-71. Retrieved from
<http://about.jstor.org/terms>

Undang-Undang Nomor 25 tentang Penanam Modal. 2007. Jakarta.

Undang-Undang Nomor 40 tentang Perseroan Terbatas. 2007. Jakarta.

Wijaya, M. (2012). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.” *Jurnal ilmiah Mahasiswa Akuntansi*. Vol. 1, pp.26-30.

Xie, X., Jia, Y., Meng, X., Li, C. (2017). Corporate Social Responsibility, Customer Satisfaction, and Financial Performance: The Moderating Effect of The Institutional Environmet in Two Transition Economics. *Journal of Cleane Production*. Vol. 150 (2017), pp.26-39. Retrieved from
<http://www.elsevier.com/locate/jclepro>,

Yintayani, N. N. (2011). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Corporate Social Responsibility (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2009)*. Tesis, Universitas Udayana, Denpasar.

Zainudin, A. (2007). *Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap Praktek Pengungkapan Sosial dan Lingkungan pada Perusahaan Manufaktur Go Publik*. Tesis, Universitas Diponegoro, Semarang.

Zanjabil, A. (2015). *Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan CSR (Corporate Social Responsibility) pada Perbankan Syariah di Indonesia*. Skripsi, Universitas Diponegoro, Semarang.

