

**PENGARUH *NET PROFIT MARGIN*, UKURAN PERUSAHAAN DAN  
KEPEMILIKAN MANAJERIAL TERHADAP PENGUNGKAPAN  
*CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* PADA PERUSAHAAN  
MANUFAKTUR SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI YANG  
TERDAFTAR DI BEI PRIODE 2012-2015**

**DITA RAHMAYANTI**

**120462201183**

Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi  
Universitas Maritim Raja Ali Haji, Tanjungpinang, 2017  
Yahoo : [ditarahma47@yahoo.com](mailto:ditarahma47@yahoo.com)

**ABSTRAK**

Dita, 2017 : Pengaruh *Net Profit Margin*, Ukuran Perusahaan Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di BEI Periode 2012-2015.

Secara garis besar tujuan penelitian ini adalah menguji dan menganalisis *net profit margin*, ukuran perusahaan dan kepemilikan manajerial terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Penelitian ini menggunakan data sekunder yaitu berupa laporan tahunan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2012-2015.

Sampel yang digunakan sebanyak 10 perusahaan yang didapat melalui purposive sampling, metode analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan nilai sig=5% (0,05). Hasil yang diperoleh adalah variabel *net profit margin* dan kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, hal ini terlihat pada nilai t-hitung kedua variable lebih besar dari t-tabel dan nilai signifikansi kurang dari 5% (0,05), sedangkan variabel lain yakni ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

**Kata kunci :** *Net Profit Margin, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Manajerial Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility.*

## 1. PENDAHULUAN

Perusahaan sebagai bagian dari masyarakat dan lingkungan perlu menyadari bahwa keberhasilan atau prestasi yang dicapai bukan hanya dipengaruhi oleh faktor internal melainkan juga dipengaruhi oleh masyarakat dan lingkungan atau komunitas di sekitar perusahaan (Rahman, 2009) dalam (Purwanto, 2011). Perusahaan dituntut untuk melakukan suatu tindakan yang lebih peduli kepada masyarakat dan lingkungan. Oleh karena itu, sebagai wujud kepedulian dan tanggung jawab perusahaan, perusahaan melakukan pertanggungjawaban sosial atau yang dikenal dengan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

*Corporate Social Responsibility* merupakan komitmen perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasinya untuk senantiasa memberikan kontribusi positif terhadap masyarakat sosial dan lingkungan. Penerapan *Corporate Social Responsibility* oleh perusahaan dapat diwujudkan dengan pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility Disclosure*) yang disosialisasikan ke publik dalam laporan tahunan (*annual report*) perusahaan (Sari, 2012).

Di Indonesia, tanggung jawab sosial perusahaan sudah diikat pada aspek legal melalui klausul dalam UU No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UU PT) dan UU No. 25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal (UU PM). Pasal 74 UU PT menyebutkan bahwa “setiap perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib

melaksanakan tanggung jawab sosial gdan lingkungan”. Sementara pasal 15 (b) UU PM menyebutkan, “setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan”. Jika kewajiban tersebut tidak dilaksanakan maka perseroan atau penanam modal akan dikenakan sanksi mulai dari peringatan tertulis, pembatasan kegiatan usaha, pembekuan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal, hingga pencabutan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal (Rambe dan Wira, 2013).

Dengan adanya ketentuan atau peraturan yang ditetapkan oleh pemerintah tersebut, menunjukkan bahwa pemerintah sebagai salah satu pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan, menuntut perusahaan untuk terlibat dalam pengelolaan masyarakat dan lingkungan. Perusahaan memiliki kewajiban untuk melakukan suatu pertanggung-jawaban sosial kepada pihak-pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan atau yang disebut dengan stakeholder (Purwanto, 2011).

Profitabilitas merupakan salah satu alat ukur yang digunakan perusahaan dalam menilai keefektifan kinerja suatu perusahaan. Donovan dan Gibson (2000) dalam (Dewi dan Priyadi, 2013) menyatakan berdasarkan teori legitimasi, salah satu argumen dalam hubungan antara profitabilitas dan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial adalah bahwa ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan (manajemen) menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan. Sebaliknya, pada tingkat profitabilitas rendah, mereka berharap para pengguna laporan akan membaca “*good news*” kinerja perusahaan, misalnya dalam lingkup sosial, dan

dengan demikian investor akan tetap berinvestasi di perusahaan tersebut. Jadi, profitabilitas menjadi pertimbangan penting bagi investor dalam keputusan investasinya .

Dalam pengambilan keputusan investasi, investor seringkali melihat besar kecilnya perusahaan dan melakukan penilaian terhadap kinerja keuangan perusahaan tersebut. Ukuran perusahaan (*size*) perusahaan merupakan variabel penduga yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Hal ini dikaitkan dengan teori agensi, dimana perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut. Di samping itu perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan (Sembiring, 2005) dalam (Purnasiwi, 2011).

Kepemilikan manajerial merupakan saham-saham yang dimiliki oleh pihak manajemen perusahaan seperti komisaris, dan direksi perusahaan. Kepemilikan saham oleh manajemen akan membantu mengatasi permasalahan agensi karena semakin banyak saham yang dimiliki oleh manajemen maka mereka akan semakin termotivasi untuk bekerja lebih giat dan fokus dalam meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini berarti konflik kepentingan akan dapat dikurangi, karena manajemen akan berusaha menyelaraskan kepentingannya dengan kepentingan perusahaan, salah satunya dengan melakukan praktik dan pengungkapan CSR (Bangun et.al, 2012).

Beberapa penelitian terdahulu telah mencoba untuk meneliti mengenai pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Penelitian tersebut dilakukan oleh Sofia Prima Dewi dan Keni (2013), pengaruh umur perusahaan, profitabilitas, ukuran perusahaan dan *leverage* terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur di BEI periode 2009-2011. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR sedangkan umur perusahaan dan *leverage* tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Berdasarkan latar belakang masalah dan penelitian-penelitian terdahulu, penelitian ini bermaksud untuk menguji *Net Profit Margin*, Ukuran Perusahaan dan Kepemilikan Manajerial terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Dengan demikian, peneliti mengangkat topik ini dalam karya tulis ilmiah berbentuk proposal dengan judul **“PENGARUH NET PROFIT MARGIN, UKURAN PERUSAHAAN DAN KEPEMILIKAN MANAJERIAL TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2012-2015”**.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah *Net Profit Margin* berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2012-2015?

2. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2012-2015?
3. Apakah Kepemilikan Manajerial berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2012-2015?
4. Apakah *Net Profit Margin*, Ukuran Perusahaan dan Kepemilikan Manajerial berpengaruh secara simultan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2012-2015?

## **2. KAJIAN PUSTAKA**

### **2.1 Landasan Teori**

#### **2.1.1 Teori Stakeholder (*Stakeholder Theory*)**

*Stakeholder* merupakan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan yang meliputi karyawan, konsumen, pemasok, masyarakat, pemerintah selaku regulator, pemegang saham, kreditur, pesaing, dan lain-lain (Purwanto, 2011).

*Stakeholders theory* berpendapat bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri, namun memberikan manfaat bagi stakeholders (Chariri, 2007, p. 409) (dalam Putri dan Christiawan, 2014). Adanya pihak yang diutamakan di dalam perusahaan yaitu *stakeholders*.

#### **2.1.2 Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)**

Teori legitimasi merupakan suatu gagasan tentang kontrak sosial antara perusahaan dengan masyarakat. Menurut teori ini, untuk diterima oleh masyarakat, perusahaan harus mengungkapkan aktivitas social perusahaan sehingga akan menjamin kelangsungan hidup perusahaan (Reverte, 2009) (dalam Rosiana et.al, 2013). Teori legitimasi juga berpendapat bahwa perusahaan harus melaksanakan dan mengungkapkan aktivitas CSR semaksimal mungkin agar aktivitas perusahaan dapat diterima oleh masyarakat. Pengungkapan ini digunakan untuk melegitimasi aktivitas perusahaan di mata masyarakat, karena pengungkapan CSR akan menunjukkan tingkat kepatuhan suatu perusahaan (Branco dan Rodrigues, 2008) (dalam Rosiana et.al, 2013).

### **2.1.3 Teori Agensi (*Agency Theory*)**

Prinsip utama teori ini menyatakan adanya hubungan kerja antara pihak yang memberi wewenang (prinsipal) yaitu investor dengan pihak yang menerima wewenang (agensi) yaitu manajer. Jansen dan Meckling (dalam Fahrizqi, 2010) menyatakan hubungan keagenan adalah suatu kontrak di mana satu atau lebih orang (prinsipal) melibatkan orang lain (agen) untuk melakukan beberapa layanan atas nama mereka yang melibatkan mendelegasikan sebagian kewenangan pengambilan keputusan kepada agen.

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

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility (CSR)* perusahaan kini mulai ramai diperbincangkan, namun belum terdapat kesamaan definisi dari berbagai kalangan. Menurut *The World Business Council on Sustainable Development (WBCSD)* menyatakan CSR adalah suatu komitmen dari perusahaan untuk melaksanakan etika berperilaku (*behaviouralethics*) dan

berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan (*sustainable economic development*) (Sari, 2012). Sedangkan menurut Darwin (2004 dalam Rawi dan Muchlish, 2010) *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat didefinisikan sebagai mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan stakeholders, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum.

Definisi tersebut menunjukkan bahwa adanya perubahan paradigma yakni perubahan dari pandangan tradisional terhadap bisnis yang hanya mementingkan perolehan profit. Praktik bisnis pada masa sekarang ini tidak terbatas pada tujuan pembuatan profit tetapi juga meliputi elemen CSR dan akuntabilitas (Ghazali, 2007) dalam (Purwanto, 2011).

Perusahaan memiliki kewajiban sosial terhadap apa yang terjadi disekitar lingkungan masyarakat. Selain menggunakan dana dari pemegang saham, perusahaan juga menggunakan dana dari sumber daya lain yang berasal dari masyarakat (konsumen) sehingga hal yang wajar jika masyarakat mempunyai harapan tertentu terhadap perusahaan (Erdanu, 2010).

Effendi (2009) (dalam Erdanu, 2010) menyatakan ada empat manfaat yang diperoleh perusahaan jika mengimplementasikan CSR yaitu sebagai berikut:

- a. Keberadaan perusahaan dapat tumbuh dan berkelanjutan dan perusahaan mendapatkan citra (*image*) yang positif dari masyarakat luas.
- b. Perusahaan lebih mudah memperoleh akses terhadap modal.



c. Perusahaan dapat mempertahankan sumber daya manusia (*human resources*) yang berkualitas.

d. Perusahaan dapat meningkatkan pengambilan keputusan pada hal-hal yang kritis (*critical decision making*) dan mempermudah pengelolaan manajemen risiko (*risk management*).

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

Pengungkapan adalah pengeluaran informasi yang ditujukan bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Tujuan dari pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility Disclosure*) adalah agar perusahaan dapat menyampaikan tanggung jawab sosial yang telah dilaksanakan perusahaan dalam periode tertentu. Penerapan CSR dapat diungkapkan perusahaan dalam media laporan tahunan (*annual report*) perusahaan yang berisi laporan tanggung jawab sosial perusahaan selama kurun waktu satu tahun berjalan (Sari, 2012).

Di Indonesia, pengungkapan pertanggungjawaban sosial merupakan praktik pengungkapan yang wajib (*mandatory disclosure*) dilaksanakan bagi perusahaan karena telah diatur dalam beberapa peraturan dan perundangan. Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pada pasal 66 ayat 1 menyatakan bahwa hal-hal yang harus dimuat dalam laporan tahunan perusahaan diantaranya adalah pelaporan pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan.

### **2.1.6 *Net Profit Margin* (Margin Laba Bersih)**

Menurut Syamsuddin (2011) (dalam Masyitoh, 2016) rasio *net profit margin* adalah rasio profitabilitas yang menggambarkan kemampuan perusahaan

dalam memperoleh keuntungan atau labanya dengan cara membandingkan laba bersih setelah pajak dengan penjualan bersihnya (penjualan yang telah dikurangi dengan seluruh beban). *Net profit margin* yang semakin besar menunjukkan bahwa semakin besar laba bersih yang diperoleh perusahaan dari kegiatan penjualan.

(Hery, 2015) *net profit margin* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya persentase laba bersih atas penjualan bersih. Rasio ini dihitung dengan membagi laba bersih terhadap penjualan bersih. Laba bersih sendiri dihitung sebagai hasil pengurangan antara laba sebelum pajak penghasilan dengan beban pajak penghasilan. Yang dimaksud dengan laba sebelum pajak penghasilan disini adalah laba operasional ditambah pendapatan dan keuntungan lain-lain, lalu dikurangi dengan beban dan kerugian lain-lain.

#### **2.1.7 Ukuran Perusahaan (*Size*)**

Size perusahaan merupakan variabel yang banyak digunakan untuk menjelaskan pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan dalam laporan tahunan yang dibuat. Secara umum perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil. Hal ini 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. Pengungkapan sosial yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis bagi perusahaan (Hasibuan, 2001) (dalam Purnasiwi, 2010).

Penentuan ukuran perusahaan dalam penelitian ini dinyatakan dengan jumlah total asset perusahaan. Perusahaan yang lebih besar mungkin akan memiliki pemegang saham yang mempunyai kepentingan dengan program sosial yang dibuat oleh perusahaan dalam laporan tahunan. Laporan tahunan merupakan alat yang efisien untuk mengkomunikasikan informasi tentang tanggungjawab sosial perusahaan. Semakin besar suatu perusahaan maka semakin luas pengungkapan tanggungjawab sosial yang dibuat perusahaan (Dewi dan Keni, 2013).

### **2.1.8 Kepemilikan Manajerial**

Kepemilikan manajerial adalah kondisi yang menunjukkan bahwa manajer memiliki saham dalam perusahaan atau manajer tersebut sekaligus sebagai pemegang saham perusahaan. Pihak tersebut adalah mereka yang duduk di dewan komisaris dan dewan direksi perusahaan (Janra, 2015). Keberadaan manajemen perusahaan mempunyai latar belakang yang berbeda, antara lain pertama, mereka mewakili pemegang saham institusi, kedua, mereka adalah tenaga-tenaga profesional yang diangkat oleh pemegang saham dalam Rapat Umum Pemegang Saham. Ketiga, keagenan, hubungan antara manajemen dengan pemegang saham, rawan untuk terjadinya masalah keagenan. Teori keagenan menyatakan bahwa salah satu mekanisme untuk memperkecil mereka duduk di jajaran manajemen perusahaan ialah karena turut memiliki saham (Karima, 2014).

## **2.2 Hubungan antara *net profit margin*, *ukuran perusahaan* dan *kepemilikan terhadap pengungkapan CSR***

### **2.2.1 Hubungan *net profit margin* terhadap pengungkapan CSR**

Dewi & Keni (2013), dalam jurnalnya menyatakan semakin tinggi profitabilitas maka manajer lebih termotivasi untuk memberikan informasi yang lebih terperinci termasuk kebebasan dan keleluasaan untuk menunjukkan dan mempertanggungjawabkan seluruh program sosialnya. Hal ini disebabkan manajer ingin meyakinkan investor akan profitabilitas (*net profit margin*) perusahaan.

H1 : Diduga *net profit margin* berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

### **2.2.2 Hubungan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility***

Besar kecilnya ukuran perusahaan akan mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Perusahaan yang memiliki asset yang besar tentunya tidak lepas dari tuntutan untuk memiliki performance yang baik. Salah satu cara untuk memperlihatkan performance yang baik, perusahaan harus lebih memperhatikan keadaan lingkungan sosial, yaitu dengan melakukan pengungkapan CSR yang lebih luas, dalam jurnal Septiana & Fitria (2014).

H2 : Diduga ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

### **2.5.3 Hubungan kepemilikan manajerial terhadap pengungkapan *corporate social responsibility***

Setyarini dan Paramitha (2011), dalam jurnalnya menyatakan dalam sebuah perusahaan apabila di dalamnya ada kepemilikan manajerial, maka diprediksikan akan lebih banyak memberikan informasi kepada publik agar perusahaan mendapatkan legitimasi oleh publik. Jika pimpinan tim manajemen ada yang sebagai pemegang saham maka diprediksikan akan memiliki kesadaran yang cukup untuk melaksanakan tanggung jawab sosialnya, dan melaporkan tanggung jawab tersebut dalam laporan tahunan.

H3 : Diduga kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

### **3. METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Objek dalam penelitian ini adalah laporan keuangan tahunan perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI dari tahun 2012-2015.

#### **3.2 Variabel Penelitian**

Variabel bebas independen atau variabel X adalah *net profit margin*, ukuran perusahaan dan kepemilikan manajerial.

Variabel terkait atau variabel Y adalah pengungkapan *corporate social responsibility*.

#### **3.3 Populasi dan Sampel Penelitian**

##### **3.3.1 Populasi Penelitian**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk

dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2006). Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI selama periode pengamatan mulai tahun 2012 sampai tahun 2015, yaitu sebanyak 33 perusahaan manufaktur.

### 3.3.2 Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Adapun penentuan sampel dalam penentuan ini menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel ditentukan dengan kriteria-kriteria atau pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2006).

**Tabel 3.1**  
**Populasi dan Sampel Penelitian**

No	Kriteria Pemilihan Sampel	Jumlah
1	Perusahaan-perusahaan yang bergerak diperusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI untuk periode 2012-2015.	33
2	Perusahaan yang tidak terdapat persentase saham oleh pihak manajerial diperusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI untuk periode 2012-2015.	(15)
3	Perusahaan yang mengalami kerugian diperusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI untuk periode 2012-2015.	(8)
	Jumlah sampel perusahaan	10
	Jumlah periode penelitian	4

	Jumlah data penelitian	40
--	------------------------	----

Sumber : Data Diolah

Dari kriteria diatas maka yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah 10 Perusahaan Manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2015 sebagai berikut :

**Tabel 3.2**  
**Sampel penelitian**

No	Kode	Nama Perusahaan
1.	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk
2	SKLT	Sekar Laut Tbk
3	STTP	Siantar Top Tbk
4	ULTJ	Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk
5	GGRM	Gudang Garam Tbk
6	KAEF	Kimia Farma Tbk
7	PYFA	Pyridam Farma Tbk
8	TSPC	Tempo Scan Pasific Tbk
9	TCID	Mandom Indonesia Tbk
10.	KDSI	Kedawung Setia Industrial Tbk

*Sumber : Data Diolah*

### 3.4 Metode Pengumpulan Data

Data yang diambil dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang berupa angka-angka yang meliputi data-data yang ada didalam laporan keuangan tahunan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2012-2015.

### 3.5 Teknis Analisis Data

Sebelum menganalisis data, terlebih dahulu dilakukan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

$$\text{CSR} = \frac{\text{jumlah item CSR disclosure yang diungkapkan perusahaan}}{79 \text{ item CSR disclosure menurut GRI versi 3.0}}$$

2. *Net Profit Margin*

$$\text{NPM} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan Bersih}}$$

3. Ukuran Perusahaan

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Total Asset}$$

4. Kepemilikan Manajerial

$$\text{KM} = \frac{\text{Jumlah Kepemilikan Saham Pihak Manajerial}}{\text{Total Saham Beredar}} \times 100\%$$



### **3.6 Metode Analisis**

Analisis data dalam penelitian ini merupakan kegiatan yang menguraikan proses pencairan dan penyusunan data dengan meregresikan hubungan variabel independen dan variabel dependen yang diuji lebih lanjut sehingga dapat lebih mudah dipahami. Adapun pengujian dilakukan dengan tahapan sebagai berikut:

1. Uji Asumsi Klasik
  - A. Uji Normalitas
  - B. Uji Multikolonieritas
  - C. Uji Autokorelasi
  - D. Uji Heterokedastisitas
2. Analisis Regresi Berganda
3. Uji Hipotesis
  - A. Determinasi
  - B. Uji F atau Uji Simultan
  - C. Uji t atau Uji Parsial

## **4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **4.1 Deskriptif Unit/Observasi**

#### **4.1.1 Deskriptif Objek Penelitian**

Pada bab ini membahas sejumlah analisis berkaitan dengan data-data keuangan yang diperoleh dari penelitian, adapun urutan pembahasan secara sistematis adalah sebagai berikut :

1. Analisis deskriptif,
2. Pengujian asumsi klasik

3. Pengujian variabel independen terhadap variabel dependen.

Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI, dari seluruh perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI tidak semua dijadikan sampel penelitian.

#### 4.1.2 Hasil Uji Statistik Deskriptif

Tabel 4.1

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Csr	40	.025316	.544304	.14556962	.130418973
Npm	40	.006692	.235205	.06439700	.040871615
Up	40	136	91832	14800.30	27084.555
Km	40	.000023	.179000	.03393050	.052543552
Valid N (listwise)	40				

Berdasarkan tabel 4.1 dapat dilihat bahwa jumlah sampel penelitian (N) adalah sebanyak 33 sampel.

1. Hasil analisis dengan menggunakan deskriptif statistik untuk variabel independent *net profit margin* mempunyai nilai minimum sebesar 0,006692, nilai maksimum sebesar 0,235205 dengan rata-rata sebesar 0,06439700 dan standar deviasi sebesar 0,040871615.
2. Hasil analisis dengan menggunakan deskriptif statistik untuk variabel independent ukuran perusahaan mempunyai nilai minimum sebesar 136, nilai maksimum sebesar 91832 dengan rata-rata sebesar 14800,30 dan standar deviasi sebesar 27084,555.
3. Hasil analisis dengan menggunakan deskriptif statistik untuk variabel independent kepemilikan manajerial mempunyai nilai minimum sebesar

0,000023, nilai maksimum sebesar 0,179000 dengan rata-rata sebesar 0,03393050 dan standar deviasi sebesar 0,052543552.

4. Hasil analisis dengan menggunakan deskriptif statistik untuk variabel dependent pengungkapan *corporate social responsibility* mempunyai nilai minimum sebesar 0,025316, nilai maksimum sebesar 0,544304 dengan rata-rata sebesar 0,14556962 dan standar deviasi sebesar 0,130418973.

## 4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan

### 4.2.1 Hasil Uji Normalitas

Tabel 4.2

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.09980638
	Absolute	.139
Most Extreme Differences	Positive	.139
	Negative	-.113
Kolmogorov-Smirnov Z		.882
Asymp. Sig. (2-tailed)		.418

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan uji normalitas dengan menggunakan uji *one – sample kolmogorov – smirnov*, terlihat bahwa nilai *kolmogorov – smirnov* untuk variabel residual sebesar 0,882 dan signifikan pada 0,418 di atas 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa data residual berdistribusi normal dan memperkuat hasil pengujian dengan menggunakan grafik histogram dan P– P plot.

### 4.2.2 Uji Multikolonieritas

**Tabel 4.3**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Npm	.899	1.112
Up	.869	1.151
Km	.856	1.168

a. Dependent Variable: csr

Berdasarkan tabel 4.4 diatas dapat diketahui bahwa nilai *variance inflation faktor* (VIF) dari *net profit margin* sebesar 1,112, ukuran perusahaan sebesar 1,151 dan kepemilikan manajerial sebesar 1,168. Nilai VIF untuk semua variabel independent lebih kecil dari 10 ( $VIF < 10$ ), maka dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel independent pada penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas. Dan dapat dilihat juga bahwa nilai *Tolerance* dari *net profit margin* sebesar 0,899, ukuran perusahaan sebesar 0,869 dan kepemilikan manajerial sebesar 0,856. Nilai *Tolerance* untuk semua variabel independent lebih besar dari 0,10 ( $tolerance > 0,10$ ), maka dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel independent pada penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

#### 4.2.3 Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 4.4**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.058	.022		2.639	.012
Npm	.046	.293	.026	.159	.875
Up	8.138E-007	.000	.303	1.811	.078
Km	-.158	.233	-.114	-.677	.503

a. Dependent Variable: res\_2

Berdasarkan tabel 4.4 dapat dilihat bahwa nilai variabel *net profit margin* 0,875, ukuran perusahaan 0,078 dan kepemilikan manajerial sebesar 0,503. Sehingga nilai untuk semua variabel lebih besar dari 0,05. Dengan ini dapat disimpulkan bahwa tidak ditemukannya heteroskedastisitas pada model regresi.

#### 4.2.4 Uji Autokorelasi

**Tabel 4.5**  
**Hasil uji Autokorelasi model 1 dengan Durbin-Watson Test**

Model Summary <sup>b</sup>	
Model	Durbin-Watson
1	1.236

a. Predictors: (Constant), km, npm, up

b. Dependent Variable: csr

Berdasarkan tabel 4.5 diatas dapat diketahui bahwa nilai DW (Durbin-Watson) pada model 1 ialah sebesar +1,236. Nilai tersebut terletak diantara -2 sampai +2 maka hal ini berarti model regresi tidak terdapat masalah autokorelasi.

#### 4.3 Hasil Uji Analisis Berganda

**Tabel 4.6**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
	B	Std. Error	Beta	
(Constant)	.082	.032		.015
Npm	.368	.429	.115	.398
Up	2.911E-006	.000	.604	.000
Km	-.090	.342	-.036	.794

a. Dependent Variable: csr

Berdasarkan tabel 4.7 diatas uji regresi berganda dapat diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$CSR = 0,082 + 0,368 NPM + 2,911E-006UP - 0,090 KM + e$$

Dari persamaan diatas dapat dijelaskan bahwa :

- a. Nilai konstanta sebesar 0,088 artinya jika *net profit margin*, ukuran perusahaan, kepemilikan manajerial bernilai 0, maka probabilitas pada suatu perusahaan adalah sebesar 0,082.
- b. *Net profit margin* memiliki nilai regresi sebesar 0,368 yang menyatakan bahwa setiap kenaikan sebesar 1% *net profit margin* dengan asumsi bahwa nilai variabel lainnya tetap atau konstanta maka akan mengakibatkan peningkatan pengungkapan CSR sebesar 0,368 namun sebaliknya jika turun 1% *net profit margin* dengan asumsi bahwa nilai variabel lainnya tetap maka akan mengakibatkan penurunan pengungkapan CSR sebesar 0,368.
- c. Ukuran perusahaan memiliki nilai regresi sebesar 2.911.000 yang menyatakan bahwa setiap kenaikan Rp 1.000.000.000 ukuran perusahaan dengan asumsi bahwa nilai variabel lainnya tetap atau konstanta maka akan mengakibatkan peningkatan pengungkapan CSR sebesar 2.911.000 namun sebaliknya jika turun Rp 1.000.000.000 dengan asumsi ukuran perusahaan bahwa nilai variabel lainnya tetap maka akan mengakibatkan penurunan pengungkapan CSR sebesar 2.911.000.
- d. Kepemilikan manajerial memiliki nilai regresi sebesar -0,090 yang menyatakan bahwa setiap kenaikan 1% dengan asumsi bahwa nilai variabel lainnya tetap atau konstanta maka akan mengakibatkan penurunan pengungkapan CSR sebesar 0,090.

#### 4.4.1 Uji Hipotesis

#### 4.4.1 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (t)

Tabel 4.7

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.082	.032		2.550	.015
	Npm	.368	.429	.115	.856	.398
	Up	2.911E-006	.000	.604	4.417	.000
	Km	-.090	.342	-.036	-.263	.794

a. Dependent Variable: csr

Hasil uji statistik t menunjukkan bahwa variabel *net profit margin* memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 0,856 dengan nilai  $t_{tabel}$  1.689 sebesar dengan nilai  $df = (40 - 4 - 1 = 35)$  sehingga nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dengan nilai signifikan untuk variabel sebesar 0,398 dimana *net profit margin* nilai ini lebih besar dari pada tingkat signifikan 0,05. Dapat disimpulkan bahwa *net profit margin* secara parsial tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Hasil uji statistik t menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,417 dengan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1.689 dengan nilai  $df = (40 - 4 - 1 = 35)$ , sehingga nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan nilai signifikan variabel sebesar 0,000 dimana nilai ini lebih kecil dari tingkat signifikan 0,05. Dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Hasil uji statistik t menunjukkan bahwa variabel kepemilikan manajerial memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar -0,263 dengan nilai  $t_{tabel}$  sebesar -1.689 dengan nilai  $df = (40 - 4 - 1 = 35)$ , sehingga nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan nilai signifikan variabel kepemilikan manajerial sebesar 0,794 dimana nilai ini lebih besar dari tingkat signifikan 0,05. Dapat disimpulkan bahwa kepemilikan manajerial secara parsial tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

#### 4.4.2 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (F)

Tabel 4.8

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	.275	3	.092	8.490	.000 <sup>b</sup>
Residual	.388	36	.011		
Total	.663	39			

a. Dependent Variable: csr

b. Predictors: (Constant), km, npm, up

Berdasarkan tabel 4.8 hasil uji ANOVA atau F test diatas nilai  $F_{hitung}$  sebesar 8,490 dan nilai  $F_{tabel}$  sebesar 2,87 pada tingkat signifikan 0,000. Dengan nilai  $df = (n - k) : (k - 1)$ , jumlah sampel (n) sebanyak 40,  $k = 4$  yaitu seluruh variabel penelitian, maka  $df = (40 - 4 = 36) : (4 - 1 = 3)$ , sehingga nilai  $f_{hitung} > f_{tabel}$  dengan nilai signifikan 0,000 nilai ini lebih kecil dengan tingkat signifikan 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan maka *net profit margin*, ukuran perusahaan dan kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.



#### 4.4.3 Uji Koefisien Determinasi

Tabel 4.9

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.644 <sup>a</sup>	.414	.366	.103881776	1.236

a. Predictors: (Constant), km, npm, up

b. Dependent Variable: csr

Berdasarkan tabel 4.9 diatas dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi sebesar 0,366 atau sebesar 36,6%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase pengaruh variabel independent, *net profit margin*, ukuran perusahaan dan kepemilikan manajerial terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* sebagai variabel dependent sebesar 36,6%. Variasi variabel independent (*net profit margin*, ukuran perusahaan dan kepemilikan manajerial) yang digunakan dalam model ini hanya mampu menjelaskan sebesar 36,6% variabel dependent (pengungkapan *corporate social responsibility*). Sedangkan sisanya 63,4% dipengaruhi oleh faktor lain diluar model penelitian ini.

#### 4.5 Pembahasan Penelitian

Hasil uji statistik t menunjukkan bahwa variabel *net profit margin* memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 0,856 dengan nilai  $t_{tabel}$  1.689 sebesar dengan nilai  $df = (40 - 4 - 1 = 35)$  sehingga nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dengan nilai signifikan untuk variabel sebesar 0,398 dimana *net profit margin* nilai ini lebih besar dari pada tingkat signifikan 0,05. Dapat disimpulkan bahwa *net profit margin* secara parsial tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Penelitian ini tidak sesuai dengan Keni & Dewi (2013) yang menyatakan bahwa *net profit margin* memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *corporate*

*social responsibility*. Tetapi hasil ini didukung dengan hasil Febriana & Suaryana (2011) yang menyatakan bahwa tingkat profitabilitas (*net profit margin*) tidak berpengaruh secara signifikan pada pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Artinya, semakin tinggi tingkat profitabilitas maka tidak akan memperluas kebijakan pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Hal itu terjadi karena ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan tersebut

Hasil uji statistik t menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,417 dengan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1.689 dengan nilai  $df = (40 - 4 - 1 = 35)$ , sehingga nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan nilai signifikan variabel sebesar 0,000 dimana nilai ini lebih kecil dari tingkat signifikan 0,05. Dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Fitriah & Septiana (2014) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Artinya bahwa besar kecilnya ukuran perusahaan akan mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Perusahaan yang memiliki asset yang besar tentunya tidak lepas dari tuntutan untuk memiliki performance yang baik. Salah satu cara untuk memperlihatkan performance yang baik, perusahaan harus lebih memperhatikan keadaan lingkungan sosial, yaitu dengan melakukan pengungkapan CSR yang lebih luas.

Hasil uji statistik t menunjukkan bahwa variabel kepemilikan manajerial memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar -0,263 dengan nilai  $t_{tabel}$  sebesar -1.689 dengan nilai  $df = (40 - 4 - 1 = 35)$ , sehingga nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan nilai signifikan variabel kepemilikan manajerial sebesar 0,794 dimana nilai ini lebih besar dari tingkat signifikan 0,05. Dapat disimpulkan bahwa kepemilikan manajerial secara parsial tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Penelitian ini sesuai dengan teori agensi yang menyatakan bahwa semua individu bertindak atas kepentingan mereka sendiri. Sehingga terjadi konflik kepentingan antara pemilik dan agen karena kemungkinan agen tidak selalu berbuat sesuai dengan kepentingan prinsipal, sehingga memicu biaya keagenan (*agency cost*). Pemegang saham sebagai *principal* diasumsikan hanya tertarik kepada hasil keuangan yang bertambah atau investasi mereka di dalam perusahaan. Sedangkan para agen diasumsikan menerima kepuasan berupa kompensasi keuangan dan syarat-syarat yang menyertai dalam hubungan tersebut (Fahrizqi, 2010).

## **5. KESIMPULAN DAN DAFTAR**

### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dan analisis data serta dari hipotesis yang telah disusun dan telah diuji pada bagian sebelumnya, maka dapat disimpulkan pengaruh variabel-variabel independent terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* sebagai berikut :

1. Secara parsial *net profit margin* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*

2. Secara parsial ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*
3. Secara parsial kepemilikan manajerial tidak berpengaruh pengungkapan *corporate social responsibility*
4. Secara simultan *net profit margin*, ukuran perusahaan dan kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*

## 5.2 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini ada keterbatasan yang dapat menghambat hasil penelitian sesuai dengan hipotesis yang diajukan oleh peneliti. Adapun keterbatasan tersebut adalah :

1. Jumlah sampel yang realitif kecil yaitu 10 perusahaan dari 33 perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI. Periode pengamatan relative pendek, pada penelitian ini hanya menggunakan rentang waktu sebanyak 4 tahun yaitu 2012-2015.
2. Faktor fundamental perusahaan yang digunakan sebagai dasar untuk memprediksi pengungkapan CSR hanya terbatas *net profit margin*, ukuran perusahaan dan kepemilikan manajerial.

## 5.3 Saran

Dengan melihat keterbatasan yang dikemukakan diatas, penulis menyadari bahwa penelitian ini sangat jauh dari sempurna baik dari segi faktor-faktor yang diteliti maupun jumlah data yang digunakan. Untuk itu beberapa saran dapat dikemukakan sebagai berikut :

1. Penelitian selanjutnya sebaiknya memperluas penelitian dengan cara memperpanjang periode penelitian dengan menambah tahun amatan dan juga memperbanyak jumlah sampel.
2. Beberapa variabel yang tidak terbukti pada penelitian ini sebaiknya pada penelitian selanjutnya digunakan proksi yang lain dari variabel tersebut, sehingga diharapkan dapat mencerminkan variabel yang digunakan.
3. Penelitian selanjutnya sebaiknya menambah jumlah variabel atau menggunakan variabel independen lain yang mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* seperti tipe industri, likuiditas dan lain-lain, hal ini dikarenakan dari nilai determinasi ( $R^2$ ) hanya mampu dijelaskan sebesar 36,6% atau dengan kata lain 63,4% pengungkapan *corporate social responsibility* dipengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Christiawan, R. A., & Jogi, Y. (2014). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Leverage terhadap Pengungkapan Corporate Responsibility (Studi Pada perusahaan-perusahaan yang mendapatkan penghargaan ISRA dan Listed (Go Public) di BEI (2010-2012). *Businnes Accounting Review, Vol.2, No.1, 2014* , 61-70.
- Candradewi, I, & Sedana, I. B. P. (2016). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional Dan Dewan Komisaris Independen Terhadap Return On Asset. *E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 5, No. 5, 2016*: 3163-3190.
- Dewi, S. S., & Priyadi, M. P. (2013). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi, Vol.2, No.3, 2013* , 1-20.
- Erdanu, Y. (2010). Pengaruh Jenis Industri Terhadap Luas Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Laporan Tahunan Perusahaan Yang Terdaftar di BEI Tahun 2009 . Skripsi Fakultas Ekonomi Undip,1-84.
- Fahrizqi, A. (2010). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dalam Laporan Tahunan Perusahaan Yang Terdaftar d BEI . Skripsi Fakultas Ekonomi Undip, 1-108.
- Ghozali, I. (2013). *Analisis Multivariate dengan Program IBM spss 21*. Semarang: UNDIP.
- Gusti Ayu Made Ervina Rosiana, G. J., & Sari, M. M. (2013). Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pomederasi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana 5.3, 2013* , 723-738.

- Hery, (2015). *Analisis Laporan Keuangan Pendekatan Rasio Keuangan*. Yogyakarta: CAPS
- Janra, D. M. (2015). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Leverage, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Informasi Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2010-2013. Skripsi Fakultas Ekonomi UNP, 1-32.
- Karima, N. (2014). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional dan Kepemilikan Asing Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Widya Warta No.2, Juli 2014* , 219-230.
- Masyitoh, R., A. (2016). Pengaruh Current Ratio, Debt to Equity Ratio, Net Profit Margin, dan Return On Investment Terhadap Perubahan Laba Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Tahun 2011-2014. SkripsiUMRAH
- Nurainun Bangun, J. O., & Tarigan, K. B. (2012). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Manajerial dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Akuntansi, Volmue 12, Nomor 2, November 2012* , 717-738.
- Purnasiwi, J. (2011). Analisis Pengaruh Size, Profitabilitas dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di BEI. Skripsi Fakultas Ekonomi Undip, 1-63.
- Purwanto, A. (2011). Pengaruh Industri, Ukuran Perusahaan, dan Prifitabilitas Terhadap Corporate Social Responsibility . *Jurnal Akuntansi & Auditing, Vol.8, No.1, November 2011* , 1-94.
- Priyatno, D. (2011). *SPSS Analisis Statistik Data*. Yogyakarta: Mediakon.

- Rambe, P. A., & Wira, W. (2013). Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Corporate Responsibility Pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *JEMI, Vol.4, No.2, Desember 2013* , 1-10.
- Rawi, & Muclish, M. (2010). Kepemilikan Manajemen, kepemilikan Institusi, Leverage dan Corporate Social Responsibility. Simposium Nasional Akuntansi XIII. Purwokerto, 1-28.
- Santoso, Singgih. (2015). *Menguasai Statistik Parametrik*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia, Anggota IKAPI.
- Sari, R. A. (2012). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di bursa Efek Indonesia. *Jurnal Nominal/ Volume 1 Nomor 1* , 1-17.
- Septiana, F & Fitria, A. (2014). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi Vol. 3 No. 7* , 1-20.
- Setyarini, Y & Paramitha, M. (2011). Pengaruh Mekanisme Good Corporate Governance Terhadap Corporate Social Responsibility. *Jurnal Kewirausahaan Volume 5 Nomor 2, Desember 2011*, 1-8.
- Sofia Prima Dewi, K. (2013). Pengaruh Umur Perusahaan, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Leverage Terhadap Pengungkapan TanggungJawab Sosial Perusahaan Pada Perusahaan yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi, Vol.15, No.1, Juni 2013* , 1-12.
- Suaryana, A & Febriana. (2011). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kebijakan Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Dan Lingkungan Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia. *Prosiding Simposium Nasional Akuntansi XIV. Aceh. 21-22 Juli*, 1-20.
- Sugiyono.(2006). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: ALFABETA



Sulistiono. (2010). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Struktur Modal dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI Tahun 2006-2008. *Jurnal Akuntansi* , 1-99.

Waryanto.(2010). Pengaruh Karakteristik Good Corporate Governance (GCG) Terhadap Luas Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Di Indonesia. 1-145. Skripsi Fakultas Ekonomi Undip.

Widianti, Aisyah. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, *Current Ratio*, *Debt To Total Asset Ratio* Dan Perputaran Persediaan Terhadap Roa Pada Perusahaan *Food And Beverages* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2014. Tanjungpinang: Skripsi Universitas Maritim Raja Ali Haji.

*Www.idx.co.id*