

PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN DALAM MEMODERASI HUBUNGAN ANTARA PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN PERSEPSI INVESTOR

Putu Gede Wisnu Permana¹

Ni Ketut Rasmini²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia
Email: Permana_kawisana@yahoo.co.id

ABSTRAK

Perusahaan semakin menyadari bahwa keberlangsungan hidupnya tergantung pada hubungan perusahaan dengan masyarakat dan lingkungan tempat perusahaan beroperasi. Pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) merupakan tindakan yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk mengintegrasikan aspek sosial dan lingkungan ke dalam operasi bisnis secara berkelanjutan guna menyeimbangkan kepentingan dan kesejahteraan *stakeholders*. Penelitian ini menguji apakah karakteristik perusahaan memoderasi pengaruh pengungkapan CSR, pada persepsi investor di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2011 sampai dengan 2012. Metode pemilihan sampel menggunakan *purposive sampling* pada perusahaan yang terdaftar dalam Indeks Kompas 100 dengan 169 pengamatan. Data dianalisis dengan menggunakan *moderated regression analysis*. Model regresi telah lulus uji asumsi klasik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik perusahaan memoderasi hubungan antara pengungkapan CSR dan persepsi investor.

Kata kunci: Pengungkapan CSR, Karakteristik Perusahaan, Persepsi Investor

ABSTRACT

Company has realize, that their survival depend on the company's relationship with the community and environment in which they operate . Corporate Social Responsibility (CSR) is an action taken by a company to integrate social and environmental aspects into business operations on an ongoing basis in order to balance the interests and welfare of stakeholders . This study examined whether the Companies Characteristics moderate the Corporate Social Responsibility disclosure on Investor Perceptions in Indonesia Stock Exchange from 2011 to 2012. The method of selecting the sample using purposive sampling in companies listed from the Kompas Index 100 resulting in 169 observations. Data were analyzed using moderated regression analysis. Regression model has passed the test of classical assumptions. Research results indicated that the companies characteristics moderate the relationship between CSR and Investor Perception.

Keywords : CSR Disclosure, Companies Characteristics, Perception Investors

PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis di Indonesia menuju era globalisasi saat ini menunjukkan keberadaan tanggung jawab sosial perusahaan atau lebih sering dikenal dengan sebutan *corporate social responsibility* (CSR) sebagai isu yang penting. Perusahaan bersaing secara ketat bukan untuk mencari keuntungan keuangan (*financial*) untuk perusahaan itu sendiri, tetapi juga harus memperhatikan kesejahteraan masyarakat dan lingkungan sekitar (*non financial*), sehingga mampu mempengaruhi persepsi investor untuk cenderung mengalokasikan dana atau berinvestasi kepada perusahaan yang melakukan pengungkapan CSR. Hal ini terbukti dengan munculnya *global impact, global reporting initiative* (GRI), dimana tanggung jawab atas persoalan sosial dan pembangunan masyarakat tidak hanya menjadi tanggung jawab pemerintah saja, melainkan juga menjadi tanggung jawab pihak swasta untuk ikut serta dalam pembangunan masyarakat. Oleh karena itu, CSR menjadi aktivitas yang semakin berkembang seiring dengan meningkatnya lembaga *institute, mutual fund*, sumber daya *online* serta adanya publikasi mengenai spesialisasi, sehingga perusahaan menjadi semakin bertanggung jawab terhadap lingkungan sosialnya (Bassen *et al*, 2006).

Penerapan regulasi untuk tanggungjawab sosial perusahaan bertujuan agar perusahaan turut serta membantu pemerintah dalam mengurangi kesenjangan pendapatan, dan kesempatan kerja pada segmen masyarakat yang belum mendapatkan manfaat dari mekanisme suatu pasar. Perusahaan tidak lagi dihadapkan

kepada tanggung jawab yang bersifat *single bottomline* yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang hanya direfleksikan pada kondisi keuangan perusahaan saja, melainkan berpedoman pada *triple bottom lines* dimana selain memperhatikan aspek keuangan, perusahaan juga harus memperhatikan aspek lingkungan dan sosial. *Triple bottom lines* ini mencerminkan bahwa kondisi keuangan tidak menjamin nilai suatu perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (Yudho, 2010).

Manfaat yang diterima perusahaan dalam menerapkan tanggungjawab sosial perusahaan, diantaranya adalah (1) profitabilitas dan kinerja finansial yang lebih baik, (2) meningkatkan akuntabilitas dan penaksiran dari komunitas investasi, mendorong komitmen karyawan melalui perhatian dan penghargaan, menurunkan kerentanan gejolak dengan komunitas, mempertinggi reputasi dan *corporate branding*. Pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan yang dilakukan perusahaan, tentunya akan berdampak pada persepsi investor yang ada di BEI. Hal ini juga secara tidak langsung akan meningkatkan nilai dari perusahaan tersebut.

Praktik pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan telah banyak diterapkan oleh perusahaan publik di Indonesia dengan tujuan untuk menarik minat investor membeli saham perusahaan. Laporan tahunan perusahaan telah mengungkapkan aspek pertanggungjawaban sosial perusahaan walaupun dalam bentuk yang relatif sederhana. Hal ini menimbulkan reaksi pasar yang berbeda, yang mana reaksi ini dapat dilihat dari perilaku investor yang lebih mengapresiasi aktivitas tanggungjawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan sebagai rujukan untuk menilai potensi dari keberlangsungan hidup perusahaan. Apabila perusahaan tidak melakukan

pengungkapan aktivitas tanggungjawab sosialnya, kemungkinan investor akan berpersepsi bahwa perusahaan tersebut tidak memperdulikan lingkungan sosial dan *going concern*. kondisi ini sekaligus akan dapat mempengaruhi nilai perusahaan (Pambudi, 2006).

Persepsi investor terhadap perusahaan sering dikaitkan dengan harga saham perusahaan. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan tersebut juga tinggi. Tujuan suatu perusahaan menurut *Theory of Firm* adalah untuk mendapatkan laba dan memaksimalkan nilai perusahaan (Salvatore, 2005). Semakin tinggi nilai perusahaan maka kemakmuran bagi pemegang saham juga akan meningkat sehingga dapat meyakinkan investor untuk menanamkan modalnya. Kondisi tersebut, membutuhkan informasi yang lengkap, akurat serta tepat waktu, guna mendukung investor untuk mengambil keputusan. Kondisi ini akan membuat suatu perusahaan akan mengungkapkan informasi yang dapat meningkatkan nilai perusahaan antara lain dengan mengungkapkan *corporate social responsibility* (Akbar, 2012). Setiap perusahaan tentunya menginginkan nilai perusahaan yang tinggi sebab hal tersebut juga secara tidak langsung menunjukkan kemakmuran bagi para pemegang saham (Haruman, 2008).

Kajian Pustaka dan Pengembangan Hipotesis

Teori Legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat (*society*), pemerintah individu dan kelompok masyarakat. Kondisi ini membutuhkan keselarasan operasi perusahaan

terhadap harapan masyarakat Gray *et. al*, (1996) dalam Nor Hadi (2011). *Stakeholders Theory*, mengasumsikan bahwa eksistensi perusahaan ditentukan oleh para *stakeholders*. Perusahaan berusaha mencari pembenaran dari para *stakeholders* dalam menjalankan operasi perusahaannya. Semakin kuat posisi *stakeholders*, semakin besar pula kecenderungan perusahaan mengadaptasi diri terhadap keinginan para *stakeholdersnya* (Sembiring, 2003).

Pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan diungkapkan dalam laporan tahunan atau sustainability report dapat menghindari perusahaan dari konflik sosial dan lingkungan yang timbul dari kegiatan operasi yang dijalankan (Chariri, 2008). Sayekti dan Wondabio (2007), menyatakan pengungkapan CSR merupakan kegiatan perusahaan untuk membangun, mempertahankan, melegitimasi kontribusi perusahaan. Karakteristik perusahaan merupakan variabel pemoderasian yang menggunakan ukuran industri *high profile* dan *low profile*, serta menggunakan PROPER. PROPER *program* merupakan upaya yang dilakukan kementerian lingkungan hidup untuk mendorong penataan perusahaan dalam pengelolaan lingkungan hidup melalui instrumen informasi. Sistem peringkat PROPER mencakup pemeringkatan perusahaan dalam lima warna akan diberi skor secara berturut-turut dengan nilai tertinggi 5 diberi warna emas, hijau, biru, merah, dan warna hitam untuk penilaian terendah. (Suratno 2006). Persepsi investor yang dilihat dari nilai perusahaan merupakan variabel terikat (dependen) yang diukur dengan menggunakan *Price to book Value (PBV)*, Ardimas (2012).

Berdasarkan penjelasan variabel-variabel yang telah dipaparkan, maka hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

Ha: Karakteristik industri perusahaan memoderasi hubungan antara tingkat pengungkapan CSR dan persepsi investor

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan mengambil data-data yang diperlukan untuk penelitian dari tahun 2011-2012(Data tahun Terkini). Data Perusahaan yang didapat dalam situs IDX, tersebut didapatkan dari perusahaan yang terklasifikasi dalam Indeks Kompas 100. Indeks tersebut menjelaskan daftar perusahaan yang masih aktif dalam melakukan pengungkapan tanggungjawab sosial yang baik.

Penelitian ini menggunakan data sekunder, yaitu laporan keuangan tahunan, dari tahun 2011-2012. Sumber data pada penelitian diperoleh dengan mengakses situs www.idx.co.id dan website Kementrian Lingkungan Hidup (KLH).

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* digunakan pada Indeks Kompas 100 dimana terdapat 100 perusahaan yang aktif mengungkapkan CSR, dengan jumlah 168 amatan dari tahun 2011 sampai dengan 2012.

Pada tahap analisis regresi yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah metode statistik regresi interaksi atau *moderate regression analysis* (MRA) yang merupakan pengembangan dari analisis regresi berganda.

Model Penelitian yang digunakan dipaparkan sebagai berikut:

$$PI = \alpha + \beta_1.X_1 + \beta_2.X_2 + \beta_3.X_1.X_2 + e \dots \dots \dots (4)$$

Keterangan

PI = Persepsi Investor

α = konstanta

$\beta_1 \beta_2 \beta_3$ = koefisien regresi

$X_1 X_2$ = Variabel Penelitian

e = Faktor Kesalahan

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Interaksi (MRA) disajikan pada Tabel 1 sebagai berikut:

Tabel 1
Ringkasan Hasil Uji Hipotesis

Model	Unstandardized Coefficient		t	Sig	Colinearity statistics	
	B	Std.Error			Tolerance	VIF
Constant	0,417	1,648	0.253	0,801		
CSRDI	3,370	3,264	1,032	0,303	0,508	1,969
Kipro	27,812	3,692	7,533	0,000	0,073	13,712
INTER	38,448	6,231	6,170	0,000	0,080	16,767

a. Dependent variable: PI

Sumber: Data diolah 2014

Hasil uji hipotesis sesuai tabel 1 menunjukkan bahwa jika suatu perusahaan yang melakukan pengungkapan CSR mendapatkan penghargaan PROPER akan menimbulkan Persepsi Investor yang positif. Hal ini dapat dilihat dari nilai konstanta yang bernilai positif, yaitu sebesar 0,417. Nilai koefisien β variabel CSRDI adalah sebesar 3,370 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,303 yang lebih besar dari $\alpha = 0,05$. Hal ini mengindikasikan bahwa pengungkapan CSR yang dilakukan oleh setiap perusahaan, tidak mempengaruhi Persepsi Investor. Sementara itu, nilai koefisien β variabel KIPRO adalah sebesar 27,812 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ menunjukkan bahwa karakteristik industri dari suatu perusahaan mempengaruhi persepsi investor itu sendiri. Hasil pengujian selanjutnya menunjukkan nilai koefisien β variabel INTER yang merupakan uji interaksi (MRA) antara pengungkapan CSR dan Karakteristik Industri dengan PROPER (CSRDI dan KIPRO) memiliki nilai sebesar 38,448 dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Hal ini mengindikasikan adanya pengaruh variabel INTER sebagai variabel pemoderasi hubungan antara pengungkapan CSR dan Persepsi Investor.

Karakteristik perusahaan berkategori *high profile* cenderung lebih banyak melakukan pengungkapan CSR dibandingkan perusahaan dengan kategori *low profile*. Hasil ini nampak dalam data laporan tahunan perusahaan yang terdapat dalam Indeks Kompas 100 yang mengungkapkan CSR. Data pelaporan tahunan tersebut diukur dengan menggunakan indikator dari GRI. Hasil penghitungan CSRDI dengan pendekatan dikotomi menunjukkan bahwa, perusahaan dengan kategori *high*

profile lebih banyak mengungkapkan CSR yang sesuai dengan standar indikator dalam GRI.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap persepsi investor. Fakta yang didapat pada penelitian ini mengindikasikan bahwa perusahaan yang melakukan pengungkapan CSR belum tentu menimbulkan sinyal positif para investor. Perusahaan diharapkan memenuhi *basic responsibility, organizational responsibility, dan social responsibility*, namun pada kenyataannya, beberapa perusahaan cenderung melakukan penekanan hanya pada salah satu aspek, sehingga kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan tidak berjalan secara optimal. Pengungkapan CSR yang tidak memenuhi tiga persyaratan seperti yang tertuang dalam *triple bottom lines* inilah yang akan berdampak pada keraguan para investor dalam menilai pengungkapan CSR perusahaan.

Hasil pengumpulan data penelitian perusahaan *high profile* yang mendapat penghargaan oleh Kementerian Lingkungan Hidup menemukan beberapa fakta nyata, dimana tidak semua perusahaan *high profile* yang terdaftar pada Indeks Kompas 100 mendapatkan penghargaan PROPER pada laporan tahunannya. Hal ini membuktikan bahwa perusahaan *high profile* tersebut belum memenuhi beberapa kriteria penilaian oleh Kementerian Lingkungan Hidup, diantaranya penerapan keterbukaan dalam pengelolaan lingkungan, keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan lingkungan hidup, dan pelaksanaan kewajiban perusahaan untuk menyampaikan informasi terkait pengelolaan lingkungan. Sesuai dengan ketentuan UU no.23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup pada Pasal 6 ayat 2 yang menyatakan bahwa : Setiap

orang yang melakukan usaha dan /atau kegiatan berkewajiban memberikan informasi yang benar dan akurat mengenai pengelolaan lingkungan hidup. Hal inilah yang menjadi dasar perusahaan dalam mengambil tindakan yang berwujud transparansi dan keterbukaan dalam pengelolaan lingkungan hidup.

Data yang diperoleh dalam penelitian ini juga menunjukkan adanya beberapa fakta yang mengindikasikan perusahaan *high profile* yang terdaftar pada Indeks Kompas 100 telah memperoleh penghargaan dari Kementerian Lingkungan Hidup terkait Penilaian PROPER. Beberapa diantaranya memperoleh penilaian dengan warna Emas, Hijau, dan Biru. Penghargaan PROPER oleh Kementerian Lingkungan Hidup (KLH) tersebut menyatakan bahwa perusahaan *high profile* yang dinilai, telah taat dalam melakukan pengelolaan lingkungan dengan baik. Hal ini yang diharapkan oleh perusahaan untuk selanjutnya dipublikasikan sehingga dapat meningkatkan keyakinan para investor untuk menanamkan modal pada perusahaan yang memiliki Penghargaan PROPER yang baik.

Disisi lain perusahaan *low profile* dalam beroperasi yang tidak memiliki dampak langsung terhadap lingkungan menganggap bahwa pelaksanaan dan pengungkapan CSR merupakan bagian dari strategi perusahaan untuk meningkatkan reputasi dan menarik minat dari para investor untuk menanamkan modal. Pada kenyataan yang didapatkan dalam observasi sampel, perusahaan *low profile* yang ada pada Indeks Kompas 100 telah melakukan pengungkapan CSR dengan baik, walaupun tidak termasuk dalam kriteria PROPER oleh KLH.

Hasil pengujian juga menunjukkan karakteristik perusahaan dengan PROPER mempengaruhi persepsi investor itu sendiri, disertai adanya interaksi yang terjadi antara Karakteristik industri dengan PROPER dan Pengungkapan CSR akan semakin membuktikan bahwa, karakteristik perusahaan dengan PROPER memperkuat hubungan antara pengungkapan CSR dengan persepsi investor yang berarti hipotesis penelitian diterima. Hipotesis penelitian ini mencerminkan bahwa perusahaan yang terdaftar dalam Indeks Kompas 100 baik *high profile* maupun *low profile* mengungkapkan CSR dengan baik sehingga dapat mempengaruhi persepsi investor.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kajian teori, kajian empiris, hipotesis, dan hasil pengujian, maka dapat disimpulkan bahwa karakteristik perusahaan dengan PROPER memoderasi hubungan antara pengungkapan CSR dan Persepsi Investor, hal ini dibuktikan pada interaksi yang terjadi antara pengungkapan CSR dengan karakteristik perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap Persepsi Investor. Bukti empiris dalam penelitian ini mendukung bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap persepsi investor, namun pengungkapan CSR yang disertai dengan penghargaan PROPER sebagai perusahaan yang memiliki tingkat sensitivitas yang baik merupakan faktor penting yang mempengaruhi tinggi rendahnya Persepsi Investor. Semakin baik perusahaan

dalam melakukan pengungkapan CSR disertai dengan hasil penilaian PROPER yang baik maka persepsi investor akan semakin baik.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan beberapa kendala yang dihadapi dalam penelitian ini, maka masih diperlukan pengembangan dan perbaikan guna memperoleh hasil penelitian yang lebih baik pada penelitian-penelitian selanjutnya.

Beberapa saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

- 1) Penelitian berikutnya agar menambah jumlah periode amatan agar dapat mengetahui implikasi penerapan CSR dalam jangka panjang.
- 2) Variabel penelitian yang digunakan dalam memoderasi penelitian selanjutnya bisa menggunakan kepemilikan manajerial perusahaan.
- 3) Keterbatasan dalam penelitian ini adalah jumlah periode sampel pengujian yang masih kurang, sehingga diharapkan bagi penelitian selanjutnya menambah jumlah periode sampel pengujian yang digunakan.

REFERENSI

Bassen, A., Hölz, H.-M., Schlange, J., 2006. The Influence of corporate responsibility on the cost of capital: An empirical analysis. Working Paper, Hamburg: Schlange&Co, Universität Hamburg, Deutsche Bank.

Darminto 2010. Pengaruh Faktor Eksternal dan Berbagai Keputusan Keuangan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Aplikasi manajemen*, vol 8, No.1, Februari 2010. ISSN 1963-5241, hal 138-150.

- Deegan, C., (2002) "Introduction: The Legitimising Effect of Social and Environmental Disclosures –A Theoretical Foundation", *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 15 No. 3, pp. 282-311.
- Dowling, J., & Pfeffer, J., (1975) "Organizational Legitimacy: Social Values and Organizational Behaviour", *Pacific Sociology Review*, pp. 122-136.
- Elkington, J. 1997. *Cannibals with Forks: The triple bottom line of 21st century business*. Capstone: Oxford.
- Frankental, P. *Corporate Social Responsibility – A PR Invention?* *Corporate Communications; An International Journal* 6, no.1 (2001): 18-23.
- Fauzi Hasan, L. Mahoney dan A.A. Rahman. 2007 "Institutional Ownership and Corporate Social Performance: Empirical Evidence from Indonesian Companies". *SSRN and Issues in social and Environmental Accounting*, Vol.1 no2
- Ghozali, I *Structural Equation Modelling Metode Alternatif dengan partial Least Square (PLS) Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro*, 2006.
- Global Reporting Initiative. *Sustainability Reporting Guidelines*, Boston: GRI, CERES, 2006.
- Gray, R. R. Kouhy, and S. Lavers. "Corporate Social and Environmental Reporting: A Review of the Literature and A Longitudinal Study of UK Disclosure." *Accounting, Auditing, and Accountability Journal* 8, no. 2 (1995): 47-77.
- Gunawan, B. dan Utami, S.S. 2008. *Peranan Corporate Social Responsibility dalam Nilai Perusahaan*. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*. Vol: 7. No2. Hal 174-185.
- Hackstone, D. And Milne. *Some determinants of social and environmental disclosure in New Zealand Companies.* *Accounting Auditing, and Accountability Journal* 9, No 1 (1996)
- Hines, R. *Financial accounting Knowledge, Conceptual Framework Projects and The Social Construction of the Accounting Profession*. *Accounting Auditing and Accountability journal* 22 (1998)
- Hopkins, M. *Corporate Social Responsibility: An Issues Paper.* *Working Paper no.27, International Labour Organization*, 2004.
- Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) Standar Akuntansi Keuangan*, Jakarta: Salemba 4, 2002

- Indra, D. *Respon Investor Terhadap Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) (studi Kasus Pada Perusahaan Pemenang CSR Award yang Listing di Bursa Efek Indonesia).* Skripsi S1, Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya Malang, 2008.
- Indriantoro, N. and B. Suparno. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*, Yogyakarta: BPFU UGM, 2002.
- Jensen, M; Meckling. *The Agency Theory of the Firm: Managerial Behavior Agency Cost and Awnership Structure.*” *Journal of Financial Economic* 3, no.4 (1976).
- Jogiyanto, H.M. 2004/2005. *Metodologi Penelitian Bisnis: salah Kaprah dan pengalaman-pengalaman.*” Yogyakarta: BPFU Universitas Gajah Mada.
- Jogiyanto. *Teori Portofolio dan Analisis Investasi* 3rd. Yogyakarta: BPFU UGM, 2003.
- Jones, P., D. Comfort, and D.Hillier. *Corporate Social Responsibility and The UK’s Top Ten Retailers.*” *International Journal of Retail & Distribution Management* 33, No. 12 (2005)
- Lopez, M, A Garcia and L. Rodriguez.” *Sustainable Development and Corporate Performance: A Study Based on the Dow Jones Sustainability Index.*” *Journal of Business Ethics* 75 (2007)
- Mulyanita, Sugesty. 2009. “Pengaruh Biaya Tanggung Jawab Sosial Perusahaan terhadap Kinerja Perusahaan Perbankan”. *Skripsi Tidak Dipublikasikan*, Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi, Universitas Lampung.
- Mutamimah, Hartono, S., dan Sugiyanto.E.K. 2011. *Model Peningkatan Return Saham dan Kinerja Keuangan melalui Corporate Social Responsibility dan Good Corporate Governance di Bursa Efek Indonesia.* *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*. Vol: 4. No. 1. hal. 1-12.
- Murwaningsari, E. 2009. *Hubungan Corporate Governance, Corporate Social Responsibilities dan Corporate Financial Performance dalam Satu Continuum.* *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*. Vol: 11. No. 1.hal. 30-41.
- O’Donovan, G., (2002) “Environmental Disclosures in The Annual Report: Extending the Applicability and Predictive Power of Legitimacy Theory”, *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 15 No. 3, pp. 344-371.
- Pambudi, T “Perjalanan si Konsep Seksi.” *Majalah SWA* 26(XXI/19), 11 Januari

2006, 44-45.

- Pujiati, Diah, dan Erman Widanar 2009. *Pengaruh Struktur kepemilikan terhadap nilai Perusahaan: Keputusan Keuangan sebagai Variabel Intervening*: Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi Ventura, Vol.12.No.1, Hal 71-86.
- Purwanto. *Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Terhadap Corporate Social Responsibility*
- Pratiwi, S and A. Djahhuri. *Faktor-faktor yang mempengaruhi Praktik-praktik pengungkapan Sosial: Studi pada perusahaan High Profile yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta*. “TEMA 5 no.1 (2004)
- Purwati,I.” *Analisis Pengaruh Luas Pengungkapan Sosial dalam Laporan Tahunan Terhadap Reaksi Investor.*” Skripsi S1, Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya, Malang, 2001.
- Raar, J. *Environmental and Social Responsibility: A Normative Financial Reporting Concept*. Accepted for Presentation at the Fourth Asia Pasific Interdisciplinary Research in Accounting Conference, Singapore, 2004.
- Retno, Reny Dyah dan Denies Priantinah. 2012. “Pengaruh Good Corporate Governance sebagai Variabel Moderating (Studi pada Perusahaan Publik Non Finansial yang tercatat di BEI tahun 2008-2009)”. Skripsi Akuntansi Universitas Diponegoro Semarang.
- R.Yuliana, Bambang .P, Eko Ganis.S, *Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap pengungkapan corporate social responsibility (CSR) dan dampaknya terhadap reaksi Investor Desember 2008* Universitas Trunojoyo dan universitas Brawijaya.
- Rustiarini. 2010. *Pengaruh Corporate Governance pada Hubungan Corporate Social Responsibility*. Makalah Disampaikan dalam Simposium Nasional Akuntansi XIII.Purwokerto, 13-14 Oktober.
- Sallyanne,D. *Corporate Social Responsibility and Structural Change in Financial Services*,” Managerial Auditing Journal 19, no.6 (2004)
- Simanjuntak, B and L Widiastuti. *Faktor-Faktor yang mempengaruhi Kelengkapan Pengungkapan Laporan Keuangan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta*. Jurnal Riset Akuntansi Indonesia 7, no 3 (2004).

- Sukasih dan Susilawati, A.S. 2011. Dampak Good Corporate Governance (GCG) terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Kasus di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*. Vol:7. No.3. Hal.197-205.
- Suratno, Ignatius Bondan, dkk 2006. “Pengaruh Environmental Performance terhadap Environmental Disclosure dan Economic Performance (Studi Empiris pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Jakarta Periode 2001-2004” Simposium Nasional Akuntansi 9. Padang, (23-26 Agustus)
- Utomo, M. *Praktik Pengungkapan Sosial pada laporan Tahunan perusahaan di Indonesia: Studi Perbandingan antara Perusahaan-Perusahaan High Profile dan Low Profile*. Paper Presented at the Simposium Nasional Akuntansi 3, 2000.
- Wolk, H.I., M.G. Terney, dan J.L. Dodd. 2001. *Accounting Theory: A Conceptual and Institutional Approach*. Fifth Edition. South-Western College Publishing.
- Zuhroh, D. and I Sukmawati. *Analisis Pengaruh Luas Pengungkapan Sosial dalam Laporan Tahunan Perusahaan terhadap Reaksi Investor (studi Kasus pada Perusahaan High Profile di BEJ)* Paper Presented at the Simposium Nasional Akuntansi 6, Universitas Airlangga, Surabaya 2003.
- Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Study empiris pada Perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Jakarta*. Paper presented at the Simposium Nasional Akuntansi 8, Universitas Negeri Sebelas Maret, Solo, 2005.