

**PERAN PROFITABILITAS DALAM MEMEDIASI PENGARUH  
PERTUMBUHAN PERUSAHAAN DAN STRUKTUR MODAL  
TERHADAP CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY**

**I Gusti Agung Arista Pradnyani<sup>1</sup>  
I.B. Anom Purbawangsa<sup>2</sup>  
Luh Gede Sri Artini<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia  
e-mail: [agung.arista05@gmail.com](mailto:agung.arista05@gmail.com)

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran profitabilitas dalam memediasi pengaruh pertumbuhan perusahaan dan struktur modal terhadap CSR. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur di BEI dari tahun 2013 sampai dengan tahun 2015. Pengambilan sampel penelitian dilakukan dengan metode *purposive sampling* dan jumlah sampel penelitian ini sebanyak 37 perusahaan. Pengujian hipotesis penelitian menggunakan teknik analisis jalur (*path analysis*), dengan alat bantu aplikasi SPSS 23. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) pertumbuhan perusahaan dan struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap CSR. (2) pertumbuhan perusahaan dan struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas. (3) profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap CSR. (4) profitabilitas mampu memediasi pengaruh pertumbuhan perusahaan dan struktur modal terhadap CSR.

**Kata Kunci:** Pertumbuhan Perusahaan, Struktur Modal, Profitabilitas, dan *Corporate Social Responsibility*

**ABSTRACT**

The aim of this study is determine how profitability mediating the effects of the company's growth and capital structure to Corporate Social Responsibility. The population in this study are manufacturing companies listed in Indonesia Stock Exchange. Sample was conducted by purposive sampling method and then the number of samples is 37 companies. The research data is secondary data obtained from the website of the Indonesia Stock Exchange and the Indonesian Capital Market Directory from 2013 until 2015. Data analysis by path analysis technique with SPSS 23 software. The results of this study showed that: (1) the company's growth and capital structure had positive and significant impact on CSR. (2) the company's growth and capital structure had positive and significant impact on profitability. (3) profitability had positive and significant impact on CSR. (4) profitability is able to mediate the effect of company's growth and capital structure on Corporate Social Responsibility significantly.

**Keywords:** *company's growth, capital structure, profitability, and Corporate Social Responsibility*

## PENDAHULUAN

Perusahaan dan masyarakat harus saling terkait satu sama lain karena suatu pembangunan ekonomi akan berhasil dengan kontribusi dari kedua belah pihak. Komitmen perusahaan yang sama pentingnya dengan penciptaan nilai yang harus diperhatikan adalah tanggung jawab sosial. Tersedianya lapangan pekerjaan, terpenuhinya keperluan warga dengan produknya, dan kewajiban pajak yang dibayarkan tidak dapat dianggap cukup untuk mengabdikan pada warga dan negara terlebih lagi untuk membentuk nilai jangka panjang maka perusahaan harus menyadari untuk merealisasikan program CSR. Perusahaan tidak bisa menganggap remeh permasalahan mengenai ancaman dan risiko yang bersifat jangka panjang, harus berkontribusi agar ekonomi bisa bertumbuh positif.

Keberlanjutan untuk mengembangkan ekonomi adalah menitikberatkan tugas perusahaan untuk memerhatikan kesetimbangan *triple bottom lines* (Untung, 2008). McWilliams dan Siegel (2000) berkata keadaan keuangan pada akhirnya bukan jaminan untuk perusahaan mampu memiliki nilai yang tinggi maupun menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Perusahaan yang berkelanjutan hanya akan terjadi apabila keadaan lingkungan dan sosial sekitar perusahaan selalu diperhatikan.

*Corporate Social Responsibility (CSR)* dikatakan pemikiran untuk ditambakkannya tugas perusahaan dimana perusahaan dengan visi keberlanjutan maka akan berkomitmen tidak lagi bersikeras pada nilai perusahaan yang terlihat dari keadaan keuangan saja tetapi perusahaan paham pentingnya memerhatikan lingkungan. Hingga akhirnya CSR dilakukan oleh pelaku usaha untuk mengurangi

dampak buruk yang terjadi pada lingkungan sosial yang dikarenakan seluruh aktivitas perusahaan selama perusahaan berdiri.

CSR dimaksudkan sebagai pencegahan tercemarnya lingkungan sosial yang diakibatkan oleh pekerjaan yang ada di ruang lingkup dunia usaha. Program CSR adalah komitmen perusahaan terhadap pemangku kepentingan (*stakeholder*) dan/atau seluruh aspek yang mendapat imbas dari kehadiran perusahaan. Kegiatan perusahaan yang memiliki dampak negatif seperti kerusakan lingkungan harus diminimalisir agar generasi mendatang bisa memanfaatkan dan menjaga lingkungan seperti yang dilakukan saat ini (Oktariani, 2014).

Dihadapkannya perusahaan dengan beban melaksanakan penyebaran informasi yang transparan, memiliki badan usaha yang terbilang akuntabel dan tata kelola perusahaan yang sesuai berimbang pada keharusan perusahaan memfasilitasi perubahan menuju perbaikan lingkungan dengan merealisasikan program CSR (Yintayani, 2011). CSR dilaksanakan bukan hanya demi membantu memperbaiki lingkungan tetapi penting dilaksanakan karena mengingat kontribusinya pada kehadiran perusahaan untuk bisa diterima secara baik oleh warga sekitar. Perusahaan yang bersinggungan langsung dengan publik secara luas sangat baik untuk mencanangkan program CSR dan merealisasikannya untuk mendapat penilaian positif dari lingkungan sekitar (Branco dan Rodrigues, 2006).

Merealisasikan program CSR mencerminkan perusahaan bisa berstrategi dengan baik jikalau program yang dicanangkan bisa menembus seluruh lapisan *stakeholders*, hingga perlakuan tersebut berimbang pada meningkatnya nilai perusahaan. Penelitian Rossi (2009) menyatakan ada terjadi peningkatan profit

pada perusahaan yang menerapkan CSR. Gossling dan Vocht (2007), mengatakan bahwa akuntabel menjadi keharusan bagi dunia bisnis dan CSR diwajibkan untuk memenuhi kepentingan seluruh lapisan *stakeholders*. Sangat riskan bagi perusahaan yang menjadi tidak akuntabel karena dapat mendatangkan penilaian jelek mengenai perusahaan yang berimbas pada menjauhnya sokongan masyarakat dan tidak terpenuhinya visi perusahaan memiliki nilai perusahaan yang memuaskan.

Reputasi yang baik akan bisa dibangun dengan merealisasikan lebih banyak program CSR selanjutnya berimbas pada peningkatan dana investasi perusahaan. Diterapkannya CSR juga bisa menjadikan perusahaan tersebut lebih bisa meminimalisir kemungkinan ditolaknya keberadaan perusahaan tersebut oleh warga sekitar perusahaan, dimana dari semua itu imbasnya adalah tidak terganggunya kegiatan operasional seluruhnya. Cheng dan Christiawan (2011) berpendapat bahwa para investor memiliki kecenderungan memercayakan modalnya kepada perusahaan yang rajin berkegiatan memihak lingkungan.

Standar akuntansi keuangan di Indonesia hingga saat ini masih membebaskan perusahaan untuk melakukan kegiatan CSR baik secara kualitas maupun kuantitasnya. CSR yang dilakukan perusahaan hanya mengandalkan kesadaran masing-masing perusahaan yang artinya perusahaan melakukan kegiatan CSR dengan sukarela dan tidak ada aturan baku mengenai keharusan seluruh perusahaan melakukan kegiatan CSR.

*Good Corporate Governance* didesain untuk membangun keyakinan investor mengenai keuntungan yang didapat secara jujur setelah berinvestasi

(Shleifer dan Vishny, 1997). Dikatakan oleh Moeljono (2002) terdapat 2 fokus konsep GCG. Pertama, pemegang saham berhak mendapat informasi yang sesuai. Kedua, perusahaan berkewajiban dalam menyampaikan informasi yang sesuai baik kinerja perusahaan, kepemilikan dan stakeholders. Chtourou *et al.*, (2001) menyatakan bahwa penerapan GCG secara efektif bisa membentengi kemungkinan-kemungkinan terjadinya perekrutannya kinerja yang berakibat tidak sesuai laporan keuangan yang dibuat.

Tata kelola perusahaan akan sangat menentukan kualitas dan kuantitas pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan. Kebijakan-kebijakan yang sesuai pun akan terbentuk dari tata kelola perusahaan yang baik seperti kebijakan pendanaan perusahaan yang tepat sehingga perusahaan dapat bertumbuh dengan baik dan menghasilkan profit yang maksimal maka akan menambah program CSR yang dicanangkan oleh perusahaan. Kemungkinan adanya variasi program CSR yang ada lebih disebabkan pertumbuhan perusahaan (Yuliani, 2014), struktur modal dan profitabilitas (Novrianto, 2012).

Pertumbuhan perusahaan mencerminkan situasi kinerja keuangan entitas yang bertambah (Izati dan Margaretha, 2014). *Growth* dapat dikatakan total *asset* bertumbuh karena bertumbuhnya aset mencerminkan bertumbuhnya aktiva selanjutnya berdampak pada profitabilitas jadi berubahnya total aktiva yang banyaknya dalam persen adalah pengukur yang paling baik dalam menghitung *growth* (Putrakrisnanda, 2009). Perusahaan pemilik kesempatan bertumbuh yang baik lebih besar kemungkinan mendapat atensi dan justifikasi dari *stakeholders*

itulah yang menjadi alasan perusahaan lebih banyak merealisasikan program CSR (Tandioga dan Achmad, 2015).

Struktur modal merupakan perimbangan pendanaan bersama hutang. Hutang merupakan salah satu bagian dari struktur modal suatu perusahaan. Produktivitas dan kinerja perusahaan bisa meningkat salah satunya dengan memperhatikan struktur modal perusahaan. Perusahaan dengan proporsi *leverage* yang tinggi berakibat pada meningkatnya perhatian *debtholder* dengan melakukan pengawasan terhadap aktivitas perusahaan. *Leverage* akan berbanding terbalik dengan program CSR perusahaan karena perusahaan menghindari atensi dari *debtholder*, sinkron dengan teori keagenan (Sembiring, 2005).

Hasil final dari sejumlah strategi dan keputusan yang dibuat oleh perusahaan adalah profitabilitas. Proporsi ini mencerminkan efisiensi operasional perusahaan (Brigham dan Daves, 2007:259). Korelasi antara profitabilitas dengan CSR bisa menjadi gambaran yang akan membuktikan pentingnya respon sosial untuk mewujudkan salah satu visi perusahaan yaitu keuntungan. Sinkron dengan teori keagenan bahwa pencapaian profitabilitas yang maksimal berarti tanggung jawab manajer kepada investor dapat terpenuhi dan berimbas pada manajemen yang leluasa melakukan program CSR dengan maksud menjaga relasi yang baik dengan *stakeholders*.

Penelitian perihal pengungkapan CSR telah sering kali dilakukan dan menemukan perbedaan hasil. Seperti halnya pertumbuhan perusahaan mempengaruhi CSR diterima oleh Dilling (2009) dan dibantah oleh Sari (2012) Perihal struktur modal yang mempengaruhi CSR diterima oleh Cahya (2011) dan

dibantah oleh Reverte (2008). Mengenai pertumbuhan perusahaan mempengaruhi profitabilitas diterima oleh Izati dan Margaretha (2014) dan dibantah oleh Fauzi dan Suhadak (2015). Selanjutnya, struktur modal mempengaruhi profitabilitas diterima oleh Jannati, dkk (2014) dan ditolah oleh Barus dan Leliani (2013). Perihal profitabilitas mempengaruhi CSR oleh Novrianto (2012) dan Hussainey *et al.*, (2011) menyatakan menerima dan oleh penelitian Kristi (2012) menyatakan menolak.

Tidak konsistennya hasil yang didapat dari peneliti yang lalu yang menyebabkan profitabilitas menjadi variabel mediasi pada penelitian ini karena profitabilitas dapat membuat hubungan pertumbuhan dan struktur modal dengan CSR menjadi hubungan tidak langsung. Pertumbuhan perusahaan dapat mempengaruhi profitabilitas, dengan memperhatikan *aset* yang ada selanjutnya dimaksimalkan untuk produktivitas dan efisiensi perusahaan yang terakhir memberikan pengaruh pada profitabilitas. Profitabilitas yang tinggi yang dimiliki akan mempengaruhi perusahaan untuk membuat program CSR lebih banyak yang menjadi salah satu usaha perusahaan untuk menciptakan keyakinan pihak lain diluar perusahaan bahwa perusahaan berada pada situasi yang siap dan mampu bersaing karena kinerjanya yang sangat memuaskan (Sudarmadji dan Suharto, 2007).

Peningkatan profitabilitas bisa dikarenakan oleh *leverage* mengingat hutang yang bertambah akan meningkatkan kegiatan operasional perusahaan dikarenakan tersedianya lebih banyak dana dan selanjutnya perusahaan bisa memaksimalkan laba. Meningkatnya profitabilitas maka perusahaan akan termotivasi

merealisasikan lebih banyak program *CSR* yang berkualitas dengan salah satu tujuannya adalah mendapat atensi dan penghargaan dari kreditur dan *stakeholders* (Dwipayadnya, dkk., 2015).

Banyak informasi yang didapat manajemen mengenai peluang perusahaan kedepan daripada pemilik perusahaan, manajemen bertugas melaporkan keadaan perusahaan pada investor perusahaan. Pemilihan perusahaan manufaktur menjadi sampel sebab kegiatan perusahaan perlu adanya manajemen dengan efisiensi yang tinggi dan bersinggungan langsung sehingga menimbulkan imbas yang besar terhadap lingkungan.

Didasarkan pada penjelasan diatas, maka terdapat tujuh rumusan masalah dengan tujuan bisa menjadi bukti empiris di lingkungan akademis sebagai referensi penelitian selanjutnya. Penelitian ini juga diupayakan dapat meningkatkan pemahaman dan memperbanyak informasi mengenai esensialnya perusahaan melakukan program *Corporate Social Responsibility* sehingga bisa mendorong peningkatan praktek *CSR*.

*Good Corporate Governance* yaitu kaidah yang mengendalikan, mengorganisir dan meninjau kegiatan perusahaan untuk memperbanyak nilai saham dan termasuk perlakuan manajemen pada *stakeholders* (Tangkilisan, 2003). Adanya keterikatan dalam bekerja antara yang mempunyai perusahaan dan pekerjanya yang berwenang yaitu manajer yang menjadi prinsip teori keagenan. Teori keagenan memberi taksiran dimana seluruh orang berbuat mengutamakan kepentingannya yang menimbulkan kontradiksi kemauan pemilik dan pekerja



perusahaan karena diperkirakan pekerja berlaku tidak seperti yang pemilik inginkan yang selanjutnya memicu biaya keagenan (Jensen dan Meckling, 1976).

CSR diukur dengan melakukan pengamatan mengenai ada atau tidaknya 15 item informasi yang disebut Indeks Publisitas (*East-West Management Institute and PFS program, 2004*).

$$n(CSR) = \frac{\text{jumlah total pengungkapan CSR}}{\text{skor maksimal}} \times 100\% \dots\dots\dots(1)$$

Pengukuran profitabilitas yaitu dengan *ROE*.

$$ROE = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Modal Sendiri}} \times 100\% \dots\dots\dots(2)$$

Pengukuran pertumbuhan perusahaan menggunakan perubahan total aktiva.

$$\text{Perubahan total aktiva} = \frac{\text{total aktiva } t - \text{total aktiva } t-1}{\text{total aktiva } t-1} \times 100\% \dots\dots(3)$$

Pengukuran struktur modal adalah dengan *DER*.

$$DER = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\% \dots\dots\dots(4)$$

*Growth* dapat dikatakan total *asset* bertumbuh karena bertumbuhnya aset mencerminkan bertumbuhnya aktiva selanjutnya berdampak pada profitabilitas jadi berubahnya total aktiva yang banyaknya dalam persen adalah pengukur yang paling baik dalam menghitung *growth* (Putrakrisnanda, 2009). Perusahaan pemilik kesempatan bertumbuh yang baik lebih besar kemungkinan mendapat atensi dan

justifikasi dari *stakeholders* itulah yang menjadi alasan perusahaan lebih banyak merealisasikan program CSR (Tandioga dan Achmad, 2015).

H<sub>1</sub>: Pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap  
*Corporate Social Responsibility*

Struktur modal merupakan perimbangan pendanaan bersama hutang. Perusahaan dengan proporsi *leverage* yang tinggi berakibat pada meningkatnya perhatian *debtholder* dengan melakukan pengawasan terhadap aktivitas perusahaan. *Leverage* akan berbanding terbalik dengan program CSR perusahaan karena perusahaan menghindari atensi dari *debtholder*, sinkron dengan teori keagenan (Sembiring, 2005).

H<sub>2</sub>: Struktur modal berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility*

Pertumbuhan perusahaan relevan dengan profitabilitas, dengan memperhatikan *aset* yang ada selanjutnya dimaksimalkan untuk produktivitas dan efisiensi perusahaan yang terakhir memberikan pengaruh pada profitabilitas (Sudarmadji dan Suharto, 2007).

H<sub>3</sub> : Pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap  
profitabilitas

Keputusan mengenai *leverage* dapat dikatakan ketetapan riskan yang harus dilakukan penanggungjawab pendanaan agar berimbang pada profit. Peningkatan profitabilitas boleh dikarenakan oleh *leverage* mengingat hutang yang bertambah

akan meningkatkan kegiatan operasional perusahaan dikarenakan tersedianya lebih banyak dana dan selanjutnya perusahaan bisa memaksimalkan laba. Keputusan menggunakan hutang dikatakan tepat apabila penggunaan hutang itu dapat menghasilkan profitabilitas yang lebih besar daripada bunga hutang yang ada. Sangat penting untuk diperhatikan utilitas yang ditimbulkan dibandingkan dengan pengorbanan yang telah dilakukan hingga pada akhirnya keputusan berhutang dapat memaksimalkan profitabilitas perusahaan (Dwipayadnya, dkk., 2015).

H<sub>4</sub> : Struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas

Korelasi mengenai profitabilitas dengan *CSR* bisa menjadi gambaran yang mampu membuktikan pentingnya tanggapan sosial dalam mewujudkan salah satu visi perusahaan yaitu keuntungan. Kewajiban yang dipenuhi oleh manajer kepada investor yaitu mendapatkan laba mampu mendorong pemberian keleluasaan oleh investor untuk manajemen perusahaan menjalankan program *CSR* dimana kebijakan itu untuk menjaga relasi yang saling menguntungkan. Mengungkapkan kegiatan sosial yang dilakukan perusahaan merupakan cara yang tepat untuk membendung adanya tekanan dari lingkungan sekitar dan untuk menanggapi keperluan masyarakat

H<sub>5</sub>: Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility*.

Pertumbuhan perusahaan mampu mempengaruhi profitabilitas, dengan memperhatikan *asset* yang ada selanjutnya dimaksimalkan untuk produktivitas

dan efisiensi perusahaan yang terakhir memberikan pengaruh pada profitabilitas. Profitabilitas yang tinggi yang dimiliki akan mempengaruhi perusahaan untuk membuat program CSR lebih banyak yang menjadi salah satu usaha perusahaan untuk menciptakan keyakinan pihak lain diluar perusahaan bahwa perusahaan berada pada situasi yang siap dan mampu bersaing karena kinerjanya yang sangat memuaskan (Sudarmadji dan Suharto, 2007).

H<sub>6</sub>: Pertumbuhan Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* melalui Profitabilitas

Perusahaan yang berhutang banyak akan relevan dengan profitabilitas yang bertambah nilainya. Profitabilitas bertambah nilainya bisa dikarenakan oleh *leverage* mengingat hutang yang bertambah akan meningkatkan kegiatan operasional perusahaan dikarenakan tersedianya lebih banyak dana dan selanjutnya perusahaan bisa memaksimalkan laba. Meningkatnya profitabilitas maka perusahaan akan termotivasi merealisasikan lebih banyak program CSR yang berkualitas dengan salah satu tujuannya adalah mendapat atensi dan penghargaan dari kreditur dan *stakeholders* (Dwipayadnya, dkk., 2015).

H<sub>7</sub>: Struktur Modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* melalui Profitabilitas

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menerapkan pendekatan asosiatif. Dilakukan pada perusahaan manufaktur di BEI melalui [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). *Corporate Social Responsibility*

sebagai objek penelitiannya. Pertumbuhan perusahaan ( $X_1$ ) dan struktur modal ( $X_2$ ) dikatakan sebagai variabel independen dan *Corporate Social Responsibility* ( $Y_2$ ) sebagai variabel dependen serta profitabilitas ( $Y_1$ ) sebagai variabel mediasi. Teknik *purposive sampling* digunakan dalam menentukan sampel yang sesuai untuk digunakan. Data selanjutnya disortir berdasarkan ketetapan kriteria yang ada untuk kesesuaian data penelitian.

**Tabel 1**  
**Proses Pemilihan Sampel**

Keterangan	Total
1) Jumlah Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2015.	143
2) Jumlah perusahaan yang tidak memiliki nilai perubahan aktiva yang positif periode penelitian tahun 2013-2015.	(56)
3) Jumlah perusahaan yang tidak memiliki nilai profitabilitas yang positif periode penelitian tahun 2013-2015.	(5)
4) Jumlah perusahaan yang tidak mempublikasikan laporan tahunan lengkap termasuk pengungkapan CSR periode 2013-2015.	(45)
<b>TOTAL</b>	<b>37</b>

Sumber : data diolah, 2016

Pengujian pertama dilakukannya analisis statistik deskriptif dengan tujuan memperoleh representasi data yang diteliti. Selanjutnya, pengujian asumsi klasik lantas penggunaan analisis jalur yang diterapkan pada data yang sudah disaring sebelumnya dengan melewati beberapa kriteria yang telah ditetapkan dengan kesesuaian tujuan dapat dikaji untuk melihat hubungan langsung maupun tidak langsung pada seluruh variabel yang telah diberi perlakuan regresi berganda (Robert D. Retherford, 1993) bersama angka kesalahan 5%. Dilakukannya uji F, uji t, uji pengaruh total dan uji validitas model.

Struktural 1

$$Y_1 = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e_1$$

Struktural 2

$$Y_2 = \beta_3 X_1 + \beta_4 X_2 + \beta_5 Y_1 + e_2$$

Keterangan :

$$\begin{aligned} \beta_{i(1,2,3,4,5)} &= \text{Koefisien jalur} \\ e_{i(1,2)} &= \text{Standard error of the estimate} \end{aligned}$$

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik deskriptif dimaksudkan hendak menggambarkan penjelasan mengenai maksimal, minimal dan rata-ratanya suatu data pada penelitian dengan melewati tahapan penyaringan sebelumnya.

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Deskriptif**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	111	0,001	9,670	0,26037	0,911029
X2	111	0,000	634,000	104,25153	111,096269
Y1	111	0,100	134,500	18,51351	21,945660
Y2	111	0,333	0,733	0,51176	0,96898
Valid N (listwise)	111				

Sumber : data diolah, 2016

Pertumbuhan Perusahaan (X1) terendah 0,001 dan tertinggi 9,670 dan rata-rata 26,04%. Terdapat utang senilai 0% dari keseluruhan modal dan ada utang senilai 634% dari keseluruhan modal yang ada. Ada besaran profit 0,1% dari

sejumlah ekuitas yang dimiliki perusahaan yang sudah melalui penyaringan data dan ada juga besaran profit berkisar 134,5% dari keseluruhan ekuitas yang ada. Selama satu kurun waktu *annual report* perusahaan yang merealisasikan program CSRnya dan mencantumkan adalah senilai 51,18% atau sekitar 7 hingga 8 item program CSR yang direalisasikan perusahaan.

Data yang ada dinyatakan berdistribusi dengan normal disebabkan tertera angka Asymp. Sig. adalah 0,225 dan 0,125 yang mana lebih besar dari 0,05. Dinyatakan bebas dari kandungan multikolinearitas disebabkan tertera angka  $0,10 < VIF < 10$ . Dinyatakan tidak adanya heteroskedastisitas disebabkan tertera angka model pertama bernilai 0,406, 0,915 > 0,05 dan dinyatakan tidak adanya heteroskedastisitas disebabkan tertera angka model kedua bernilai 0,968, 0,525, 0,417 > 0,05.

Dinyatakan tidak terdapatnya autokorelasi disebabkan tertera angka pada model pertama bernilai  $dU < DW < 4 - dU$  yaitu  $1,746 < 1,969 < 2,254$  dan dinyatakan tidak terdapatnya autokorelasi disebabkan tertera angka pada model kedua bernilai  $dU < DW < 4 - dU$  yaitu  $1,746 < 1,759 < 2,254$ . Bersama dengan angka-angka tersebut maka disimpulkan data yang sudah melewati tahap penyaringan dengan beberapa kriteria yang telah ditetapkan bisa dilanjutkan untuk menganalisisnya dan nilai  $R_m^2 = 0,382$  atau sebesar 38,2%. Sesuai dengan angka yang tertera maka CSR perusahaan yang direalisasikan bisa terpengaruh oleh pertumbuhan perusahaan, struktur modal, dan profitabilitas sebesar 38,2%, selanjutnya nilai yang bersisa yaitu 61,8% dipaparkan variabel lain diluar dari variabel yang ditetapkan penelitian ini.

**Tabel 3**  
**Rekapitulasi *Output* Pengaruh Langsung**  
**Model Pertama**

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	11,462	2,643			4,337	0,000
X1	4,356	2,037	0,196		2,138	0,035
X2	0,053	0,017	0,283		3,077	0,003
R Square	= 0,146		F Hitung	= 9,231		
Adj R Square	= 0,130		Sig.	= 0,000		

Sumber : Data diolah, 2016

**Tabel 4**  
**Rekapitulasi *Output* Pengaruh Langsung**  
**Model Kedua**

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	0,475	0,011			44,618	0,000
X1	0,011	0,005	0,229		2,386	0,019
X2	0,000	0,000	0,195		2,142	0,034
Y1	0,000	0,000	0,247		2,499	0,014
R Square	= 0,276		F Hitung	= 13,622		
Adj R Square	= 0,256		Sig.	= 0,000		

Sumber : Data diolah, 2016



### **Pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap CSR**

Hipotesis pertama dapat diterima. Hal ini dapat dijelaskan bahwa pertumbuhan perusahaan mencerminkan situasi kinerja keuangan entitas yang bertambah (Izati dan Margaretha, 2014). *Growth* dapat dikatakan total *asset* bertumbuh karena bertumbuhnya aset mencerminkan bertumbuhnya aktiva selanjutnya berdampak pada profitabilitas jadi berubahnya total aktiva yang banyaknya dalam persen adalah pengukur yang paling baik dalam menghitung *growth* (Putrakrisnanda, 2009). Perusahaan yang memiliki kesempatan bertumbuh yang baik lebih besar kemungkinan mendapat atensi dan justifikasi dari *stakeholders* itulah yang menjadi alasan perusahaan lebih banyak merealisasikan program *CSR* yang dimaksudkan untuk mengurangi dampak buruk yang terjadi pada lingkungan sosial yang dikarenakan seluruh aktivitas perusahaan selama perusahaan berdiri (Tandioga dan Achmad, 2015).

### **Struktur modal berpengaruh negatif signifikan terhadap CSR**

Hipotesis kedua ditolak. Struktur modal merupakan perimbangan pendanaan bersama hutang. Rasio *leverage* diperlukan guna menggambarkan bagaimana situasi struktur modal perusahaan. Dengan penggambaran struktur modal tersebut dapat terlihat kemampuan perusahaan dalam membayarkan hutangnya secara tepat waktu dan kemungkinan tidak terpenuhinya penagihan hutang. Hutang dikatakan bagian dari struktur modal suatu perusahaan. Produktivitas dan kinerja

perusahaan bisa meningkat salah satunya dengan memperhatikan struktur modal perusahaan.

Leverage yang tinggi yang dimiliki perusahaan tidak selalu membuat perusahaan mundur dalam merealisasikan program CSRnya. Dewasa ini perusahaan telah memahami perlunya merealisasikan program CSR, perusahaan tidak bisa menganggap remeh permasalahan mengenai ancaman dan risiko yang bersifat jangka panjang, harus berkontribusi agar ekonomi bisa bertumbuh positif. McWilliams dan Siegel (2000) menyatakan keadaan keuangan pada akhirnya bukan jaminan untuk perusahaan mampu memiliki nilai yang tinggi maupun menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Perusahaan yang berkelanjutan hanya akan terjadi apabila keadaan lingkungan dan sosial sekitar perusahaan selalu diperhatikan. Merealisasikan program CSR mencerminkan perusahaan bisa berstrategi dengan baik jikalau program yang dicanangkan bisa menembus seluruh lapisan *stakeholders*, hingga perlakuan tersebut berimbas pada meningkatnya nilai perusahaan.

### **Pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas**

Hipotesis ketiga diterima. Kinerja perusahaan dapat diukur salah satunya dengan menganalisis rasio profitabilitas. Profitabilitas dikatakan kapasitas perusahaan mendapatkan profit yang berhubungan pada penjualan, total aktiva dan modal pribadi. Pertumbuhan perusahaan memperlihatkan kinerja keuangan perusahaan yang meningkat (Izati dan Margaretha, 2014).

*Growth* dapat dikatakan pertumbuhan total *asset* karena pertumbuhan aset mencerminkan pertumbuhan aktiva perusahaan selanjutnya berdampak pada profitabilitas jadi persentase berubahnya totaloaktiva adalah pengukur yang paling sesuai untuk menghitung *growth* perusahaan (Putrakrisnanda, 2009). Pertumbuhan perusahaan mempengaruhi profitabilitas, melalui cara memperhatikan *aset* yang ada selanjutnya dimaksimalkan untuk produktivitas dan efisiensi perusahaan yang terakhir memberikan pengaruh pada profitabilitas. Perusahaan yang mampu bertumbuh dengan cepat berarti mampu menciptakan laba yang tinggi yang artinya rasio profitabilitas juga memiliki nilai yang positif.

#### **Struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas**

Hipotesis keempat diterima. Keputusan mengenai *leverage* dapat dikatakan keputusan penting yang harus dilakukan manajer pendanaan dalam meningkatkan profitabilitas. Peningkatan profitabilitas bisa dikarenakan oleh *leverage* mengingat hutang yang bertambah akan meningkatkan kegiatan operasional perusahaan dikarenakan tersedianya lebih banyak dana. Mengingat banyaknya dana yang dialokasikan untuk kegiatan operasi perusahaan maka dengan itu perusahaan akan mampu memaksimalkan perolehan laba.

Leverage yang tinggi berarti menggunakan lebih banyak modal pinjaman yang dialokasikan pada aset bertujuan untuk menciptakan keuntungan maksimal bagi perusahaan. Keputusan menggunakan hutang dikatakan tepat apabila penggunaan hutang itu dapat menghasilkan profitabilitas yang lebih besar daripada bunga hutang yang ada. Sangat penting untuk diperhatikan utilitas yang

ditimbulkan dibandingkan dengan pengorbanan yang telah dilakukan hingga pada akhirnya keputusan berhutang dapat memaksimalkan profitabilitas perusahaan (Dwipayadnya, dkk., 2015).

### **Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR**

Hipotesis kelima diterima. Hasil final beberapa strategi dengan kesimpulan dibuat oleh perusahaan adalah profitabilitas. Proporsi ini mencerminkan efisiensi operasional perusahaan (Brigham dan Daves, 2007:259). Sinkron dengan teori keagenan bahwa manajemen (agen) akan memiliki kesempatan yang lebih besar untuk merealisasikan program CSR dan melaporkannya pada investor jika perusahaan memiliki profitabilitas yang tinggi, hal tersebut sesuai dengan teori keagenan. Biaya-biaya program CSR yang dicanangkan perusahaan akan mudah terpengaruh jika profitabilitas perusahaan tinggi (Ekowati, dkk., 2014).

Korelasi antara profitabilitas dengan CSR bisa menjadi gambaran yang akan membuktikan pentingnya respon sosial untuk mewujudkan salah satu visi perusahaan yaitu keuntungan. CSR dimaksudkan sebagai pencegahan tercemarnya lingkungan sosial yang diakibatkan oleh pekerjaan yang ada di ruang lingkup dunia usaha. Program CSR adalah komitmen perusahaan terhadap pemangku kepentingan (*stakeholder*) dan/atau seluruh aspek yang mendapat imbas dari kehadiran perusahaan. Kegiatan perusahaan yang memiliki dampak negatif seperti kerusakan lingkungan harus diminimalisir agar generasi mendatang bisa memanfaatkan dan menjaga lingkungan seperti yang dilakukan saat ini (Oktariani, 2014).

**Tabel 4**  
**Rekapitulasi *Output* Pengaruh Langsung, Pengaruh tidak Langsung, dan Pengaruh Total**

Hubungan		Pengaruh langsung	Pengaruh tidak langsung	Pengaruh Total	Koefisien	Signifikansi	Ket.	
Model 1	X1 => Y2	b	0,229	-	0,229	0,011	0,019	signifikan
	X1 => Y1	c	0,196	-	0,196	4,356	0,035	signifikan
	Y1 => Y2	d	0,247	-	0,247	0,000	0,014	signifikan
	X1 => Y1 => Y2		0,229	0,048	0,277	-	-	mampu
Model 2	X2 => Y2	b	0,195	-	0,195	0,000	0,034	signifikan
	X2 => Y1	c	0,283	-	0,283	0,053	0,003	signifikan
	Y1 => Y2	d	0,247	-	0,247	0,000	0,014	signifikan
	X2 => Y1 => Y2		0,195	0,069	0,264	-	-	mampu

Sumber : Data diolah, 2016

**Profitabilitas mampu memediasi pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap *corporate social responsibility***

Profitabilitas terbukti sebagai pemediasi sebagian hubungan pertumbuhan perusahaan terhadap CSR. Kinerja perusahaan dapat diukur salah satunya dengan menganalisis rasio profitabilitas. Profitabilitas dikatakan kapasitas perusahaan mendapatkan profit yang berhubungan pada penjualan, total aktiva dan modal pribadi. Pertumbuhan perusahaan memperlihatkan kinerja keuangan perusahaan yang meningkat (Izati dan Margaretha, 2014). Pertumbuhan perusahaan dapat mempengaruhi profitabilitas, dengan memperhatikan *asset* yang ada selanjutnya dimaksimalkan untuk produktivitas dan efisiensi perusahaan yang terakhir memberikan pengaruh pada profitabilitas.

Profitabilitas yang tinggi yang dimiliki akan mempengaruhi perusahaan untuk membuat program CSR lebih banyak. Realisasi program CSR menjadi salah

satu usaha perusahaan untuk menciptakan keyakinan pihak lain diluar perusahaan bahwa perusahaan berada pada situasi yang siap dan mampu bersaing karena kinerjanya yang sangat memuaskan (Sudarmadji dan Suharto, 2007). Reputasi yang baik akan bisa dibangun dengan merealisasikan lebih banyak program CSR selanjutnya berimbas pada peningkatan dana investasi perusahaan. Diterapkannya CSR juga bisa menjadikan perusahaan tersebut lebih bisa meminimalisir kemungkinan ditolaknya keberadaan perusahaan tersebut oleh warga sekitar perusahaan, dimana dari semua itu imbasnya adalah tidak terganggunya kegiatan operasional seluruhnya.

**Profitabilitas mampu memediasi pengaruh struktur modal terhadap *corporate social responsibility***

Profitabilitas terbukti sebagai pemediasi sebagian hubungan struktur modal terhadap CSR. Hanafi dan Abdul Halim (2007:327) mengatakan jikalau hutang identik bersama *leverage* yang dapat mengungkit laba, artinya keputusan menggunakan hutang yang bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan melebihi keuntungan yang didapat jika menggunakan modal sendiri. Perusahaan yang mempergunakan hutang secara besar nilainya maka profitabilitas juga ikut membesar nilainya. Menaiknya nilai profitabilitas bisa dikarenakan oleh *leverage* mengingat hutang yang bertambah akan meningkatkan kegiatan operasional perusahaan dikarenakan tersedianya lebih banyak dana dan selanjutnya dapat menghasilkan produk lebih banyak lantas bisa memaksimumkan laba yang diperoleh.

Meningkatnya profitabilitas maka perusahaan akan termotivasi merealisasikan lebih banyak program *CSR* yang berkualitas dengan salah satu tujuannya adalah mendapat atensi dan penghargaan dari kreditur dan *stakeholders* (Dwipayadnya, dkk., 2015). *CSR* dilaksanakan bukan hanya demi membantu memperbaiki lingkungan tetapi penting dilaksanakan karena mengingat kontribusinya pada kehadiran perusahaan untuk bisa diterima secara baik oleh warga sekitar. Perusahaan yang bersinggungan langsung dengan publik secara luas sangat baik untuk mencanangkan program *CSR* dan merealisasikannya untuk mendapat penilaian positif dari sosial dan lingkungan sekitar (Branco dan Rodrigues, 2006).

### **Implikasi Penelitian**

Implikasi teoritis dalam penelitian ini dimana pertumbuhan perusahaan dapat mempengaruhi profitabilitas, dengan memperhatikan *aset* yang ada selanjutnya dimaksimalkan untuk produktivitas dan efisiensi perusahaan yang terakhir memberikan pengaruh pada profitabilitas. Profitabilitas yang tinggi yang dimiliki akan mempengaruhi perusahaan untuk membuat program *CSR* lebih banyak (Sudarmadji dan Suharto, 2007). Peningkatan profitabilitas bisa dikarenakan oleh *leverage* mengingat hutang yang bertambah akan meningkatkan kegiatan operasional perusahaan dikarenakan tersedianya lebih banyak dana dan selanjutnya perusahaan bisa memaksimalkan laba. Meningkatnya profitabilitas maka perusahaan akan termotivasi merealisasikan lebih banyak program *CSR*. (Dwipayadnya, dkk., 2015).

Implikasi praktis dalam penelitian ini adalah dapat dijadikannya acuan oleh pemerintah untuk penetapan kebijakan yang berhubungan dengan keberadaan perusahaan, hak dan kewajiban perusahaan terutama dalam memenuhi kepentingan stakeholders, lingkungan dan sosial, selanjutnya mengawasi pemenuhan kewajiban perusahaan dalam merealisasikan program CSRnya. Pelaksanaan CSR harus terus diawasi mengingat pentingnya CSR dalam membantu pemerintah mengurangi risiko yang ditimbulkan oleh perusahaan pada saat perusahaan beroperasi di lingkungan tertentu. Sangat membantu jika pemerintah bisa mengkoordinasikan perusahaan merealisasikan CSR untuk pembangunan suatu daerah.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

Berbicara mengenai CSR, pertumbuhan perusahaan, struktur modal dan profitabilitas mempengaruhinya secara positif signifikan. Berbicara mengenai profitabilitas, pertumbuhan perusahaan dan struktur modal mempengaruhinya secara positif signifikan. Profitabilitas terbukti sebagai pemediasi sebagian hubungan pertumbuhan perusahaan dan struktur modal terhadap CSR.

Bagi Perusahaan, keputusan penggunaan hutang harus melewati pertimbangan yang matang guna menambah angka aset yang meningkat selanjutnya bisa memaksimalkan kinerja operasional perusahaan yang lantas dapat mendapatkan angka profitabilitas yang positif lebih besar dari tanggungan beban bunga pinjaman selanjutnya perusahaan akan lebih berinisiatif melaksanakan CSR.



Bagi pihak investor, banyak kontribusi yang bisa dilakukan investor untuk membantu merealisasikan program CSR yang dicanangkan perusahaannya yang berguna bagi banyak pihak terlebih bagi perusahaan itu sendiri. Perusahaan yang mampu menjaga hubungan baik dengan lingkungan tempat perusahaan beroperasi adalah perusahaan yang mampu bertahan lebih lama karena tidak diusik keberadaannya oleh lingkungan sosial perusahaan. Keseriusan perusahaan dalam merealisasikan program CSR yang dicanangkan sangat penting diperhatikan sebelum memutuskan untuk melakukan investasi pada suatu perusahaan karena program CSR yang direalisasikan dengan baik oleh perusahaan akan menciptakan *image* perusahaan yang baik dimana *image* tersebut berimplikasi terhadap harga saham atau nilai perusahaan.

Bagi peneliti selanjutnya, sesuai dengan angka yang tertera maka CSR perusahaan yang direalisasikan bisa terpengaruh oleh pertumbuhan perusahaan, struktur modal, dan profitabilitas sebesar 38,2%, selanjutnya nilai yang bersisa yaitu 61,8% dipaparkan variabel lain diluar dari variabel yang ditetapkan penelitian ini dan yang berindikasi dapat memperbanyak realisasi progam CSR perusahaan yaitu ukuran perusahaan dan kepemilikan manajerial.

## REFERENSI

- Barus, Andreani Caroline, dan Leliani. 2013. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Profitabilitas pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*. Vol. 3, No. 2.
- Branco, M.C. and Rodrigues, L.L. 2006. Communication of corporate social responsibility by Portuguese banks; a legitimacy theory perspective. *Corporate Communications: An International Journal*. Vol 11 No. 3. pp. 232-248.

- Brigham, Eugene F. and Philip R. Daves, 2007. *Intermediate Financial Management*. 9th Edition, United States of America
- Cahya Bramantya Adhi. 2011. Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*). *Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam*. Vol. 1, No.1.
- Cheng, M. dan Christiawan, Y.J. 2011. Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Abnormal Return. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*. Vol: 13. No. 2. hal 24-36.
- Chtourou, S., Bedard, J., Courteau, L., “*Corporate Governance and Earnings Management*”, working paper, 2001.
- Dilling, Petra F.A. 2009. “Sustainability Reporting In A Global Context: What are The Characteristics Of Corporation That Provide High Quality Sustainability Reports-An Empirical Analysis”. *International Business & Economics Research Journal*. Vol.9, No. 1, hal. 19-29.
- Dwipayadnya, Wiagustini dan Purbawangsa. 2015. Kepemilikan Manajerial dan *Leverage* sebagai Prediktor Profitabilitas dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. *Jurnal Buletin Studi Ekonomi*. Vol. 20. No. 2.
- East-West Management Institute and Partners for Financial Stability Program. 2004. “Report on a Survey of Corporate Social Responsibility of the Largest Listed Companies in Hungary. Final Report”. *Hungarian Environmental Economics Center*, Budapest.
- Ebringa, O.T., Emeh Yadirichukwu, E. E. Chigbu, and Obi Joseph Ogochukwu. 2013. Effect Of Firm Size And Profitability On Corporate Social Disclosures: The Nigerian Oil And Gas Sector In Focus. *British Journal of Economics, Management & Trade*, 3(4): h: 563-574.
- Ekowati, Lilis dkk. 2014. “Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Growth, dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2010-2012)”. SNA 17 Mataram, Lombok Universitas Mataram 24-27.
- Fauzi, Mohammad Nur dan Suhadak. 2015. Pengaruh Kebijakan Dividen dan Pertumbuhan Perusahaan terhadap Struktur Modal dan Profitabilitas (Studi pada Sektor *Mining* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2013). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 24 No. 1 Juli 2015
- Gossling, Tobias and Chris Vocht. 2007. “Social Role Conceptions and CSR Policy Success”. *Journal of Business Ethics*, No.74. Hal. 363–372. The Netherlands : Tilburg University.

- Hanafi, M. Mamduh dan Abdul Halim. 2007. *Analisis Laporan keuangan*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- Hussainey, K., Mohamed Elsayed, dan Marwa Abdel Razik. 2011. Factors Affecting Corporate Social Responsibility Disclosure In Egypt.
- Izati, Chaerunisa dan Farah Margaretha. 2014. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Keuangan pada Perusahaan *Basic Industry and Chemicals* di Indonesia. *E-Journal Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Trisakti*. Vol. 1 No. 2.
- Jannati, I. D., Saifi, M., & Endang. (2014). Pengaruh Rasio *Leverage* terhadap Profitabilitas (Studi pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Periode Tahun 2009-2011). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2), 1–8.
- Jensen, M.C. dan W.H. Meckling. 1976. Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*. Vol 3. No 4. pp: 305-360.
- Kristi, Aprinda Agatha. 2012. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Publik di Indonesia. Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.
- McWilliams, Abigail and Donald Siegel. 2000. “Corporate Social Responsibility and Financial Performance: Correlation or Misspecification?”. *Journal of Strategic Management*, Vol. 21 No. 5. 603-609.
- Moeljono, Djokosantoso. 2002. *Good Corporate Culture sebagai inti dari Good Corporate Governance*. Jakarta: Elex-Gramedia.
- Novrianto. 2012. Pengaruh *Leverage*, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Informasi Sosial pada Perusahaan Manufaktur di BEI. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*. Vol. 1, No. 1.
- Oktariani. 2014. Pengaruh Karakteristik Perusahaan dan Tanggung Jawab Lingkungan pada Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*. h: 402-418.
- Putrakrisnanda. 2009. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Struktur Modal Perusahaan Manufaktur di Indonesia.(online), ([www.scribd.com](http://www.scribd.com)).
- Reverte, Carmelo. 2008. “Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure Ratings by Spanish Listed Firms”. *Journal of Business Ethics*.
- Robert D. Retherford (1993). *Statistical Model for Causal Analysis*. New York : John Wiley & Sons. Inc.

- Rossi, José L. 2009. "What is the Value of Corporate Social Responsibility? An Answer from the Brazilian Sustainability Index". *Journal*. São Paulo : IBMEC.
- Sari, Rizkia Anggita. 2012. Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Nominal*. Vol. 1 No. 1
- Sembiring, E. R. 2005. Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial : Studi Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta. *Simposium Nasional Akuntansi 8 Solo*.
- Shleifer, Andrei & Vishny, Robert W. 1997. A Survei of Corporate Governance. *Journal of Finance*, 52, pp: 737-783.
- Sudarmadji, A.M, dan Lana Suharto. 2007. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage*, dan Tipe Kepemilikan Perusahaan terhadap *Voluntary Disclosure* Laporan Keuangan Tahunan. *Jurnal Fakultas Ekonomi*. Vol. 2, 1858-2559.
- Tandioga, Melania Septin dan Komarudin Achmad. 2014. Pengaruh Kinerja Keuangan dan Struktur Modal terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2012-2013. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB* Universitas Brawijaya.
- Tangkilisan, Hessel Nogi S. 2003. *Manajemen Keuangan Bagi Analisis Kredit Perbankan Mengelola Kredit Berbasis Good Corporate Governance*. Yogyakarta: Balairung & Co.
- Untung, Hendrik Budi. 2008. *Corporate Sosial Responsibility*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Yintayani, Ni Nyoman. 2011. Faktor-Faktor yang Memengaruhi *Corporate Social Responsibility* (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2009). *Tesis* Program Magister Akuntansi pada Program Pascasarjana Universitas Udayana. Denpasar.
- Yuliani, Nurbaity. 2014. Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham dan Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI Tahun 2011-2013. *Jurnal Akuntansi*.