

Analisis Perbedaan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan *High Profile* dan *Low Profile* (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI)

AIDA YULIA

Universitas Syiah Kuala

AFRIANTI

Universitas Syiah Kuala

Abstract

The purpose of this study was to examine the influence of revenue variance regional government budget either simultaneously or partially, toward expenditure variance regional government budget seen in the perspective of agency. The research was conducted at all regions throughout the province Indonesian government. Types of research used in this study is hypothesis testing. The research method used in this study is the method by purposive sampling. The population in this study is all districts across cities in Indonesia. Samples in this study were 56 urban districts that have a budget deficit from 2009 to 2011. The data collection techniques using secondary data from the budget documents that have certain criteria that is done by documentation. Hypothesis testing is done by simple linear regression method. These results of this study indicate that variance revenue budget exists purely partial effect on spending budget exists purely variance in agency theory perspective.

Keywords: *Regional Government Budget, revenue variance, expenditure variance, agency theory*

1. Pendahuluan

Arus perubahan lingkungan bisnis yang semakin meningkat, tampaknya pada setiap perusahaan dituntut untuk memiliki daya adaptasi dan responsi yang semakin tinggi. Perusahaan yang tidak melakukan perubahan secara konstan, berisiko akan terasingkan dalam dunia bisnis dan kemudian perusahaan tersebut tidak akan mampu bersaing dengan perubahan yang terus berjalan. Kemajuan ilmu pengetahuan sekarang ini menuntut pihak manajemen untuk tidak hanya memikirkan masalah risiko usaha dan bagaimana usaha perusahaan tersebut dapat memperoleh keuntungan dalam meningkatkan nilai perusahaannya, tetapi perusahaan harus memikirkan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan.

Dalam pelaksanaan tanggung jawab sosial, hal terpenting yang harus dilakukan oleh sebuah perusahaan adalah memperkuat keberlanjutan perusahaan tersebut dengan cara menciptakan kerjasama antar pemegang saham. Misalnya, menyusun program-program pengembangan masyarakat, karena perusahaan memiliki tugas moral untuk berlaku jujur, patuh akan hukum, menjunjung integritas, dan tidak melakukan praktik korupsi. Pengungkapan kegiatan tanggung jawab sosial yang telah dilaksanakan perusahaan

merupakan salah satu upaya meningkatkan citra perusahaan di masyarakat pada umumnya dan investor pada khususnya.

CSR dikembangkan dengan koridor *triple bottom lines*, yang mencakup sosial, ekonomi dan lingkungan. Kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan, tetapi perusahaan juga akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup perusahaan tersebut (Nurlela dan Islahuddin, 2008).

Menurut ISO 26000, CSR adalah tanggung jawab organisasi terhadap efek dari keputusan dari kegiatan-kegiatan yang ada pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk sikap dan etika yang sejalan dengan pembangunan yang berkelanjutan dan kesejahteraan di masyarakat, memperhitungkan harapan dari pemangku kepentingan yang sejalan dengan hukum dan norma-norma perilaku internasional yang ditetapkan, serta terstruktur sesuai dengan kondisi organisasi secara menyeluruh. Pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan penting dalam rangka mewujudkan tujuan perusahaan, yaitu meningkatkan nilai perusahaan.

Dalam melakukan reputasi dan kontribusi yang baik, peran CSR merupakan salah satu aset strategis bagi sebuah perusahaan karena berkaitan dengan penilaian dan evaluasi keberadaan perusahaan yang bersangkutan di mata publik dan masyarakat. Perhatian dari masyarakat akan menimbulkan kritik seperti menciptakan masalah sosial, polusi, sumber daya, limbah, mutu produk, hak, dan status tenaga kerja. Kondisi ini sekaligus akan mendorong pihak khususnya manajemen agar dapat memberikan perhatian yang lebih terhadap setiap usaha untuk membangun dan mempertahankan reputasi.

Berbagai alasan perusahaan dalam melakukan pengungkapan informasi CSR secara sukarela, diantaranya adalah untuk mentaati peraturan yang ada, untuk memperoleh keunggulan kompetitif melalui penerapan CSR, untuk memenuhi ketentuan kontrak pinjaman dan memenuhi ekspektasi masyarakat, untuk melegitimasi tindakan perusahaan, dan untuk menarik investor (Deegan dan Blomquist, 2001; Hasna, 1998, Ullman, 1985; Patten, 1992; dalam Basamallah *et al*, 2005).

Dalam GRI dijelaskan bahwa indikator-indikator CSR adalah kinerja ekonomi, kinerja lingkungan, praktek tenaga kerja dan pekerjaan yang layak, hak asasi manusia serta tanggung jawab produk. Menurut Nurkhin (2009), indikator yang diungkapkan GRI dinilai kurang tepat untuk digunakan dalam penelitian di Indonesia karena item-item dalam kategori GRI cakupannya terlalu dalam dan bersifat khusus, sedangkan di Indonesia kegiatan CSR yang dilakukan masih bersifat umum.

Menurut Sembiring (2005), indikator yang dapat digunakan untuk mengukur pengungkapan CSR adalah dengan menggunakan tujuh kategori yaitu, lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat dan umum. Kategori ini diadopsi dari penelitian Hackston dan Mine (1996). Menurut Sembiring Kategori-kategori tersebut lebih cocok dipakai pada perusahaan di Indonesia. Ketujuh kategori tersebut terdiri dari 90 item pengungkapan. Berdasarkan peraturan BAPEPAM No. VIII.G.2 tentang laporan tahunan dan kesesuaian 90 item tersebut untuk diaplikasikan di Indonesia, kemudian dilakukan penyesuaian. Dari 90 item pengungkapan tersebut ada tiga belas item dihapus karena dianggap kurang sesuai dengan kondisi di Indonesia sehingga tersisa 76 item pengungkapan.

Seiring dengan proses globalisasi informasi dan tuntutan dunia luar seperti stakeholders, karyawan perusahaan, pemerintah, pelanggan dan masyarakat terhadap transparansi perusahaan, memaksa perusahaan untuk melakukan pengungkapan terhadap CSR ini. Menyadari akan hal itu, sebagian perusahaan mulai mempertanggungjawabkan penggunaan sumber daya yang diambil dari masyarakat kepada lingkungan sosialnya

dengan cara memberikan penjelasan dan pelaporan kepada masyarakat mengenai berbagai aktivitas sosial dan lingkungannya, baik melalui media eksternal maupun media internal.

Perusahaan-perusahaan tersebut disebut *high profile industry*, yaitu perusahaan yang mempunyai tingkat sensitivitas yang tinggi terhadap lingkungan, tingkat resiko politik yang tinggi atau tingkat kompetisi yang ketat. Selain perusahaan ekstraktif, yang termasuk *high profile industry* antara lain perusahaan otomotif, penerbangan, pertanian, rokok dan tembakau, makanan dan minuman, media komunikasi, energi (listrik), kesehatan dan transportasi (Zuhroh dan Sukmawati, 2003: 1317).

Penerapan CSR tidak hanya dilakukan oleh perusahaan *high profile industry*, perusahaan-perusahaan *low profile industry* yaitu perusahaan yang tidak terlalu memperoleh sorotan luas dari masyarakat atau media ketika terjadi kegagalan dalam proses atau hasil produksinya juga melakukan CSR. Perusahaan yang termasuk tipe ini antara lain perusahaan bangunan, keuangan dan perbankan, penyedia alat medis, properti, retailer, tekstil, produk personal dan produk rumah tangga (Zuhroh, 2003 dalam Rachman, 2011).

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Yap dan Widyaningdyah (2009) tentang pengungkapan pertanggungjawaban sosial pada laporan tahunan perusahaan yang *go public* di bursa efek indonesia (studi empiris atas perusahaan *high profile* dan *low profile*). Adapun yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah terletak pada jenis penelitian dan tahun penelitian. Jenis penelitian sebelumnya merupakan penelitian verifikatif (*hypothesis testing*) pada tahun 2009. Sedangkan penelitian ini merupakan penelitian deskriptif yang dilakukan pada tahun 2013.

Berdasarkan uraian dilatar belakang maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Apakah terdapat perbedaan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan *high profile* dan *low profile* di Bursa Efek Indonesia periode 2008-2011. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui perbedaan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan *high profile* dan *low profile* di Bursa Efek Indonesia periode 2008-2011.

2. Kerangka Teoritis dan Pengembangan Hipotesis

Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah tanggung jawab social perusahaan, dimana perusahaan tidak bisa berdiri sendiri tanpa memperdulikan kewajiban-kewajibannya terhadap lingkungan sekitarnya seperti pemegang saham, karyawan perusahaan, masyarakat sekitar maupun lingkungan sekitar perusahaan tersebut. CSR sudah dipraktikkan perusahaan-perusahaan di dunia pada 20 tahun terakhir ini.

The World Business Council for Sustainable Development mendefinisikan CSR perusahaan sebagai suatu komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkesinambungan. Hal tersebut dilakukan melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilannya, keluarganya, komunitas setempat serta masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat bagi bisnis itu sendiri maupun lingkungan sekitarnya (Azheri, 2011).

Sementara itu, Untung (2008:1) mengungkapkan bahwa CSR adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara pemerintah terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan.

Menurut Budi (2008:8): Peningkatan kualitas kehidupan mempunyai arti adanya kemampuan manusia sebagai individu anggota masyarakat untuk dapat menanggapi

keadaan sosial yang ada, dapat menikmati serta memanfaatkan lingkungan hidup termasuk perubahan-perubahan yang ada sekaligus memelihara atau dengan kata lain CSR merupakan cara perusahaan mengatur proses usaha untuk memproduksi dampak positif masyarakat.

Berdasarkan uraian diatas CSR adalah sebuah standar yang harus ada dalam suatu perusahaan untuk saat ini, dimana standar tersebut digunakan untuk mengukur keseimbangan ekonomi perusahaan agar terjadinya kestabilan pada saat pengungkapan informasi tersebut serta berdampak positif bagi masyarakat dan lingkungan.

Bradshaw dalam Syafri (2002:360) mengemukakan ada 3 bentuk tanggung jawab sosial perusahaan yaitu:

1. *Corporate Philanthropy*, tanggung jawab social perusahaan disini hanya sebatas kedermawanan atau voluntir belum sampai pada kewajiban. Bentuk tanggung jawab ini bisa merupakan kegiatan amal, sumbangan atau kegiatan lain yang mungkin saja tidak langsung berhubungan dengan kegiatan perusahaan.
2. *Corporate Responsibility*, disini kegiatan pertanggungjawaban itu sudah merupakan bagian dari kewajiban perusahaan karena ada ketentuan atau Undang-Undang atau bagian dari kemauan atau kesediaan perusahaan.
3. *Corporate Policy*, disini tanggung jawab sosial perusahaan itu sudah merupakan bagian dari kebijakan yang dibuat sendiri oleh perusahaan.

Pengukuran atas *Corporate Social Responsibility*

Cochran dan Wood (dalam Rinaldy, 2011) menyebutkan bahwa:

Terdapat dua metode yang diterima secara umum untuk mengukur CSR. Metode pertama adalah indeks reputasi. Dalam metode ini peninjau menilai perusahaan atas dasar satu atau lebih dimensi kerja sosial. Metode kedua dalam pengukuran CSR merupakan metode analisis isi (*Content Analysis*). Dalam *Content Analysis*, yang dilihat dalam keluasan dari pelaporan atas aktivitas CSR dalam berbagai perusahaan yang dipublikasikan yang mana biasanya tertuang di laporan tahunan.

Pengukuran informasi CSR dalam *annual report* perusahaan atau CSRI (*Corporate Social Response Indeks*). Mengacu pada penelitian Hanifa et al (2005), maka pengukuran variabel CSRI menggunakan *content analysis* yang mengukur *variety* dari CSRI. *Content analysis* adalah salah satu metode pengukuran CSRI yang sudah banyak digunakan dalam penelitian-penelitian terdahulu.

Rumus yang digunakan untuk perhitungan CSRI adalah sebagai berikut:

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Dimana:

CSRI_j : *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan j

n_j : jumlah *item* untuk perusahaan j.

X_{ij} : *dummy variable*; 1 = jika *item* i diungkapkan; 0 = jika *item* i tidak diungkapkan.

High Profile

Menurut Hackston dan Mine (1996), perusahaan yang termasuk dalam kategori *high profile* adalah perusahaan yang memiliki tingkat sensitivitas yang cukup tinggi terhadap lingkungan sekitarnya, resiko politik yang juga cukup tinggi, atau persaingan yang cukup ketat dilingkungan bisnisnya. Sementara Diekers dan Preston dalam Rinaldy (2011) mengatakan bahwa industri *high profile* meliputi perusahaan yang melakukan aktivitas ekonominya dengan memodifikasi lingkungan, seperti industri ekstraktif, dan

lebih sering untuk mengungkapkan informasi mengenai dampak lingkungan mereka bila dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan yang berada di industri lainnya.

Menurut Zuhroh dan Sukmawati (2003), perusahaan yang tergolong dalam perusahaan *high profile* adalah perusahaan yang memiliki jumlah tenaga kerja yang banyak dan proses produksi perusahaan tersebut mengeluarkan sisa limbah cair dan polusi udara. Contoh perusahaan yang tergolong dalam kelompok industri ini antara perusahaan pengeboran perminyakan, pertambangan, industri kimia, pengelolaan hutan, industri kertas, industri otomotif, industri penerbangan, pengelolaan agribisnis, perkebunan tembakau dan industri rokok, produk makanan dan minuman, industri media dan komunikasi, industri energi (listrik), sarana kesehatan serta transportasi dan pariwisata.

Low Profile

Menurut Indrawati dalam Rachman (2011), perusahaan *low profile* adalah perusahaan yang tidak terlalu disorot secara luas oleh masyarakat apabila kegiatan operasi yang mereka lakukan mengalami kegagalan atau terjadi kesalahan dalam proses produksi atau hasil produksinya. Sementara itu Anggraini (2006), menyatakan bahwa industri *low profile* memiliki konsumen yang layak sedikit, resiko politis dari usahanya yang kecil, atau menghadapi persaingan yang tinggi dilingkungannya, cenderung akan mengungkapkan informasi sosial yang lebih sedikit dibandingkan dengan perusahaan *high profile*. Perusahaan manufaktur yang termasuk dalam kategori seperti ini adalah perusahaan yang bergerak di bidang semen, keramik, logam, pakan hewan, kayu, mesin dan alat-alat, tekstil, alas kaki, kabel dan elektronik.

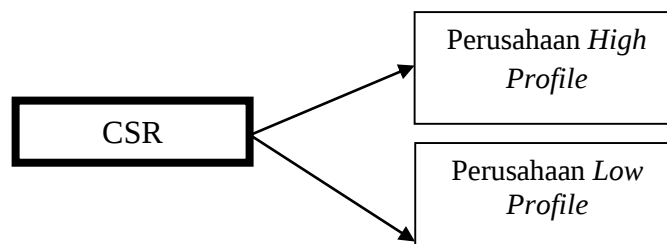
Hackston dan Milne (1996) dalam Rachman (2011) mendefinisikan perusahaan *low profile* sebagai perusahaan yang memiliki tingkat *consumer visibility* dan *political visibility* yang rendah.

Perbedaan Pengungkapan CSR Pada Perusahaan High Profile Dan Low Profile Di Bursa Efek Indonesia Periode 2008-2011

Praktek pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) di BEI yang berhubungan dengan tema-tema kemasyarakatan, produk, konsumen, dan ketenagakerjaan, didapat hasil bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial kelompok *high profile* lebih tinggi daripada kelompok *low profile*. Perbedaan perusahaan *high profile* dan perusahaan *low profile* diyakini berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Perusahaan yang termasuk *high profile* lebih memiliki visibilitas konsumen, risiko politis yang tinggi dan persaingan yang tinggi dibandingkan perusahaan *low profile* sehingga lebih diawasi oleh pemerintah, oleh karena itu perusahaan dengan tipe industri *high profile* diprediksi melakukan CSR yang lebih luas daripada perusahaan *low profile* (Pian, 2010).

Berdasarkan penjabaran diatas, dapat disimpulkan bahwa perusahaan *high profile* dan *low profile* memiliki perbedaan signifikan terhadap pengungkapan CSR, dimana pengungkapan pada perusahaan *high profile* lebih besar dibandingkan dengan perusahaan *low profile* yang terdaftar dikelompok perusahaan manufaktur di BEI.

Berdasarkan teori yang sudah dikemukakan, maka skema paradigma penelitian adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1 Skema Paradigma Penelitian

Hipotesis

Terdapat perbedaan pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan *high profile* dan perusahaan *low profile* di Bursa Efek Indonesia periode 2008-2011.

3. Metode Penelitian

Desain Penelitian

Penelitian ini mengacu pada rancangan penelitian yang dikemukakan oleh Sekaran tersebut dengan berpedoman pada aspek yang harus terpenuhi, untuk masing-masing aspek dijelaskan sebagai berikut Sifat studi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pengujian hipotesis. Penelitian ini menjelaskan perbedaan pelaksanaan CSR pada perusahaan *high profile* dan *low profile*. Jenis investigasi yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah uji beda. Masalah yang terjadi dalam penelitian ini adalah adanya perbedaan CSR pada perusahaan *high profile* dan *low profile*. Tingkat intervensi dalam penelitian ini adalah intervensi minimal. Situasi studi dalam penelitian ini adalah tidak diatur. Peneliti ingin menguji pelaksanaan CSR pada perusahaan *high profile* dan *low profile* tanpa intervensi peneliti terhadap sumber data lapangan. Unit analisis dalam penelitian ini adalah instansi. Data yang dikumpulkan dari penelitian ini adalah laporan tahunan auditan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2008-2011. Horizon waktu dalam penelitian ini berupa *pooling data/panel data (pooling of time series and cross sectional observation)*. Penelitian yang digunakan adalah penelitian verikatif dengan menggunakan metode sampel dengan waktu 3 tahun berturut-turut. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari laporan tahunan dari perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, untuk melakukan indeks CSR.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi merupakan keseluruhan objek penelitian sedangkan sampel adalah sebagian dari populasi yang ingin diteliti (Sekaran, 2006:121). Penelitian ini bersifat komperatif karena menguji perbedaan pengungkapan CSR pada perusahaan *high profile* dan *low profile*. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang sudah terdaftar di Bursa Efek Indonesia sejak tahun 2008, dan sampai tahun 2011. Berdasarkan *Indonesian Capital Market Directory* dari 2008 hingga 2011, perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia adalah sebanyak 452 perusahaan. Populasi sasaran yang digunakan dalam penelitian ini adalah: (1) Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia berturut-turut tahun 2008-2011, (2) Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tidak pernah di *delisting*, (3) Perusahaan dalam penelitian ini tercantum dalam *Indonesian Capital Market Directory* dari tahun 2008 hingga 2011, (Perusahaan menerbitkan laporan keuangan tahunan per 31 Desember, (4) Melakukan pengungkapan sosial dalam laporan tahunannya, (5) Perusahaan *high profile* dan *low profile*

Untuk lebih jelas, beberapa perusahaan *high profile* dan *low profile* yang masih terdaftar di BEI selama tahun 2008-2011 pada Tabel 1 dan pada Tabel 2.

Tabel 1

Kriteria Populasi Sasaran *High Profile*

Perusahaan <i>high profile</i> yang terdaftar di BEI tahun 2008-2011	150 perusahaan
(dikurangi) perusahaan <i>high profile</i> yang didelisting	12 perusahaan
Perusahaan <i>high profile</i> yang terdaftar di BEI	138 perusahaan
(Dikurangi) perusahaan <i>high profile</i> yang bergabung setelah tahun 2008	17 perusahaan
Perusahaan <i>high profile</i> yang listing sejak 2008	121 perusahaan
(dikurangi) perusahaan <i>high profile</i> yang tidak menyampaikan laporan tahunan	55 perusahaan
Perusahaan <i>high profile</i> yang menyampaikan laporan tahunan	66 perusahaan
(dikurangi) Perusahaan <i>high profile</i> yang tidak melakukan pengungkapan sosial	16 perusahaan
Perusahaan <i>high profile</i> yang melakukan pengungkapan sosial	50 perusahaan

Tabel 2
Kriteria Populasi Sasaran *Low Profile*

Perusahaan <i>low profile</i> yang terdaftar di BEI tahun 2008-2011	302 perusahaan
(dikurangi) perusahaan <i>low profile</i> yang didelisting	24 perusahaan
Perusahaan <i>low profile</i> yang terdaftar di BEI	278 perusahaan
(dikurangi) perusahaan <i>low profile</i> yang bergabung setelah tahun 2008	34 perusahaan
Perusahaan <i>low profile</i> yang listing sejak 2008	244 perusahaan
(dikurangi) perusahaan <i>low profile</i> yang tidak menyampaikan laporan tahunan	110 perusahaan
Perusahaan <i>low profile</i> yang menyampaikan laporan tahunan	134 perusahaan
(dikurangi) Perusahaan <i>low profile</i> yang tidak melakukan pengungkapan sosial	33 perusahaan
Perusahaan <i>low profile</i> yang melakukan pengungkapan sosial	101 perusahaan

Dengan demikian populasi sasaran dari penelitian ini berjumlah 151 perusahaan. Untuk menghitung ukuran sampel minimal dengan menggunakan rumus slofin sebagai berikut (Yamane, 1967:99; dalam Rakhmat, 1999: 82):

$$n = \frac{N}{Nd^2 + 1}$$

Keterangan:

n : ukuran sampel

N : ukuran populasi

d : ukuran presisi

1 : konstanta

Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Data bisa diperoleh dari sumber primer atau sekunder. Data primer adalah data yang dikumpulkan untuk penelitian dari tempat aktual terjadinya peristiwa, sedangkan data sekunder adalah data yang telah ada dan tidak perlu dikumpulkan sendiri oleh peneliti yang dapat diperoleh melalui sumber yang ada (Sekaran, 2006:77). Sumber data dalam penelitian ini yaitu data sekunder yang dapat diperoleh dari kantor Bursa Efek Indonesia cabang Banda Aceh serta melalui situs BEI di www.idx.co.id.

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah *polled data*/panel data, yaitu gabungan dari *time-series* dan *cross-sectional* yang meneliti unit yang sama dalam beberapa kurun waktu. Menurut Gurajati (2003:640), terdapat dua jenis panel data, yaitu *balanced* panel data dan *unbalanced* panel data. Dalam *balanced* panel data setiap unit *cross-sectional* memiliki jumlah observasi yang sama untuk setiap waktu, sedangkan dalam *unbalanced* panel data setiap unit *cross-sectional* memiliki jumlah observasi yang tidak selalu sama untuk setiap waktu. Dalam penelitian ini panel data yang digunakan adalah *balanced* panel data.

Operasionalisasi Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *corporate social responsibility* dan perusahaan *high profile* dan *low profile*.

Corporate Social Responsibility

Corporate social responsibility (CSR) merupakan suatu cara bagi organisasi perusahaan untuk secara sukarela membagi perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam kegiatan usahanya dan hubungannya dengan *stakeholder* (pemilik) yang melebihi tanggung jawab di bidang hukum (Ali, 2006:3)

Pengukuran variabel CSR menggunakan *content analysis* yang mengukur *variety* dari CSRI (*Corporate Social Responsibility Index*). Instrumen pengukuran CSRI menggunakan pendekatan dikotomi, yaitu untuk setiap item CSR yang diungkapkan oleh perusahaan dalam instrumen penelitian diberi skor 1, dan jika tidak diungkapkan diberi skor 0. (Hanifa *et al*, 2005 dalam Daud dan Abrar Amri, 2008). Selanjutnya semua skor tersebut dijumlahkan. Rumus perhitungan pengungkapan CSR adalah sebagai berikut: (Haniffa *et al*, 2005)

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Dimana :

$CSRI_j$: *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan j

n_j : jumlah *item* untuk perusahaan j.

X_{ij} : *dummy variable* : 1 = jika *item* i diungkapkan; 0 = jika *item* i tidak diungkapkan.

Perusahaan High Profile dan Low Profile

Jenis perusahaan *high profile* dan *low profile* diukur dengan menggunakan variabel *dummy*, yaitu diberi skor 1 untuk perusahaan yang tergolong dalam industri *high profile*, dan diberi skor 0 untuk perusahaan yang tergolong dalam industri *low profile*. Kriteria untuk mengelompokkan suatu perusahaan termasuk jenis *high profile* dan jenis *low profile* digunakan pengelompokan menurut Roberts (1992), Preston (1997) dan Patten (1991) dalam Hakston & Milne (1996). Perusahaan-perusahaan yang termasuk dalam industri migas, kehutanan, pertanian, pertambangan, perikanan, kimia, otomotif, barang konsumsi, makanan dan minuman, kertas, farmasi, plastik, dan konstruksi sebagai industri yang *high profile*. Perusahaan yang termasuk dalam tipe *low profile* seperti perusahaan yang bergerak di bidang produksi semen, produksi keramik, industri logam, produsen pakan ternak, pengolahan kayu, industri mesin dan peralatan, industri tekstil, produsen alas kaki, industri kabel dan alat elektronik.

Metode Analisis dan Rancangan Pengujian Hipotesis

Uji Statistik

Penelitian ini merupakan verifikasi atau penelitian pengujian hipotesis. Penelitian ini dilakukan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Data penelitian di analisis dengan menggunakan uji statistik parametrik, yaitu dimana populasi diasumsikan cocok dengan setiap distribusi yang diukur, umumnya distribusi normal (Sarwono, 2008).

Uji statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji beda rata-rata dua kelompok sampel yang tidak berpasangan yaitu suatu metode yang digunakan untuk membandingkan rata-rata dua sampel yang tidak berpasangan dalam satu kelompok.

Rancangan Pengujian Hipotesis

Untuk melihat apakah hipotesis yang diajukan dapat diterima atau ditolak dilakukan dengan uji perbandingan *independent sample t-test*. *Independent sample t-test* ini dipilih karena data yang diamati pada penelitian ini yang berupa dua kelompok sampel yang tidak berpasangan. Adapun langkah-langkah yang ditempuh untuk melakukan uji ini adalah:

1. Merumuskan Hipotesis Nol (H_0) dan Hipotesis Alternatif (H_a)

H_0 : $\mu_1 \neq \mu_2$ (ada perbedaan pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan *high profile* dan *low profile*).

H_a : $\mu_1 \neq \mu_2$ (tidak ada perbedaan pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan *high profile* dan *low profile*).

2. Melakukan Uji Asumsi

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah seluruh data dalam penelitian ini telah terdistribusi secara normal. Uji normalitas data dilakukan dengan menggunakan Kolmogorov-Smirnov Test, dengan membandingkan Asymptotic Significance dengan $\alpha = 5\%$. Kesimpulan yang diambil adalah data dikatakan berdistribusi normal jika nilai Asymptotic Significance $> 0,05$ (Santoso, 2004:213).

b. Uji Homogenitas Varians

Uji homogenitas varians dilakukan untuk melihat apakah dua sampel yang diambil mempunyai varians yang sama. Apabila nilai signifikansi atau probabilitas $< 0,05$, data berasal dari populasi-populasi yang mempunyai varians yang tidak sama. Apabila nilai signifikansi atau probabilitas $> 0,05$, data berasal dari populasi-populasi yang mempunyai varians yang sama (Santoso, 2010:203).

3. Melakukan Uji Beda *Independent Sample T-Test*

Uji ini dilakukan untuk mengetahui adanya perbedaan rata-rata antara dua populasi, dengan melihat rata-rata dua sampelnya (Santoso, 2005:269). Uji ini dilakukan untuk membandingkan perusahaan *high profile* dan perusahaan *low profile* dengan tingkat signifikansi $\alpha=0.05\%$. Walpole (1993:305) menyatakan uji *independent t-test* menggunakan rumus

$$t = \frac{(\bar{x}_1 - \bar{x}_2) - (\mu_1 - \mu_2)}{S_{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}}$$

Keterangan:

t : nilai t hitung

$\bar{x}_1$: nilai rata-rata kelompok 1

$\bar{x}_2$: nilai rata-rata kelompok 2

μ_1 : nilai parameter

$S_{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}$: standar eror kedua kelompok

Kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis adalah:

Jika t hitung $> t_{100\text{able}}$ atau p – value < 0.05 , maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Jika t hitung $\leq t_{100\text{able}}$ atau p – value > 0.05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Deskripsi Data Penelitian

Deskriptif data memberikan gambaran mengenai karakteristik variabel penelitian yang diamati. Deskriptif data variabel yang digunakan dalam penelitian dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3
Deskriptif Data Penelitian
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Low Profile	200	0,03947	0,40789	0,19500	0,08850
High Profile	132	0,10526	0,68421	0,31419	0,15364
Valid N (listwise)	132				

Sumber: Data diolah (2013)

Berdasarkan Tabel 3 dapat dilihat nilai terendah, nilai tertinggi, dan nilai rata-rata dari variabel yang diteliti pada perusahaan *low profile* dan perusahaan *high profile* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2008-2011 dengan jumlah sampel 332 untuk 4 tahun pengamatan. Pada perusahaan *low profile* untuk pengungkapan CSR-nya diperoleh nilai terendah sebesar 0,03947, yang berarti bahwa jumlah pengungkapan CSR terendah sebesar 3,947%. Nilai tertinggi sebesar 0,40789 yang berarti bahwa pengungkapan CSR tertinggi sebesar 40,789%. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diperoleh nilai tertinggi pengungkapan CSR untuk perusahaan yang tergolong *low profile* lebih rendah dengan nilai pengungkapan CSR pada perusahaan yang tergolong *high profile* yaitu didapat nilai tertingginya sebesar 0,68421 (68,421%).

Hal tersebut mengandung makna bahwa perusahaan yang tergolong *high profile* memiliki pengungkapan CSR yang lebih tinggi dari perusahaan yang tergolong *low profile* sehingga disimpulkan bahwa perusahaan *high profile* mempunyai sensitivitas yang lebih tinggi karena aktivitas operasinya memiliki potensi untuk bersinggungan dengan kepentingan luas dan sering ditandai dengan kelalaian perusahaan-perusahaan dalam pengamanan proses produksi dan hasil produksinya dapat membawa akibat yang berbahaya dan fatal bagi masyarakat. Nilai rata-rata pengungkapan CSR sebesar 0,19500 dengan standar deviasinya sebesar 0,08850. Hal ini mengandung makna bahwa secara umum perusahaan-perusahaan *low profile* yang terdaftar di BEI pada tahun 2008-2011 memiliki pengungkapan CSR sebesar 19,5%. Selanjutnya, standar deviasi dari hasil pengolahan data diperoleh angka sebesar 0,08850 lebih kecil dari nilai rata-rata CSR, ini bermakna bahwa variasi data CSR pada perusahaan *low profile* terhadap rata-ratanya adalah rendah atau dengan kata lain, data tersebut bervariasi homogen.

Pada perusahaan *high profile* pengungkapan CSR-nya diperoleh nilai terendah sebesar 0,10526 yang berarti bahwa jumlah pengungkapan CSR terendah sebesar 10,526%. Sementara nilai tertingginya adalah sebesar 0,68421 yang berarti bahwa pengungkapan CSR tertinggi sebesar 68,421%. Nilai rata-rata pengungkapan CSR sebesar 0,31419 dengan standar deviasinya sebesar 0,15364. Hal ini berarti bahwa secara umum perusahaan-perusahaan *high profile* yang terdaftar di BEI pada tahun 2008-2011 memiliki pengungkapan CSR sebesar 31,419%. Selanjutnya, standar deviasi sebesar 0,15364 lebih kecil dari nilai rata-rata CSR yang berarti bahwa variasi data CSR pada perusahaan *high profile* terhadap rata-ratanya adalah rendah atau dengan kata lain, data tersebut bervariasi homogen.

Deskripsi Objek Penelitian

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pada Perusahaan *Low Profile* dan *High Profile* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2008-2011

Pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan *low profile* dan *high profile* dalam penelitian ini memiliki perbedaan yang signifikan. Total persentase pengungkapan CSR dikategorikan pada beberapa indikator. Ada 76 indikator pengungkapan yang meliputi indikator lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan kerja, tenaga kerja,

produk, dan keterlibatan masyarakat. Adapun hasil perhitungan pengungkapan CSR pada perusahaan *low profile* dan *high profile* dapat dilihat pada Lampiran 8. Total persentase pengungkapan CSR pada perusahaan *low profile* dan *high profile* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2008-2011 dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4
Jumlah Pengungkapan CSR Perusahaan Low Profile dan High Profile

Indikator	Perusahaan Low Profile				Perusahaan High Profile			
	2008	2009	2010	2011	2008	2009	2010	2011
1. Lingkungan	27,35%	27,24%	32,02%	15,31%	20,36%	15,11%	24,51%	21,29%
2. Energi	10,68%	10,90%	12,81%	7,10%	12,25%	10,92%	9,39%	8,77%
3. Kesehatan dan Keselamatan Kerja	11,58%	12,83%	11,17%	12,54%	12,06%	12,84%	11,22%	10,33%
4. Tenaga Kerja	22,36%	28,04%	19,38%	33,81%	27,87%	31,12%	28,29%	30,64%
5. Produk	12,45%	9,53%	11,16%	19,73%	13,63%	15,09%	15,58%	17,66%
6. Keterlibatan Masyarakat	15,58%	11,46%	13,46%	11,51%	13,83%	14,92%	11,01%	11,31%
Total Persentase	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Total Pengungkapan	501	881	609	973	506	556	799	1291

Sumber: Data diolah (2013)

Berdasarkan Tabel 4 dapat dijelaskan bahwa perusahaan *high profile* cenderung memiliki pengungkapan yang lebih besar daripada pengungkapan CSR dari perusahaan yang tergolong *low profile*. Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa secara keseluruhan pengungkapan CSR pada perusahaan *high profile* lebih tinggi daripada perusahaan *low profile*. Hal tersebut ditandai dengan total pengungkapan CSR yang diungkapkan oleh perusahaan *high profile* pada tahun 2008 yaitu sebanyak 506 pengungkapan, sedangkan perusahaan yang tergolong *low profile* hanya mengungkapkan sebesar 501 pada tahun yang sama. Pada tahun 2009, pengungkapan CSR pada perusahaan yang tergolong *high profile* mengalami peningkatan yaitu sebesar 556 pengungkapan dan perusahaan yang tergolong *low profile* mengalami peningkatan yang cukup besar pada tahun yang sama dan pengungkapannya lebih besar dari perusahaan yang tergolong *high profile* yaitu mengungkapkan sebanyak 881 pengungkapan.

Kemudian pada tahun 2010, perusahaan yang tergolong *high profile* mengungkapkan CSR lebih besar daripada perusahaan yang tergolong *low profile*. Hal tersebut ditandai dengan pengungkapan CSR perusahaan *high profile* pada tahun 2010 diperoleh pengungkapan sebesar 799 dan perusahaan *low profile* diperoleh pengungkapannya sebesar 609 di tahun yang sama. Pada tahun 2011, pengungkapan CSR pada perusahaan yang tergolong *high profile* mengalami peningkatan yang cukup signifikan yaitu sebesar 1291 pengungkapan dan perusahaan yang tergolong *low profile* pada tahun yang sama mengungkapkan lebih rendah dari perusahaan *high profile* yaitu sebanyak 973 pengungkapan.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa perusahaan *low profile* tidak begitu diperhitungkan akan pertanggungjawaban sosialnya yang dapat diartikan bahwa perusahaan *low profile* tidak dapat menjalankan program CSR melebihi dari perusahaan

high profile. Perusahaan *high profile* dituntut untuk tidak lalai akan pertanggungjawabannya terhadap dampak yang ditimbulkan dari aktivitas operasi yang dijalankan pada lingkungan sekitar entitas bisnis sehingga hasil teori tersebut mendukung hasil penelitian yang telah dilakukan.

Uji Asumsi

Uji Homogenitas Varians

Uji homogenitas varians dilakukan untuk melihat apakah dua sampel yang diambil mempunyai varians yang sama. Apabila nilai signifikansi atau probabilitas $< 0,05$, data berasal dari populasi-populasi yang mempunyai varians yang tidak sama. Apabila nilai signifikansi atau probabilitas $> 0,05$, data berasal dari populasi-populasi yang mempunyai varians yang sama. Adapun uji homogenitas varians dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5
Uji Homogenitas Varians
Test of Homogeneity of Variance

		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
Pengungkapan CSR	Based on Mean	3.626	1	330	.058
	Based on Median	3.420	1	330	.065
	Based on Median and with adjusted df	3.420	1	328.625	.065
	Based on trimmed mean	3.510	1	330	.062

Sumber: Data diolah (2013)

Berdasarkan Tabel 5 dapat dijelaskan bahwa uji homogenitas varians dalam penelitian ini data-data yang digunakan berasal dari populasi-populasi yang mempunyai varians yang sama. Hal tersebut ditandai dengan nilai *Based on Mean* yang diperoleh lebih kecil dari tingkat signifikansi atau probabilitas sebesar 0,05 (5%).

Hasil Pengujian

Hasil Pengujian Hipotesis

Untuk menguji apakah terdapat perbedaan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) pada perusahaan *high profile* dan *low profile* di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2008-2011 diuji dengan menggunakan pengujian secara *Independent Sample t-test*. Berdasarkan uji hipotesis yang telah dilakukan dengan menggunakan bantuan program IBM SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 20. Hasil analisis uji statistik dengan menggunakan *Independent Sample t-test* untuk melakukan uji beda rata-rata 2 sampel pada keseluruhan perusahaan sampel dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6
Hasil Analisis Statistik Uji Beda Rata-rata
Group Statistics

	Group	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pengungkapan CSR	Low Profile	200	0,00487	0,221	0,015
	High Profile	132	0,01570	0,768	0,066

Sumber: Data diolah (2013)

Berdasarkan Tabel 6 dapat dilihat secara ringkas kedua sampel perusahaan *low profile* dan *high profile*. Perusahaan *low profile* mempunyai rata-rata sampel (*mean*) sebesar 0,00487 dan perusahaan *high profile* sebesar 0,01570. Hasil tersebut menunjukkan bahwa ada perbedaan rata-rata sampel (*mean difference*) antara perusahaan *low profile* dan *high profile* sebesar 0,01083 (1,083%) dimana hasil tersebut dapat dianggap tidak memberikan perbedaan yang signifikan yang tergolong rendah pada rata-rata sampel antara perusahaan *low profile* dan *high profile* yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia periode tahun 2008-2011. Adapun hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7
Uji Perbedaan Perusahaan High Profile dan Low Profile
Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	T	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Pengungkapan CSR	Equal variances assumed	311.100	.000	-18.811	330	.000	-1083.435	57.597	1196.738	-970.132
	Equal variances not assumed			-15.777	145.448	.000	-1083.435	68.670	1219.155	-947.714

Sumber: Data diolah (2013)

Berdasarkan hasil perhitungan statistik untuk pengujian hipotesis yang dapat dilihat pada Tabel 7, diperoleh F_{hitung} untuk pengungkapan CSR-*Equal Variance Assumed* sebesar 311,100 dengan tingkat signifikansi 0,000 dan hasil uji t yang menunjukkan t_{hitung} untuk pengungkapan CSR-*Equal Variance Not Assumed* adalah -18,811 dengan tingkat signifikansi 0,000. Oleh karena tingkat signifikansi yang diperoleh kurang dari 0,05 (<5%), maka hipotesis alternatif (H_a) yang dirancang dalam penelitian ini diterima yang mengandung makna bahwa terdapat perbedaan yang signifikan jumlah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) antara perusahaan *low profile* dan *high profile* yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia periode tahun 2008-2011.

5. Kesimpulan, Implikasi dan Keterbatasan Penelitian

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian yang telah dikemukakan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan jumlah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) antara perusahaan *low profile* dan *high profile* yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia periode tahun 2008-2011.

Keterbatasan Penelitian

Jumlah sampel yang diperoleh relatif sedikit, yaitu sebanyak 83 perusahaan dari 452 perusahaan yang terdaftar dan pengukuran pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dengan indikator GRI kurang cocok dengan keadaan pengungkapan yang telah dilakukan oleh perusahaan di Indonesia.

Saran Penelitian

Berdasarkan keterbatasan penelitian yang telah dikemukakan sebelumnya, maka penulis memberikan beberapa saran untuk penelitian selanjutnya antara lain:

Saran Akademis

- 1) Penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan indikator pengungkapan CSR yang lebih sesuai dengan karakter perusahaan di Indonesia.
- 2) Menyempurnakan daftar pengungkapan CSR yang dipergunakan sebagai instrumen penelitian. Hal ini bias dilakukan dengan mencari referensi terbaru mengenai pengungkapan CSR.

Saran Praktis

Adapun saran praktis dalam penelitian ini bagi perusahaan disarankan agar terus berupaya dalam meningkatkan pertanggungjawaban sosialnya kepada masyarakat dimana akan berdampak pada kepercayaan masyarakat luas terhadap aktivitas operasi perusahaan.

Daftar Pustaka

- Ali, Masyhud. 2006. *Manajemen Risiko: Strategi Perbankan dan Dunia Usaha Menghadapi Tantangan Globalisasi Bisnis*. Ed. 1. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian*. Edisi Revisi. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azheri, Busyra, 2011, *Konflik Penambangan Batubara pada Tanah Ulayat yang termasuk dalam Wilayah Kuasa Pertambangan PT. Tambang Batubara Bukit Asam Unit Tambang Ombilin*, Tesis, Brawijaya Malang, Program Pascasarjana.
- Basamalah, A.S and J. Jermias. 2005. Social and Enviromental Reporting and Auditing in Indonesia: Maintaining Organizational Legitimacy. *Gadjah Mada Internasional Journal of Business*, Januari-April 2005, Vol. 7. No. 1: pp. 109-127.
- Budi, Teguh (2008) *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Kinerja Perusahaan (Suatu Studi Empiris Pada Perusahaan yang Terdaftar di BEJ)*. Skripsi Tidak Dipublikasikan. Banda Aceh: Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala.
- GRI (2002). "Sustainability Reporting Guidelines, Global Reporting Initiative, London. www.globalreporting.org dilihat tanggal 11 Januari 2013.
- Gurajati, D. N. 2003. *Basic Econometrics*. New York: Mc Graw Hill Company.
- Haniffa, R.M dan T.E. Cooke. 2005. The impact of culture and governance on corporate social reporting. *Journal of Accounting and Public Policy*, Vol. 24: 391-430.
- Nurkhin, Ahmad. 2009. *Corporate Governance dan Profitabilitas; Pengaruhnya Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia)*. Thesis Magister tidak dipublikasikan. Semarang: Program Pascasarjana Universitas Dipenogoro.
- Nurlela, Rika dan Islahuddin 2008. Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Presentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris pada Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta). *Simposium Nasional Akuntansi (XI)*. Pontianak.
- Rakhmat, Jalaludin, 1999. *Metode Penelitian Komunikasi*. Edisi Kedua. Cetakan Ketujuh. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Santoso, S. 2004. *SPSS-Mengolah Data Statistik Secara Profesional*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- _____. 2010. *Statistik Multivariat*. Jakarta: PT Gramedia.

- Sarwono, Jonathan. 2008 *Panduan Lengkap untuk Belajar Komputasi Statistik Menggunakan SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- Sekaran, Uma. 2006. *Research Methods for Business: Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Buku 2. Edisi 4. Terjemahan Kwan Men Yon. Jakarta: Salemba Empat.
- Sembiring, Edi Rismanda. 2005. Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Studi Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta. *Simposium Nasional Akuntansi VIII*. Solo.
- Sudana, I Made & Putu Ayu. 2011. Corporate Governance dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Go-Public di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen Teori Terapan*. No. 1/TH. 2011 April: 37-49.
- Sumarso, S, R. 2004. *Akuntansi Suatu Pengantar*. Edisi Lima. Jakarta: Salemba Empat.
- Syafri, Sofyan Harahap. 2002. *Teori Akuntansi*. Edisi Revisi. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Untung, Budi, Hendrik. 2008. *CSR*. Edisi Pertama. Jakarta: Sinar Grafika.
- Walpole, Ronald E. 1993. *Pengantar Statistik Edisi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Yap, Raldy & Widyaningdyah. 2009. *Pengungkapam Pertanggungjawaban Sosial pada Laporan Tahunan Perusahaan yang Go Public di Bursa Efek Indonesia*. Vol. 19. No. 1.1-12.
- Zuhroh, Diana & I Putu Heri Sukmawati. 2003. Analisis Luas Pengungkapan Sosial dalam Laporan Tahunan Perusahaan terhadap Reaksi Investor (Studi Kasus pada Perusahaan-Perusahaan High Profile di BEJ). *Simposium Nasional Akuntansi VI*. Surabaya: 16-17 Oktober.