

**PENGARUH *MEDIA DISCLOSURE* DAN KINERJA
KEUANGAN TERHADAP PENGUNGKAPAN
*CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY***
(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek
Indonesia (BEI) Tahun 2013-2017)

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Mencapai Derajat Sarjana S-1**



Disusun Oleh:
Muhamad Eko Tidar
NIM. 15.0102.0056

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAGELANG
TAHUN 2019**

**PENGARUH *MEDIA DISCLOSURE* DAN KINERJA
KEUANGAN TERHADAP PENGUNGKAPAN
*CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY***

**(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek
Indonesia (BEI) Tahun 2013-2017)**

SKRIPSI

**Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Magelang**



Disusun Oleh:

Muhamad Eko Tidar
NIM. 15.0102.0056

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAGELANG
TAHUN 2019**

SKRIPSI

**PENGARUH MEDIA DISCLOSURE DAN KINERJA KEUANGAN TERHADAP
PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek
Indonesia (BEI) Tahun 2013-2017)**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Muhamad Eko Tidar

NPM 15.0102.0056

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji

Pada tanggal **19 Agustus 2019**

Susunan Tim Penguji

Pembimbing

Yulinda Devi Pramita, S.E., M.Sc., Ak.

Pembimbing I

Pembimbing II

Tim Penguji

Nur Naila Yuliani, S.E., M.Sc., Ak.

Ketua

Muji Mranani, S.E., M.Si., Ak., CA.

Sekretaris

Yulinda Devi Pramita, S.E., M.Sc., Ak.

Anggota

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana S1

Tanggal **18 SEP 2019**

Dra. Marlina Karnia, MM

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Muhamad Eko Tidar

NIM : 15.0102.0056

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Akuntansi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul:

**PENGARUH *MEDIA DISCLOSURE* DAN KINERJA KEUANGAN
TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE*
*SOCIAL RESPONSIBILITY***

**(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek
Indonesia (BEI) Tahun 2013-2017)**

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Magelang, 11 September 2019

Pembuat Pernyataan



Muhamad Eko Tidar
NIM. 15.0102.0056

RIWAYAT HIDUP

Nama : Muhamad Eko Tidar
Jenis Kelamin : Laki-laki
Tempat/Tanggal Lahir : Magelang, 19 November 1997
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Alamat Rumah : Jl. Durian Raya No. 22 RT 03 RW 06
Perumnas Kalinegoro, Mertoyudan,
Magelang
Alamat Email : muhamadeko19@gmail.com

Pendidikan Formal:

Sekolah Dasar (2003-2009) : SDN 04 Ciganjur
SMP (2009-2012) : SMP Negeri 211 Jakarta
SMA (2012-2015) : SMA Negeri 97 Jakarta
Perguruan Tinggi (2015-2019) : S1 Program Studi Akuntansi Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Universitas
Muhammadiyah Magelang

Pengalaman Organisasi:

- Anggota Unit Kegiatan Mahasiswa Koperasi Mahasiswa UMMgl tahun 2015-2016
- Bendahara Unit Kegiatan Mahasiswa Koperasi Mahasiswa UMMgl tahun 2017

Magelang, 11 September 2019

Peneliti



Muhamad Eko Tidar
NIM. 15.0102.0056

MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan”

(Q.S. Al Insyirah (94) : 5-6)

“Dan Dia mendapatimu sebagai orang yang bingung, lalu Dia memberikan petunjuk. Dan Dia mendapatimu sebagai seorang yang kekurangan, lalu Dia memberikan kecukupan.”

(Q.S. Ad Duha (93) : 7-8)

“Dunia ini ibarat bayangan. Kalau kau berusaha menangkapnya, ia akan lari. Tapi kalau kau membelakanginya, ia tak punya pilihan lain selain mengikutimu.”

(Ibnu Qayyim Al Jauziyyah)

“Kamu tidak akan pernah bahagia kalau kamu terus mencari apa kebahagiaan itu.”

(Albert Camus)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin. Puji syukur kepada Allah SWT penulis panjatkan atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “**Pengaruh Media Disclosure Dan Kinerja Keuangan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2013-2017)**”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang. Dalam penyelesaian skripsi ini penulis tidak lepas dari bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Ibu Dra. Marlina Kurnia, M. M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang.
2. Ibu dan Bapak yang telah memberikan do'a, kasih sayang dan motivasi yang tak terhingga sepanjang masa, semangat serta dukungan penuh kepada penulis untuk terus menghadapi hal-hal baru.
3. Ibu Nur Laila Yuliani, S. E., M.Sc., Ak. Selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang.
4. Ibu Yulinda Devi Pramita, S.E., M.Sc. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan, masukan, dukungan, nasihat-nasihat yang telah diberikan kepada penulis.
5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang yang telah memberikan bekal ilmu yang sangat bermanfaat bagi penulis.
6. Ibu dan Bapak yang telah memberikan do'a, kasih sayang dan motivasi yang tak terhingga sepanjang masa, semangat serta dukungan penuh kepada penulis untuk terus menghadapi hal-hal baru.
7. Kakak dan Adik atas do'a, dukungan, motivasi serta semangatnya yang diberikan kepada penulis.

8. Teman-teman seperjuangan yang saling menguatkan dalam proses penyelesaian skripsi ini.
9. Pihak-pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, tetapi tidak sedikit bantuan yang diberikan kepada penulis. Terimakasih atas bantuan yang telah diberikan kepada penulis selama penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam menyusun skripsi ini masih banyak kekurangannya sehingga kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi hasil yang lebih baik di masa mendatang. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi siapapun yang membacanya.

Magelang, 11 September 2019
Peneliti

Muhamad Eko Tidar
NIM. 15.0102.0056

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
RIWAYAT HIDUP.....	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
E. Sistematika Pembahasan	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS	13
A. Telaah Teori	13
1. Teori Legitimasi	13
2. Teori Sinyal	15
3. <i>Corporate Social Responsibility</i>	16
4. <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i>	17
5. <i>Media Disclosure</i>	18
6. Kinerja Keuangan.....	19
a. Profitabilitas.....	19
b. Likuiditas	21
c. <i>Leverage</i>	22
d. <i>Growth</i>	22
B. Penelitian Terdahulu	23
C. Perumusan Hipotesis.....	25
D. Model Penelitian	33
BAB III METODE PENELITIAN.....	34
A. Obyek Penelitian	34
B. Jenis Data dan Sumber Data	34
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	34
D. Teknik Pengumpulan Data.....	35
E. Variabel Penelitian dan Pengukuran Variabel	36
1. Variabel Dependen	36
2. Variabel Independen.....	37
a. <i>Media Disclosure</i>	37
b. Profitabilitas.....	38
c. Likuiditas	38
d. <i>Leverage</i>	39

e. <i>Growth</i>	39
3. Variabel Kontrol	40
F. Teknik Analisis dan Pengujian Hipotesis	41
1. Statistik Deskriptif	41
2. Uji Asumsi Klasik	41
a. Uji Normalitas	41
b. Uji Multikolinieritas	41
c. Uji Heteroskedastisitas	42
d. Uji Autokorelasi	42
G. Uji Hipotesis	43
1. Analisis Regresi Linier Berganda	43
2. Uji Koefisien Determinasi ($Uji R^2$)	43
3. Uji F (<i>Uji Goodness of Fit</i>)	44
4. Uji t	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	46
B. Analisis Dan Pengujian Hipotesis	47
1. Uji Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	47
2. Uji Asumsi Klasik	49
a. Uji Normalitas	49
b. Uji Multikolinearitas	50
c. Uji Heteroskedestisitas	50
d. Uji Autokorelasi	51
C. Uji Hipotesis	52
1. Analisis Regresi Linier Berganda	52
2. Uji Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R2</i>)	53
3. Uji F (<i>Goodness of Fit</i>)	54
4. Uji t	55
D. Pembahasan	58
BAB V KESIMPULAN	69
A. Kesimpulan	69
B. Keterbatasan Penelitian	70
C. Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN	77

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1. Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3. 1. Kriteria Peringkat PROPER.....	36
Tabel 4. 1. Proses Pengambilan Sampel	46
Tabel 4. 2. Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	47
Tabel 4. 3. Hasil Uji Normalitas	49
Tabel 4. 4. Hasil Uji Multikolineritas	50
Tabel 4. 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas	50
Tabel 4. 6. Hasil Uji Autokorelasi 1	51
Tabel 4. 7. Hasil Uji Autokorelasi 2	51
Tabel 4. 8. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	52
Tabel 4. 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi	53
Tabel 4. 10. Hasil Uji F	54
Tabel 4. 11. Hasil Uji t.....	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1. Tingkat Pengungkapan CSR	4
Gambar 2. 1. Model Penelitian	33
Gambar 3. 1. Uji F	44
Gambar 3. 2. Uji t Penerimaan Hipotesis Positif	45
Gambar 4. 1. Kurva Uji F	54
Gambar 4. 2. Kurva Uji t <i>Media Disclosure</i>	55
Gambar 4. 3. Kurva Uji t Profitabilitas	56
Gambar 4. 4. Kurva Uji t Likuiditas	56
Gambar 4. 5. Kurva Uji t <i>Leverage</i>	57
Gambar 4. 6. Kurva Uji t <i>Growth</i>	57
Gambar 4. 7. Kurva Uji t <i>Size</i>	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Perusahaan Manufaktur yang Menjadi Sampel Penelitian.....	77
Lampiran 2 Hasil Perhitungan Variabel Penelitian.....	78
Lampiran 3 Output SPSS	80
Lampiran 4 Tabel <i>Durbin Watson</i> (DW)	84
Lampiran 5 Tabel Uji F.....	86
Lampiran 6 Tabel Uji t.....	87

ABSTRAK

PENGARUH *MEDIA DISCLOSURE* DAN KINERJA KEUANGAN TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*

**(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek
Indonesia (BEI) Tahun 2013-2017)**

Oleh:

Muhamad Eko Tidar

Penelitian bertujuan untuk menguji dan mendapatkan bukti empiris mengenai pengaruh *media disclosure* dan kinerja keuangan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2013-2017. Data dalam penelitian ini adalah data sekunder dan metode analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda. Sampel dalam penelitian ini terdiri dari 10 perusahaan manufaktur yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) selama lima tahun yaitu tahun 2013 sampai 2017 dengan *purposive sampling* sebagai metode pengambilan sampel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Kemudian, *growth* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Sedangkan untuk *media disclosure*, likuiditas, dan *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Ukuran perusahaan sebagai variabel kontrol tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility (CSR), Media Disclosure, Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, Growth, Size.*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Penggunaan sumber daya alam yang berkaitan dengan kegiatan bisnis secara langsung dan tidak langsung akan memberikan dampak terhadap kelestarian lingkungan sekitar perusahaan. Perusahaan yang menggunakan sumber daya alam akan lebih banyak memberikan dampak negatif terhadap lingkungan sekitarnya. Dampak yang disebabkan oleh perusahaan dapat berupa kerusakan lingkungan seperti terjadinya banjir, pencemaran sungai akibat limbah perusahaan, polusi dan tanah longsor. Salah satu perusahaan yang turut menyumbang kerusakan lingkungan adalah perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur. Akibat dari kerusakan lingkungan yang disebabkan oleh perusahaan menjadikan masyarakat sadar terhadap pentingnya tanggung jawab sosial perusahaan atau yang biasa disebut dengan *Corporate Social Responsibility*.

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungannya bagi kepedulian sosial maupun tanggung jawab lingkungan dengan tidak mengabaikan kemampuan dari perusahaan. Pelaksanaan kewajiban ini harus memerhatikan dan menghormati tradisi budaya masyarakat di sekitar lokasi kegiatan tersebut (Untung, 2014). Perusahaan dihadapkan pada kenyataan, bahwa walaupun tujuan utamanya mencari keuntungan, namun tidak dapat dilepaskan dari masyarakat.

Diharapkan dengan penerapan CSR maka perusahaan akan dapat melangsungkan usahanya dalam jangka panjang (Ekowati dkk, 2014).

Kegiatan CSR awalnya merupakan kegiatan yang bersifat sukarela. Sejak tanggal 23 September 2007, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*CSR disclosure*) mulai diwajibkan melalui UU Perseroan Terbatas Nomor 40 Pasal 74 Tahun 2007 pasal 1 ayat 3 menyatakan bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

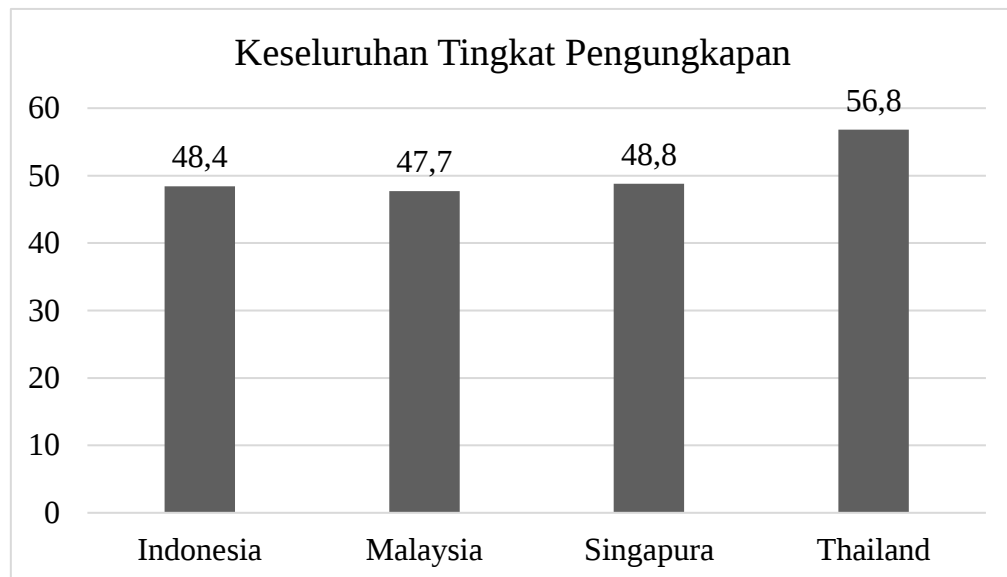
Kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan dengan baik akan mengungkapkan kegiatan sosialnya guna mendapatkan respon positif dari para pemangku kepentingan perusahaan. Pengungkapan CSR di Indonesia didukung dengan adanya PSAK No. 01 revisi 2009 paragraf 12 yang menyarankan kepada sektor industri untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab lingkungan terutama bagi perusahaan yang menganggap bahwa karyawan adalah pemegang kepentingan bagi perusahaan. Hal itu juga didukung dengan adanya keputusan ketua BAPEPAM-LK Nomor: KEP-431/BL/2012 tentang penyampaian laporan tahunan emiten atau perusahaan publik yang didalamnya juga mengatur tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*CSR disclosure*). Isi dari peraturan BAPEPAM-LK menganjurkan perusahaan publik untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosialnya.

Kesadaran perusahaan untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan membuat para investor ikut menaruh perhatian terhadap isu lingkungan terutama kaitannya dengan pemilihan investasi. Investor akan memilih investasi yang tidak banyak mengandung risiko, yang disebabkan oleh kurangnya kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sekitar. Pengungkapan kinerja lingkungan digunakan sebagai salah satu strategi dalam mengembangkan usaha agar punya hubungan baik dengan lingkungannya (Fajrina, 2014).

Pengungkapan CSR oleh perusahaan telah mengalami perkembangan. Praktik akuntansi yang diikuti dengan pengungkapan kegiatan sosial perusahaan akan meningkatkan nilai bagi perusahaan itu sendiri yang didapat dari para pemegang kepentingannya. Meskipun demikian masih banyak perusahaan yang belum melakukan pengungkapan kegiatan sosialnya. Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perusahaan dalam melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* seperti *media disclosure*, profitabilitas, likuiditas, *leverage*, *growth*, dan *size*.

Riset *Centre for Governance, Institutions, and Organizations National University of Singapore (NUS) Business School* memaparkan rendahnya pemahaman perusahaan terhadap praktik CSR, yang menyebabkan rendahnya kualitas pengoperasian agenda CSR itu. Riset tersebut menyatakan perusahaan di Indonesia memiliki kualitas tanggung jawab sosial atau *corporate social responsibility (CSR)* yang lebih rendah dibandingkan dengan perusahaan asal Thailand. Direktur CGIO National University of Singapore Business School

Lawrence Loh mengatakan empat negara (Indonesia, Malaysia, Singapura, Thailand) sampel tersebut memiliki tingkat pelaporan CSR yang tinggi, namun tidak otomatis membuat kualitas praktiknya pun tinggi (CNN Indonesia, 2016).



Gambar 1. 1. Tingkat Pengungkapan CSR

Berdasarkan semua perusahaan yang diteliti di empat negara, rata-rata tingkat pengungkapan untuk pelaporan berkelanjutan di ASEAN adalah 50,4 (Gambar 1). Thailand memiliki tingkat pengungkapan tertinggi dari perusahaan-perusahaannya dan juga satu-satunya negara yang memiliki tingkat pengungkapan di atas rata-rata di ASEAN. Ini menunjukkan bahwa Thailand memiliki kualitas pengungkapan keberlanjutan tertinggi dan lanskap keberlanjutan yang paling luas, mendahului Singapura, Indonesia, dan Malaysia (Loh dkk, 2016).

Beberapa kerusakan lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan manufaktur antara lain krisis lingkungan yang terjadi di Sumatera Utara disebabkan oleh korporasi besar yang secara terus menerus melakukan

eksploitasi terhadap bumi. Beberapa korporasi besar yang secara terus menerus melakukan eksploitasi terhadap bumi diantaranya PT Toba Lestari, PT Dairi Prima Mineral, PT Agincourt. Selain itu, perusahaan yang diduga merusak lingkungan PT Sorik Mas Mining (SMM), PT Gorga Duma Sari (GDS), PT Aquafarm, PT Gruti, PT Teluk Nauli, perkebunan sekala besar yakni Sinar Mas dan Wilmar (Tribunnews.com, 2015). Kemudian, Direktur Jenderal Pengendalian Pencemaran dan Kerusakan Lingkungan Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan M.R. Karliansyah mengatakan penyebab dominan ketidaktaatan industri manufaktur berkaitan aspek mencemaran air sebesar 34%, diikuti oleh aspek pengelolaan limbah (30%), dan aspek pengendalian pencemaran udara (18%). Menurutnya, tahun lalu ketaatan sektor manufaktur termasuk prasarana dan jasa sebesar 64%, tetapi tahun ini malah mengalami kemerosotan (Bisnis.com, 2015).

Penelitian-penelitian tentang pengungkapan CSR sudah pernah dilakukan sebelumnya. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Ekowati dkk (2014) yang menganalisis tentang hubungan CSR dengan *media disclosure* pada perusahaan manufaktur, hasilnya menunjukkan adanya hubungan positif antara *media disclosure* dan pengungkapan CSR. Penelitian yang dilakukan oleh Ekowati, dkk (2014) juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan dengan Reverte (2009) dan Respati (2015) yang menunjukkan bahwa *media disclosure* berpengaruh positif terhadap CSR. Namun, penelitian yang dilakukan oleh Fahmi (2015) menunjukkan bahwa *media disclosure* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Sejalan dengan penelitian yang

dilakukan Fahmi (2015), penelitian yang dilakukan oleh Yuliansyah (2017) dan Widiastuti (2018) juga menyatakan bahwa *media disclosure* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian yang dilakukan oleh Wahyuningsih & Mahdar (2018) yang meneliti tentang profitabilitas hasilnya menunjukkan adanya pengaruh positif antara profitabilitas dan pengungkapan CSR. Penelitian yang dilakukan Ekowati dkk (2014), Munsaidah dkk (2016), Saputri (2018), dan Yuliansyah (2017) juga menunjukkan adanya hubungan positif antara profitabilitas dengan pengungkapan CSR. Namun, penelitian yang dilakukan oleh Putri & Christiawan (2014) menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Penelitian yang dilakukan oleh Respati (2015) dan Sulthony (2019) juga menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengaruh likuiditas terhadap pengungkapan CSR menemukan hasil yang beragam. Penelitian yang dilakukan oleh Sulthony (2019) yang meneliti tentang pengaruh likuiditas terhadap pengungkapan CSR hasilnya menunjukkan adanya hubungan negatif antara likuiditas dan pengungkapan CSR. Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Munsaidah dkk (2016) juga menunjukkan adanya hubungan negatif antara likuiditas dengan pengungkapan CSR. Namun, penelitian yang dilakukan oleh Putri dkk (2014) menunjukkan bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan Putri dkk (2014), penelitian yang dilakukan oleh Ekowati dkk (2014)

dan Yuliansyah (2017) juga menunjukkan bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan CSR menemukan hasil yang beragam. Penelitian yang dilakukan oleh Wahyuningsih & Mahdar (2018) yang meneliti tentang pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan CSR hasilnya menunjukkan adanya hubungan positif antara *leverage* dan pengungkapan CSR. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Munsaidah dkk (2016) dan Sulthony (2019) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR. Namun, penelitian yang dilakukan Sari (2012) menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan Sari (2012), penelitian yang dilakukan oleh Putri & Christiawan (2014), Putri dkk (2014) dan Respati (2015) juga menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengaruh *growth* terhadap pengungkapan CSR menemukan hasil yang beragam. Penelitian yang dilakukan oleh Widiastuti dkk (2018) yang meneliti tentang pengaruh *growth* terhadap pengungkapan CSR hasilnya menunjukkan adanya hubungan negatif antara *growth* dan pengungkapan CSR. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Munsaidah dkk (2016) dan Septiana & Fitriana (2014) menunjukkan bahwa *growth* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Namun, penelitian yang dilakukan Nurjanah (2015) menunjukkan bahwa *growth* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan

Nurjanah (2015), penelitian yang dilakukan oleh Ekowati dkk (2014), Saputri (2018) dan Yuliansyah (2017) juga menunjukkan bahwa *growth* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Wahyuningsih & Mahdar (2018) dengan perbedaan **pertama**, menambahkan variabel independen *media disclosure* karena media pengungkapan merupakan alat bagi perusahaan untuk melakukan komunikasi dengan *stakeholders* dalam penyampaian informasi dan prospek perusahaan. Pengkomunikasian CSR melalui media akan meningkatkan reputasi perusahaan juga meningkatkan pengungkapan CSR yang dapat meningkatkan investor dalam perusahaan (Fahmi, 2015).

Kedua, penambahan likuiditas sebagai variabel independen disebabkan karena likuiditas merupakan indikator kemampuan entitas untuk melunasi kewajiban jangka pendek pada saat jatuh tempo. Perusahaan dengan likuiditas yang tinggi akan memberikan sinyal kepada perusahaan yang lain bahwa mereka lebih baik daripada perusahaan lain dengan cara melakukan kegiatan yang berhubungan dengan lingkungan sosial.

Ketiga, penambahan variabel independen *growth* dalam penelitian disebabkan karena perusahaan yang memiliki pertumbuhan yang baik maka dapat menjamin keberlangsungan kegiatan ekonominya. Keberlangsungan ini merupakan hal yang dapat mencerminkan kemampuan perusahaan dalam melaksanakan tanggung jawab sosialnya dengan maksimal lebih dari perusahaan dengan pertumbuhan yang kurang baik (Nurjanah, 2015).

Perbedaan **keempat** yaitu menggunakan variabel kontrol berupa ukuran perusahaan (*size*). Hal ini dikarenakan banyak pengujian secara empiris yang meneliti pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR yang menunjukkan konsistensi hasil. Sehingga dapat disimpulkan hasil penelitian tersebut tidak dapat terbantahkan kebenarannya. Perusahaan berukuran besar memiliki pemegang kepentingan yang lebih banyak dibandingkan dengan perusahaan kecil, hal ini menyebabkan perusahaan besar harus memiliki informasi yang lebih luas demi terpenuhinya kebutuhan *stakeholders* akan informasi terkait kepentingannya. Penelitian terdahulu yang menggunakan ukuran perusahaan sebagai variabel kontrol dalam pengujian CSR *disclosure* dilakukan oleh Nurjanah (2015).

Perbedaan **kelima** yaitu periode penelitian. Penelitian sebelumnya melakukan penelitian pada perusahaan manufaktur yang mempublikasikan laporan tahunan dengan periode yang berakhir pada 31 Desember 2010-2012. Pada penelitian ini periode yang diteliti adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dan mempublikasikan laporan tahunan dengan periode 2013-2017. Alasan peneliti menggunakan periode penelitian tersebut adalah untuk mengetahui pengungkapan CSR perusahaan yang terbaru dan mengangkat dari sebuah fenomena kinerja perusahaan manufaktur tahun 2015-2017 yang masih dibawah standar walaupun kewajiban pengungkapan CSR sudah dilaksanakan.

B. Rumusan Masalah Penelitian

1. Apakah *media disclosure* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR?

2. Apakah kinerja keuangan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji secara empiris dan menganalisis pengaruh *media disclosure* terhadap pengungkapan CSR.
2. Untuk menguji secara empiris dan menganalisis pengaruh kinerja keuangan terhadap pengungkapan CSR.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat di Bidang Teoritis
 - a. Dapat digunakan sebagai acuan bagi penelitian-penelitian selanjutnya dan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu akuntansi.
 - b. Memberikan pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
2. Manfaat di Bidang Praktik
 - a. Memberikan manfaat bagi perusahaan, diharapkan penelitian ini dapat membantu manajemen dalam pengambilan keputusan mengenai pengungkapan CSR.
 - b. Memberikan manfaat bagi masyarakat, yang diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan untuk melihat kinerja perusahaan dalam lingkup pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

E. Sistematika Pembahasan

BAB I PENDAHULUAN

Merupakan bentuk ringkas dari keseluruhan isi penelitian dan gambaran permasalahan yang diangkat. Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kontribusi penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Bab ini berisi landasan teori dan penelitian terdahulu yang akan digunakan sebagai acuan dasar teori dan analisis bagi penelitian ini untuk perumusan hipotesis. Bab ini juga menggambarkan model penelitian.

BAB III METODA PENELITIAN

Bab ini berisi tentang populasi dan sampel, data penelitian yang terdiri dari jenis data dan sumber data serta teknik pengumpulan data, variabel penelitian dan pengukuran variabel, metoda analisis data, serta pengujian hipotesis.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang statistik deskriptif variabel penelitian, hasil pengujian asumsi klasik, hasil pengujian hipotesis, serta pembahasan hasil penelitian.

BAB V KESIMPULAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang menjawab pertanyaan penelitian, keterbatasan penelitian, serta saran penelitian bagi peneliti selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PERUMUSAH HIPOTESIS

A. Telaah Teori

1. Teori Legitimasi

Legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai suatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari oleh perusahaan dari masyarakat, dengan demikian legitimasi memiliki manfaat untuk mendukung keberlangsungan hidup suatu perusahaan. Adanya legitimasi dianggap dapat menyamakan persepsi atau asumsi bahwa tindakan yang dilakukan oleh suatu entitas adalah tindakan yang diinginkan, pantas maupun sesuai dengan sistem norma, nilai, kepercayaan dan definisi yang dikembangkan secara sosial (Suchman, 2015). Legitimasi dianggap penting bagi perusahaan karena legitimasi masyarakat kepada perusahaan menjadi faktor yang strategis bagi perkembangan perusahaan ke depan (Nurjanah, 2015).

Kegiatan perusahaan harus memiliki nilai sosial yang selaras dengan nilai-nilai masyarakat. Ketika nilai-nilai yang dianut perusahaan berbeda dengan nilai-nilai yang dijalankan masyarakat legitimasi akan berbeda pada posisi terancam. Perbedaan antara nilai-nilai perusahaan dan nilai-nilai masyarakat sering disebut sebagai “*legitimacy gap*” dan dapat memengaruhi kemampuan perusahaan untuk melanjutkan kegiatan usahanya (Ghozali dan Chariri, 2007).

Teori legitimasi menyarankan perusahaan untuk meyakinkan bahwa aktivitas dan kinerjanya dapat diterima oleh masyarakat. Perusahaan dapat memanfaatkan pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan dalam laporan tahunan mereka untuk membangun kesan positif, sehingga perusahaan dapat diterima dalam masyarakat. Penerimaan yang didapatkan dari masyarakat diharapkan dapat meningkatkan nilai perusahaan sehingga profit yang diperoleh juga mengalami peningkatan.

Dasar pemikiran teori legitimasi ini adalah organisasi atau perusahaan akan terus berlanjut keberadaannya jika masyarakat menyadari bahwa organisasi beroperasi untuk sistem nilai yang sepadan dengan sistem nilai masyarakat itu sendiri. Teori legitimasi menjelaskan bahwa perusahaan memiliki kontrak sosial dengan masyarakat. Teori ini menganjurkan masyarakat untuk meyakinkan bahwa aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan telah sesuai dengan kepentingan masyarakat dan juga dapat diterima oleh masyarakat. Tanggung jawab sosial dapat diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan guna membangun kesan positif dari masyarakat mengenai pelaksanaan tanggung jawab tersebut oleh perusahaan, sehingga keberadaan perusahaan dapat diterima oleh masyarakat (Nurjanah, 2015).

Teori legitimasi menyediakan perspektif yang lebih komprehensif pada pengungkapan CSR. Teori ini secara eksplisit mengakui bahwa bisnis dibatasi oleh kontrak sosial yang menyebutkan bahwa perusahaan sepakat

untuk menunjukan berbagai aktivitas sosial perusahaan agar perusahaan memperoleh penerimaan masyarakat akan tujuan perusahaan yang pada akhirnya akan menjamin keberlangsungan hidup perusahaan (Brown & Deegan, 1998).

Menurut Nurjanah (2015) teori legitimasi merupakan salah satu teori yang mendasari *CSR disclosure* suatu perusahaan. *CSR disclosure* yang dilakukan guna mendapatkan nilai positif dan legitimasi dari masyarakat. Nilai positif yang didapat dari masyarakat ini akan membantu dalam mempertahankan keberlangsungan usahanya. Selain itu, dengan kesain baik tersebut perusahaan dapat meningkatkan nilainya di mata masyarakat sehingga diharapkan perusahaan dapat meningkatkan keuntungannya.

2. Teori Sinyal

Teori sinyal adalah teori yang menjelaskan mengapa perusahaan mempunyai dorongan untuk memberikan informasi laporan keuangan pada pihak eksternal (Sari dan Zuhrotun, 2006). Dorongan tersebut disebabkan karena terjadinya asimetri antara pihak manajemen dan pihak eksternal. Untuk mengurangi asimetri informasi, maka perusahaan harus mengungkapkan informasi, baik informasi keuangan maupun non keuangan. Salah satu informasi yang wajib diungkapkan adalah informasi tentang tanggungjawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Perusahaan melakukan pengungkapan CSR dengan

harapan dapat meningkatkan reputasi dan nilai perusahaan (Rustriani, 2010).

Informasi tentang pengungkapan CSR merupakan suatu sinyal perusahaan untuk mengkomunikasikan kinerja perusahaan dalam jangka panjang. CSR berkaitan dengan *acceptability* dan *sustainability*, dan terkait dengan risiko bagi investor. Perusahaan bertanggungjawab pada dampak sosial dan lingkungan, termasuk bertanggungjawab terhadap tenaga kerja dan keamanan produk bagi konsumen yang memiliki risiko terjadinya konflik sosial dan lingkungan yang lebih rendah dibandingkan dengan perusahaan yang tidak melakukan pengungkapan CSRnya (Adisusilo, 2011).

Teori sinyal menjelaskan dorongan perusahaan untuk mengkomunikasikan informasi positif sebagai upaya untuk menyampaikan kegiatan dan kebijakan perusahaan yang memiliki nilai tambah bagi perusahaan. Pengungkapan CSR merupakan upaya persinyalan kualitas perusahaan yang diharapkan dapat mengurangi asimetri informasi (Widiastuti dkk, 2018). Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan akan lebih membantu manajer untuk memberikan sinyal baik kepada para manajemen dan investor bahwa perusahaan mempunyai prospek yang bagus di masa yang akan datang (Saputri, 2018).

3. *Corporate Social Responsibility* (Tanggung Jawab Sosial Perusahaan)

CSR merupakan suatu komitmen berkelanjutan dari dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan

ekonomi dari komunitas setempat ataupun masyarakat luas (Untung, 2014). Menurut Septiana & Fitria (2014), *Corporate Social Responsibility* adalah suatu konsep atau tindakan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan terhadap masyarakat sekitar perusahaan itu berada.

CSR terfokus pada proteksi lingkungan dan keselamatan kerja para pekerja, dan pengembangan komunitas masyarakat secara umum baik saat ini maupun masa depan. Konsep CSR ini didukung oleh ide-ide bahwa perusahaan tidak akan dapat lebih lama bertahan dalam suatu ekonomi yang terisolasi dan tidak peduli terhadap masyarakat sekitarnya. Konsep CSR ini mengarahkan bahwa suatu perusahaan tidak akan pernah dapat bertahan lama apabila dia mengisolasi dan membatasi dirinya dari masyarakat (Djajadiningrat dan Melia, 2004).

4. *Corporate Social Responsibility Disclosure* (Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan)

Menurut Septiana & Fitria (2014), tujuan dari pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan adalah agar perusahaan dapat menyampaikan tanggung jawab sosial yang telah dilaksanakan perusahaan dalam periode tertentu. Penerapan CSR dapat diungkapkan perusahaan dalam media laporan tahunan (*annual report*) perusahaan yang berisi laporan CSR selama kurun waktu satu tahun.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* di Indonesia telah diatur dalam Pernyataan Standar Akutansi Keuangan (PSAK) Nomor 1

(revisi 2009) paragraph 12 yang secara implisit menyarankan perusahaan untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Isi dari PSAK tersebut adalah sebagai berikut:

“Entitas dapat pula menyajikan, terpisah dari laporan keuangan, laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri dimana faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap karyawan sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting. Laporan tambahan tersebut di luar ruang lingkup Standar Akuntansi Keuangan”.

5. **Media Disclosure (Pengungkapan Media)**

Menurut Respati & Hadiprajitno (2015), pengungkapan media adalah bagaimana perusahaan memanfaatkan media yang tersedia untuk mengkomunikasikan identitas serta informasi mengenai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan. Suatu perusahaan bisa mengkomunikasikan kegiatan-kegiatan perusahaannya dengan memanfaatkan media yang ada, salah satu kegiatan yang bisa dikomunikasikan adalah CSR perusahaan. Terdapat tiga media yang biasanya dipakai perusahaan dalam pengungkapan CSR perusahaan, yaitu melalui media televisi, koran, serta internet (*web perusahaan*).

Perusahaan harus mempunyai cara yang efektif untuk melakukan komunikasi tentang aktivitasnya kepada para *stakeholders*. Fungsi komunikasi sangat penting dalam menyampaikan maksud kegiatan CSR.

Perusahaan harus memberikan informasi tentang tanggung jawab sosialnya dan pesan lain yang terkait kepada karyawan, pelanggan, dan pemangku kepentingan lain, serta secara umum kepada seluruh masyarakat dengan berbagai alat komunikasi (Herawati, 2016).

Perusahaan dalam mengkomunikasikan kegiatan-kegiatan CSR-nya dapat menggunakan berbagai media, diantaranya melalui TV, koran, dan internet. Media TV merupakan media yang paling efektif dan mudah dijangkau oleh seluruh lapisan masyarakat. Akan tetapi, media ini hanya digunakan oleh beberapa perusahaan saja. Media koran merupakan media yang sudah sering digunakan oleh perusahaan dan dapat digunakan sebagai dokumentasi. Sedangkan media internet (*web*) merupakan media yang efektif dengan didukung oleh pemakai internet yang mulai meningkat.

Pengungkapan media yang dilakukan dalam penelitian ini adalah media internet (*webstite* perusahaan). Pengkomunikasian *Corporate Social Responsibility* melalui media internet karena seiring dengan semakin majunya teknologi komunikasi, media internet menjadi begitu mudah untuk diakses pemegang kepentingan dan mampu memberikan informasi yang lebih lengkap dibanding media televisi maupun koran.

6. Kinerja Keuangan

a. Profitabilitas

Menurut Kasmir (2014:115) profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan.

Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Menurut Fahmi (2015), profitabilitas juga mempunyai arti penting dalam usaha mempertahankan kelangsungan hidupnya dalam jangka panjang, karena profitabilitas menunjukkan apakah badan usaha tersebut mempunyai prospek yang baik dimasa yang akan datang, dengan demikian setiap badan usaha akan selalu berusaha meningkatkan profitabilitasnya, karena semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu badan usaha maka kelangsungan hidup badan usaha tersebut akan lebih terjamin.

Rasio yang digunakan untuk mengukur profitabilitas adalah *Gross Profit Margin*, *Net Profit Margin*, *Return on Assets*, *Return on Equity*, *Earning Per Share* dan *Payout Rate*. Dalam penelitian ini untuk mengukur profitabilitas perusahaan digunakan *Return on Assets* (ROA), karena merupakan analisa keuangan yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba atas total aset yang dimiliki. ROA sering disebut sebagai rentabilitas ekonomi yang memberikan informasi seberapa efisien suatu perusahaan dalam melakukan kegiatan usahanya. Rasio ini menunjukkan kemampuan dari modal yang diinvestasikan dalam keseluruhan aktiva untuk menghasilkan keuntungan bagi semua investor. Rasio ini mengukur tingkat pengembalian investasi yang telah dilakukan perusahaan dengan menggunakan seluruh aktiva yang dimiliki perusahaan.

Semakin tinggi ROA semakin tinggi kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan (Fahmi, 2015).

b. Likuiditas

Likuiditas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan kas dalam jangka pendek untuk memenuhi kewajibannya dan bergantung pada arus kas perusahaan serta komponen aset dan kewajiban lancarnya (Subramanyam & Wild, 2010:10). Rahajeng (2010) menjelaskan bahwa kesehatan suatu perusahaan yang dicerminkan dengan tingginya rasio likuiditas yang diukur dengan *current ratio* diharapkan berhubungan dengan luasnya tingkat pengungkapan informasi sosial perusahaan. Hal ini didasarkan bahwa kuatnya keuangan suatu perusahaan akan cenderung memberikan informasi yang luas dari pada perusahaan yang memiliki kondisi keuangan yang lemah. Tetapi sebaliknya, jika likuiditas dipandang sebagai ukuran kinerja, perusahaan yang mempunyai rasio likuiditas rendah perlu memberikan informasi yang lebih rinci untuk menjelaskan lemahnya kinerja dibanding perusahaan yang mempunyai rasio likuiditas yang tinggi.

Perusahaan dengan tingkat likuiditas yang tinggi akan memberikan informasi kepada perusahaan lain, bahwa mereka lebih baik dari pada perusahaan lain, dengan melakukan kegiatan yang berhubungan dengan lingkungan sosial. Informasi tersebut dilakukan dengan cara mengungkapkan kegiatan tanggung jawab sosial dan

lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan (Kamil & Herusetya, 2012). Semakin tinggi angka rasio likuiditas, akan semakin baik bagi investor. Perusahaan yang diminati investor adalah perusahaan yang mempunyai rasio likuiditas yang cukup tinggi untuk standar perusahaan sejenisnya.

c. *Leverage*

Menurut Sartono (2010:120) *leverage* menunjukkan proporsi atas penggunaan utang untuk membiayai investasinya. Menurut Yuliarni & Kurniawati (2013) rasio *leverage* digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat risiko tak tertagihnya suatu utang.

Menurut Kasmir (2013), *leverage* merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. Perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* tinggi berarti sangat bergantung pada pinjaman luar untuk membiayai asetnya. Sedangkan perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* lebih rendah lebih banyak membiayai asetnya dengan modal sendiri. Dengan demikian, tingkat *leverage* perusahaan dapat menggambarkan risiko keuangan perusahaan.

d. *Growth*

Menurut Fahmi (2012:69) *growth* (pertumbuhan penjualan) yaitu rasio yang mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan

dalam mempertahankan posisinya di dalam industri dan dalam perkembangan ekonomi secara umum. Rasio pertumbuhan ini dilihat dari berbagai segi *sales* (penjualan), *earning after tax* (EAT), laba per saham, dividen per lembar saham, dan harga pasar perlembar saham. Menurut Munsaidah dkk (2016) pertumbuhan dapat menunjukkan peningkatan kinerja keuangan perusahaan yang memiliki kesempatan untuk memberikan profitabilitas yang tinggi di masa depan.

Perusahaan dengan *growth* yang tinggi lebih cenderung melakukan pengungkapan yang lebih luas karena dengan *growth* yang tinggi maka perusahaan akan memiliki cukup dana untuk melakukan lebih dari sekedar pengungkapan laporan keuangan, salah satunya melaporkan pelaporan sukarela dengan pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Perusahaan yang melakukan pengungkapan yang lebih luas akan lebih meyakinkan investor untuk menanamkan sahamnya karena dengan adanya pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan membuat investor sadar bahwa perusahaan tidak hanya mementingkan pertumbuhan perusahaan, namun juga peduli pada lingkungan disekitarnya dengan begitu perusahaan akan lebih mudah mendapat dukungan lingkungan disekitarnya untuk keberlangsungan perusahaan di masa yang akan datang (Saputri, 2018).

B. Penelitian Terdahulu

Tabel 1. 1. Penelitian Terdahulu

No.	Nama	Judul	Hasil Penelitian
1.	Wahyuningsih Mahdar (2018)	Pengaruh <i>Size</i> , <i>Leverage</i> , dan	Ukuran perusahaan, <i>leverage</i> , dan

**Tabel 1. 1. Penelitian Terdahulu
(Lanjutan)**

No.	Nama	Judul	Hasil Penelitian
		Profitabilitas Terhadap Pengungkapan CSR Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia	profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR)
2.	Munsaidah, dkk (2016)	Pengaruh <i>Firm Size</i> , <i>Age</i> , Profitabilitas, <i>Leverage</i> , Dan <i>Growth</i> Perusahaan Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Pada Perusahaan <i>Property Real Estate</i> Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2010-2014	Ukuran perusahaan, umur, profitabilitas, <i>leverage</i> , dan <i>growth</i> berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.
3.	Nurjanah (2015)	Kinerja Lingkungan, <i>Leverage</i> , Profil, dan Pertumbuhan Perusahaan; Pengaruhnya terhadap <i>CSR Disclosure</i>	Kinerja lingkungan dan profil berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan <i>leverage</i> dan pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.
4.	Ekowati, dkk (2014)	Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, <i>Growth</i> , dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan	Profitabilitas dan <i>media exposure</i> berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan, likuiditas dan <i>growth</i> tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.
5.	Putri & Christiawan (2014)	Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, <i>Leverage</i> Terhadap Pengungkapan	Profitabilitas, likuiditas, dan <i>leverage</i> tidak berpengaruh terhadap

**Tabel 1. 1. Penelitian Terdahulu
(Lanjutan)**

No.	Nama	Judul	Hasil Penelitian
		<i>Corporate Social Responsibility</i>	pengungkapan CSR
6.	Sari (2012)	Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia	Tipe industry, <i>leverage</i> , dan <i>growth</i> tidak berpengaruh terhadap CSRD. Sedangkan, ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh terhadap CSRD.
7.	Reverte (2009)	<i>Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure Ratings by Spanish Listed Firms</i>	<i>Media exposure</i> , ukuran perusahaan, dan sensitifitas industry sangat mempengaruhi tingkat pengungkapan CSR. Sedangkan profitabilitas dan <i>leverage</i> tidak signifikan mempengaruhi tingkat pengungkapan CSR.

C. Perumusan Hipotesis

1. Pengaruh *Media Disclosure* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Media disclosure merupakan pengungkapan informasi perusahaan melalui suatu media, salah satu media yang dapat digunakan yaitu *website* resmi perusahaan. Pengkomunikasian *Corporate Social Responsibility* melalui media akan meningkatkan reputasi perusahaan di mata masyarakat.

Perusahaan menggunakan media untuk menunjukan berbagai aktivitas sosial perusahaan, agar perusahaan memperoleh penerimaan masyarakat. Penerimaan yang baik dari masyarakat dapat membantu perusahaan mencapai tujuannya, sehingga akhirnya dapat menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Legitimasi dari masyarakat dapat menjadikan perusahaan semakin berkembang. Sehingga semakin tinggi tingkat pengungkapan informasi yang dilakukan melalui *website* resmi perusahaan maka akan semakin tinggi juga pengungkapan informasi sosialnya.

Hubungan *media disclosure* dengan pengungkapan CSR yang dilandasi teori legitimasi yaitu motivasi perusahaan untuk melakukan pengungkapan CSR dalam meningkatkan reputasi perusahaan. Mengkomunikasikan CSR yang dikeluarkan perusahaan melalui *website* akan mempermudah *stakeholders* dalam mencari laporan yang dibutuhkan untuk pengambilan keputusan dan diharapkan masyarakat mengetahui aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Semakin tinggi *media disclosure* perusahaan menunjukkan peningkatan reputasi perusahaan dari *stakeholders*, sehingga pengungkapan CSR juga akan semakin tinggi. Pemanfaatan pengungkapan CSR melalui *website* resmi perusahaan akan dapat meningkatkan reputasi perusahaan dari *stakeholders*.

Penelitian mengenai *media disclosure* telah dilakukan oleh Ekowati dkk. (2014), Respati & Hadiprajitno (2015), dan Reverte (2009), dalam penelitiannya menemukan bahwa *media disclosure* berpengaruh

positif terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan penjelasan, maka diturunkan hipotesis sebagai berikut:

H₁. *Media disclosure* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

2. Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

a. Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan (Kasmir 2014:115). Semakin tinggi profitabilitas perusahaan berarti semakin tinggi pula kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Hal tersebut dapat mempengaruhi tingkat pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan agar menarik minat investor untuk menanamkan modalnya kepada perusahaan. Pengungkapan mengenai tanggung jawab sosial perusahaan merupakan salah satu cara perusahaan memperluas informasi pengungkapannya. Sehingga, semakin tinggi laba yang dihasilkan oleh perusahaan maka akan semakin besar pula pengungkapan informasi sosialnya.

Sesuai dengan teori legitimasi, perusahaan tidak hanya memperhatikan aspek ekonominya saja seperti tingkat keuntungan, namun juga perlu memperhatikan aspek sosial dan lingkungan yang berhubungan dengan dampak positif maupun negatif dari aktivitas usahanya, sehingga aktivitas perusahaan mendapatkan dukungan dari

para pemangku kepentingan (Fahmi, 2015). Hubungan profitabilitas dengan pengungkapan CSR yang dilandasi teori legitimasi menurut Kamil dan Antonius (2012), perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi dapat mengatasi timbulnya biaya-biaya atas pengungkapan tanggung jawab sosial tersebut. Tingkat profitabilitas yang semakin tinggi mencerminkan kemampuan entitas dalam menghasilkan laba yang semakin tinggi, sehingga entitas mampu untuk meningkatkan tanggung jawab sosial, serta melakukan tanggung jawab sosialnya dalam laporan keuangan yang lebih luas.

Penelitian terdahulu yang pernah dilakukan oleh Ekowati dkk (2014), Fahmi (2015), Sari (2012), Wahyuningsih & Mahdar (2018), dan Yuliansyah (2017) menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan penjelasan, maka diturunkan hipotesis sebagai berikut:

H_{2a}. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

b. Pengaruh Likuiditas terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Likuiditas adalah rasio-rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar hutang-hutang jangka pendeknya (Sutrisno, 2012:14). Menurut Kamil & Herusetya (2012) likuiditas merupakan suatu indikator mengenai kemampuan entitas untuk membayar semua liabilitas finansial jangka pendek pada saat jatuh tempo dengan menggunakan aset lancar yang tersedia.

Perusahaan yang memiliki tingkat likuiditas yang tinggi cenderung untuk memperluas pengungkapan CSR-nya karena dengan tingginya tingkat pengungkapan CSR yang dilakukan akan menunjukkan bahwa perusahaan lebih baik dibanding dengan perusahaan lain.

Berdasarkan teori sinyal, suatu tindakan yang diambil oleh manajemen perusahaan akan memberikan petunjuk bagi para investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan (Brigham dan Houston, 2006). Perusahaan dengan likuiditas yang tinggi akan memberikan sinyal kepada perusahaan yang lain bahwa mereka lebih baik daripada perusahaan lain dengan cara melakukan kegiatan yang berhubungan dengan lingkungan sosial. Sinyal tersebut diberikan dengan cara memberikan informasi yang lebih luas tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan yang mereka lakukan (Syahrir dan Suhendra, 2010). Dengan demikian, perusahaan yang memiliki tingkat likuiditas yang tinggi cenderung untuk memperluas pengungkapan CSR-nya karena atas banyaknya pengungkapan CSR yang dilakukan akan menunjukkan bahwa perusahaan semakin kredibel.

Penelitian terdahulu yang pernah dilakukan mengenai pengaruh likuiditas terhadap pengungkapan CSR dilakukan oleh Sulthony (2019) menemukan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan penjelasan, maka diturunkan hipotesis sebagai berikut:

H_{2b}. Likuiditas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

c. Pengaruh *Leverage* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Leverage yaitu rasio yang mengukur seberapa banyak perusahaan menggunakan dana dari utang (pinjaman) (Harjito & Martono 2011:53). *Leverage* tinggi akan mendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial yang makin banyak. Hal ini disebabkan perusahaan dengan *leverage* tinggi memiliki tekanan yang lebih besar dari bank, kreditur, investor sehingga perusahaan berupaya untuk melonggarkan tekanan ini dengan cara melakukan banyak *disclose* dengan tujuan memberikan keyakinan ke bank, kreditur, investor bahwa perusahaan tidak melanggar *covenants* yang ada (Mia & Al-Mamun, 2011).

Seiring dengan teori sinyal, bahwa perusahaan dengan tingkat *leverage* tinggi diduga akan melakukan pengungkapan CSR semakin banyak untuk mengurangi asimetri informasi yang mungkin mengakibatkan menguatnya tekanan kreditur dan investor terhadap perusahaan. Dengan diberikan *disclose* informasi seperti CSR diharapkan pihak-pihak seperti kreditur dan investor dapat melihat hal tersebut sebagai jaminan atas *going concern* perusahaan. Sehingga hak kreditur dan investor tetap terjamin dan tidak memberikan tekanan yang lebih besar ke perusahaan.

Penelitian mengenai *leverage* yang telah dilakukan oleh Sulthony (2019), Wahyuningsih & Mahdar (2018) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan penjelasan, maka diturunkan hipotesis sebagai berikut:

H_{2c}. *Leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

d. Pengaruh *Growth* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Growth (pertumbuhan penjualan) yaitu rasio yang mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisinya di dalam industri dan dalam perkembangan ekonomi secara umum (Fahmi, 2012:69). Menurut Munsaidah dkk (2016) perusahaan dengan *growth* yang lebih tinggi akan mendapatkan perhatian lebih banyak sehingga diperkirakan perusahaan dengan *growth* yang lebih tinggi cenderung lebih banyak melakukan pengungkapan sukarela untuk meningkatkan citra baik perusahaan di depan investor salah satunya pengungkapan CSR perusahaan untuk menarik investor.

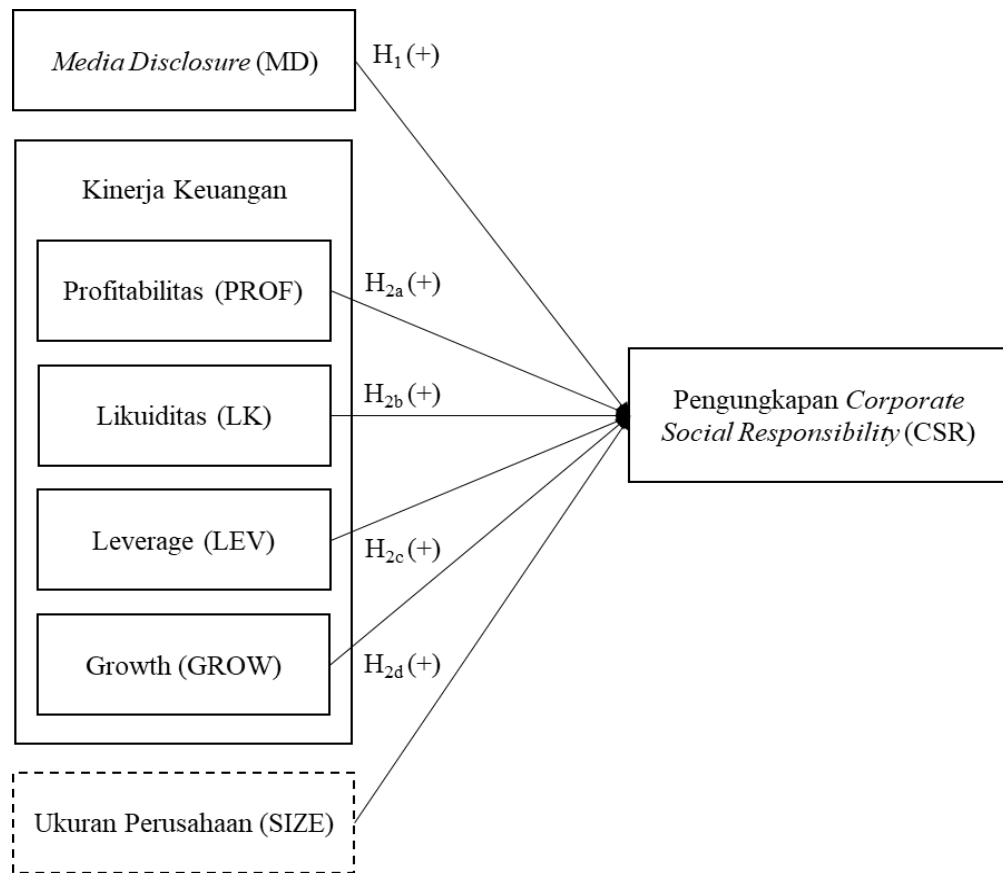
Teori sinyal menyatakan bahwa ketika suatu perusahaan mengalami perkembangan yang baik maka perusahaan akan mudah mendapatkan respon positif dari para investor. Hubungan teori sinyal dengan pertumbuhan perusahaan adalah perusahaan yang memiliki pertumbuhan yang baik, secara konsep ekonomi dapat menjamin keberlangsungan kegiatan ekonominya. Keberlangsungan ini merupakan hal yang dapat mencerminkan kemampuan perusahaan

dalam melaksanakan tanggung jawab sosialnya dengan maksimal lebih dari perusahaan dengan pertumbuhan yang kurang baik (Nurjanah, 2015).

Perusahaan yang memiliki pertumbuhan yang baik akan cenderung melakukan pengungkapan yang lebih terkait dengan tanggung jawab sosial yang telah dilaksanakan guna memperlihatkan keunggulan perusahaan yang mampu bertumbuh. Sehingga perusahaan mampu menghadapi persaingan dalam dunia bisnis dan akan mendapatkan respon yang positif dari pemegang kepentingan. Dengan adanya pertumbuhan perusahaan juga mengindikasikan adanya peningkatan kemampuan perusahaan dalam membiayai aktivitas dan pengungkapan CSR.

Penelitian mengenai *growth* yang telah dilakukan oleh Musnaindah dkk (2016), Widiastuti dkk (2018) menyatakan bahwa *growth* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan penjelasan, maka diturunkan hipotesis sebagai berikut:

H_{2d}. *Growth* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

D. Model Penelitian**Gambar 2. 1. Model Penelitian**

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Obyek Penelitian

Obyek penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia dan PROPER pada tahun 2013-2017. Unit analisis yang digunakan adalah laporan tahunan perusahaan yang sesuai dengan kriteria yang sudah ditetapkan. Laporan tahunan perusahaan diperoleh dari situs Bursa Efek Indonesia (BEI) yaitu www.idx.co.id atau dengan mengunduh di website masing-masing perusahaan yang dijadikan sampel.

B. Jenis Data dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu data kuantitatif, sedangkan sumber data yang digunakan merupakan jenis data sekunder. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan tahunan perusahaan yang tersedia di BEI selama periode 2013-2017. Data tersebut digunakan untuk mendukung variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian.

C. Teknik Pengambilan Sampel

Sampel yang diambil dalam penelitian ini ditentukan dengan teknis *purposive sampling*. Pemilihan sampel dalam penelitian ini diambil dengan kriteria sebagai berikut:

1. Perusahaan manufaktur yang menerbitkan laporan keuangan di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2013-2017.
2. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di PROPER selama periode 2013-2017.
3. Perusahaan manufaktur yang mengalami pertumbuhan penjualan (*growth*) positif secara berturut-turut dari tahun 2013-2017.
4. Memiliki data-data lengkap terkait variabel yang digunakan pada penelitian ini.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi pustaka. Metode studi pustaka merupakan metode pengumpulan data dengan melakukan telaah pustaka, eksplorasi dan mengkaji beberapa sumber seperti buku, jurnal, dan sumber lain yang berkaitan dengan penelitian. Metode dokumentasi merupakan metode pengumpulan data-data sekunder yang berasal dari sumber yang ada. Data sekunder dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang termasuk dalam BEI. Selanjutnya, penyeleksian perusahaan yang mengikuti PROPER pada tahun 2013-2017 dengan menggunakan data publikasi hasil PROPER yang diunduh dari halaman situs Kementrian Lingkungan Hidup yaitu <http://proper.menlh.go.id/>. Selain itu, pengambilan data perusahaan berupa *annual report* pada halaman situs Bursa Efek Indonesia yaitu www.idx.co.id atau dengan mengunduh di *website* masing-masing perusahaan yang dijadikan sampel.

E. Variabel Penelitian dan Pengukuran Variabel

1. Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada laporan tahunan perusahaan manufaktur. Pengukuran CSR dalam penelitian ini melibatkan prestasi perusahaan dalam mengikuti PROPER yang dilakukan oleh Kementrian Lingkungan Hidup. Sistem peringkat kinerja PROPER mencakup pemeringkatan perusahaan dalam lima warna seperti yang dapat dilihat pada tabel 3.1.:

Tabel 3. 1. Kriteria Peringkat PROPER

Peringkat	Keterangan
Emas	Diberikan kepada penanggung jawab usaha dan/atau kegiatan yang telah secara konsisten menunjukkan keunggulan lingkungan (<i>environmental excellency</i>) dalam proses produksi dan/atau jasa, melaksanakan bisnis yang beretika dan bertanggung jawab terhadap masyarakat.
Hijau	Diberikan kepada penanggung jawab usaha dan/atau kegiatan yang telah melakukan pengelolaan lingkungan lebih dari yang dipersyaratkan dalam peraturan (<i>beyond compliance</i>) melalui pelaksanaan sistem pengelolaan lingkungan, pemanfaatan sumber daya secara efisien melalui upaya 4R (<i>Reduce, Reuse, Recycle, dan Recovery</i>), dan melakukan upaya tanggung jawab sosial (CSR/Comdev) dengan baik.
Biru	Diberikan kepada penanggung jawab usaha dan/atau kegiatan yang telah melakukan upaya pengelolaan lingkungan yang dipersyaratkan sesuai dengan ketentuan dan/atau peraturan perundang-undangan.
Merah	Diberikan kepada penanggung jawab usaha dan/atau kegiatan yang upaya pengelolaan lingkungan hidup dilakukannya tidak sesuai dengan persyaratan sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan.

**Tabel 3. 1. Kriteria Peringkat PROPER
(Lanjutan)**

Peringkat	Keterangan
Hitam	Diberikan kepada penanggung jawab usaha dan/atau kegiatan yang sengaja melakukan perbuatan atau melakukan kelalaian yang mengakibatkan pencemaran dan/atau kerusakan lingkungan serta pelanggaran terhadap peraturan perundang-undangan atau tidak melaksanakan sanksi administrasi.

Sumber: Laporan Hasil Penilaian PROPER

Corporate social responsibility perusahaan diukur dengan memberi skor untuk masing-masing warna, yaitu:

- Emas: Sangat sangat baik, skor = 5;
- Hijau: Sangat baik, skor = 4;
- Biru: Baik, skor = 3;
- Merah: Buruk, skor = 2;
- Hitam: Sangat buruk, skor = 1.

Sumber: Fajrina (2014)

2. Variabel Independen

a. Media Disclosure

Media disclosure merupakan pengungkapan informasi perusahaan melalui suatu media. Penelitian ini mengukur *media disclosure* menggunakan *website* dengan variabel *dummy*, yaitu dengan memberikan nilai 1 untuk perusahaan yang mengungkapkan kegiatan CSR di *website* resmi perusahaan dan memberikan nilai 0 untuk perusahaan yang tidak mengungkapkan kegiatan CSR di *website* resmi perusahaan (Ekowati dkk, 2014).

b. Profitabilitas

Rasio profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan total aktiva, maupun modal sendiri (Sartono, 2010:122). Dalam penelitian ini rasio yang digunakan untuk mengukur profitabilitas adalah tingkat pengembalian atas aset atau *Return on Assets* (ROA). ROA menggambarkan sejauh mana kemampuan aset-aset yang dimiliki perusahaan bisa menghasilkan laba (Tandelilin, 2010:372). Semakin besar angka ROA menunjukkan bahwa kinerja perusahaan semakin baik, karena tingkat pengembalian investasi semakin besar (Wild, Subramanyam, & Halsey, 2005:65). Menurut Tandelilin, (2010:372) rumus untuk menghitung tingkat pengembalian aset/*Return On Asset* (ROA) sebagai berikut:

$$ROA = \frac{Net\ Income}{Total\ Aset} \times 100\%$$

c. Likuiditas

Rasio likuiditas adalah rasio-rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar hutang-hutang jangka pendeknya (Sutrisno, 2012:14). Rasio likuiditas dapat diukur menggunakan rasio lancar (*Current Ratio/CR*). Menurut Kasmir (2014:119) *current ratio* merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban jangka pendek atau utang yang segera jatuh tempo pada saat tertagih secara keseluruhan. Dengan kata lain, seberapa banyak aktiva lancar yang tersedia untuk menutupi

kewajiban jangka pendek yang segera jatuh tempo. Rasio lancar dapat pula dikatakan sebagai bentuk untuk mengukur tingkat keamanan suatu perusahaan. Rumus untuk menghitung rasio lancar sebagai berikut:

$$\text{Rasio lancar} = \frac{\text{Aktiva lancar}}{\text{Hutang lancar}}$$

d. Leverage

Menurut Harjito & Martono (2011:53) *leverage* yaitu rasio yang mengukur seberapa banyak perusahaan menggunakan dana dari utang (pinjaman). Dalam penelitian ini rasio yang digunakan untuk mengukur *leverage* adalah rasio yang membandingkan jumlah hutang terhadap ekuitas (DER-*Debt to Equity Ratio*). Penggunaan rasio ini karena sering digunakan para analisis dan para investor untuk melihat seberapa besar hutang perusahaan jika dibandingkan ekuitas yang dimiliki oleh perusahaan atau para pemegang saham. Semakin tinggi angka DER maka diasumsikan perusahaan memiliki risiko yang semakin tinggi terhadap kewajiban perusahaannya. Menurut Kasmir (2014:156) rumus untuk menghitung DER sebagai berikut:

$$DER = \frac{\text{Total Liabilities}}{\text{Total Equity}}$$

e. Growth

Menurut Kasmir (2012:107) rasio pertumbuhan (*growth ratio*) merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan mempertahankan posisi ekonominya di tengah

pertumbuhan perekonomian dan sektor usahanya. Pertumbuhan perusahaan yang diukur dengan pertumbuhan penjualan dapat menjadi salah satu pertimbangan bagi investor untuk menentukan investasinya. Rumus yang digunakan untuk mengukur pertumbuhan penjualan adalah sebagai berikut:

$$Growth = \frac{\text{penjualan}_t - \text{penjualan}_{t-1}}{\text{penjualan}_{t-1}}$$

Keterangan:

Penjualan_t = Penjualan bersih periode tahun berjalan.

Penjualan_{t-1} = Penjualan bersih periode tahun sebelumnya.

3. Variabel Kontrol

Variabel kontrol dalam penelitian ini adalah *size* (ukuran perusahaan). Ukuran perusahaan (*size*) merupakan ukuran besar kecilnya sebuah perusahaan yang ditunjukkan atau dinilai oleh total aset, total penjualan, jumlah laba, beban pajak, dan lain-lain (Brigham & Houston, 2010:4). Untuk melakukan pengukuran terhadap ukuran perusahaan, Hartono (2013:282) menyatakan bahwa ukuran aktiva digunakan untuk mengukur besarnya perusahaan, ukuran aktiva tersebut diukur sebagai logaritma dari total aktiva. Hal ini dikarenakan aset perusahaan dianggap mampu menggambarkan kekayaan perusahaan yang dapat digunakan untuk membiayai pengungkapan oleh perusahaan. Menurut Machfoedz (1994) rumus yang digunakan untuk menghitung ukuran perusahaan sebagai berikut:

$$Size = \ln(\text{Total Aset})$$

Keterangan:

Ln = Logaritma natural

F. Teknik Analisis dan Pengujian Hipotesis

1. Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk menggambarkan variabel penelitian. Statistik deskriptif yang digunakan yaitu nilai rata-rata, simpangan baku, minimum dan maksimum.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2018:161). Penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov (K-S), dengan kriteria pengujian $\alpha = 0,05$ apabila $\text{sig} > \alpha$ maka residual terdistribusi normal, apabila $\text{sig} < \alpha$ maka residual tidak terdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen (Ghozali, 2018:107). Untuk menguji adanya multikolinieritas dapat dilakukan dengan menganalisis korelasi antar variabel dan perhitungan nilai *tolerance* serta *variance inflation factor*

(VIF). Adanya gejala multikolinearitas dapat dilihat dari *tolerance value* atau *Nilai Variance Factor* (VIF). Batas *tolerance value* adalah 0,1 dan batas VIF adalah 10. Apabila *tolerance value* $< 0,1$ atau VIF > 10 maka terjadi multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak heteroskedastisitas (Ghozali, 2011). Untuk mendeteksi heteroskedastisitas dapat menggunakan uji *Glejser*. Apabila $\text{sig} > 0,05$ maka tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi berganda ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Autokorelasi muncul karena penelitian yang berurutan sepanjang waktu yang berkaitan satu sama lain, sehingga sering muncul untuk data runtut waktu atau *time series* (Ghozali, 2018:111). Menurut Ghozali (2018:112) untuk mengetahui apakah suatu model terdapat korelasi dilakukan uji *Durbin-Watson*. Secara umum deteksi autokorelasi dapat diambil patokan sebagai berikut:

- a) Tidak ada autokorelasi positif jika $0 < d < d_l$
- b) Tidak ada autokorelasi positif jika $d_l \leq d \leq d_u$

- c) Tidak ada korelasi negatif jika $4 - d_l < d < 4$
- d) Tidak ada korelasi negatif jika $4 - d_u \leq d \leq 4 - d_l$
- e) Tidak ada autokorelasi positif atau negatif jika $d_u < d < 4 - d_u$

G. Uji Hipotesis

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda (*Multiple Linear Regression*) dengan alasan bahwa variabel independennya lebih dari satu. Analisis regresi berganda ini digunakan untuk menentukan hubungan antara CSR dengan variabel-variabel independennya. Penelitian ini menggunakan model regresi linier berganda dengan persamaan sebagai berikut:

$$\text{CSR} = \beta_0 + \beta_1\text{MD} + \beta_2\text{PROF} + \beta_3\text{LK} + \beta_4\text{LEV} + \beta_5\text{GROW} + \beta_6\text{SIZE} + \varepsilon$$

Keterangan

CSR = Tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

β_0 = Konstanta

$\beta_{1,2,3,4,5,6}$ = Koefisien Regresi

MD = *Media Disclosure* (Pengungkapan Media)

PROF = Profitabilitas

LK = Likuiditas

GROW = Pertumbuhan Perusahaan

SIZE = Ukuran Perusahaan

ε = Error

2. Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)

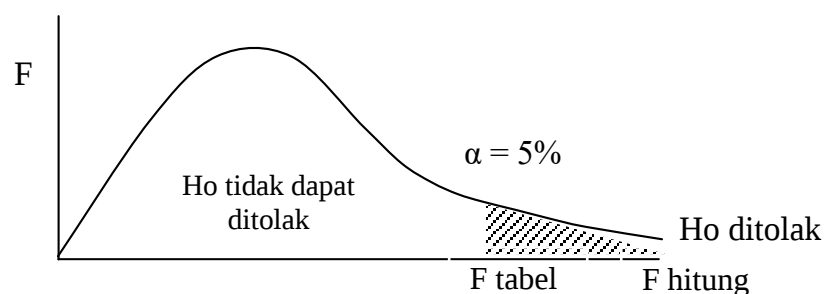
Koefisien determinasi R^2 digunakan untuk mengukur tingkat kemampuan model dalam menerangkan variabel independen model tersebut dalam menjelaskan variabel dependen dan sebaliknya. Nilai

koefisien determinasi berada di antara 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Sebaliknya nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2018).

3. Uji F (*Uji Goodness of Fit*)

Menurut Ghozali (2018) uji F digunakan untuk mengetahui *goodness of fit* atau kelayakan model penelitian. Ketentuan menilai hasil hipotesis Uji F berupa level signifikansi 0,05 ($\alpha=5\%$) dengan derajat kebebasan pembilang $df = k$ dan derajat kebebasan penyebut (df) = $n - k - 1$ dimana k adalah jumlah variabel bebas. Perbandingan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika $F \text{ hitung} > F \text{ Tabel}$, atau $p \text{ value} < \alpha = 0,05$, artinya model yang digunakan dalam penelitian bagus atau (*fit*).
- 2) Jika $F \text{ hitung} < F \text{ Tabel}$, atau $p \text{ value} > \alpha = 0,05$, artinya model yang digunakan dalam penelitian tidak bagus atau (*tidak fit*).

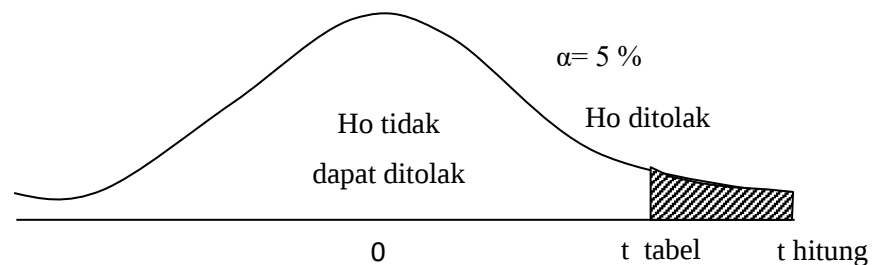


Gambar 3. 1. Uji F

4. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui kemampuan variabel independen dalam menjelaskan perilaku variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan *significance level* 0,05 ($\alpha = 5\%$). Penolakan dan penerimaan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$, atau $p \text{ value} < \alpha = 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
- 2) Jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$, atau $p \text{ value} > \alpha = 0,05$, maka H_0 tidak dapat ditolak dan H_a tidak diterima, artinya variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.



**Gambar 3. 2. Uji t
Penerimaan Hipotesis Positif**

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan mendapatkan bukti empiris mengenai pengaruh *media disclosure* dan kinerja keuangan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada perusahaan manufaktur di Indonesia yang terdaftar dalam BEI tahun 2013 sampai 2017. Objek penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2017. Pengambilan sampel penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* sehingga diperoleh sampel sebanyak 10 perusahaan, dan total sampelnya sebanyak 50 sampel.

Berdasarkan hasil pengujian yang telah peneliti lakukan dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian ini menolak hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa *media disclosure* mempengaruhi pengungkapan CSR. Sehingga diungkapkan atau tidak diungkapkannya pengungkapan CSR pada *website* perusahaan tidak mempengaruhi tingkat pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan. Kemudian, penelitian ini menerima hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa profitabilitas perusahaan yang diukur dengan ROA berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, dengan demikian semakin efektif perusahaan dalam mendapatkan laba dari operasi bisnisnya akan memberikan kontribusi terhadap peningkatan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Penelitian ini menolak hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa likuiditas dan *leverage* perusahaan yang diukur dengan *current ratio* dan DER berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Sehingga tinggi atau rendahnya tingkat likuiditas dan *leverage* tidak mempengaruhi besarnya tingkat pengungkapan CSR. Selain itu, penelitian ini menolak hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa *growth* perusahaan yang diukur dengan pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *growth* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR. Artinya, semakin rendah tingkat pertumbuhan penjualan maka akan semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan.

B. Keterbatasan Penelitian

1. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini masih sedikit, yaitu sebanyak 10 perusahaan dan terbatas pada perusahaan manufaktur yang terdaftar dalam BEI.
2. Penelitian ini menggunakan variabel *media disclosure*, profitabilitas, likuiditas, *leverage*, dan *growth* dengan nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 19,4%. Sedangkan sisanya 80,6% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak ada dalam penelitian ini.

C. Saran

1. Penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan periode pengamatan yang lebih lama dan memperluas sampel penelitian sehingga dapat memberikan

kemungkinan yang lebih besar untuk memperoleh kondisi yang sebenarnya. Kemudian, penelitian selanjutnya dapat menggunakan objek lain untuk sampel penelitiannya seperti perusahaan tambang, agrobisnis, dan lain sebagainya guna mendapatkan hasil yang lebih akurat dari setiap sektor industri.

2. Penelitian selanjutnya dapat menambah variabel independen yang terkait dengan pengungkapan CSR, seperti ukuran dewan komisaris dan tipe industri. Karena masih terdapat ketidak konsistenan mengenai variabel tersebut pada penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya. Penelitian dilakukan oleh Fahmi (2015), Saputri (2018), menunjukkan hasil ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan, penelitian yang dilakukan oleh Septiana & Fitria (2014) menunjukkan hasil ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Kemudian penelitian dilakukan oleh Nurjanah (2015), Respati (2015), Widiastuti, dkk (2018) menunjukkan hasil tipe industri berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan, penelitian yang dilakukan oleh Sari (2012) menunjukkan hasil tipe industri berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Septiana & Fitria (2014) menunjukkan hasil tipe industri tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisusilo, Pramudito. (2011). Pengaruh Pengungkapan Informasi *Corporate Social Responsibility (CSR)* Dalam Laporan Tahunan *Earning Response Coefficients (ERC)*. Semarang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dipenogoro.
- Alfarizi, Aditya Gusma. (2016). Pengaruh Media Exposure, Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Struktur Kepemilikan Saham Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2013-2015). Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Andriyani, D., Yuliandri, Willy S., & Zutilisna, Djusnimar. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan Pengungkapan Media Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *E-Proceeding of Management*, 4(3), 2723-2733
- Anggraini Putri, R., & Jogi Christiawan, Y. (2014). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Leverage terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Business Accounting Review*, 2010–2012.
- Brigham, Eugene F., & Joel F. Houston. 2010. *Fundamental Of Financial Management* Dasar-Dasar Manajemen Keuangan. Jakarta: Salemba Empat
- Brigham, Eugene F., & Joel F. Houston. 2016. *Fundamental Of Financial Management* Dasar-Dasar Manajemen Keuangan, Buku 2, Edisi 10. Jakarta: Salemba Empat
- Brown, N. & C. Deegan. (1998). The Public Disclosure of Environmental Performance Information – A Dual Test of Media Agenda Setting Theory and Legitimacy Theory. *Accounting and Business Review* 29(1), 21-41.
- Djajadiningrat, Surna T. dan Melia, Famiola. (2004). Kawasan Industri Berwawasan Lingkungan (*Eco Industrial Park*). Bandung: Rekayasa sains.
- Ekowati, L., Prasetyono, & Wulandari, A. (2014). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Growth, dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan, (40), 1–24.
- Fahmi, F. N. (2015). Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris , Perusahaan Pengungkapan Corporate (*Studi Empiris Pada Perusahaan High Profile yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2013*).
- Fahmi, Irham. 2012. Analisis Laporan Keuangan. Bandung: Alfa Beta.
- Fajrina, R. (2014). Pengaruh Lingkungan, Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Manajemen Laba dan Solvabilitas Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2009-2011). *Jurnal Akuntansi*, 1–26.

- Ghozali, Imam. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19. Edisi 5. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Edisi 9. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghazali, I dan A. Chariri. 2007. Teori Akuntansi. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Harjito, Agus. dan Martono. (2011). Manajemen Keuangan, Edisi 2. Yogyakarta: EKONISIA.
- Hartono, Jogiyanto. 2013. Teori Portofolio dan Analisis Investasi, Edisi 8. Yogyakarta: BPFE.
- Herawati, Yesi. 2016. Pengaruh Environmental Performance dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Yang Dimoderasi Oleh Leverage (Suatu Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI 2011-2015). Skripsi. Universitas Pasundan.
- <https://ekonomi.bisnis.com/read/20151211/257/500855/industri-manufaktur-bandel-pengendalian-pencemaran-air-jadi-merosot>. Diakses pada 12 Mei 2019
- <http://proper.menlh.go.id/portal/>.
- <http://www.tribunnews.com/regional/2015/12/05/krisis-lingkungan-di-sumut-akibat-eksploitasi-perusahaan-besar>. Diakses pada 12 Mei 2019
- Ikatan Akuntan Indonesia. 2009. Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan No. 01 revisi 2009 paragraf 12
- Kamil, A., & A. Herusetya. (2012). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan Kegiatan Corporate Social Responsibility, 2(1), 1–17.
- Kamil, Ahmad & Antonius Herusetya. (2012). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan Kegiatan Corporate Social Responsibility. ISSN 2088-2106.
- Kasmir. 2012. Analisis Laporan Keuangan. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. 2013. Analisis Laporan Keuangan. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. 2014. Pengantar Manajemen Keuangan. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Keputusan Ketua Bapepam-LK No. KEP-431/BL/2012 mengenai Penyampaian Laporan Tahunan Emiten atau Entitas Publik.
- Kusuma, Reni. (2017). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, *Growth*, *Media Exposure* dan Kinerja Lingkungan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Loh dkk. (2016). Pelaporan yang Berkelanjutan di Asean. *Journal Nasional*

- University of Singapur*, 1–28. <https://doi.org/10.1007/s00216-011-5191-0>
- Machfoedz, Mas'ud. (1994). Financial Ratio Analysis and The Prediction of Earnings Changes in Indonesia. *Gajah Mada University Business Review*, No. 7/III/1994.
- Mia, P., & Al-Mamun, A. (2011). Corporate Social Disclosure during the Global Financial Crisis, 3(6), 174–187. <https://doi.org/10.5539/ijef.v3n6p174>
- Munsaidah, Siti, Rita Andini, dan Agus Supriyanto. 2016. Analisis Pengaruh Firm Size, Age, Profitabilitas, Leverage, Dan Growth Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2010-2014. *Journal Of Accounting* 2 (2).
- Nurjanah, N. (2015). Kinerja Lingkungan, Leverage, Profil dan Pertumbuhan Perusahaan: Pengaruhnya Terhadap CSR Disclosure, 1–112.
- Putri, Nanda D., Resti Y. Muslim & Yunilma. (2014). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi, Fakultas Ekonomi. Universitas Bung Hatta*
- Rahajeng, Rahmi Galuh. (2010). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Sosial (Sosial Disclosure) dalam laporan Tahunan Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia). Skripsi. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Respati, R. D., & Hadiprajitno, P. B. (2015). Analisis Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Tipe Industri, Dan Pengungkapan Media Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Dipenogoro*, 4(4), 1–11.
- Reverte, Carmelo. 2009. Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure Ratings by Spanish Listed Firms. *Journal of Business Ethics* (2009) 88:351-366.
- Rustriani, Ni Wayan. (2010). Pengaruh Corporate Governance Pada Hubungan Corporate Social Responsibility dan Nilai Perusahaan. Simposium Nasional Akuntansi XIII, Purwokerto
- Saputri, Dita Wahyu Mega. 2018. Pengaruh Dewan Komisaris, Growth, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur. Skripsi. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
- Sari, R. A. (2012). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia, I.

- Sari, Ratna Chandara dan Zuhtratun. (2006). Keinformatifan Laba Di Pasar Obligasi Dan Saham: Uji *Liquidation Option Hypothesis*. Simposium Nasional Akuntansi 9, Padang.
- Sari, T. S. I., Yuliandri, W. S. S. . M. M. A., & Nurbaiti, A. S. . M. S. (2017). Pengaruh Kinerja Keuangan, Ukuran Perusahaan, Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility, 127–136.
- Sartono, Agus. 2010. Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi. Edisi 4. Yogyakarta: BPFE.
- Septiana, F., & Fitria, A. (2014). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Pada Persahaan Manufaktur. *Jurnal Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Indonesia*, 3(September), 1–9.
- Subramanyam, K.R., dan John J. Wild. 2010. Analisis Laporan Keuangan Financial Statement Analysis. Edisi 10. Buku 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Suchman, M. (2015). Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches. *Academy of Management Review* , 20 , 571-611, (July 1995), 571–611. <https://doi.org/10.2307/258788>
- Sutrisno. 2012. Manajemen Keuangan Teori, Konsep dan Aplikasi. Yogyakarta: EKONOSIA.
- Syahrir, R. K & Suhendra, S. (2010). The Effect of Company Characteristic to Disclosure Fittings of Miscellaneous Industry Sector Annual Reports Which is Registered in IDX. Tesis. Magister Akuntansi, Universitas Gundarma.
- Undang-Undang Negara Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. (http://eodb.ekon.go.id/download/peraturan/undangundang/UU_40_2007.PDF), diakses pada 20 April 2019).
- Tandelilin, Eduardus. 2010. Portofolio dan Investasi Teori dan Aplikasi. Edisi Pertama. Yogyakarta: KANISIUS.
- Untung, Budi. 2014. CSR dalam Dunia Bisnis. Yogyakarta: ANDI
- Wahyuningsih, Ana & Mahdar, Nera Marinda. (2018). Pengaruh Sizzle, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan CSR Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Komunikasi Kalbisocio*. 27-36.
- Widiastuti, Harjanti, Evy Rahman Utami, dan Ridi Handoko. 2018. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Tipe Industri, Growth, Dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
- Wild, John, K.R. Subramanyam, dan Robert F. Halsey. 2005. Analisis Laporan Keuangan. Edisi Delapan, Buku Kesatu. Alih Bahasa: Yanivi dan Nurwahyu. Jakarta: Salemba Empat.

- Yuliansyah, Fuguh Rodita. (2017). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Growth, Media Exposure, Dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Yuliarni, Resi & Kurniawati, Indah. (2013). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar DI Jakarta Islamic Index Periode 2008-2012. 65-87.