

**Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Pengungkapan
*Corporate Social Responsibility***
(Pada Perusahaan Sektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2011-2013)

¹Anneke Putri, ²Rini Lestari, ³Nurleli
^{1,2,3}*Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Bandung,
Jl. Tamansari No. 1 Bandung 40116*
e-mail: ¹putrianneke18@yahoo.com, ²unirini_unisba@yahoo.com, ³lelinur@yahoo.com

Abstract : This research aims to test influence of the company's size and profitability against disclosure of corporate social responsibility. The methods used in this research is the verifikatif method. The population in this research is the issuer the issuer from food and beverage companies that are consistently listed in Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2011-2013. The number of companies that made the research sample is 10 companies with observations for 3 years. Sample taken using a purposive sampling method. Namely the selection of the sample members with certain criteria. Hypothesis testing in this study using multiple regression techniques. Research result show that the size of the company's influence on disclosure of corporate social responsibility on the company's food and beverage listing in Indonesia Stock Exchange (IDX) for the years 2011-2013 and the profitability is calculated using ROA has no effect against the disclosure of corporate social responsibility on the company's food and beverage listings in Indonesia Stock Exchange (IDX) for the years 2011-2013.

Keywords : Firm Size, Profitability (ROA), Disclosure Of Corporate Social Responsibility.

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap pengungkapan corporate social responsibility. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode verifikatif. Populasi dalam penelitian ini adalah emiten-emiten dari perusahaan Makanan dan Minuman yang secara konsisten terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2011-2013. Jumlah perusahaan yang dijadikan sampel penelitian ini adalah 10 perusahaan dengan pengamatan selama 3 tahun. Sampel diambil dengan menggunakan metode purposive sampling yaitu pemilihan anggota sample dengan kriteria tertentu. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan teknik regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan corporate social responsibility pada perusahaan Makanan dan Minuman yang listing di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun 2011-2013 dan profitabilitas yang dihitung menggunakan ROA tidak berpengaruh terhadap pengungkapan corporate social responsibility pada perusahaan Makanan dan Minuman yang listing di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun 2011-2013.

Kata Kunci : Ukuran Perusahaan, Profitabilitas (ROA), Pengungkapan Corporate Social Responsibility.

A. Pendahuluan

Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin pesat pembangunan suatu negara bukan hanya menjadi tanggung jawab pemerintah saja, setiap insan manusia berperan untuk mewujudkan kesejahteraan sosial dan peningkatan kualitas hidup masyarakat (Chandra, 2007). Salah satu ciri umur perusahaan berumur panjang adalah perusahaan yang sensitif terhadap lingkungan yang selaras terhadap dinamika masyarakat sekitarnya. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan salah satu instrument *inovatif* yang dapat membantu perusahaan agar peka terhadap lingkungan dan kehidupan masyarakat sekitar. Oleh karenanya salah satu agenda penting adalah mengutamakan isu lingkungan serta pembangunan berkelanjutan

kedalam pelaksanaan CSR perusahaan sehingga dapat berkontribusi pada upaya perlindungan dan pengelolaan lingkungan (KLH, 2013).

Pandangan dalam dunia usaha dimana perusahaan hanya bertujuan untuk mendapatkan laba yang setinggi-tingginya tanpa memperhatikan dampak yang muncul dalam kegiatan usahanya kini sudah tidak dapat diterima lagi. Perkembangan dunia usaha saat ini menuntut perusahaan untuk meningkatkan perhatiannya kepada lingkungan sosial. Perusahaan diharapkan tidak hanya mementingkan kepentingan manajemen dan pemilik modal (investor dan kreditor) tetapi juga karyawan, konsumen, masyarakat dan lingkungannya (Purnasiwi, 2011).

Ukuran (*size*) perusahaan merupakan variabel independen yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Ukuran (*size*) perusahaan sangat berpengaruh terhadap CSR, karena perusahaan berskala kecil dan sedang tentu saja dampaknya berbeda dibandingkan dengan perusahaan yang besar (Dwi, 2009 dalam Aviantika, 2014).

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva, maupun modal sendiri. Rasio ini digunakan untuk memberikan gambaran mengenai seberapa efektif perusahaan beroperasi sehingga menghasilkan keuntungan bagi perusahaan. Perusahaan dengan profitabilitas rendah akan lebih berfokus terhadap perbaikan kinerja ekonomi mereka dan memberikan perhatian yang rendah terhadap lingkungan (Eljido-Ten, 2004).

Corporate Social Responsibility merupakan komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan (Chandra, 2007).

Pengungkapan atau *disclosure* memiliki arti tidak menutupi atau tidak menyembunyikan. Apabila dikaitkan dengan laporan keuangan, *disclosure* memiliki arti bahwa laporan keuangan harus memberikan informasi dan penjelasan yang cukup mengenai hasil aktivitas suatu unit usaha (Sofyan, 2008).

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan konsep penting yang harus dilaksanakan di sebuah perusahaan. Hal ini dimaksudkan untuk menciptakan hubungan timbal balik yang saling sinergis antara perusahaan dengan masyarakat dan lingkungan sekitarnya (Purnasiwi, 2011). Dapat dilihat terjadi beberapa permasalahan yang muncul akibat masih buruknya penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di perusahaan. PT Freeport yang kita kenal sebagai perusahaan tambang terbesar yang berlokasi di Papua merupakan perusahaan yang menimbulkan efek *domino* dan menyebabkan kekacauan di daerah yang terkenal dengan potensi sumber daya alamnya tersebut. Di sekitar areal pertambangan yang mengalirkan jutaan Dollar perhari, kehidupan masyarakat masih hidup miskin dan nyaris tak tersentuh perhatian perusahaan. Bahkan berbagai tindakan anarkis ditimpakan kepada mereka saat mengais sisa produksi di area pembuangan limbah. Selain itu PT Freeport telah merusak tanah yang berada dikawasan pertambangan selama beroperasinya Freeport hal ini memberikan dampak yang buruk terhadap ekologi Papua. Freeport juga telah membuang *tailing* dengan kategori B3 (Bahan Beracun Berbahaya) melalui sungai Akijawa. Limbah tersebut mengkontaminasi sejumlah jenis makhluk hidup serta mengancam perairan dengan air asam tambang berjumlah besar. Dengan terjadinya hal tersebut maka dapat dipastikan PT Freeport dalam melakukan penerapan program CSR di perusahaannya masih

terbiang sangat buruk dan masih harus diperbaiki karena masih banyaknya kegiatan CSR PT Freeport yang belum diungkapkan secara lebih luas (Zulkifli, 2013).

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah (1) Seberapa besar ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*? (2) Seberapa besar profitabilitas (ROA) berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*?

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah disebutkan sebelumnya, maka tujuan penelitian adalah untuk mengetahui (1) Seberapa besar hubungan antara ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. (2) Seberapa besar hubungan antara profitabilitas (ROA) berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

B. Landasan Teori

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Ukuran Perusahaan (X1) dan Profitabilitas (X2). Sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Menurut Sujianto (2001) ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya perusahaan yang ditunjukkan oleh total aktiva, jumlah penjualan, rata-rata total penjualan dan rata-rata total aktiva. Sedangkan menurut Fauzan (2013) Ukuran perusahaan terdiri dari tiga kategori, yaitu perusahaan besar, menengah dan kecil. Menurut Undang-undang Nomor 9 tahun 1995 tentang usaha kecil poin b, menjelaskan bahwa perusahaan yang memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 1.000.000.000,- (satu milyar rupiah) digolongkan kedalam kelompok usaha kecil. Dengan adanya ketentuan ini, maka dapat dinyatakan bahwa perusahaan yang memiliki hasil penjualan tahunan diatas Rp. 1.000.000.000,- (satu milyar rupiah) dapat digolongkan ke dalam industri menengah dan besar. Dari beberapa definisi diatas mengenai ukuran perusahaan, maka dapat dikatakan bahwa ukuran perusahaan merupakan ukuran besar kecilnya perusahaan yang dapat dikategorikan berdasarkan besar kecilnya suatu perusahaan. Ukuran perusahaan dapat diukur dengan menggunakan total aktiva, penjualan atau modal perusahaan tersebut.

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan, serta memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan (Kasmir, 2012:196). Sedangkan menurut Prihadi (2007:258), profitabilitas adalah kemampuan menghasilkan laba. Dalam penelitian ini menggunakan skala pengukuran rasio menggunakan proksi *return on asset* (ROA) ini mengacu pada penelitian Fauzan (2013). ROA di pilih karena ini karena ROA mampu menilai kemampuan perusahaan untuk menggunakan rata-rata nilai assetnya dalam menghasilkan profit. Dari beberapa pengertian profitabilitas yang telah dipaparkan di atas, dapat dikatakan bahwa profitabilitas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba.

Teori Agensi (*Agency Theory*)

Menurut Jensen dan Meckling (1976) dalam Wardani (2013) teori keagenan merupakan hubungan antara agen (manajemen suatu usaha) dan principal (pemilik

usaha). Di dalam hubungan keagenan terdapat suatu kontrak dimana satu orang atau lebih (principal) memerintah orang lain (agen) untuk melakukan suatu jasa atas nama principal dan memberi wewenang kepada agen untuk membuat keputusan yang terbaik bagi principal. Tujuan dari teori agensi ini adalah untuk menjelaskan bagaimana pihak-pihak yang melakukan kontrak dapat merancang kontrak yang tujuannya untuk meminimalisir biaya akibat adanya informasi yang tidak sistematis serta kondisi ketidakpastian.

Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Legitimasi merupakan keadaan psikologis keberpihakan orang dan kelompok orang yang sangat peka terhadap gejala lingkungan sekitarnya baik fisik maupun nonfisik. Legitimasi dalam organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diberikan perusahaan masyarakat, dengan demikian legitimasi merupakan manfaat atau sumber daya potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup (*going concern*). Tingkat kinerja sosial perusahaan, menurut cara pandang teori legitimasi diukur dengan tingkat tanggung jawab perusahaan kepada *stakeholder* (Nor, 2011). Menurut Dowling dalam Aviantika (2014) terdapat dua dimensi agar perusahaan memperoleh dukungan legitimasi, yaitu:

- a. Aktivitas organisasi perusahaan harus sesuai dengan sistem nilai di masyarakat.
- b. Pelaporan aktivitas perusahaan juga hendaknya mencerminkan nilai sosial.

Teori Stakeholder (*Stakeholder Theory*)

Teori *stakeholder* menurut Chariri dan Ghazali (2007:409), merupakan teori yang menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri, namun harus memberikan manfaat kepada seluruh *stakeholder*-nya (pemegang saham, kreditor, konsumen, *supplier*, pemerintah, masyarakat, analis, dan pihak lain). Kelompok *stakeholder* inilah yang menjadi bahan pertimbangan bagi manajemen perusahaan dalam mengungkap atau tidak suatu informasi di dalam laporan perusahaan tersebut. Tujuan utama dari teori *stakeholder* adalah untuk membantu manajemen perusahaan dalam meningkatkan penciptaan nilai sebagai dampak dari aktivitas-aktivitas yang dilakukan dan meminimalkan kerugian yang mungkin muncul bagi *stakeholder*.

Pengertian *Corporate Social Responsibility* dalam ISO 26000 tahun 2009 adalah kemauan sebuah organisasi untuk mempertimbangkan aspek sosial dan lingkungan dalam pengambilan keputusan dan bertanggung jawab atas dampak dari keputusan serta aktivitas yang mempengaruhi masyarakat dan lingkungan. Sedangkan menurut Wardani (2013) menyatakan Tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) adalah suatu konsep bahwa suatu organisasi khususnya (namun bukan hanya) perusahaan adalah memiliki suatu tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas, dan lingkungan dalam aspek operasional perusahaan. CSR berhubungan erat dengan dengan “pembangunan berkelanjutan”, dimana ada argumentasi bahwa suatu perusahaan dalam melaksanakan aktivitasnya harus mendasarkan keputusannya tidak semata berdasarkan faktor keuangan, misalnya keuntungan atau dividen melainkan juga harus berdasarkan konsekuensi sosial dan lingkungan untuk saat ini maupun untuk jangka panjang. Dari beberapa definisi CSR yang telah dikemukakan oleh para ahli, dapat dikatakan bahwa CSR adalah komitmen perusahaan untuk memberikan kontribusi jangka panjang terhadap satu isu tertentu di masyarakat atau lingkungan untuk dapat menciptakan lingkungan yang lebih baik.

Pengungkapan CSR mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005). Untuk mengukur pengungkapan CSR pada penelitian ini adalah dengan menggunakan item-item yang terdapat dalam jurnal Sembiring (2005) dengan menggunakan tujuh katagori, yaitu lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, produk, ketrlibatan masyarakat dan umum.

C. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode verifikatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari situs resmi (www.idx.co.id) dan melalui Pusat Informasi Pasar Modal (PIPM) Bursa Efek Indonesia Jl. Veteran No. 10 Bandung. Dalam melakukan penelitian ini menggunakan metode dokumentasi.

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2013 yaitu 22 perusahaan dan yang menjadi sample untuk penelitian ini adalah 10 perusahaan. metode penentuan sample yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan metode *purposive sampling*. Alat uji analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda.

D. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil dari penelitian ini telah melewati serangkaian uji asumsi klasik dan dinyatakan lolos sebagai model regresi linier berganda yang telah memenuhi syarat uji normalitas, uji heterokdastisitas, uji multikolinearitas dan uji autokorelasi.

Koefisien Korelasi Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.779 ^a	.606	.577	.064	1.173

a. Predictors: (Constant), ROA, SIZE

b. Dependent Variable: CSR

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa angka koefisien korelasi (R) menunjukkan nilai sebesar 0,779 yang menandakan bahwa hubungan antara variabel independen yaitu ukuran perusahaan dan profitabilitas (ROA) dengan variabel dependen yaitupengungkapan CSR adalah kuat karena berada pada rentang 0,60-0,779 seperti ketentuan yang tercatat pada tabel koefisin korelasi.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.240	.241		-5.149	.000
	SIZE	.047	.008	.774	5.795	.000
	ROA	-8.439E-005	.001	-.012	-.086	.932

a. *Dependent Variable: CSR*

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR

Berdasarkan hasil uji-t dapat dilihat nilai t_{hitung} dari variabel ukuran perusahaan adalah sebesar 5,795 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena t_{hitung} (5,795) lebih besar dari t_{tabel} (1,714), maka pada tingkat kekeliruan 5% diputuskan untuk menolak H_0 sehingga H_a diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR. Ukuran perusahaan secara parsial memberikan pengaruh terhadap pengungkapan CSR. Arah hubungan antara ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR adalah positif (searah), artinya bahwa semakin besar ukuran perusahaan akan meningkatkan luas pengungkapan informasi *Corporate Social Responsibility*.

Hasil pengujian penelitian hipotesis ini sejalan dengan penelitian Sembiring (2005), Jurica Lucyanda dan Lady Graciaprilia Siagian (2012), dan Sari (2015) yang menyatakan ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Pengaruh Profitabilitas (ROA) Terhadap Pengungkapan CSR

Berdasarkan hasil uji-t dapat variabel ROA menunjukkan koefisien regresi negatif sebesar -0,000084 dengan nilai t_{hitung} sebesar -0,86 nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,932. Hal ini berarti tingkat signifikansinya jauh diatas 5%, sehingga diputuskan untuk menerima H_0 dan menolak H_a . Artinya tidak terdapat pengaruh antara profitabilitas (ROA) dengan pengungkapan CSR. Profitabilitas (ROA) secara parsial tidak memberikan pengaruh terhadap pengungkapan CSR. Arah hubungan antara profitabilitas (ROA) terhadap pengungkapan CSR adalah negatif (tidak searah), artinya semakin tinggi profitabilitas perusahaan akan menurunkan pengungkapan CSR pada perusahaan.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sembiring (2005), Anggraini (2006) dan Arthana (2013) yang menemukan pengaruh profitabilitas yang tidak signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal ini disebabkan karena perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi belum tentu akan lebih banyak melakukan kegiatan sosial karena perusahaan hanya fokus pada pencapaian laba setinggi-tingginya.

Namun Donovan dan Gibson (2000) dalam Sembiring (2005) yang menyatakan bahwa berdasarkan teori Legitimasi bahwa salah satu argumen dalam hubungan antara profitabilitas dan tingkat pengungkapan tanggungjawab sosial adalah ketiga perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi perusahaan (manager) mengungkap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi terhadap sukses keuangan perusahaan, sebaliknya pada tingkat profitabilitas rendah mereka berharap para pengguna laporan akan membaca *good news* kinerja perusahaan, masyarakat dalam lingkungan sosial.

E. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan pada penelitian ini, mengenai pengaruh ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap pengungkapan

corporate social responsibility maka pada bagian akhir penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan pada sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin besar ukuran perusahaan, maka akan semakin luas pula pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan.
2. Pada umumnya perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia mengalami penurunan profitabilitas pada tahun 2013. Hasil pengujian menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Saran

Ada beberapa saran yang dapat penulis sampaikan kepada beberapa pihak yang berkepentingan yaitu:

1. Pihak Perusahaan
Setelah mengamati dan menganalisis hasil penelitian, penulis melihat ada beberapa hal yang dapat dijadikan masukan yaitu:
 - a. Perusahaan sebaiknya dalam melaporkan pengungkapan laporan CSR lebih jelas, lengkap dan transparan tidak ada yang ditutup-tutupi. Karena apabila pengungkapan CSR semakin jelas dan banyak diungkapkan akan meningkatkan citra perusahaan itu sendiri.
2. Penelitian Selanjutnya
Bagi peneliti-peneliti selanjutnya yang akan meneliti lebih dalam mengenai permasalahan ini, penulis menyarankan beberapa hal sebagai berikut:
 - a. Periode penelitian sebaiknya lebih lama, misalnya 5 tahun. Karena penelitian ini penelitian hanya mengambil jangka waktu penelitian tiga tahun dari tahun 2011 sampai 2013. Dengan jangka waktu penelitian lebih lama, akan memberikan hasil penelitian yang lebih maksimal.
 - b. Pada penelitian selanjutnya, sebaiknya dapat menambahkan beberapa variabel lain yang dapat mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* seperti *leverage*, ukuran dewan komisaris, tipe industri, kepemilikan manajemen.
 - c. Sebaiknya data yang digunakan selain data sekunder, untuk penelitian selanjutnya dan menggunakan data lain seperti kuesioner ataupun wawancara ke perusahaan atau institusi pemerintahan untuk mengetahui informasi lebih lengkap mengenai pengungkapan *corporate social responsibility*.

Daftar Pustaka

- Aviantika, Rezki. 2014. *Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Pada Tingkat Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Pada Perusahaan BUMN Yang Terdaftar Di BEI Periode 2010-2013)*.
- Chandra, Aditiawan. 2007. *Program Corporate Social Responsibility yang Berkelanjutan*. [online]. <https://businessenvironment.wordpress.com/2007/03/>

- 01/program-corporate-social-responsibility-yang-berkelanjutan/. [2 April 2015, 17:01].
- Chariri, A., & Ghazali, I. 2007. *Teori Akuntansi*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Eljido-Ten, E. 2004. Determinants of Environmental Disclosures in A Developing Country: An Application of the Stakeholder Theory. *Accepted for Persentation at the fourth Asia Pacifik Interdisciplinary Research in Accounting Conference 4 to 6 July 2004*, Singapore.
- Fauzan, Rahmad. 2013. *Pengaruh Ukuran perusahaan, Profitabilitas dan Financial Leverage Terhadap Tindakan Peralatan Laba Pada Perusahaan Perbankan di BEI*.
- ISO. 2009. *Draf Internasional Standar ISO 26000: Guidance On Social Responsibility*. [online] Tersedia: <http://isotc.iso.org/livelink?func=ll&bbjld=39358377&objActiob=browse&sort=name>. [15 April 2015, 16:24].
- Kasmir, Dr. 2012. *Analisis Laporan Keuangan*. Cetakan ke 5. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- KLH. 2011. *Juklak Corporate Social Responsibility (CSR) Bidang Lingkungan Pelengkap Pedoman CSR 201*. [online]. <http://www.menlh.go.id/juknis-corporate-social-responsibility-csr-bidang-lingkungan-pelengkap-pedoman-csr-2011/>. [2 April 2015, 17:10].
- Nor, Hadi. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Prihadi, Toto. 2007. *Memahami Laporan Keuangan Sesuai IFRS dan PSAK*. Jakarta Pusat: PPM.
- Purnasiwi, Jayanti. 2011. *Analisis pengaruh Size, Profitabilitas, dan Leverage Terhadap Pengungkapan CSR Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia*.
- Sembiring, Eddy. 2005. *Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial : Studi Empiris Pada Perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Jakarta*. Simposium Nasional Akuntansi VIII. Solo.
- Sofyan, Syafari Harahap. 2008. *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sujianto. 2001. *Dasar-dasar management Keuangan*. Yogyakarta: BPFE
- Undang-Undang No. 9 Tahun 1995. *Tentang Usaha Kecil*.
- Wardani, Nurul Kusuma. 2013. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR*.
www.idx.co.id
- Zulkifli, Arif. 2013. *Kerusakan Lingkungan Freeport Atau Environmental Degradation In Freeport*. [online]. Tersedia: <http://bangazul.com/kerusakan-lingkungan-freeport-2/>. [4 Juli 2015, 14:21]