

**PENGARUH PROFITABILITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP
PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
(Studi Kasus Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa
Efek Indonesia Periode 2010-2013)
THE EFFECT OF PROFITABILITY AND SIZE FIRM ON CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY DISCLOSURE
(Case Study On Food and Beverage Company in Indonesian Stock Exchange Period 2010-2013)**

Yasmira Sari¹, Leny Suzan², Eddy Budiono³

^{1,2,3}Prodi S1 Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom

¹yasmiras@student.telkomuniversity.ac.id, ²lenysuzan@telkomuniversity.ac.id,

³budionoeddy@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Pengungkapan *corporate social responsibility* di Indonesia masih terbilang rendah jika di bandingkan dengan negara lain. Hal ini disebabkan karna kurangnya inisiatif perusahaan untuk mengungkapkan informasi tentang tanggung jawab sosial. Dalam perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI, pengungkapan *corporate social responsibility* dinilai penting dalam *annual report* yang dikeluarkan oleh perusahaan. Yang mana kegunaan dari *annual report* bagi investor, *stakeholders* dan masyarakat di lingkungan sekitar perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Objek penelitian yang digunakan adalah pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2010-2013.

Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara dokumentasi data yang bersumber pada *annual report* yang dipublikasikan melalui Bursa Efek Indonesia. Berdasarkan pengumpulan sampel menggunakan *purposive sample* didapatkan jumlah sampel penelitian ini sebanyak 9 perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2010-2013.

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan *software EvIEWS 9*, secara simultan variabel independen yang terdiri dari profitabilitas dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Sedangkan hasil pengujian parsial, menunjukan hasil bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan dengan arah positif. Begitu juga dengan ukuran perusahaan yang berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Berdasarkan hasil penelitian, maka perusahaan diharapkan akan lebih peduli terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan, tidak hanya ekonomi semata. Perusahaan diharapkan terus *update* laporan keberlanjutan sehingga para *stakeholders* mendapat informasi yang cukup.

Kata Kunci: Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Abstract

The disclosure of corporate social responsibility in Indonesia is relatively low if in that compares with other countries. This is because it lack of initiative company to revealed information about social responsibility. In manufacturing companies food and beverages sectors listed on Indonesia Stock Exchange (IDX), the disclosure of corporate social responsibility is important in annual report issued by a corporation. Which of the usefulness of annual report for investors, stakeholders, and community in around the company.

This study aims to get empirical evidence about profitability and firm size to Corporate Social Responsibility Disclosure on food and beverages firm which listed at IDX during 2010-2013.

The method of data collection is done by documentation of data sourced from the annual report published by IDX. Based on the collection of samples which use a purposive sampling techniques, it founds the samples of this study were 9 companies food and beverages firm listed at IDX in 2010-2013.

Based on the test results using EvIEWS 9, an independent variables which are profitability and firm size simultaneously has a significant influence to Corporate Social Responsibility Disclosure. While

the partial test results that variable profitability has a positive significant influence to Corporate Social Responsibility Disclosure and firm size has a positive significant influence to Corporate Social Responsibility Disclosure.

Based of the research, the company is expected to be more concerned about his responsibility for the social and environment, not only about economic. In addition, the company is also expected to keep updating the sustainability reports for the stakeholders so that they can obtain enough information.

Keyword: Profitability, Firm Size, Corporate Social Responsibility Disclosure

1. Pendahuluan

Berdasarkan Undang-Undang No. 40/2007 tentang Perseroan Terbatas Pasal 74^[9] mewajibkan perusahaan di Indonesia untuk melakukan CSR. Lebih khusus lagi, dalam ayat 1 Undang Undang tersebut, disebutkan bahwa perseroan yang menjalankan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam, diwajibkan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Namun tidak menutup kemungkinan perusahaan lain yang aktivitasnya tidak berhubungan dengan sumber daya alam untuk melakukan CSR. Pada dasarnya semua perusahaan memerlukan CSR, mereka yang telah sadar akan pentingnya reputasi tentunya tidak akan ragu untuk melaksanakan CSR. Karena salah satu manfaat utama dari CSR ialah untuk menjadi solusi bagi permasalahan yang kerap terjadi dalam hubungan antara perusahaan dengan publiknya: ketidakmampuan untuk saling memahami dan menerima. Permasalahan ini mengakibatkan kesenjangan antara perusahaan dengan lingkungan sekitarnya.

Dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No 47 tahun 2012^[7] tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan perseroan terbatas menjelaskan bahwa pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan wajib dimuat dalam laporan tahunan Perseroan untuk dipertanggungjawabkan kepada RUPS. Perseroan yang telah berperan melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan dapat diberikan penghargaan oleh instansi yang berwenang. Melalui Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No 1 Paragraf 9 yang Menyatakan bahwa, “Perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (value added statement), khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting” PSAK ini menjadi awal pemicu mengenai pengungkapan atas laporan Tanggung Jawab Sosial.

Hasil survei KPMG^[13] menunjukkan bahwa dari sebanyak 41 negara yang di survei, persentase perusahaan yang memiliki inisiatif dalam melaporkan laporan CSR dari tahun 2011-2013 terus mengalami peningkatan. Berdasarkan negara yang melakukan inisiatif survei, negara Inggris merupakan negara yang paling tinggi persentasenya mencapai 100%, lalu untuk negara Amerika Serikat persentasenya sebesar 96%, negara Afrika Selatan sebesar 98%, dan di Negara Indonesia persentase perusahaan yang melaksanakan CSR adalah sebesar 95%. Berdasarkan survei tersebut, meskipun presentasi Indonesia dapat dikatakan cukup baik, namun masih berada dibawah presentase negara-negara lain.

NCSR^[12] menyebutkan, jumlah perusahaan yang membuat laporan berkelanjutan di Indonesia paling tinggi di kawasan Asia Tenggara. Di Malaysia tercatat hanya 10 perusahaan yang membuat laporan berkelanjutan. Sementara itu, di Singapur terdapat 15 perusahaan yang membuat laporan berkelanjutan. Untuk Filipina dan Thailand belum bayak diketahui.

Meskipun menjadi yang tertinggi di ASEAN, jumlah perusahaan yang membuat laporan keberlanjutan di Indonesia masih kalah dengan negara-negara maju, seperti Jepang dan Prancis. NCSR memandang kesadaran perusahaan-perusahaan di Indonesia masih rendah untuk membuat laporan keberlanjutan. Pemerintah juga dinilai belum memberikan intensif kepada perusahaan untuk membuat laporan keberlanjutan (SWA Online)^[6].

2. Dasar Teori

2.1. Tinjauan Pustaka Penelitian

2.1.1. Teori Agensi

Hubungan agensi terjadi ketika salah satu pihak (principal) mempekerjakan pihak lain (agen) untuk melakukan beberapa tugas dan menyerahkan pengambilan keputusan kepada pihak agen. Di dalam perusahaan, pemegang saham adalah principal dan manajemen sebagai agen (Anthony dan Govindarajan)^[1].

2.1.2. Teori Stakeholders

Teori stakeholders berpendapat bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri, namun untuk memberikan manfaat stakeholders (Chariri, 2007:409 dalam Putri dan Yulius)^[8]. Tujuan dari teori stakeholders adalah untuk membantu korporasi memperkuat hubungan dengan kelompok-kelompok eksternal dalam mengembangkan keunggulan kompetitif (Untung)^[10].

2.1.3. Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan (Suhandari M. Putri, Schema CSR, Kompas, 4 Agustus 2007 dalam Untung)^[11].

CSR dan tata kelola perusahaan yang baik (Good Corporate Governance – GCG) dapat dianggap sebagai elemen tak terukur (intangibile) yang memberi andil pada keberhasilan perusahaan; sama pentingnya dengan berbagai faktor keuangan walaupun berbeda sudut pandang (Urip)^[10].

2.1.4. Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Tanggung jawab sosial perusahaan bersifat wajib bagi kriteria perusahaan tertentu seperti yang disebutkan dalam UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pasal 74 menyatakan bahwa : Perseroan yang menjalankan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Tanggung jawab sosial dan lingkungan tersebut merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatuhan dan kewajaran. Jika perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban tanggung jawab sosial akan dikenakan sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan (UU No. 40 Tahun 2007)^[9].

Selain perusahaan wajib melakukan kegiatan CSR, UU No. 40 Tahun 2007 pasal 66 ayat (2) tentang Perseroan Terbatas juga mewajibkan perusahaan untuk mengungkapkan aktivitas tanggung jawab sosialnya dalam laporan tahunan. Namun demikian item-item CSR yang diungkapkan perusahaan merupakan informasi yang masih bersifat sukarela (voluntary). Rumus perhitungan CSRI adalah sebagai berikut:

$$CSRI = \frac{\sum x_{ij}}{n_j}$$

2.1.5. Profitabilitas

Rasio ini mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi dikutip dari Agus Sartono, Op. Cit., hal 64 dalam Fahmi^[3]. Semakin baik Rasio profitabilitas maka semakin baik menggambarkan kemampuan tingginya perolehan keuntungan perusahaan (Fahmi)^[3]. Rumus perhitungan Profitabilitas adalah sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Asset}}$$

2.1.6. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan dapat ditangkap sebagai skala besar atau kecilnya suatu perusahaan. Ukuran perusahaan dapat dilihat dengan berbagai cara, baik dari segi total aktiva, rata-rata penjualan, nilai pasar saham, dan lainnya. Ballesta dan gracia dalam Junaidi dan Jogianto^[5] berpendapat bahwa, perusahaan besar mempunyai manajemen yang lebih baik dalam mengelola perusahaan dan berkemampuan menghasilkan laporan keuangan yang berkualitas jika dibandingkan dengan perusahaan kecil. Rumus perhitungan Ukuran Perusahaan adalah sebagai berikut:

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \ln(\text{Total Asset})$$

2.2. Kerangka Pemikiran

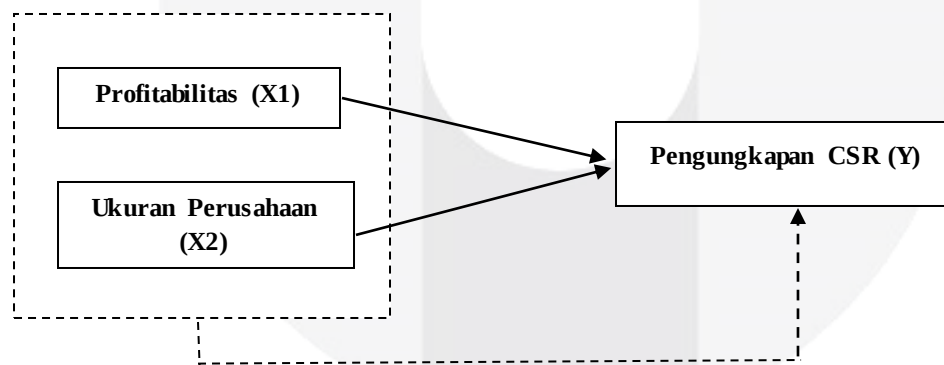
2.2.1. Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dari hasil aktivitas yang dilakukan perusahaan yang akan digunakan untuk kelangsungan perusahaan. Profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen leluasa untuk mengungkapkan pertanggung jawaban sosial kepada shareholder. Sehingga jika tingkat profitabilitas perusahaan makin tinggi maka semakin besar pengungkapan informasi sosial. Pendapat ini didukung oleh penelitian Sofia dan Keni^[2], dalam penelitian mereka profitabilitas (ROA) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan.

2.2.2. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Ukuran perusahaan merupakan variabel yang banyak digunakan untuk mengukur pengungkapan CSR. Perusahaan yang termasuk golongan perusahaan besar cenderung memiliki informasi yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang berukuran kecil. Pada umumnya perusahaan besar memiliki penjualan besar, aktiva yang besar, sistem informasi yang baik, skill karyawan yang baik, sehingga membutuhkan tingkat pengungkapan yang luas. Pendapat ini didukung oleh penelitian Indraswari dan Astika^[4], bahwa ukuran perusahaan dengan log total aset mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka kerangka pemikiran pada penelitian ini adalah sebagai berikut:



Keterangan:

—————▶ : Parsial

- - - - -▶ : Simultan

Gambar 1. Kerangka Pemikiran

2.3. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah dijelaskan, maka dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

1. Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap pengungkapan corporate social responsibility pada Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman di BEI periode 2010-2013.
2. Profitabilitas berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap pengungkapan corporate social responsibility pada Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman di BEI periode 2010-2013.
3. Ukuran Perusahaan berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap pengungkapan corporate social responsibility pada Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman di BEI periode 2010-2013.

3. Metode Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2013. Metode sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis statistik deskriptif dan regresi data panel model fixed effect. Adapun persamaan model penelitian sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Keterangan :

Y	= Pengungkapan CSR	β_0	= Konstanta
X ₁	= Profitabilitas	$\beta_1 - \beta_2$	= Koefisien regresi masing-masing variabel
X ₂	= Ukuran Perusahaan	ε	= Error

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.1. Analisis Statistik Deskriptif

Berikut disajikan tabel 1 berupa hasil perhitungan statistik deskriptif setiap variabel operasional:

Tabel 1. Statistik Deskriptif

	Profitabilitas	Ukuran Perusahaan	Pengungkapan CSR
Mean	14.88562574	28.143634	0.262991667
Minimum	2.424336656	26.01845553	0.076
Maksimum	65.72007488	31.98891884	0.443
Std. Deviasi	13.86030732	1.752546925	0.1033304
N	36	36	36

Sumber: Data yang di olah (2017)

Dari data tersebut dapat dilihat bahwa variabel Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Penungungkapa CSR memiliki nilai mean diatas standar deviasinya. Hal ini dapat diartikan bahwa data tersebut berkelompok dan tidak bervariasi (homogen).

4.2. Pemilihan Model Data Panel

Berdasarkan pengujian model yang telah dilakukan, *Fixed Effect Model* merupakan model yang sesuai untuk penelitian ini. Tabel 2. merupakan hasil uji *Fixed Effect Model*.

Tabel 2. Hasil Uji Fixed Effect (Weighted)

Dependent Variable: CSR
 Method: Panel EGLS (Cross-section weights)
 Date: 04/19/17 Time: 21:22
 Sample: 2010 2013
 Periods included: 4
 Cross-sections included: 9
 Total panel (balanced) observations: 36
 Linear estimation after one-step weighting matrix

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
ROA	0.003403	0.001238	2.748979	0.0109
FS	0.098609	0.029936	3.293977	0.0029
C	-2.562889	0.838659	-3.055937	0.0053
Effects Specification				
Cross-section fixed (dummyvariables)				
Weighted Statistics				
R-squared	0.929079	Mean dependent var	0.293978	
Adjusted R-squared	0.900710	S.D. dependent var	0.147028	
S.E. of regression	0.036587	Sum squared resid	0.033465	
F-statistic	32.75028	Durbin-Watson stat	2.905000	
Prob(F-statistic)	0.000000			
Unweighted Statistics				
R-squared	0.905939	Mean dependent var	0.262992	
Sum squared resid	0.035151	Durbin-Watson stat	2.908653	

Sumber : Output EView 9 (2017)

Berdasarkan tabel 2, dapat dirumuskan persamaan model regresi data panel yang menjelaskan pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2010-2013, yaitu:

$$Y = -2.562889 + 0.003403(X_1) + 0.118409(X_2) + \varepsilon$$

Keterangan:

- Y = Pengungkapan CSR
 X₁ = Profitabilitas
 X₂ = Ukuran Perusahaan
 ε = Standar error

Persamaan Regresi diatas dapat diartikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar -2.562889 menunjukkan bahwa jika variabel independen pada regresi yaitu profitabilitas dan ukuran perusahaan bernilai 0 atau konstan, maka tingkat pengungkapan CSR pada perusahaan sektor makanan dan minuman akan bernilai -2.562889.
2. Nilai koefisien ROA (X_1) sebesar 0.003403 menunjukkan bahwa setiap terjadi kenaikan ROA sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel lain bernilai 0 atau konstan, maka tingkat pengungkapan CSR pada sektor makanan dan minuman akan mengalami peningkatan sebesar 0.003403.
3. Nilai koefisien FS (X_2) sebesar 0.118409 menunjukkan bahwa setiap terjadi kenaikan FS sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel lain bernilai 0 atau konstan, maka tingkat ukuran perusahaan pada perusahaan sektor makanan dan minuman akan mengalami peningkatan sebesar 0.118409.

4.2.1. Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan tabel 2 dapat diketahui bahwa nilai *Adjusted R-squared* pada penelitian ini adalah sebesar 0.900710 atau 90,0710%. Dengan demikian maka variabel independen yang terdiri dari profitabilitas dan ukuran perusahaan dapat menjelaskan atau mempengaruhi variabel dependen yaitu pengungkapan CSR sebesar 90,0710%, sedangkan sisanya yaitu 9,9290% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

4.2.2. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Berdasarkan hasil uji signifikansi (uji F) pada tabel 2 diperoleh statistik F memiliki nilai *Prob(F-Statistic)* sebesar 0.000000 < 0,05 atau dibawah 0,05. Maka, dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa $H_{0.1}$ ditolak dan menerima $H_{a.1}$, yang berarti bahwa terdapat hubungan secara simultan yang signifikan antara variabel profitabilitas dan ukuran perusahaan dengan pengungkapan CSR.

4.2.3. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Berdasarkan tabel 2 dapat disimpulkan bahwa:

1. Variabel Profitabilitas (ROA) memiliki koefisien sebesar 0.003403 dan nilai Prob. sebesar 0,0109 < 0,05, sesuai ketentuan maka H_0 ditolak maka keputusan yang diambil adalah menolak $H_{0.2}$ dan menerima $H_{a.2}$ yang artinya bahwa variabel profitabilitas (ROA) secara parsial berpengaruh dengan arah positif terhadap variabel pengungkapan CSR.
2. Variable ukuran perusahaan (FS) memiliki statistik dengan nilai Prob. sebesar 0,0029 < 0,05 atau dibawah 0,05 dan koefisien regresi sebesar 0,098609. Maka, dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa $H_{0.3}$ ditolak dan $H_{a.3}$ diterima, yang berarti bahwa variabel ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan CSR. Selain itu, dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,098609 dapat disimpulkan bahwa variabel ukuran perusahaan mempunyai arah yang positif.

5. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis variabel-variabel yang mempengaruhi profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Objek dalam penelitian ini adalah Perusahaan Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2013 dengan sampel sebanyak 9 perusahaan selama 4 tahun, data yang diolah sebanyak 36. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan pengujian analisis deskriptif:
 - a. Rata-rata profitabilitas pada perusahaan makanan dan minuman tahun 2010-2013 sebesar 14,8856%. Dari 36 data yang menjadi sampel dalam penelitian, sebanyak 11 data berada diatas rata-rata, sedangkan 25 data berada dibawah rata-rata. Nilai maksimum profitabilitas sebesar 65,720%. Dan nilai minimum profitabilitas sebesar 2,424%.

- b. Rata-rata pada ukuran perusahaan makanan dan minuman tahun 2010-2013 sebesar 28,143%. Dari 36 data yang menjadi sampel dalam penelitian, sebanyak 14 data berada diatas rata-rata, sedangkan 22 data berada dibawah rata-rata. Nilai maksimum ukuran perusahaan sebesar 31,988%. Dan nilai minimum ukuran perusahaan sebesar 26,018%.
 - c. Rata-rata Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada perusahaan makanan dan minuman tahun 2010-2013 sebesar 26,299%. Dari 36 data yang menjadi sampel dalam penelitian, sebanyak 17 data lebih beada diatas rata-rata, sedangkan 19 data berada di bawah rata-rata. Nilai maksimum pengungkapan CSR sebesar 44,3%. Dan nilai minimum pengungkapan CSR sebesar 7,6%.
2. Berdasarkan pegujian hipotesis secara simultan Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan berpengaruh secara signifikan dengan arah positif sebesar 90,071% terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2013.
3. Hasil pengujian secara parsial dapat disimpulkan sebagai berikut:
 - a. Hasil pengujian secara parsial mengenai Profitabilitas berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2013.
 - b. Hasil pengujian secara parsial mengenai Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2013.

Daftar Pustaka:

- [1] Anthony, Robert N dan Vijay Govindarajan. (2007). *Management Control Systems 12th Edition*. New York: McGraw-Hill.
- [2] Dewi, Sofia Prima dan Keni. (2013). *Pengaruh Umur Perusahaan, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Leverage Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*. Jurnal Vol. 15 No. 1. ISSN: 1410-9875.
- [3] Fahmi, Irham. (2011). *Analisis Laporan Keuangan*. Lampulo: ALFABETA.
- [4] Indraswari, Gusti Ayu Dyah. (2014). *Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Kepemilikan Saham Publik pada Pengungkapan CSR*. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana. ISSN: 2302-8556.
- [5] Junaidi, dan Jogyanto Hartono. (2010). *Faktor Non Keuangan Pada Opini Going Concern*. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada.
- [6] Online, SWA. (2013). Perusahaan Pembuta Laporan Keberlanjutan Kian Banyak di Indonesia.[online]. <http://swa.co.id/swa/trends/business-research/perusahaan-pembuat-laporan-keberlanjutan-kian-banyak-di-indonesia> . [3 Januari 2017]
- [7] Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No.47 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas
- [8] Putri, Rafika Anggraini, Yulius Jogi Christiawan. (2014). *Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Pada Perusahaan-perusahaan yang mendapat penghargaan ISRA dan Listed (Go Publik) di Bursa Efek Indonesia (BEI) 2010-2012)*. Jurnal Business Accountung Review Vol.2, No.1.
- [9] Undang-undang Republik Indonesia No.40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Teerbatas
- [10] Untung, Budi. (2014). *CSR dalam Dunia Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.
- [11] Untung, Hendri Budi. (2008). *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Sinar Grafika.
- [12] www.nscr.nl
- [13] www.kpmg.com