

## PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)

<sup>1</sup>Desy Purwasih, <sup>2</sup>Ratih Qadarti Anjilni

<sup>1,2</sup>Prodi Sarjana Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang  
E-mail: dosen02424@unpam.ac.id

### ABSTRACT

*This study aims to examine the effect of company characteristics on the disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR). CSR disclosure is measured by the CSRDI proxy based on the GRI indicators. The characteristics of the company consist of the size of the company which is measured using the Natural log (total assets) and Leverage is measured using the Debt to Equity Ratio proxy which is calculated by comparing the value of debt with the value of capital. The population in this study were 45 companies. The sampling technique used is purposive sampling and the number of samples is 32 companies. The model used in this study is panel data regression using the Eviews 9.0 application. The results of this study indicate that firm size and leverage have a joint effect on the disclosure of corporate social responsibility (CSR), firm size has a significant effect on the direction of the negative coefficient on the disclosure of corporate social responsibility (CSR), leverage has no significant effect on the disclosure of corporate social responsibility (CSR).*

**Keywords :** *CSR Disclosure, Firm size, Leverage.*

### ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini untuk menguji pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Pengungkapan CSR diukur dengan proksi CSRDI berdasarkan indikator GRI. Karakteristik perusahaan terdiri dari ukuran perusahaan yang diukur dengan menggunakan log Natural (total aset) serta *Leverage* diukur menggunakan proksi *Debt to Equity Ratio*. Penelitian ini memiliki populasi sebanyak 45 perusahaan. Penelitian ini menggunakan purposive sampling sebagai teknik pengambilan sampel, sehingga diperoleh sampel sebanyak 32 perusahaan. Penelitian ini menggunakan model regresi data panel, dengan menggunakan Eviews 9.0 sebagai alat ukur statistik. Hasil dari penelitian ini adalah ukuran perusahaan dan *leverage* berpengaruh secara bersama-sama terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR), ukuran perusahaan berpengaruh signifikan dengan arah koefisien negatif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR), *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).

**Kata Kunci:** *Pengungkapan CSR, Ukuran Perusahaan, Leverage.*

### PENDAHULUAN

Selama ini perusahaan dianggap sebagai lembaga yang memberikan keuntungan bagi masyarakat. Di lain sisi, selain memberikan keuntungan, kegiatan bisnis yang dilakukan perusahaan memberikan dampak pada lingkungan sekitarnya. seperti masalah limbah, masalah polusi serta masalah keamanan produk bahkan masalah tenaga kerja baik secara langsung maupun tidak langsung. Dampak pada lingkungan tersebut membuat masyarakat dan perusahaan terpengaruh untuk lebih peduli terhadap lingkungan sekitarnya.

Penerapan CSR di Indonesia sudah menjadi isu yang sangat hangat dan berkembang pesat, Beberapa permasalahan yang terjadi belakangan ini antara lain masalah yang terjadi di daerah Kabupaten Karawang berupa kerusakan lingkungan yaitu ratusan hektar pertanian yang dimiliki warga rusak berat akibat banjir sering melanda daerah tersebut setiap tahunnya. Selain itu juga, sungai Citarum menjadi tempat pembuangan air limbah oleh perusahaan tanpa adanya proses pengolahan sebelumnya atau proses IPAL.

Serta adanya pencemaran air kali Cilemahabang di Desa Waluya, Kecamatan Cikarang Utara, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat, “Membuat air kali yang menghitam dan mengeluarkan bau tak sedap yang berasal dari limbah pabrik yang sengaja dibuang ke kali oleh oknum-oknum yang tidak bertanggungjawab” ([www.liputan6.com](http://www.liputan6.com)).

Berbagai macam peristiwa yang ditimbulkan setiap perusahaan tergantung karakteristik perusahaan tersebut. Menurut Wardani & Januarti (2013), “karakteristik operasi perusahaan yang menghasilkan dampak sosial yang tinggi akan menuntut pemenuhan tanggung jawab sosial yang lebih tinggi pula”. Semakin kuatnya karakteristik perusahaan akan semakin membuat banyaknya perusahaan menerima tekanan untuk melaksanakan tanggung jawab sosialnya. Dalam hal ini karakteristik perusahaan yang digunakan yaitu ukuran perusahaan dan *leverage*.

Periode penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah tiga tahun, dari tahun 2017-2019, peneliti berharap bahwa perkembangan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan perusahaan dapat tercermin dalam hasil penelitian ini. Penelitian ini menggunakan obyek penelitian pada perusahaan-perusahaan yang terindeks LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Alasan pemilihan obyek penelitian ini adalah karena perusahaan-perusahaan ini merupakan perusahaan yang memiliki saham yang cenderung stabil.

Berdasarkan pendahuluan diatas, penulis tertarik untuk mendalami dan menganalisis lebih lanjut mengenai pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) oleh perusahaan dan mengambil judul penelitian “Pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (studi empiris pada perusahaan indeks LQ45 periode 2017-2019)”.

## **KAJIAN LITERATUR**

### **Teori Stakeholder**

Freeman dan Reed (1983) menyatakan bahwa teori stakeholder adalah “Terdapat keterkaitan antara perusahaan dengan seluruh elemen kebijakannya dan stakeholder sehingga dapat mempengaruhi pencapaian tujuan organisasi”. Perusahaan menjadi pihak yang terdorong oleh stakeholder untuk dapat mengungkapkan tanggung jawab sosialnya. Salah satu indikator yang digunakan pemangku kepentingan sebagai peningkatan reputasi perusahaan adalah pengungkapan tanggung jawab sosialnya. Karena dalam pengungkapan tanggung jawab sosial, semua kepentingan masyarakat dimasukkan di dalam kegiatan bisnisnya, baik kepentingan masyarakat lokal maupun masyarakat luas. Oleh sebab itu, kebutuhan para stakeholder dapat diketahui dan dipahami oleh para manajemen perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaannya.

### **Teori Sinyal**

Pengurangan asimetri informasi dapat dilakukan dengan menggunakan teori sinyal baik yang timbul dari pihak luar maupun dalam perusahaan. Semua informasi baik yang bersifat keuangan maupun non keuangan harus diungkapkan oleh perusahaan, salah satunya CSR, karena informasi CSR dapat digunakan sebagai pengambilan keputusan perusahaan. Teori ini menekankan bahwa informasi yang disajikan perusahaan akan

cenderung lebih lengkap (pengungkapan tanggung jawab sosial) agar reputasi yang diperoleh lebih baik dibandingkan perusahaan-perusahaan yang tidak mengungkapkan. Sinyal goodnews dapat dihasilkan dari pengungkapan laporan tanggung jawab sosial yang sesuai dengan harapan stakeholder. Sinyal yang diberikan perusahaan kepada pihak manajemen dan publik adalah bahwa prospek yang dimiliki perusahaan sangat baik di masa depan dalam kinerja pasar perusahaan, yang pada akhirnya investor akan tertarik.

### **Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Dalam *Draft ISO 26000, Guidance on social responsibility* 2009:3 mengungkapkan bahwa “*Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak-dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat; mempertimbangkan harapan pemangku kepentingan, sejalan dengan hukum yang ditetapkan dan norma-norma perilaku internasional; serta terintegrasi dengan organisasi secara menyeluruh”.

Pengungkapan adalah Informasi yang dikeluarkan serta ditujukan kepada pihak-pihak yang berkepentingan (*stakeholder*). Penyampaian tanggung jawab sosial yang telah dilaksanakan perusahaan dalam periode tertentu merupakan tujuan dari pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

### **Karakteristik Perusahaan**

Bentuk atau gambaran antara suatu perusahaan dengan perusahaan lainnya dapat dilihat dari karakteristik perusahaan. Untuk mengidentifikasi kemampuan perusahaan dibutuhkan karakteristik perusahaan. Kemampuan tersebut berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan tersebut dalam laporan tahunannya. Dalam penelitian ini, karakteristik perusahaan yang digunakan adalah ukuran perusahaan dan *leverage* dengan proksi *Debt to Equity Ratio*.

### **Ukuran Perusahaan**

Menurut Mutia, et al, (2011) “Ukuran perusahaan merupakan suatu skala dimana diklasifikasikannya perusahaan menurut besar kecilnya”. Perusahaan dapat dibagi menjadi perusahaan besar dan kecil berdasarkan ukurannya, dimana perusahaan yang kecil memiliki sistem manajemen yang lebih sederhana dan tidak sekompleks perusahaan besar dan tentunya perusahaan besar memiliki laba yang lebih tinggi pula dibanding perusahaan kecil. Dari ukuran perusahaan, kita dapat melihat pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan. Menurut Purwanto & Laksmitaningrum (2013), “Semakin besar perusahaannya, maka pengungkapan CSR semakin luas. Perusahaan yang besar cenderung memiliki kepemilikan saham yang lebih banyak sehingga jumlah pemilik saham yang lebih banyak memerlukan informasi keuangan yang lebih besar pula.”

### **Leverage**

Resiko keuangan perusahaan dapat tercermin dalam *Leverage* karena dengan *leverage* struktur modal perusahaan dapat tergambarkan dan resiko tak tertagihnya suatu utang dapat diketahui. Menurut Sari dan Nuzula (2019), “Perusahaan dengan tingkat leverage yang tinggi berusaha mengurangi sorotan dari debitur, sehingga perusahaan dituntut untuk lebih aktif melakukan pengungkapan tanggung jawab sosialnya”.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

### **Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Menurut Sugiyono (2011), “Penelitian kuantitatif dalam melihat hubungan variabel terhadap obyek yang diteliti lebih bersifat sebab dan akibat (kausal), sehingga dalam penelitiannya ada variabel dependen dan independent.”. Menurut Sugiyono (2018), “Penelitian dengan pendekatan deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan mendeskripsikan data yang telah terkumpul serta membuat kesimpulan yang berlaku umum.”.

### **Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel**

Penelitian ini menggunakan Laporan Keuangan (annual report) perusahaan yang berada pada indeks LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2019 yang berjumlah 45 perusahaan sebagai populasi penelitian. Purposive Sampling merupakan metode yang digunakan dalam pengambilan sampel penelitian ini. Purposive Sampling adalah penentuan sampel dengan teknik pertimbangan khusus atau penentuan kriteria tertentu sehingga data-data tersebut layak dijadikan sampel penelitian. Sehingga diperoleh jumlah sampel yang sesuai kriteria penelitian sebanyak 32 perusahaan yang berada pada indeks LQ45. Kriteria pemilihan sampel adalah sebagai berikut :

- 1) Perusahaan yang berada pada indeks LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2019.
- 2) Laporan keuangan perusahaan dinyatakan dalam rupiah.
- 3) Perusahaan tidak *delisting* selama tahun 2017-2019.
- 4) Perusahaan yang berada pada indeks LQ45 yang mempublikasikan laporan keuangan secara berturut-turut dari tahun 2017-2019.
- 5) Perusahaan pada indeks LQ45 yang mencantumkan data perusahaan yang dibutuhkan penulis, seperti data laporan keuangan dan laporan pengungkapan CSR.

### **Operasionalisasi Variabel**

**Tabel 1.** Operasionalisasi Variabel

<b>Variabel</b>	<b>Skala</b>	<b>Rumus</b>
Pengungkapan CSR	Rasio	$CSR D = \frac{N}{R}$
Ukuran Perusahaan	Rasio	<i>Log natural (total aset)</i>
<i>Leverage</i>	Rasio	$\frac{Total\ Hutang}{Total\ Modal}$

Sumber: Data yang diolah oleh penulis, 2021

## Teknik Analisis Data

Analisis Regresi berganda merupakan Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini. Teknik ini dipakai karena semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini baik variabel dependen maupun independen menggunakan bentuk skala rasio. Untuk mempermudah dalam menganalisis data, penulis menggunakan software Eviews 9 sebagai alat untuk mengolah data statistik. Pembuktian hubungan variabel independent terhadap variabel dependen merupakan tujuan dari pengolahan data statistic ini. Penelitian ini menggunakan persamaan regresi berganda yang dirumuskan sebagai berikut:

$$CSR = \alpha + \beta_1 UKR + \beta_2 LV + e$$

Keterangan :

- Y : CSR
- A : konstanta
- $\beta$  : koefisien regresi
- UKR : ukuran perusahaan
- LV : *leverage*
- e : *error* atau variabel pengganggu

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2016), “statistik deskriptif merupakan analisis yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi”. Hasil analisis tersebut disajikan dalam tabel berikut:

**Tabel 2.** Hasil Uji Statistik Deskriptif

	CSR	UKR	LV
Mean	0.486287	24.18630	1.948437
Median	0.506329	24.41755	0.894347
Maximum	0.594937	27.54654	11.30431
Minimum	0.291139	20.84078	0.144716
Std. Dev.	0.048128	1.707186	2.292903
Skewness	-1.53815	-0.2003	2.205479
Kurtosis	6.451932	2.613537	8.291013
Jarque-Bera	85.51759	1.239362	189.8055
Probability	0.000000	0.538116	0.000000
Sum	46.68354	2321.884	187.0499
Sum Sq. Dev.	0.220050	276.8761	499.4535
Observations	96	96	96

Sumber: Data yang diolah penulis, 2021

## Pemilihan Model Estimasi

### Uji Chow

**Tabel 3.** Hasil Uji Chow

Redundant Fixed Effects Tests			
Equation: Untitled			
Test cross-section fixed effects			
Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	8.471537	(31,62)	0.0000
Cross-section Chi-square	158.9293	31	0.0000

Sumber : Data yang Diolah Penulis, 2021

Hasil uji chow pada tabel 1.3, menunjukkan bahwa nilai probabilitas *cross-section chisquare* sebesar 0,0000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari  $\alpha$  (0,05) sehingga hasil uji chow ini menunjukkan bahwa model yang terpilih adalah model *fixed effect*.

### Uji Hausman

**Tabel 4.** Hasil Uji Hausman

Correlated Random Effects - Hausman Test				
Equation: Untitled				
Test cross-section random effects				
Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d. f.	Prob.	
Cross-section random	0.199544	2	0.9050	
Cross-section random effects test comparisons:				
Variabel	Fixed	Random	Var (Diff.)	Prob.
UKR	-0.00626	0.001696	0.000917	0.7927
LV	-0.00834	-0.00442	0.000214	0.7886

Sumber : Data Yang Diolah Penulis, 2021

Dari **Tabel 4** dapat diketahui nilai probabilitas *cross-section random* 0,9050, nilai tersebut lebih besar dari  $\alpha$  (0,05) sehingga hasil hausman ini menunjukkan bahwa model yang terpilih adalah *Random Effect Model*.

### Uji Langrange Multiplier

**Tabel 5.** Hasil Uji Langrange Multiplier

Residual Cross-Section Dependence Test			
Null hypothesis: No cross-section dependence (correlation) in residuals			
Equation: Untitled			
Periods included: 3			
Cross-sections included: 32			
Total panel observations: 96			
Note: non-zero cross-section means detected in data			
Cross-section means were removed during computation of correlations			
Test	Statistic	d. f.	Prob.
Breusch-Pagan LM	752.5093	496	0.0000
Pesaran scaled LM	7.128176		0.0000
Pesaran CD	-0.77399		0.4389

Sumber : Data Yang Diolah Penulis, 2021

Hasil uji *langrange multiplier* pada tabel 1.5, menunjukkan bahwa nilai Both-Breusch pagan sebesar 0,0000 diman nilai tersebut lebih kecil dari  $\alpha$  (0,05) sehingga hasil uji *langrange multiplier* ini menunjukkan bahwa model yang terpilih adalah *random effect model*.

### Kesimpulan Pemilihan Model Estimasi

**Tabel 6.** Kesimpulan Pemilihan Model

Jenis Uji	Perbandingan Model	Model Terpilih
Uji <i>Chow</i>	CEM vs FEM	FEM
Uji <i>Hausman</i>	FEM vs REM	REM
Uji <i>Lagrange Multiplier</i>	CEM vs REM	REM

Sumber : Data diolah Penulis, 2021

Berdasarkan tabel 1.6 dapat diketahui bahwa dari ketiga uji yang dilakukan yaitu uji chow, uji hausman dan uji langrange multiplier dapat ditarik kesimpulan bahwa *Random Effect Model* merupakan model analisis regresi yang paling tepat untuk penelitian ini.

### Pengujian Hipotesis

**Tabel 7.** Hasil Analisis Regresi Berganda *Model Random Effect*

Dependent Variable: CSR				
Method: Panel EGLS (Cross-section random effects)				
Date: 05/20/21 Time: 15:12				
Sample: 2017 2019				
Periods included: 3				
Cross-sections included: 32				
Total panel (balanced) observations: 96				
Swamy and Arora estimator of component variances				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.434298	0.027402	15.84909	0.0000
UKR	-0.02867	0.010541	-2.71943	0.0095
LV	0.008178	0.00629	1.300136	0.2006
Effect Specification			SD	Rho
Cross-section random			0.051455	0.7666
Idiosyncratic random			0.028395	0.2334
Weight Statistics				
R-Squared	0.137733	Mean dependent var	0.149998	
Adjusted R-squared	0.096673	S.D. dependent var	0.038605	
S.E. of regression	0.030024	Sum squared resid	0.03786	
F-statistic	3.354404	Durbin-Watson stat	1.553727	
Prob(F-statistic)	0.044512			
Unweighted Statistics				
R-squared	-0.10177	Mean dependent var	0.472574	
Sum squared resid	0.157118	Durbin-Watson stat	0.374392	

Sumber : Data Diolah Penulis, 2021

Model persamaan regresi yang dihasilkan dari tabel output 1.7 adalah:

$$CSR = 0,434298 - 0,02867UKR + 0,008178LV$$

Hasil analisis regresi berganda di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, variabel ukuran perusahaan menunjukkan koefisien regresi negatif sebesar 0,02867, yang menunjukkan terjadi hubungan negatif antara variabel independen dengan variabel dependen. Dan nilai probabilitas ukuran perusahaan menunjukkan nilai yang lebih kecil dari  $\alpha = 5\%$  yaitu 0.0095, dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,719427  $>$   $t_{tabel}$  sebesar 1.98580, sehingga penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh secara signifikan dengan arah koefisien negatif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Penelitian ini berhasil mendukung pendapat (Harahap, 2002) dalam (Nor Hadi, 2014) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan yang semakin besar dapat mendorong pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan semakin lebih luas.
2. *Leverage* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, Dapat dilihat dari hasil output tertera pada tabel 1.7, menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* dengan nilai signifikansi sebesar 0,2006  $>$  0.05 dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 1,300136  $<$   $t_{tabel}$  sebesar 1.98580. Tidak adanya pengaruh signifikan tersebut mengindikasikan bahwa tinggi ataupun rendahnya nilai *leverage* suatu perusahaan tidak berdampak signifikan terhadap pengungkapan CSR. *Leverage* menunjukkan besarnya hutang perusahaan yang digunakan untuk menjalankan kegiatan operasionalnya. Tingkat *leverage* yang tinggi akan membuat perusahaan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosialnya agar tidak menjadi sorotan *debtholders*.
3. Secara simultan, berdasarkan tabel output 1.7, diperoleh nilai F hitung sebesar 3.354404 dengan probabilitas sebesar 0.044512. Nilai probabilitas menunjukkan nilai yang lebih kecil dari 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa kedua variabel independen yaitu ukuran perusahaan dan *leverage* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility* (CSR).
4. Hasil pengujian determinasi *R-Squared* dipakai untuk melihat signifikansi pengaruh yang dimiliki variabel bebas terhadap variabel terikat. Dapat dilihat pada tabel 1.7 besarnya *adjusted R2* sebesar 0.096673, hal ini memiliki arti bahwa hanya 9% variasi *corporate social responsibility* (CSR) dapat dijelaskan oleh variasi dari dua variabel independen yaitu variabel ukuran perusahaan dan *leverage* sedangkan 91% sisanya 91% dijelaskan oleh variabel dan factor-faktor lain selain dalam model penelitian ini.

## **KESIMPULAN**

1. Ukuran perusahaan dan *leverage* berpengaruh secara simultan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).
2. Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan dengan arah koefisien negatif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).
3. *Leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Freeman, R.E., and Reed, 1983, "Stockholders and stakeholders: a new perspective on corporate governance" *Californian Management Review*, Vol 25. No. 2. pp.88- 106.
- GRI. 2019. <http://www.globalreporting.org> diakses pada 10 Mei 2021
- International Organization for Standardization, 2010. *Draft international standard ISO/DIS 26000: Guidance on social responsibility*.
- Mutia, et al., 2011, "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Ukuran Dewan Komisaris terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia" *Jurnal Telaah dan Riset Akuntansi*, Vol. 4, No. 2: 187-201.
- Pencemaran cilemah abang. <https://www.liputan6.com/news/read/4314880/air-kali-cilemahabang-tercemar-limbah-3-desa-di-bekasi-krisis-air-bersih> diakses pada 18 April 2021.
- Purwanto, A, & Laksmitaningrum, C.F, 2013, "Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris dan Struktur Kepemilikan terhadap Pengungkapan CSR (Studi Empiris pada Perusahaan Manufatktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009-2011)", *Diponegoro Journal of Accounting*, Vol. 2, no. 3.
- Sari, P.R. dan Nuzula, N.F., 2019, "Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)", *Jurnal Administrasi Bisnis*, Volume 72, Nomor 2
- Sugiyono, 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Wardani, N.K. dan Januarti, I, 2013, "Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility", *Diponegoro Journal Of Accounting*, Vol 2, No. 2.