
**ANALISIS PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, LEVERAGE DAN
KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL TERHADAP
PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PADA
PERUSAHAAN SUB SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN
DI BURSA EFEK INDONESIA**

Hengky

email: Hengkyev@gmail.com

Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Widya Dharma Pontianak

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan, *leverage* dan kepemilikan institusional terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 26 Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia. Jumlah sampel dalam penelitian sebanyak 17 perusahaan dengan penentuan berdasarkan metode *purposive sampling*. Bentuk penelitian asosiatif dengan permodelan regresi. Dalam menganalisis data yang ada, penulis menggunakan program IBM SPSS versi 22. Pembahasan didahului dengan analisis statistik deskriptif, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, uji autokorelasi, penentuan regresi linear berganda, analisis koefisien korelasi dan uji koefisien determinasi, uji statistik F (uji kelayakan model) dan uji statistik t (uji signifikansi parameter individual). Hasil analisis menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, sedangkan *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

KATA KUNCI: Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Kepemilikan Institusional dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

PENDAHULUAN

Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai konsep akuntansi yang baru adalah transparansi pengungkapan sosial atas kegiatan atau aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan, dimana transparansi informasi mengungkapkan informasi mengenai dampak sosial dan lingkungan hidup yang diakibatkan aktivitas perusahaan. Dampak sosial yang ditimbulkan oleh setiap perusahaan tidak selalu sama, banyak faktor yang dapat menjadi kriteria penentu seberapa luas suatu perusahaan melakukan CSR. Faktor-faktor tersebut di antaranya ukuran perusahaan, tingkat *leverage* dan kepemilikan institusional perusahaan.

Ukuran perusahaan merupakan skala yang menentukan besar atau kecilnya perusahaan. Penentuan skala besar kecilnya perusahaan dapat ditentukan berdasarkan

total aset perusahaan tersebut. Besar kecilnya suatu perusahaan tentu menentukan besar kecilnya tanggung jawab sosial perusahaan. Semakin besar perusahaan tersebut tentu memiliki tanggung jawab yang semakin besar.

Tingkat *leverage* menggambarkan tingkat ketergantungan suatu perusahaan terhadap utang dalam membiayai kegiatan operasinya. Perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* yang tinggi berarti semakin tergantung dengan utang sebagai sarana pembiayaan kegiatan operasional perusahaan. Semakin tinggi tingkat *leverage* suatu perusahaan, semakin besar kemungkinan perusahaan akan melanggar perjanjian kredit, sehingga perusahaan akan melaporkan laba sekarang yang lebih tinggi. Supaya laba yang dilaporkan perusahaan semakin tinggi, perusahaan harus mengurangi biaya-biaya yang dikeluarkan termasuk biaya untuk kegiatan tanggung jawab sosial.

Kepemilikan institusional adalah kepemilikan atas jumlah saham perusahaan oleh lembaga keuangan dimana lembaga tersebut mengelola dana atas nama orang lain. Kepemilikan institusional sangat penting dalam memonitor manajemen karena dengan adanya kepemilikan oleh institusional akan mendorong peningkatan pengawasan yang lebih optimal. Hal ini akan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan oleh manajemen, salah satunya adalah keputusan mengenai pengungkapan informasi CSR sebagai transparansi bagi pemegang saham.

Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman merupakan industri yang pertumbuhannya cukup pesat dan ada prospek di masa mendatang. Industri ini memproduksi berbagai macam makanan dan minuman yang dikemas dan dipasarkan ke seluruh Indonesia.

KAJIAN TEORITIS

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah suatu konsep bahwa organisasi, khususnya perusahaan memiliki berbagai bentuk tanggung jawab terhadap seluruh pemangku kepentingannya, di antaranya adalah konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Menurut Rahmawati (2012: 192): “CSR adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial kedalam operasinya dan interaksinya dengan

stakeholders, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum.” CSR mengharuskan perusahaan dalam menjalankan bisnisnya dengan cara yang dapat diterima oleh masyarakat luas. Hal itu berarti keberadaan atau aktivitas perusahaan dapat dipertanggungjawabkan efeknya terhadap kelangsungan baik yang menyangkut internal maupun eksternal perusahaan. Sebisa mungkin perusahaan diharuskan dekat dengan masyarakat sekitar agar mereka nyaman dengan keberadaan perusahaan tersebut, hal tersebut juga merupakan tanggung jawab perusahaan.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Ernawan, 2016: 163-164):

Konsep CSR melibatkan tanggung jawab kemitraan antara pemerintah, lembaga sumber daya masyarakat, juga masyarakat setempat (lokal). Kemitraan ini merupakan tanggung jawab bersama secara sosial antar *stakeholders*. Tanggung jawab sosial perusahaan lebih mengarah pada bagaimana suatu biaya materi yang dikemas dan diterapkan pada masyarakat dapat memperoleh keuntungan sosial dengan memberikan akses yang seluas-luasnya kepada masyarakat di luar perusahaan maupun di dalam perusahaan. Salah satu bentuk dari CSR dapat diwujudkan dalam pembangunan komuniti (*community development*). CSR selayaknya disosialisasikan dan dikomunikasikan oleh manajemen kepada bawahannya.

Dalam hal ini, perusahaan harus dapat membuka diri kepada masyarakat sekitar dan membuat masyarakat menerima keberadaan perusahaan tersebut. Misalnya perusahaan merekrut karyawan yang berasal dari masyarakat sekitar perusahaan. Dengan begitu keberadaan perusahaan akan dianggap positif oleh masyarakat sekitar.

Ukuran suatu perusahaan dapat menjadi salah satu penentu tanggung jawab apa saja yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Ukuran perusahaan sendiri adalah ukuran besarnya suatu perusahaan dinilai dari aset dan total penjualan yang dimiliki perusahaan.

Menurut (Denziana dan Yunggo, 2017: 58): Rumus untuk menghitung ukuran perusahaan adalah:

Ukuran Perusahaan = \ln (Total Aset)

Menurut (Hery, 2017: 12):

Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat dinyatakan dengan total aset ataupun total penjualan bersih. Semakin besar total aset maupun penjualan maka semakin besar pula ukuran suatu perusahaan. Semakin besar aset maka semakin besar modal yang ditanam, sementara semakin banyak penjualan maka semakin banyak juga perputaran uang dalam perusahaan.

Aset dan penjualan yang dimiliki perusahaan mencerminkan besarnya suatu perusahaan. Semakin besar perusahaan tersebut tentunya akan membutuhkan sumber dana yang lebih besar, sumber dana dapat diperoleh dari investor. Namun untuk memperoleh kepercayaan investor, perusahaan harus menunjukkan bahwa perusahaan tersebut merupakan perusahaan yang bertanggung jawab dan memiliki nama yang baik di masyarakat. Maka dari itu penerapan CSR yang baik akan berpengaruh besar bagi perusahaan.

Menurut (Kamil dan Herusetya, 2012: 5):

Perusahaan dengan ukuran yang lebih besar dapat lebih bertahan daripada perusahaan dengan ukuran yang lebih kecil, karena semakin besar entitas, semakin besar pula sumber daya yang dimiliki entitas tersebut. Dengan semakin besarnya sumber daya yang dimiliki entitas, maka entitas tersebut akan lebih banyak berhubungan dengan *stakeholder*, sehingga diperlukan tingkat pengungkapan atas aktivitas entitas yang lebih besar, termasuk pengungkapan dalam tanggung jawab sosial.

Dalam menjaga hubungan dengan *stakeholder*, perusahaan memerlukan pengungkapan tanggung jawab sosial. Terutama bagi perusahaan besar yang memiliki entitas yang besar dan berhubungan banyak dengan *stakeholder*. Menjaga hubungan baik dengan pemegang saham sangat penting bagi perusahaan besar yang membutuhkan modal besar. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Mutia, Zuraida dan Andriani (2011) menemukan ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hasil yang sama juga ditunjukkan dari penelitian yang dilakukan oleh Miftah dan Arifin (2013). Berdasarkan uraian di atas, hipotesis yang dapat dibangun adalah:

H₁: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Selanjutnya yang menyebabkan perusahaan melakukan pengungkapan CSR adalah *leverage*. *Leverage* dapat digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka panjangnya seperti pembayaran bunga atas utang, pembayaran pokok akhir atas utang dan kewajiban-kewajiban tetap lainnya. Menurut (Fahmi, 2013: 73): *Leverage* mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang. *Leverage* merupakan suatu alat penting dalam pengukuran efektivitas penggunaan utang perusahaan.

Menurut (Fahmi, 2013: 72):

“Penggunaan utang yang terlalu tinggi akan membahayakan perusahaan karena perusahaan akan masuk dalam kategori *extreme leverage* (utang ekstrim), yaitu perusahaan terjebak dalam tingkat utang yang tinggi dan sulit untuk melepaskan beban utang tersebut. Karena itu sebaiknya perusahaan harus menyeimbangkan berapa utang yang layak diambil dan dari mana sumber-sumber yang dapat dipakai untuk membayar utang”.

Rasio *leverage* menggambarkan hubungan antara utang perusahaan terhadap aset perusahaan. Pengukuran rasio *leverage* yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *Debt to Asset Ratio* (DAR). Menurut (Kasmir, 2012: 156): *Debt to asset ratio* merupakan rasio utang digunakan untuk mengukur perbandingan antara total utang dengan total aset.

Menurut (Kasmir, 2012: 156): DAR diukur dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{DAR} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Aset}}$$

Dengan semakin tingginya tingkat utang suatu perusahaan, menggambarkan perusahaan tersebut memerlukan banyak uang untuk kegiatan operasionalnya. Tentunya perusahaan akan menekan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk mengurangi pengeluaran perusahaan. Biaya yang ditekan termasuk biaya yang dikeluarkan untuk memenuhi tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Miftah dan Arifin (2013) menemukan *leverage* memiliki pengaruh negatif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hasil yang sama juga ditunjukkan oleh penelitian yang dilakukan Ale (2014). Berdasarkan uraian di atas, hipotesis yang dapat dibangun adalah: H₂: *Leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Pengungkapan *corporate social responsibility* juga dapat dipengaruhi oleh adanya kepemilikan institusional. Kepemilikan institusional adalah kepemilikan atas saham perusahaan oleh suatu lembaga keuangan dimana lembaga tersebut mengelola atas nama orang lain. Kepemilikan institusional yang besar akan sangat berpengaruh dan berdampak pada keputusan manajemen yang akan diambil. Salah satu keputusannya adalah pengungkapan informasi CSR sebagai transparansi kepada *stakeholders*.

Kepemilikan institusional memiliki arti penting dalam memonitor manajemen, karena dengan adanya kepemilikan oleh institusional akan mendorong peningkatan pengawasan yang lebih optimal terhadap kinerja manajemen. Sehingga manajemen akan

lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan dan bertindak. Menurut (Nuraina, 2012: 116): “Kepemilikan institusional adalah persentase saham perusahaan yang dimiliki oleh institusi atau lembaga (perusahaan asuransi, dana pensiun, atau perusahaan lain).” Kepemilikan institusional merupakan kondisi dimana institusi memiliki saham dalam suatu perusahaan. Institusi tersebut dapat berupa institusi pemerintah, institusi swasta, domestik maupun asing.

Brilianti (2013: 10): Rumus untuk menghitung Kepemilikan Institusional (KI) adalah:

$$KI = \frac{\sum \text{Saham yang dimiliki institusional}}{\sum \text{Saham yang beredar}}$$

Menurut (Widiastuti, Pranata dan Eddy, 2013: 3407): Kepemilikan institusional merupakan kepemilikan saham oleh lembaga dari eksternal. Investor institusional tidak jarang menjadi mayoritas dalam kepemilikan saham. Maka semakin besar kepemilikan institusional dalam suatu perusahaan, akan memberikan tekanan yang besar bagi perusahaan untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial secara lebih luas. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan Ale (2014) kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility*. Berdasarkan uraian di atas, hipotesis yang dapat dibangun adalah:

H₃: Kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

METODE PENELITIAN

Bentuk penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif menggunakan dua variabel independen atau lebih untuk melihat apakah ada pengaruh terhadap variabel dependen. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengungkapan *corporate social responsibility*, sedangkan variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu ukuran perusahaan, *leverage* dan kepemilikan institusional. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi dokumenter dengan jenis data yang digunakan adalah data sekunder. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria perusahaan *Initial Public Offering* (IPO) sebelum tahun 2014 dan tidak berstatus *suspend*,

dan perusahaan yang bergerak di bidang usaha yang sesuai dengan bidang usahanya yaitu Sub Sektor Makanan dan Minuman, sehingga diperoleh sampel sebanyak 17 Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman.

PEMBAHASAN

1. Analisis Statistik Deskriptif

TABEL 1
STATISTIK DESKRIPTIF
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
UP	85	26.4207	32.2010	28.489675	1.4651689
DAR	85	.0387	.8387	.458366	.1794918
KI	85	.0000	.9609	.652633	.2139052
CSR	85	.1266	.6329	.323456	.1396041
Valid N (listwise)	85				

Sumber: Output SPSS, 2020

Berdasarkan Tabel 1, dapat diketahui jumlah data dalam penelitian ini adalah sebanyak 85 data yang berasal dari 17 Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman selama periode tahun 2014 sampai dengan 2018. Pada variabel ukuran perusahaan nilai terendah adalah 26,4207 dan nilai tertinggi adalah 32,2010. Sedangkan nilai rata-rata ukuran perusahaan adalah 28,489675 dan nilai standar deviasi atau tingkat penyimpangan sebesar 1,4651689 kali yang berarti tingkat persebaran data kurang bervariasi. Pada variabel *leverage* yang diukur dengan DAR nilai terendah adalah 0,0387 dan nilai tertinggi adalah 0,8387. Artinya ada perusahaan yang mendanai aset perusahaan hanya dengan 3,87 persen utang dan ada yang hingga 83,87 persen. Sedangkan nilai rata-rata 0,458366 yang berarti rata-rata perusahaan yang diteliti menggunakan 45,83 persen utang untuk mendanai asetnya.

Pada variabel kepemilikan institusional nilai terendah adalah 0,000. Ini berarti pada tahun tersebut tidak terdapat kepemilikan saham perusahaan oleh pihak institusional. Nilai tertinggi adalah 0,9609. Ini berarti hampir seluruh saham perusahaan di pegang oleh pihak institusional. Pada variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) nilai terendah adalah 0,1266 dan nilai ini setara dengan mengungkapkan 10 item CSR. Nilai tertinggi CSR adalah 0,6329. Nilai ini setara

dengan mengungkapkan 50 item CSR. Sedangkan nilai mean atau rata-rata CSR adalah 0,323456 yang setara dengan mengungkapkan 26 item CSR.

2. Analisis Uji Asumsi Klasik

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa nilai residual berdistribusi secara normal setelah dilakukan eliminasi data *outlier* dengan metode *boxplot*, dan tidak terjadi masalah multikolinearitas, heteroskedastisitas dan autokorelasi. Dengan demikian uji asumsi klasik telah terpenuhi.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Berikut merupakan hasil uji regresi linear berganda dari 17 perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman pada Tabel 2:

TABEL 2
UJI REGRESI LINEAR BERGANDA
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1.826	.197		-9.256	.000
UP	.074	.007	.781	10.944	.000
DAR	-.045	.056	-.058	-.799	.427
KI	.107	.047	.164	2.254	.027

a. Dependent Variable: CSR

Sumber: Output SPSS, 2020

Berdasarkan Tabel 2, maka dapat dibuat persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = -1,826 + 0,074X_1 - 0,045X_2 + 0,107X_3 + e$$

4. Analisis Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi

Berikut disajikan Tabel 3 untuk melihat hasil uji koefisien korelasi dan koefisien determinasi:

TABEL 3
UJI KOEFISIEN KORELASI DAN KOEFISIEN DETERMINASI
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.778 ^a	.605	.590	.0894248

a. Predictors: (Constant), Kepemilikan Institusional, Ukuran Perusahaan, DAR

b. Dependent Variable: CSR

Sumber: Output SPSS, 2020

Berdasarkan pada Tabel 3 dapat dilihat nilai R yang diperoleh adalah sebesar 0,778. Artinya korelasi antara variabel ukuran perusahaan, *leverage* dan kepemilikan institusional terhadap *corporate social responsibility* memiliki tingkat hubungan antar variabel yang kuat. Kemudian dapat dilihat nilai koefisien determinasi yang diketahui dari nilai *adjusted r square* adalah 0,590 atau 59 persen. Hal ini menunjukkan bahwa setiap variabel independen dalam penelitian ini yaitu ukuran perusahaan, *leverage*, dan kepemilikan institusional mempunyai kemampuan untuk menerangkan CSR sebesar 59 persen sedangkan sisanya sebesar 41 persen diterangkan oleh variabel lain di luar dari model penelitian ini.

5. Uji F

Dalam penelitian ini, uji F dilakukan untuk mengetahui kelayakan model antara ukuran perusahaan, *leverage*, dan kepemilikan institusional terhadap CSR. Berikut adalah Tabel 4 yang merupakan hasil perhitungan uji F:

TABEL 4
UJI F
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	.966	3	.322	40.261	.000 ^b
Residual	.632	79	.008		
Total	1.598	82			

a. Dependent Variable: CSR

b. Predictors: (Constant), Kepemilikan Institusional, Ukuran Perusahaan, DAR

Sumber: Data Olahan, 2020

Berdasarkan *output* SPSS uji F pada Tabel 3.12 dapat diketahui bahwa hasil uji F menunjukkan bahwa nilai signifikansi yang diperoleh adalah 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, model regresi dalam penelitian ini layak untuk diuji.

6. Uji t dan Pembahasan Hipotesis

a. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR

Berdasarkan Tabel 2 hasil pengujian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Dapat dilihat dari t_{hitung} variabel ukuran perusahaan sebesar 10,944. Bila dibandingkan dengan nilai t_{tabel} maka $t_{hitung} > t_{tabel}$. Nilai signifikansi ukuran perusahaan sebesar $0,00 < 0,05$. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan

berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* dengan koefisien yang berarah positif. Semakin besar ukuran perusahaan, maka tanggung jawab sosial perusahaan semakin luas. Hal ini memicu tingkat pengungkapan *corporate social responsibility* yang semakin tinggi dari perusahaan. Sehingga hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini diterima. Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Mutia, Zuraida dan Andriani (2011) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

b. Pengaruh *Leverage* terhadap Pengungkapan CSR

Berdasarkan Tabel 2 hasil pengujian menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Dapat dilihat dari nilai t_{hitung} sebesar -0,799, maka dapat diketahui $t_{hitung} > t_{tabel}$. Nilai signifikansi variabel *leverage* sebesar $0,427 > 0,05$. Hasil pengujian yang dilakukan menunjukkan bahwa secara signifikan *leverage* tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Dengan demikian hipotesis kedua yang diajukan dalam penelitian ini ditolak. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Miftah dan Arifin (2013) dan Ale (2014) yang menyatakan bahwa *leverage* memiliki pengaruh negatif terhadap *corporate social responsibility*.

c. Pengaruh Kepemilikan Institusional terhadap Pengungkapan CSR.

Berdasarkan Tabel 2 hasil pengujian menunjukkan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Dapat dilihat dari nilai t_{hitung} sebesar 2,254. Bila dibandingkan dengan t_{tabel} maka $t_{hitung} > t_{tabel}$. Nilai signifikansi variabel kepemilikan institusional sebesar $0,027 < 0,05$. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility* dengan koefisien berarah positif. Semakin besar jumlah saham yang dimiliki institusional, maka persentase pengungkapan *corporate social responsibility* akan semakin tinggi. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ale (2014) yang menyatakan kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

PENUTUP

Berdasarkan hasil perhitungan dan analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan dan kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, sedangkan *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. saran yang dapat penulis berikan bagi peneliti selanjutnya yang memiliki keinginan untuk meneliti objek dan periode penelitian yang sama, peneliti dapat menggunakan metode perhitungan lain pada variabel *leverage*. Terdapat dua metode perhitungan yang dapat digunakan yaitu *Debt to Asset Ratio* (DAR) dan *Debt to Equity Ratio* (DER) dimana metode DAR telah digunakan dalam penelitian ini. Peneliti berikutnya dapat menggunakan metode DER dalam penelitian selanjutnya. Selain itu peneliti selanjutnya juga dapat melakukan penelitian terhadap perusahaan dari sektor yang berbeda dari penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ale, Lusyana. 2014. "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Kepemilikan Institusional dan Ukuran Dewan Komisaris terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*." *Jurnal Ekonomi Akuntansi*, vol.1, hal 1-19.
- Ernawan, Erni R. 2016. *Etika Bisnis dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN*. Bandung: Alfabeta.
- Fahmi, Irham. 2013. *Pengantar Manajemen Keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- Hery. 2017. *Kajian Riset Akuntansi*. Jakarta: Grasindo.
- Kamil, Ahmad dan Antonius Herusetya. 2012. "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan Kegiatan Corporate Social Responsibility." *Media Riset Akuntansi*, Vol. 2, no.1, hal 1-17.
- Kasmir. 2012. *Analisis Laporan Keuangan*, Jakarta: RajaGrafindo Perdasa.
- Miftah, Desrir dan Zainal Arifin. 2013. "Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*)." *Jurnal Al-Iqtishad*, Vol. 9, no. 1, hal 1-11.
- Mutia, Evi, Zuraida dan Devi Andriani. 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 & Riset Akuntansi*, Vol. 4, no. 2, hal 187-201.

Nuraina, Elva. 2012. “Pengaruh Kepemilikan Istitusional dan Ukuran Perusahaan terhadap Kebijakan Hutang dan Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI).” *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*, vol.19,no.2, hal 110-125.

Rahmawati, Hj. 2012. *Teori Akuntansi Keuangan*. Surakarta: Graha Ilmu.

Widiastuti, Marselina dan Pranata P. Midiastuty, dan Eddy Suranta. 2013. “Dividend Policy and Foreign Ownership”. *SNA XVI*, hal. 3401-3423.

