
**PENGARUH *RETURN ON ASSET (ROA)*, *DEBT TO EQUITY RATIO (DER)*, DAN
UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY* STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR
YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA**

Veronica

email: veronica_pika@yahoo.co.id

Program Studi Akuntansi STIE Widya Dharma Pontianak

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *return on asset*, *debt to equity ratio* dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Bentuk penelitian yang digunakan adalah metode penelitian asosiatif. Teknik pengumpulan data adalah studi dokumenter. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 142 perusahaan dan sampel sebanyak 120 perusahaan yang diambil dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Penulis menggunakan program IBM SPSS versi 20 yang terdiri dari analisis deskriptif, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, uji autikorelasi, regresi linear berganda, analisis koefisien korelasi berganda, analisis koefisien determinasi, uji F, dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *return on asset* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, *debt to equity ratio* memiliki pengaruh namun arahnya negatif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* serta ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

KATA KUNCI: ROA, DER, Ukuran Perusahaan, Pengungkapan CSR.

PENDAHULUAN

Pada umumnya perusahaan tentunya mempunyai komponen-komponen mendasar seperti harta, utang, modal yang harus dimiliki suatu perusahaan. Dengan menggunakan rasio *return on asset (ROA)* maka kita dapat mengetahui kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dengan menggunakan aktiva yang dimiliki oleh perusahaan. Dengan menggunakan rasio ini perusahaan dapat mengetahui kinerja *profitabilitas* perusahaan apakah semakin meningkat atau tidak dari tahun sebelumnya.

Kegiatan utama dari suatu perusahaan adalah melakukan kegiatan jual beli yang dapat menghasilkan laba atau *profit* untuk perusahaan tersebut. Dari kegiatan tersebut tentunya akan menimbulkan utang dan piutang. Tentunya utang yang terlalu banyak tidak baik bagi perusahaan dengan demikian kita perlu mengetahui jumlah utang yang masih dianggap wajar agar perusahaan dapat berjalan dengan baik, serta tidak merugikan perusahaan. Salah satu rasio yang dapat digunakan untuk mengetahui jumlah utang yang wajar yaitu dengan menggunakan rasio *Debt Equity Ratio*.

Tentunya ukuran perusahaan akan mempengaruhi seberapa besar kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan tersebut karena tentunya perusahaan

yang masih dalam skala kecil tidak akan dapat melakukan program *Corporate Social Responsibility* secara besar-besaran seperti yang dapat dilakukan oleh para perusahaan yang sudah lebih di depan. Tetapi hal ini tidak dapat menandakan bahwa perusahaan tersebut akan terus menjadi perusahaan kecil.

KAJIAN TEORITIS

Aset merupakan salah satu faktor yang penting yang harus dimiliki oleh setiap perusahaan. Hal ini dikarenakan aset adalah hal mendasar yang harus dimiliki perusahaan karena aset sangat penting yang harus dimiliki perusahaan. "Aset adalah sumber daya ekonomi yang diharapkan menyajikan manfaat bagi suatu perusaha di masa depan." (Harrison, et al 2013: 65). Aktiva merupakan harta atau kekayaan yang dimiliki oleh perusahaan, baik pada saat tertentu maupun periode tertentu. (Kasmir, 2014: 39) "Sebagian besar perusahaan menggunakan akun aset seperti kas, piutang usaha, wesel tagih, persediaan, beban dibayar di muka, tanah, bangunan, peralatan, perabotan, dan perkakas." (Harrison, et al 2013: 65). Kas merupakan salah satu kategori aset mendasar yang paling penting dalam suatu perusahaan dan pastinya harus dimiliki untuk menjamin kelangsungan kegiatan operasional perusahaan.

Seperti yang kita ketahui aktiva diklasifikasikan menjadi tiga yaitu aktiva lancar, aktiva tidak lancar dan aktiva lainnya. "Aktiva lancar (*Current assets*) adalah kas dan aktiva lainnya yang diharapkan akan dapat dikonversi menjadi kas, dijual atau dikonsumsi dalam satu tahun atau dalam satu siklus operasi, tergantung mana yang paling lama." (Kieso, Weygandt, Warfield, 2007: 193). "Aktiva tidak lancar adalah aktiva yang tidak memenuhi definisi aktiva lancar." (Kieso, Weygandt, Warfield, 2007: 193). "Aktiva lainnya merupakan harta atau kekayaan yang tidak dapat digolongkan ke dalam aktiva lancar maupun aktiva tetap." (Kasmir, 2014: 39).

Return On Assets (ROA) termasuk salah satu rasio profitabilitas yang sering digunakan. "Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dari setiap satu rupiah harta yang digunakan." (Sumarsan, 2013: 54). *Return On Assets* merupakan salah satu rasio *profitabilitas* yang digunakan untuk mengukur atau menilai kemampuan aktiva perusahaan dalam menghasilkan laba.

Dengan ROA perusahaan mengukur harta yang ada secara efektif tanpa membiarkan sumber daya yang menganggur (*idle*) dan untuk menghasilkan laba yang lebih tinggi maka

perusahaan akan meningkatkan penjualan dengan penghematan beban perusahaan. Semakin tinggi persentase perhitungannya berarti semakin baik pula perusahaan menggunakan aktiva nya dalam memperoleh laba. Semakin tinggi *Return On Assets* ini maka semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai oleh perusahaan dan akan meningkatkan daya tarik perusahaan kepada investor untuk menanamkan modal mereka. Rumus untuk menghitung *Return On Asset* menurut (Sumarsan, 2013: 54) adalah sebagai berikut:

$$\text{Return On Asset (ROA)} = \frac{\text{Earning After Tax (EAT)}}{\text{Total Assets (TA)}}$$

Dalam transaksi perusahaan tentunya terdapat kegiatan utama yaitu transaksi jual beli. Transaksi penjualan dapat dilakukan secara tunai maupun kredit. Demikian pula dengan transaksi pembelian. Terdapat pembelian secara tunai dan kredit, jika transaksi pembelian dilakukan secara kredit maka akan menimbulkan utang bagi perusahaan tersebut.

Utang dapat dibagi menjadi dua yaitu utang jangka pendek maupun utang jangka panjang. Jika transaksi dilakukan secara kredit maka akan menghasilkan piutang bagi perusahaan. Utang dapat dibagi menjadi dua yaitu utang jangka pendek maupun utang jangka panjang. “Utang obligasi (*bonds payable*) adalah kelompok wesel bayar yang diterbitkan kepada berbagai pemberi pinjaman, yang disebut pemegang obligasi. (Menurut Harrison, et al 2013: 475).

“Obligasi merupakan sekuritas yang mewajibkan penerbitnya untuk melakukan pembayaran tertentu kepada pemegang obligasi tersebut.” (Brealey, Myers, Marcus, 2007: 130). “Wesel bayar jangka panjang memiliki substansi yang sama seperti obligasi dimana keduanya mempunyai tanggal jatuh tempo yang tetap dan suku bunga yang ditetapkan atau implisit.” (Kieso, Weygandt, Warfield, 2007: 238)

“Rasio leverage adalah rasio untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jika perusahaan tersebut dilikuidasi.” (Sumarsan, 2013: 46). *Debt to Equity Ratio* (DER) merupakan salah satu rasio *leverage* yang digunakan untuk mengukur tingkat penggunaan utang terhadap total ekuitas pemegang saham yang dimiliki perusahaan. *Debt to Equity Ratio* merupakan rasio untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya yang ditunjukkan oleh beberapa bagian dari modal sendiri yang digunakan untuk membayar utang.

Semakin tinggi *Debt to Equity Ratio* ini berarti modal sendiri yang dimiliki lebih sedikit dibanding utang yang dimiliki perusahaan. Bagi perusahaan, besarnya utang sebaiknya tidak boleh melebihi modal sendiri agar beban tetap yang dikeluarkan tidak terlalu tinggi dan dapat terkendali.

Rumus untuk menghitung *Debt to Equity Ratio* menurut (Kasmir, 2014: 158) adalah sebagai berikut:

$$\text{Debt to Equity ratio (DER)} = \frac{\text{total utang (debt)}}{\text{ekuitas (equity)}}$$

Perusahaan tentunya mempunyai ukuran dan karakteristik yang berbeda-beda untuk setiap perusahaan. Karakteristik perusahaan tersebut merupakan suatu keunggulan atau yang dapat disebut keunikan dari perusahaan tersebut. Salah satu karakteristik perusahaan dapat juga berupa besar kecilnya perusahaan tersebut. Ukuran perusahaan merupakan suatu pengukuran yang dikelompokkan berdasarkan besar kecilnya perusahaan dan dapat menggambarkan aktivitas serta pendapat perusahaan.

Semakin besar ukuran perusahaan maka akan semakin disorot oleh *stakeholder* hal ini dikarenakan *stakeholder* baik dari luar perusahaan seperti para *investor* contohnya tentunya akan lebih tertarik untuk menanamkan modal mereka karena dirasa perusahaan yang berukuran besar dapat memberikan keuntungan yang lebih baik dibandingkan dengan perusahaan berukuran kecil.

Hal ini dikarenakan perusahaan dengan ukuran besar lebih memiliki manajemen yang baik dalam pengelolaan keuangan dibandingkan dengan perusahaan dengan ukuran perusahaan yang kecil. “Ukuran perusahaan dapat diukur berdasarkan jumlah aset, jumlah tenaga kerja, total penjualan dan kapasitas pasar” (Respati, Hadiprajitno, 2015: 5).

Rumus untuk menghitung ukuran perusahaan menurut (Respati, Hadiprajitno 2015:4) adalah sebagai berikut:

$$\text{Ukuran perusahaan} = \text{Logaritma natural (Total Aset)}$$

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dapat dikatakan sebagai salah satu cara perusahaan untuk lebih mengenalkan perusahaan kepada masyarakat sekaligus mendekatkan perusahaan kepedulian perusahaan terhadap dampak lingkungan dan lebih menjaga alam dari dampak lingkungan yang disebabkan oleh limbah pabrik serta lebih menjaga lingkungan sekitar agar tetap sehat.

“Konsep ekonomi klasik ini dipertegas oleh Theodore Levitt bahwa tanggung jawab perusahaan hanyalah mencari keuntungan ekonomis berkala.” (Vita et al, 2013: 213). Sedangkan pengertian tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* (CSR) menurut *World Business Council on Sustainable Development* (WBCSD) adalah suatu komitmen dari perusahaan untuk melaksanakan etika keprilakuan (*behavioural ethics*) dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan (*sustainable economic development*).

“Pandangan tradisional mengatakan bahwa *corporate social responsibility* merupakan biaya yang harta ditanggung perusahaan dalam meningkatkan image perusahaan. Sedangkan pandangan modern menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* bukanlah hanya biaya melainkan investasi.” (Prasetyo, 2011: 158). Seiring dengan perkembangan maka konsep pemikiran akan sesuatu semakin meluas dan semakin berubah menjadi lebih baik dan mulai terfokus pada hal-hal atau konsep yang lebih baik.

Dengan adanya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* tentunya perusahaan akan semakin dikenal oleh masyarakat luas. Karena jika perusahaan melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* maka akan memberikan banyak keuntungan bagi perusahaan baik dalam hal finansial maupun non finansial. Contoh keuntungan yang didapatkan perusahaan jika melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* adalah jika masyarakat sudah mengenal dan semakin mengetahui tentang perusahaan maka masyarakat merasa perusahaan memiliki etia baik sehingga perusahaan memiliki nilai positif di mata masyarakat sehingga jika masyarakat tertarik maka akan membeli atau menggunakan produk yang di jual oleh perusahaan.

Hal ini akan terus berlanjut dan berkembang jika di dukung dengan kualitas produk milik perusahaan yang baik dan semakin membuat masyarakat atau konsumen yang menggunakan merasa lebih senang dan menjadi konsumen tetap perusahaan tersebut. Hal ini tentunya akan berpengaruh terhadap penjualan perusahaan yang akan semakin meningkat terus menerus sehingga menghasilkan laba yang dapat digunakan untuk aktivitas keuangan lainnya maupun melakukan kegiatan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* lainnya .

Dalam hal ini keuntungan finansial yang di dapatkan perusahaan adalah kenaikan tingkat penjualan perusahaan yang tentunya di ikuti dengan naiknya laba yang didapatkan oleh perusahaan. Sedangkan keuntungan non finansial yang di dapatkan perusahaan yang

melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* adalah nama baik di mata masyarakat luas.

“Dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya, perusahaan memfokuskan perhatiannya kepada tiga hal, yaitu laba, lingkungan, dan masyarakat.” (A.B.Susanto, 2009: 13). Tidak ada keharusan setiap perusahaan harus melakukan serta mengakui pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap masyarakat serta lingkungan sekitar. Serta tidak ada paksaan dari pihak manapun yang memaksa perusahaan harus melakukan tanggung jawab social perusahaan karena ini merupakan kesadaran dari pihak perusahaan karena tentunya

“Tanggung jawab sosial perusahaan adalah bersifat sukareka, setidak-tidaknya karena empat alasan tujuan perusahaan mencari keuntungan, CSR merupakan kewajiban modal, pelaksanaan CSR bertentangan dengan hak kewajiban privat dan tidak sesuai dengan prinsip efisiensi dalam bisnis.” (Fajar, 2013: 43) “Komunikasi CSR yang baik, harus transparan, sehingga masyarakat mengetahui program CSR yang akan dilaksanakan dan yang sudah dilaksanakan, dapat dipercaya dan dipertanggungjawabkan kegiatan yang dilaksanakan, merupakan sumber informasi bagi masyarakat yang dapat mendidik.” (Situmeang, 2016: 19).

Perusahaan juga mengetahui dampak yang ditimbulkan jika perusahaan terus melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, salah satu dampak yang ditimbulkan akibat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* bagi perusahaan adalah masyarakat lebih mengenal perusahaan serta memiliki etikat baik dimata masyarakat sehingga dapat membuat masyarakat lebih ingin tahu tentang perusahaan.

Hal ini tentunya berdampak baik bagi perusahaan sehingga tentunya dapat meningkatkan penjualan sehingga secara tidak langsung perusahaan juga telah melakukan perluasan usaha dengan cara melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Dalam menjalankan sesuatu tentunya kita harus selalu mempunyai strategi agar apa yang ingin kita capai jelas dan lebih terarah.

Begitu pula dengan *Corporate Social Responsibility*, perusahaan harus mengetahui area prioritas yang spesifik dan langkah-langkah yang ditempuh untuk mewujudkan *Corporate Social Responsibility* tersebut dengan baik. Karena dengan adanya *Corporate Social Responsibility* secara tidak langsung dapat memberikan dampak positif bagi citra perusahaan serta persepsi positif perusahaan dimata masyarakat. “CSR tidak semata

menjadi kewajiban sosial perusahaan, namun juga dikaitkan sebagai konsep pengembangan yang berkelanjutan (*sustainable development*).” (Situmeang, 2016: 10).

Rumus untuk menghitung pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Respati, Hadiprajitno, 2015:4) adalah sebagai berikut:

$$\text{CSRDI} = \frac{\text{jumlah skor pengungkapan yang diperoleh}}{\text{jumlah skor maksimal}}$$

HIPOTESIS

H₁: Terdapat pengaruh positif antara *Return On Asset* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

H₂: Terdapat pengaruh namun arahnya negatif antara *Debt to Equity Ratio* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

H₃: Terdapat pengaruh positif antara ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian asosiatif. Penulis menggunakan studi dokumenter yaitu dengan mengumpulkan data-data perusahaan melalui *website* resmi yaitu IDX.

Populasi dalam penelitian ini adalah Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia dengan jumlah 142 perusahaan. Sampel sebanyak 120 perusahaan yang digunakan yaitu dari tahun 2011-2015. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data yang dilakukan adalah analisis deskriptif, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, uji autikorelasi, regresi linear berganda, analisis koefisien korelasi berganda, analisis koefisien determinasi, uji F, dan uji t.

PEMBAHASAN

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam penelitian ini, analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang disebabkan oleh *Return On Asset* (ROA), *Debt to Equity Ratio* (DER), ukuran perusahaan. Berikut ini hasil *output* pengujian analisis regresi linear berganda yang diperoleh dengan menggunakan *SPSS* versi

20 ditampilkan pada Tabel 1 berikut:

TABEL 1
REGRESI LINEAR BERGANDA PENGARUH RETURN ON ASSET,
DEBT TO EQUITY RATIO, DAN UKURAN PERUSAHAAN
TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY

Model	Coefficients ^a							
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	-,530	,101		-5,266	,000		
	LOG_ROA	-,002	,003	-,035	-,718	,473	,851	1,176
	LOG_DER	-,025	,005	-,271	-5,484	,000	,831	1,204
	LOG_SIZE	,578	,069	,388	8,398	,000	,952	1,051

a. Dependent Variable: Corporate Social Responsibility

Sumber: Output SPSS 20, 2017

Dari Tabel 1 dapat dibentuk persamaan regresi yaitu sebagai berikut.

$$Y = -0.530 - 0,002X_1 - 0,025X_2 + 0,578X_3$$

Keterangan:

Y = Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

X₁ = *Return On Asset*

X₂ = *Debt to Equity Ratio*

X₃ = Ukuran perusahaan

Berikut ini hasil *output* pengujian koefisien korelasi dan determinasi yang diperoleh dengan menggunakan SPSS versi 20 ditampilkan pada Tabel 2 berikut:

TABEL 2
PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BEI
UJI KOEFISIEN KORELASI DAN DETERMINASI
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,425 ^a	,181	,175	,0303521

a. Predictors: (Constant), LOG_SIZE, LOG_ROA, LOG_DER

b. Dependent Variable: Corporate Social Responsibility

Sumber: Data Olahan SPSS 20, 2017

Dari Tabel 2 dapat dilihat nilai koefisien korelasi berganda (R) adalah sebesar 0,425 yang berarti bahwa hubungan antara *Return On Asset*, *Debt to Equity Ratio*, dan ukuran perusahaan memiliki tingkat hubungan yang searah (positif) dan kuat.

TABEL 3
PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BEI
UJI F (ANOVA)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,082	3	,027	29,710	,000 ^b
	Residual	,372	404	,001		
	Total	,454	407			

a. Dependent Variable: Corporate Social Responsibility

b. Predictors: (Constant), LOG_SIZE, LOG_ROA, LOG_DER

Sumber: Data Olahan SPSS 20, 2017

Berdasarkan hasil *output* Tabel 3, dapat diketahui bahwa F_{hitung} sebesar 29,710 lebih dari F_{tabel} 2,6269 ($29,710 > 2,6269$), dan nilai signifikansi (*Sig.*) sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka model regresi dapat dipakai dan signifikan sehingga dapat disimpulkan bahwa *Return On Asset*, *Debt to Equity Ratio*, dan ukuran perusahaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan layak untuk diuji.

Berdasarkan Tabel 1 diperoleh hasil *output* uji t dengan menggunakan SPSS 20 adalah hasil dari nilai *Return On Asset* signifikansi ($0,473 > 0,05$) dan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,-0,718 < 1,9658$), hasil dari nilai signifikansi *Debt to Equity Ratio* ($0,000 < 0,05$) dan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($-0,271 < 1,9658$), dan hasil dari nilai signifikansi ukuran perusahaan ($0,000 < 0,05$) dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($8,398 > 1,9658$).

PENUTUP

Berdasarkan analisis data yang dilakukan sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan bahwa *Return On Asset* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, hal ini berarti bahwa tingkat kemampuan aktiva menghasilkan laba tidak mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. *Debt to Equity Ratio* berpengaruh namun arahnya negatif terhadap *pengungkapan Corporate Social Responsibility*. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi tingkat penggunaan utang terhadap modal ekuitas akan mempengaruhi tingkat *pengungkapan Corporate Social Responsibility*. Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *pengungkapan Corporate Social Responsibility*, hal ini berarti bahwa semakin tinggi ukuran perusahaan maka semakin besar *pengungkapan Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan.

Adapun saran yang dapat disampaikan oleh penulis dari hasil penelitian yaitu

menggunakan variable penelitian lain yang lebih menggambarkan faktor-faktor yang mempengaruhi variabel pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, serta melakukan pengujian terhadap perusahaan lain yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

DAFTAR PUSTAKA

- A.B. Susanto. 2009 *Reputation Driven Corporate Social Responsibility* pendekatan strategic management dalam CSR. Jakarta: Esensi Erlangga Group.
- Brealey, Richard A., Stewart C Myers., Alan J. Marcus, 2007. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan Perusahaan* (Judul asli: *Fundamentals of Corporate Finance*), jilid 1. Alih bahasa: Yelvi Ansdiri Saimur. Editor: H. Wibi Hardani, Adi Maulana. Jakarta: Erlangga.
- Fajar, Mukti ND. 2013. *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Indonesia studi tentang Penerapan Ketentuan CSR pada Perusahaan Multinasional, Swasta Nasional dan BUMN di Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Harrison, Walter T., Charles T. Horngren, C. William Thomas, Themin Suwardy.2011. *Akuntansi Keuangan – IFRS (Financial Accounting,8e)*, Edisi Kedelapan Jilid Satu, ahli bahasa: Gina Gania,Jakarta: Erlangga.
- Kasmir.2014. *Analisis Laporan Keuangan*, Cetakan Ketujuh, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Kieso, Donald. E, Weygandt, Jerry J, Warfield, TerryD.2007 *Akuntansi Intermediate*,Edisi kedua belas jilid kedua, Ahli bahasa: Emil Salim, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Prasetyo, Aries Heru. *Manajemen Keuangan bagi Manajer NonKeuangan*. Jakarta: PPM, 2011
- Respati, Reza Dwi, Paulus Basuki Hadiprjitno. 2014. “Analisis pengaruh profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan, tipe industri, pengungkapan media, terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.” *Diponegoro Journal of Accounting*, Vol 4, no 4.
- Situmeng, Ilona Vicenovie Oisina.2016. *Corporate Social Responsibility dipandang dari perspektif komunikasi organisasi*. Yogyakarta: Ekuilibria.
- Sumarsan, Thomas. 2013. *Sistem Pengendalian manajemen : konsep, aplikasi dan pengukuran kinerja*, Edisi kedua, Jakarta Barat: Permata Puri Media.
- Vita, Angelina et al. 2013. *Manajemen dalam konteks Indonesia*. Yogyakarta: Kanisius.