

ANALISIS PENGARUH FIRM AGE, FIRM GROWTH AND FIRM VALUE TERHADAP CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DI INDONESIA (Survey Pada Bank Mandiri dan Bank Mandiri Syariah Tahun 2014-2018)

Ersi Sisdianto

Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung
ersisisdianto@radenintan.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh, firm age, firm growth dan firm value pada corporate social responsibility. Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus. Obyek penelitian ini adalah Bank Mandiri dan Bank Syariah Mandiri data penelitian berasal dari laporan keuangan dan Sustainability report Bank Mandiri dan Bank Syariah Mandiri tahun 2014-2018. SPSS 24 digunakan sebagai alat bantu untuk menganalisis data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa firm age, firm growth dan firm value berpengaruh positif dan signifikan terhadap corporate social responsibility. Keterbatasan penelitian ini yaitu hanya membahas seberapa besar pengaruh firm age, firm growth dan firm value terhadap corporate social responsibility, sedangkan firm age berpengaruh negative signifikan terhadap corporate social responsibility dan firm growth dan firm value berpengaruh positif signifikan terhadap corporate social responsibility, serta jumlah sampel dan populasi yang diteliti hanya Bank Mandiri dan Bank Syariah Mandiri sehingga membuka peluang untuk peneliti-peneliti yang baru dengan mengangkat tema yang sama. Implikasi penelitian ini diharapkan agar bisa menambah khasanah ilmu pengetahuan berkaitan dengan pengaruh firm age firm growth dan firm value terhadap corporate social responsibility yang ada di perbankan di Indonesia.

Keyword: *Firm Age, Firm Growth, Firm Value, Corporate Social Responsibility, Sustainability Report*

Pendahuluan

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan. Praktek kedermwanaan sosial perusahaan dewasa ini mengalami perkembangan pesat sejalan dengan perkembangannya konsep Corporate Social Responsibility. Hal terkait dengan mandat dunia untuk tidak semata-mata mencari keuntungan, tetapi harus pula

bersikap etis dan berperan dalam penciptaan investasi social terhadap lingkungan.

Kementerian Badan Usaha Milik Negara (BUMN) menerima laporan dugaan penyalahgunaan dana Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) atau Corporate Social Responsibility (CSR) pada PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk. Staf Khusus Menteri BUMN, Arya Sinulingga mengatakan, pihaknya tengah melakukan pendalaman pada kasus ini. (Detik Finance 06 Des 2019). Fenomena yang muncul pada program Corporate Social Responsibility (CSR) yang terjadi pada PT. Garuda Indonesia (Persero) tidak menutup kemungkinan terjadi pada perusahaan-perusahaan yang melaksanakan

program Corporate Social Responsibility (CSR).

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah suatu tindakan yang dilakukan perusahaan dilakukan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap sosial dan lingkungan disekitar tempat beroperasi (Aini, 2015). Corporate Social Responsibility (CRS) juga dimaksudkan untuk meminimalisir dampak yang di timbulkan perusahaan selama menjalankan aktivitas bisnisnya (Pradnyani dan Sisdyani, 2015).

Program Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan investasi jangka panjang yang berguna untuk meminimalisasi risiko sosial, serta berfungsi sebagai sarana meningkatkan citra perusahaan di mata publik. Salah satu implementasi program Corporate Social Responsibility (CSR) adalah dengan pengembangan atau pemberdayaan masyarakat (community development).

Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang perseroan telah mengatur mengenai ketentuan Corporate Social Responsibility (CSR) yang termuat dalam pasal 74 yang berbunyi sebagai berikut; 1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/ atau yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan, 2) Tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) merupakan kewajiban perseroan yang dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran, 3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana yang dimaksud dalam ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan, 4) Ketentuan lebih lanjut mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan diatur dengan peraturan pemerintah.

Pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) Bank Mandiri antara lain mengacu pada Peraturan Menteri BUMN

No. PER-07/ MBU/05/2015 tanggal 22 Mei 2015 sebagaimana dirubah menjadi Peraturan Menteri BUMN No. PER-09/ MBU/07/2015 tanggal 3 Juli 2015 tentang Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan Badan Usaha Milik Negara.

Tinjauan Pustaka

A. Teori Legitimasi

Teori legitimasi menyatakan bahwa perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat (Fatoni dkk, 2016). Dalam teori legitimasi tersebut perusahaan berusaha untuk menyesuaikan keadaan dengan peraturan-peraturan yang berlaku dimasyarakat sehingga dapat diterima dilingkungan eksternal karena dalam teori legitimasi menyatakan bahwa suatu organisasi hanya bisa bertahan jika masyarakat sekitar merasa bahwa organisasi beroperasi berdasarkan sistem nilai yang sepadan dengan sistem nilai yang dimiliki oleh masyarakat (Sari, 2013). Legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat.

B. Teori Stakeholder

Teori stakeholder mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi stakeholdernya. Definisi stakeholder yang diontarkan (Rhenald Kasali dalam Purnasiswi, 2011) adalah setiap kelompok orang baik yang berada didalam perusahaan maupun diluar perusahaan yang mempunyai peran dalam menentukan keberhasilan perusahaan.

Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh stakeholder kepada perusahaan tersebut sehingga keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan

oleh stakeholder kepada perusahaan tersebut (Fatoni dkk, 2016). Pada dasarnya tanggung jawab perusahaan tidaknya terbatas pada memaksimalkan laba demi kepentingan pemegang saham namun lebih luas lagi yakni menciptakan kesejahteraan bagi kepentingan stakeholder, yaitu semua pihak mempunyai keterkaitan terhadap perusahaan.

a. Firm Age

Firm Age mengindikasikan berapa lama perusahaan tersebut berdiri dan beroperasi. Semakin lama perusahaan maka semakin banyak informasi yang diperoleh masyarakat tentang perusahaan tersebut (Sri dan Sawitri, 2011). Umur perusahaan menunjukkan lamanya eksistensi dan kemampuan bersaing perusahaan. Semakin lama perusahaan maka cenderung meningkatkan kualitas praktek pelaporan keuangan dari waktu ke waktu (Al saced, 2006). 20 Perusahaan yang lebih lama memungkinkan dapat meningkatkan praktek pelaporan laporan keberlanjutan seiring dengan berjalanya waktu (Bhatia dan Tuli, 2017). Perusahaan yang lebih lama berdiri biasanya memiliki manajemen yang baik untuk mengungkapkan laporan keberlanjutan perusahaan. Manajemen perusahaan akan meningkatkan kualitas informasi akuntansi untuk menghasilkan informasi yang lengkap dengan biaya yang rendah dibanding dengan perusahaan yang lebih muda usianya (Al Sammari (2008) dalam Bhatia dan Tuli 2017).

b. Firm Growth

Pertumbuhan perusahaan (company growth) adalah peningkatan atau penurunan total aset yang dimiliki oleh perusahaan. Pertumbuhan perusahaan dihitung sebagai persentase perubahan aset pada tahun tertentu terhadap tahun sebelumnya (Supratinigrum, 2013). Menurut Brigham dan Houston (2009) pertumbuhan perusahaan adalah perubahan (peningkatan atau penurunan) total aset yang dimiliki oleh perusahaan. Pertumbuhan perusahaan dalam

pecking order theory memiliki hubungan yang positif terhadap keputusan pendanaan. Dalam hal ini, perusahaan dengan tingkat pertumbuhan perusahaan yang cepat harus lebih banyak mengandalkan pada dana eksternal.

Semakin tinggi pertumbuhan perusahaan maka semakin besar kebutuhan dana untuk pembiayaan ekspansi. Pernyataan tersebut didukung oleh Joni dan Lina (2010) yang berpendapat bahwa pertumbuhan perusahaan pada dasarnya menggambarkan bagaimana perusahaan menginvestasikan dana yang ia miliki untuk kegiatan operasi dan investasi. Peningkatan jumlah aset, baik aset lancar maupun aset jangka panjang membutuhkan dana, dengan alternatif pendanaan internal atau dengan pendanaan eksternal.

Menurut Joni dan Lina (2010), pertumbuhan perusahaan dapat dirumuskan:

$$\text{Firm Growth} = \frac{\text{Aset Tahun}_t - \text{Aset Tahun}_{t-1}}{\text{Aset Tahun}_{t-1}}$$

c. Firm Value

Nilai perusahaan sangat penting karena mencerminkan seberapa besar perusahaan tersebut dapat memberikan keuntungan bagi investor. Semakin tinggi nilai perusahaan, semakin besar kemakmuran yang akan diterima oleh pemilik perusahaan (Wiagustini, 2014:8). Semula teori perusahaan didasarkan pada asumsi bahwa maksud atau tujuan perusahaan adalah memaksimalkan laba sekarang atau jangka pendek. Akan tetapi, berdasarkan pengamatan perusahaan sering kali mengorbankan laba jangka pendek untuk meningkatkan laba masa depan atau jangka panjang.

Karena baik keuntungan jangka pendek maupun jangka panjang sangat penting, teori perusahaan (theory of the firm) sekarang mempostulatkan bahwa maksud atau tujuan utama perusahaan adalah untuk memaksimalkan kekayaan atau nilai perusahaan (value of the firm).

C. Corporate Social Responsibility

Definisi Corporate Social Responsibility adalah suatu tindakan yang dilakukan perusahaan dilakukan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap sosial dan lingkungan disekitar tempat beroperasi (Aini, 2015). Corporate Social Responsibility juga dimaksudkan untuk meminimalisir dampak yang di timbulkan perusahaan selama menjalankan aktivitas bisnisnya (Pradnyani dan Sisdyani, 2015).

WBSD (The Word Business Council for Sustainable Development) memaknai Corporate Social Responsibility sebagai komitmen bisnis untuk berperilaku etis, beroperasi secara legal, dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang sekaligus meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, serta masyarakat lokal dan masyarakat pada umumnya.

Corporate Social Responsibility merupakan suatu upaya/mekanisme alamiah perusahaan untuk membersihkan keuntungan-keuntungan besar yang diperoleh perusahaan. Sebagaimana yang telah diketahui bahwa perusahaan dalam memperoleh keuntungan terkadang dapat menimbulkan kerugian bagi pihak lain baik dalam kegiatan yang disengaja maupun tidak disengaja. Dikatakan sebagai upaya alamiah Corporate Social Responsibility adalah konsekuensi dari dampak yang ditimbulkan dalam menjalankan kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dapat merugikan masyarakat. Oleh karena itu, perusahaan berkewajiban untuk mengembalikan keadaan masyarakat yang mengalami dampak yang telah ditimbulkan oleh kegiatan yang telah dilakukan oleh perusahaan menjadi lebih baik

Metode

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan penelitian kuantitatif dimana proses penggalan informasi diwujudkan

dalam bentuk angka-angka sebagai alat untuk menemukan keterangan mengenai apa yang diketahui. Penelitian kuantitatif lebih menekankan fenomena-fenomena objektif, dan maksimalisasi objektivitas, desain penelitian ini dilakukan dengan menggunakan angka-angka, pengolahan statistik, struktur dan percobaan terkontrol (Moleong, 2011:2). Penelitian kuantitatif mencakup setiap jenis penelitian yang didasarkan atas perhitungan persentase, rata-rata, dan perhitungan lainnya. Dengan kata lain penelitian ini menggunakan perhitungan angka atau kuantitas (Moleong, 2011:1).

Berdasarkan waktunya penelitian ini adalah cross sectional yaitu penelitian yang dilakukan pada periode waktu tertentu dan untuk mengumpulkan data yang berkaitan dalam rangka menemukan jawaban atas pertanyaan penelitian (Sekaran & Bougie, 2010:178).

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2014 - 2018. Menurut Sugiyono (2016:80) mendefinisikan populasi sebagai berikut: "Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya." (Sugiyono, 2016).

Tujuan dari metode ini supaya sampel yang dipilih sesuai dengan tujuan masalah penelitian, sehingga memperkecil kesalahan dalam proses pemilihan data. Selain itu juga karena pertimbangan mengenai kelengkapan data dan ketersediaan data yang akan dikumpulkan.

Pembahasan

Table 4.1.
Descriptive analysis

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Firm Age	10	15	20	17,50	1,581
Firm Growth	10	32,10	28,65	10,46	16,80
Firm Value	10	,45	4,75	2,07	1,56229
CSR	10	29548,00	114552,00	56218,89	31600,11
Valid N (listwise)	10				

Pada Tabel 4.1 menunjukkan bahwa masing-masing variabel dapat dijelaskan sebagai berikut; 1) untuk hasil corporate social responsibility (Y) menunjukkan nilai minimum atau terkecil yaitu 29.548 dan nilai maximum sebesar 114.552. Rata-rata corporate social responsibility tahun 2014-2018 adalah sebesar 56.218,8940. Nilai standar deviasi corporate social responsibility yaitu hasil firm age (X1) menunjukkan nilai minimum atau terkecil yaitu 15 dan nilai terbesar (maximum) adalah sebesar 20. Rata-rata firm age pada perusahaan yang diobservasi tahun 2014-2018 adalah sebesar 17.50. Nilai standar deviasinya yaitu sebesar 1,581, 4) hasil firm agrowth (X2) menunjukkan nilai minimum adalah (32,10) dan nilai maksimum adalah 28.65. Rata-rata firm growth perusahaan yang di observasi adalah sebesar 10.46 sedangkan standar deviasinya adalah 16.80) hasil firm value (X4) menunjukkan nilai minimum adalah 0.45 dan nilai maksimum adalah 4.75. Rata-rata firm value perusahaan yang di observasi adalah sebesar 2.07sedangkan standar deviasinya adalah 1.56229.

Table 4.2

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Unstandardized Residual	
Normal Parameters ^{a,b}	N	10	
	Mean	,0000000	
	Std. Deviation	9690,37	
Most Extreme Differences	Absolute	,155	
	Positive	,155	
	Negative	-,142	
Test Statistic		,155	
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}	

Uji Normalitas digunakan untuk menguji tingkat kenormalan variabel dependen dan variabel independen. Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Persyaratan data tersebut normal apabila probalitas diatas 0,05.

Berdasarkan tabel di atas nilai Asymp.Sig (2tailed) sebesar 0.200 atau lebih besar dari 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang di uji berdistribusi normal.

Tabel 4.3

Pembuktian Hipotesis

Coefficients ^a					
	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	105499,549	66306,268		1,591
	Age	6989,977	4371,949	,350	1,599
	Growth	2008,998	641,470	1,068	3,132
	Value	33813,939	9052,610	1,672	3,735

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah corporate social (Y), sedangkan yang menjadi variabel independen adalah firm age (X1), firm growth (X2) dan firm value (X3). Sehingga persamaan regresi yang terbentuk adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Corporate social responsibility

a = intersep (konstanta)

b1 = koefisien regresi variabel independen 1

b2 = koefisien regresi variabel independen 2

b3 = koefisien regresi variabel independen 3

X1 = Firm age

X2 = Firm Growth

X3 = Firm Value

e = Error term.

Persamaan regresi selengkapnya dapat dilihat seperti berikut:

$$Y = + 5.273X_1 - 6989.977X_2 + 2008.998X_3 + 33813.939X_4 + e$$

Dari persamaan regresi linear di atas dapat diperoleh nilai konstantanya adalah sebesar 105499.549. Artinya, jika variabel corporate social responsibility tidak dipengaruhi oleh variabel firm age, firm growth dan variabel firm value atau variabel bebasnya bernilai nol (0) maka besarnya rata-rata corporate social responsibility adalah 105499.549.

Koefisien regresi untuk variabel bebas X_1 (firm age) bernilai negatif, menunjukkan adanya hubungan yang berlawanan antara firm age (X_1) dengan Corporate social responsibility(Y). Koefisien regresi variabel X_2 sebesar (6989,977) mengandung arti untuk setiap pertambahan firm age (X_1) sebesar satu satuan akan menyebabkan penurunan Corporate social responsibility (Y) sebesar (6989,977).

Koefisien regresi untuk variabel bebas X_2 (firm growth) bernilai positif, menunjukkan adanya hubungan yang searah antara firm growth (X_2) dengan Corporate social responsibility(Y). Koefisien regresi variabel X_2 sebesar 2008.998 mengandung arti untuk setiap pertambahan firm growth (X_2) sebesar satu satuan akan menyebabkan kenaikan Corporate social responsibility(Y) sebesar 2008.998.

Koefisien regresi untuk variabel bebas X_3 (firm value) bernilai positif, menunjukkan adanya hubungan yang searah antara firm value (X_3) dengan Corporate social responsibility(Y). Koefisien regresi variabel X_3 sebesar 33813.939 mengandung arti untuk setiap pertambahan firm value (X_3) sebesar satu satuan akan menyebabkan kenaikan Corporate social responsibility(Y) sebesar 33813.939.

Firm Growth berpengaruh positif dan signifikan terhadap Corporate Social Responsibility.

Berdasarkan table 2 di atas diketahui bahwa t hitung firm size adalah (1.599) dengan tingkat signifikansi 0.171 atau lebih

besar dari 0.05 ($0.171 > 0.05$). Artinya Hipotesis Firm Age berpengaruh positif dan signifikan terhadap Corporate Social Responsibility ditolak.

Hasil penelitian ini berbeda dengan hasil penelitian Waluyo (2017) menyatakan that firm age significantly influences Corporate Social Responsibility disclosure. Trencansky & Tsaparlidis (2014) findings is that company age is significantly and positively associated with the length of implementation periods of certified management systems and voluntary and philanthropic activities. In other words, increasing company age is associated with increasing implementation time period of these two CSR activities.

Firm Growth berpengaruh positif dan signifikan terhadap Corporate Social Responsibility.

Berdasarkan table 2 di atas diketahui bahwa t hitung firm growth adalah 3.132 dengan tingkat signifikansi 0.026 atau lebih kecil dari 0.05 ($0.026 < 0.05$). Artinya Hipotesis Firm Growth berpengaruh positif dan signifikan terhadap Corporate Social Responsibility diterima.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Waluyo (2017) menyatakan bahwa firm growth measured by the ratio of sales growth is not affecting Corporate Social Responsibility. Bocquet (2017) Firms with strategic CSR achieve growth through both their product and process innovations

Firm Value berpengaruh positif dan signifikan terhadap Corporate Social Responsibility.

Berdasarkan table 2 di atas diketahui bahwa t hitung firm value adalah 3.735 dengan tingkat signifikansi 0.013 atau lebih kecil dari 0.05 ($0.013 < 0.05$). Artinya Hipotesis Firm Value berpengaruh positif dan signifikan terhadap Corporate Social Responsibility diterima.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Hoje dan Harjoto (2011)

menyatakan bahwa firm value memberikan dampak yang positif pada corporate social responsibility. Corporate social responsibility (policy, program, or process) is 'strategic' when it yields substantial business-related benefits to the firm (Burke and Logsdon, 1996). the statistical results indicate that the fulfillment of CSR has a positive impact on firm value and stock return.

Kesimpulan

Berdasarkan permasalahan, pengujian hipotesis dan pembahasan yang disampaikan maka dapat disimpulkan bahwa firm growth dan firm value mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap corporate social responsibility dan firm value sedangkan firm age tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap corporate social responsibility survey pada Bank Mandiri dan Bank Syari'ah Mandiri di Indonesia pada tahun 2014-2018. Penelitian ini diharapkan mempunyai dampak pada dua bagian, yaitu kontribusi teori, kontribusi praktik, dan kontribusi kebijakan. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi secara ilmiah terhadap akuntansi lingkungan khususnya tentang corporate social responsibility yang dipengaruhi oleh firm age, firm growth dan firm value. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan bagi pemilik perusahaan, investor dan pengambil kebijakan yang bisa dimanfaatkan dalam pengelolaan perusahaan. Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa pengaruh firm age, firm growth dan firm value mempunyai pengaruh yang positif signifikan corporate social responsibility.

Penelitian ini telah dilakukan secara maksimal oleh peneliti namun peneliti menyadari bahwa masih banyak keterbatasan yaitu, antara lain Variabel yang mempengaruhi corporate social responsibility hanya terdiri dari variabel firm age, firm growth dan firm value. Sampel sasaran juga hanya berfokus kepada Bank Mandiri dan

Bank Mandiri Syari'ah Yang ada di Indonesia dan jangka waktunya pengamatan juga hanya 5 tahun. Untuk penelitian berikut diharapkan kepada peneliti untuk memasukkan variabel-variabel yang lebih banyak lagi dan jumlah sampel yang lebih banyak serta jangka waktu pengamatan yang lama. Adanya keterbatasan penelitian dengan menggunakan data sekunder yaitu terkadang laporan keuangan yang dipublish untuk umum tidak menunjukkan keadaan sesungguhnya. Penelitian ini tidak dapat mewakili seluruh perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan di atas maka peneliti dapat memberikan saran-saran sebagai berikut: perbankan diharapkan dapat meninjau kembali pelaksanaan program corporate social responsibility. Manajemen harusnya jujur dan berhati-hati dalam mengelola pelaksanaan program corporate social responsibility karena akan membawa dampak yang positif apabila program tersebut berjalan dengan sesuai yang distandarkan.

Daftar Pustaka

- Aini, A. K. 2015. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) Pada Perusahaan yang Terdaftar di Indeks LQ45 Bursa Efek Indonesia (BEI). Skripsi. Universitas Mulawarman. Samarinda.
- Barton, Carter et al. (1989). The First Amendment and the Fifth Estate, Regulation of Electronic Mass Media, Second Edition. New York: The Foundation Press Inc.
- Brigham, Eugene F. dan Joel F. Houston, 2009. Dasar-dasar Manajemen Keuangan, Buku Satu, Edisi Kesepuluh, Alih Bahasa Ali Akbar Yulianto. Jakarta: Salemba Empat.
- Brigham, Eugene F. Dan J.F. Houston. 2010. Dasar-Dasar Manajemen Keuangan. Edisi 11. Jakarta: Salemba Empat
- Bocquet, Rachel & Le Bas, Christian & Mothe, Caroline & Poussing, Nicolas.

- (2017). CSR, Innovation, and Firm Performance in Sluggish Growth Contexts: A Firm-Level Empirical Analysis. *Journal of Business Ethics*. 10.1007/s10551-015-2959-8.
- Burke, L. and J. M. Logsdon: 1996, 'How Corporate Social Responsibility Pays Off', *Long Range Planning* 29(4), 495–502
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with Forks The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Oxford: Captone Publishing Ltd.
- Fama, Eugene F. (1978). "The Effect of a Firm Investment and Financing Decision on the Welfare of its Security Holders". *American Economic Review* : Vol. 68 PP.271-282
- Fachry Maulana. 2013. "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR)". *Jurnal Akuntansi*, Vol.2(2). Tahun 2013.
- Fatoni dkk. 2016. Pengaruh Kepemilikan Publik, Return On Equity, Current Ratio, Umur Perusahaan, dan Company Size Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Journal of Accounting*. Vol. 2 No. 2
- Hartono, Jogiyanto. 2013. *Teori Portofolio dan Analisa Investasi*. Edisi 7. Yogyakarta: BPFE
- Harmono. 2009. *Manajemen Keuangan Berbasis Balanced Scorecard (Pendekatan Teori, Kasus, dan Riset Bisnis)*. Jakarta: Bumi Aksara
- Hill, R. P., T. Ainscough, T. Shank, and D. Manullang, 2007, Corporate social responsibility and socially responsible investing: A global perspective, *Journal of Business Ethics* 70, 165-174.
- Hoje Jo and Maretno A. Harjoto. 2011. Corporate Governance and Firm Value: The Impact of Corporate Social Responsibility. *Journal of Business Ethics* (2011) 103:351-383.
- Joni dan Lina. (2010). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Struktur Modal. *STIE Trisakti. Jurnal Bisnis dan Akuntansi*. Vol. 12, No.2, Agustus 2010, Hlm. 81-96.
- Moleong, L.J. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- McWilliams, A., and D. Siegel, 2001, Corporate social responsibility and firm financial performance: correlation or misspecification? *Strategic Management Journal* 21, 603-60
- Niresh, J.A., dan Velnampy, T. 2014. "Firm Size and Profitability: A Study of Listed Manufacturing Firms in Sri Lanka". Sri Lanka: University of Jaffna
- Noerirawan, Ronni, dkk. 2012. Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi* Vol.1 No. 2.
- Nawaiseh, Mohammad Ebrahim, Soliman .S. Also boa and Rezk Abou Zaid Youssef El-shohnah. 2015. Influence of Firm Size and Profitability on Corporate Social Responsibility Disclosures by Banking Firms (CSRD): Evidence from Jordan. *Journal of Applied Finance & Banking*, vol. 5, no. 6, 2015, 97-111 ISSN: 1792-6580 (print version), 1792-6599 (online) Scienpress Ltd, 2015.
- Pradnyani dan Sisdyani. 2015. Pengaruh Ukuran perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Dewan Komisaris terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 11.2 (2015): 384- 397. ISSN: 2302-8556
- Oktariani. 2014. Pengaruh Karakteristik Perusahaan dan Tanggung Jawab Lingkungan pada Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *EJurnal Akuntansi Universitas Udayana*. h: 402-418
- Rhenald Kasali dalam Purnasiswi, 2011 Analisis Pengaruh Size, Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Pengungkapan CSR Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.
- Sari, Mega Putri Yustia dan Marsono. 2013. "Perungah Kinerja Keuangan, Ukuran Perusahaan dan Corporate Governance terhadap Pengungkapan Sustainability Report". Dalam *Diponegoro Journal of Accounting*. Vol. 2, No. 3. Semarang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Supratininingrum. 2013. Pengaruh Moderasi Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Hubungan Return On Equity (ROE) dan Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah UNTAG*, Semarang.

- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung : Alfabet. CV
- Syafi'I, Imam. 2013. Karakteristik Perusahaan Dan Struktur Modal Pada Perusahaan Sektor Makanan-Minuman. Media Mahardika, 11(3), h:1-30
- Trencansky, David and Dimitrios Tsaparlidis. 2014. The effects of company's age, size and type of industry on the level of CSR (The development of a new scale for measurement of the level of CSR). Student Umeå School of Business and Economics Spring Semester 2014 Master Thesis, 15hp
- Uma Sekaran, Bougie, Roger. 2010. Research Methods for Business: A Skill Building Approach. 5th Edition. Wiley.
- Wagiu, Frily Ansyelia dan Peggy A. Mekel. 2014. The Effect Of Firm Size, Profitability, Leverage And Board Size on Disclosure of Corporate Social Responsibility in Company's Annual Reports. Jurnal EMBA Vol.2 No.3 September 2014, Hal. 1540-1549
- Waluyo. 2017. Firm Size, Firm Age, and Firm Growth on Corporate Social Responsibility in Indonesia: The Case of Real Estate Companies. European Research Studies Journal Volume XX, Issue 4A, 2017
- Wang. Y George. 2017. Taking Corporate Social Responsibility as Growth Strategy. Intechopen, Rijeka.
- Wang. Y George. 2017. Taking Corporate Social Responsibility as Growth Strategy. Intechopen, Rijeka.
- Wineberg, Danette and Phillip H. Rudolph. (May 2004). "Corporate Social Responsibility- What Every In House Counsel Should Know", dalam ACC Docket.
- World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), World Resources Institute (WRI), 2011. Greenhouse Gas Protocol Corporate Value Chain (Scope 3) Accounting and Reporting Standard. World Resources Institute and World Business Council for Sustainable Development, USA
- Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang perseroan telah mengatur mengenai ketentuan Corporate Social Responsibility (CSR)
- Peraturan Menteri BUMN No. PER-07/MBU/05/2015 tanggal 22 Mei 2015 sebagaimana dirubah menjadi Peraturan Menteri BUMN No. PER-09/MBU/07/2015 tanggal 3 Juli 2015 tentang Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan Badan Usaha Milik Negara