

PENGARUH *SLACK RESOURCES*, UKURAN PERUSAHAAN, KEPEMILIKAN PUBLIK DAN KINERJA LINGKUNGAN TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) PADA PERUSAHAAN LQ45 YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2016 – 2019

Hasan Badilah N*, Maslichah, dan Afifudin*****

Universitas Islam Malang
Email : hasanbadillah1@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Slack Resources*, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Publik, dan Kinerja Lingkungan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016 – 2019. Berdasarkan jumlah perhitungan didapatkan 25 perusahaan yang terpilih menjadi sampel. Hasil analisis menggunakan analisis regresi linear berganda yang menunjukkan *Slack Resources*, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Publik, dan Kinerja Lingkungan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* secara simultan. Secara parsial hasil pengujian menunjukkan *Slack Resources*, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Publik, dan Kinerja Lingkungan memiliki pengaruh yang signifikan.

Kata Kunci : *Slack Resources*, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Publik, Kinerja Lingkungan, *Corporate Social Responsibility*.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Slack Resources, Company Size, Public Ownership, and Environmental Performance on Disclosure of Corporate Social Responsibility at LQ45 Companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2016 - 2019. Based on the number of calculations, 25 companies were selected as samples. The results of the analysis use multiple linear regression analysis which shows that Slack Resources, Company Size, Public Ownership, and Environmental Performance have a significant influence on Corporate Social Responsibility simultaneously. Partially the test results show Slack Resources, Company Size, Public Ownership, and Environmental Performance have a significant effect.

Keywords: *Slack Resources, Company Size, Public Ownership, Environmental Performance, Corporate Social Responsibility.*

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Penyebab terjadi rusaknya lingkungan salah satunya ialah karena operasional corporate atau perusahaan, bukan hanya merusak lingkungan, aktivitas perusahaan juga berdampak pada masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, hal itu diperlukan untuk pemangku kepentingan data ini bakal membuktikan bahwanya sebuah corporate melakukan kegiatan kemasyarakatannya. Perusahaan tidak hanya menghadapi tanggung jawab untuk menerima laba, tetapi juga harus memperhatikan masalah sosial dan lingkungan. Timbulnya perlawanan masyarakat dikarenakan kurangnya perusahaan terhadap kepedulian sosial, dan masyarakat sekitar pun tidak merasakan masukan dari perusahaan bahkan dampak negatif yang dirasakan masyarakat dalam operasional perusahaan. Konsekuensinya, dengan tetap mempertahankan eksistensinya, perusahaan tidak terlepas dari masyarakat sebagai lingkungan eksternal. Terdapat hubungan timbal balik (timbal balik) antara perusahaan dan masyarakat. Perusahaan seringkali hanya berfokus pada peningkatan kesejahteraan pemilik (pemegang saham) dan kreditor. Perusahaan yang berdampingan dengan

pemilik modal memaksa perusahaan untuk mengeksploitasi sumber daya alam dan sosial (masyarakat) dengan cara yang tidak terkendali, sehingga dalam beberapa kasus menimbulkan konflik di dalam masyarakat atau di dalam perusahaan, karena dipinjam dari Friedman (1962).

Setelah dijelaskan tentang CSR ada beberapa hal yang mempengaruhi pengungkapan CSR tersebut salah satunya ialah *slack resources*, atau bisa disebut dengan sumber daya. Sumber daya didefinisikan sebagai sesuatu yang berharga, unik, tidak dapat diimitasi secara sempurna, dan tak tergantikan yang dimiliki oleh perusahaan (Branco dan Rodrigues 2006) sumber daya (*Resources*) yang dimiliki intuisi karena pelaksanaan maupun pelaporannya membutuhkan sumber daya yang memadai untuk pengungkapan CSR. Berdasarkan perspektif *resources-based*, pengungkapan CSR merupakan suatu media bagi perusahaan untuk membangun hubungan yang baik dengan stakeholders mereka karena pengungkapan CSR menyajikan informasi adanya jaminan bagi stakeholder bahwa sumber daya yang dimiliki perusahaan telah dipergunakan dengan baik dan sesuai dengan norma yang ada sehingga para stakeholders tidak lagi mengkhawatirkan isu keberlanjutan perusahaan di masa yang akan datang (Toms 2002; Branco dan Rodrigues 2006).

Selain faktor *slack resources* ada faktor nilai perusahaan, *size* atau ukuran perusahaan juga mempengaruhi pengungkapan CSR. Ukuran perusahaan merupakan besar kecilnya ukuran aset yang dimiliki oleh perusahaan. Menurut Riyanto (2013:313), Ukuran perusahaan merupakan besar kecilnya perusahaan dapat dilihat dari besarnya nilai *equity*, nilai penjualan atau nilai aktiva. Perusahaan sendiri dikategorikan dalam dua jenis, yaitu perusahaan berskala kecil dan perusahaan berskala besar (Rudangga dan Sudiarta, 2016). Karna dalam ukuran perusahaan apabila semakin besar suatu perusahaan maka semakin luas pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuat perusahaan.

Faktor lain ialah kebijakan publik, kebijakan publik juga berpengaruh dalam pengungkapan CSR. Menurut Na'im dan Rakhman (2000) dalam Rahajeng (2010) menjelaskan bahwa kepemilikan saham oleh publik maksudnya adalah jumlah saham yang dimiliki oleh publik. Pengertian publik disini adalah pihak individu di luar manajemen dan tidak memiliki hubungan istimewa dengan perusahaan. Semakin besar proporsi kepemilikan saham publik, semakin banyak pihak yang membutuhkan informasi tentang perusahaan, sehingga banyak pula butir-butir informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan. Itulah sebabnya mengapa kebijakan publik berpengaruh terhadap pengungkapan CSR karna semakin besar persentase saham yang dilepas perusahaan kepada publik, semakin besar pula kontrol publik terhadap kebijakan perusahaan. Sehingga publik/masyarakat memerlukan pengungkapan informasi sukarela lebih banyak dari perusahaan yang bersangkutan untuk memantau perkembangan yang ada.

Berbagai permasalahan *corporate social responsibility* (CSR) di Indonesia pun bermunculan. Pada tahun 2014 Suwandi sebagai ketua umum *corporate Forum For Community Development* (CFCD) memberi penjelasan bahwa jangkauan pelaksanaan program CSR di Indonesia belum merata. Sebab, CSR ini belum dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat yang dilakukan hanya untuk tujuan pihak-pihak tertentu saja dan tidak bersifat berkelanjutan. Fakta lain menunjukkan pelaksanaan CSR yang berpola kemitraan tidak dilakukan secara baik sejak awal. Akibatnya, pengambilan keputusan-keputusan penting dalam rangka pelaksanaan program tersebut sering dilakukan secara sepihak oleh perusahaan (www.amerta.id) tahun 2014.

Faktor yang terakhir dalam penelitian ini ialah faktor kinerja lingkungan, faktor kinerja lingkungan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Kinerja lingkungan perusahaan (*environmental performance*) adalah kinerja perusahaan dalam menciptakan lingkungan yang baik atau *green* (Suratno dkk 2006). Perusahaan hanya memperhatikan untuk memaksimalkan

laba itu sendiri, akhirnya disadari bahwa dampak terhadap lingkungan semakin tinggi dan sulit untuk dikendalikan seperti polusi, kebisingan, kesewenang-wenangan, pemaksaan, dan diskriminasi. Oleh karena itu, masyarakat tersebut menuntut agar perusahaan senantiasa memperhatikan dampak-dampak sosial yang ditimbulkan dan upaya untuk mengatasinya karena tidak sedikit pula perusahaan-perusahaan yang masih kurang peduli terhadap lingkungan sekitar. Oleh karena itu masalah pengelolaan sosial dan lingkungan untuk saat ini tidak boleh dianggap aspek yang tidak dianggap penting dalam beroperasinya perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan atau di kenal dengan istilah *Corporate Social Responsibility*, merupakan aspek penting yang harus dilakukan perusahaan dalam operasionalnya (Buga, 2015). *Corporate Social Responsibility* (CSR) mengandung makna perusahaan memiliki tugas moral untuk berlaku jujur, mematuhi hukum, menjunjung tinggi integritas dan tidak korupsi. CSR juga menekankan bahwa perusahaan harus mengembangkan praktik bisnis yang etis dan sustainable secara ekonomi, sosial dan lingkungan (Yakub, 2004).

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh *Slack Resources*, Ukuran Perusahaan (*Size*), Dan Kepemilikan Publik, Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*”**.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana dampak *Slack Resources*, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Publik, serta Kinerja Lingkungan Berkenaan *Corporate Social Responsibility*.

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui seberapa besar dampak *Slack Resources*, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Publik, serta Kinerja Lingkungan Berkenaan *Corporate Social Responsibility*.

1.4 Manfaat Penelitian

Untuk peneliti agar mendapat bahan masukan atau wawasan ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan *Corporate Social Responsibility*.

2. KERANGKA TEORITIS

2.1 Penelitian Terdahulu

Kusuma (2014) melakukan penelitian tentang “Pengaruh Kinerja Ekonomi dan Kinerja Lingkungan terhadap *Corporate Social Responsibility* ” Penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2010 – 2012. Berdasarkan hasil penelitian terhadap CSR pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia tahun 2010-2012, maka dapat disimpulkan bahwa kinerja ekonomi dan kinerja lingkungan berpengaruh positif signifikan terhadap CSR. Hal ini dapat dilihat dari tingkat signifikan dari masing-masing variabel yaitu 0,013 untuk ROA dan 0,000 untuk PROPER yang lebih kecil dari 0,05.

Fatoni (2016) melakukan penelitian tentang “Pengaruh kepemilikan Publik, *Return On Equity*, *Current Ratio*, Umur Perusahaan dan *Company Size* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*” Penelitian ini dilakukan pada perusahaan *Real Estate And Property* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011 – 2014. Terdapat pengaruh kepemilikan publik terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* hal ini menunjukkan semakin besar kepemilikan publik maka semakin besar mengungkapkan informasi sosial lebih luas dalam rangka untuk meningkatkan *image* perusahaan. Terdapat pengaruh positif signifikan *company size* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* hal ini diartikan bahwa semakin besar suatu perusahaan maka pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang dibuat juga cenderung semakin luas.

2.1.1 *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Corporate Social Responsibility pada umumnya merupakan bentuk tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan terhadap lingkungan masyarakat seperti dengan cara melakukan kegiatan sosial yang bermanfaat untuk masyarakat. Menurut *World Business Concinn in Sustainable Development* (WBCSD), *Corporate Sosial Responsibility* merupakan suatu komitmen perusahaan untuk mempunyai tindakan yang etis dan memberikan kontribusi terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan dengan peningkatan taraf hidup dari masyarakat luas, karyawan beserta seluruh keluarganya dan komunitas setempat.

Menurut konsep Kotler dalam kutipan Rachman (2011) bahwa CSR yaitu sesuatu yang dilaksanakan jika tidak akan berakibat buruk pada perusahaan tersebut. Pada konsep CSR dilaksanakan hanya sebagai hal yang perlu dilakukan bukan sebuah kewajiban atau peraturan yang diharuskan. Lain dengan Indonesia sekarang, pelaksanaan CSR adalah suatu aktivitas yang wajib dilakukan yang juga telah sudah diatur dalam undang – undang perseroan.

CSR bisa berkaitan dengan *stakeholder*, kelangsungan hidup perusahaan dan juga kesejahteraan masyarakat. Pada intinya dalam rangka efisiensi perusahaan untuk menjalankan aktivitas bisnisnya harus mempunyai prioritas utama, strategi dan juga laba jangka panjang yang diperoleh jika perusahaan bisa bermanfaat dan didukung dengan adanya *stakeholder*.

Adapun landasan teori yang digunakan dalam mengatur tentang pengungkapan CSR adalah Teori Legitimasi yang menyatakan bahwa perusahaan harus bisa meyakinkan masyarakat bahwa kegiatan – kegiatan dan kinerja perusahaan di terima oleh masyarakat. Perusahaan melakukan tanggung jawab terhadap lingkungannya dengan cara menggunakan pengungkapan CSR yang dilakukan pada laporan tahunan perusahaan. Jika masyarakat melakukan penerimaan tersebut maka bisa meningkatkan laba perusahaan sehingga bisa menjadi bahan pertimbangan investor. Menurut Erdanu (2010), teori legitimasi menjadi salah satu teori yang paling sering digunakan ketika berhubungan dengan wilayah sosial dan akuntansi lingkungan.

1. **Prinsip – prinsip *Corporate Social Responsibility***

Corporate Social Responsibility harus mempunyai landasan penerapan yang kuat dengan demikian tidak ada suatu alasan yang dapat membiaskan pemahaman terhadap CSR karena CSR dituntut untuk menciptakan kehidupan yang lebih baik untuk dunia. Selain itu, CSR juga mengandung dimensi yang sangat kompleks dan luas sebagai tanggung jawab sosial. Maka dari itu, banyak ahli atau tokoh – tokoh penting dalam perkembangan CSR untuk mengajukan beberapa prinsip dasar digunakan sebagai acuan pelaksanaan CSR. Menurut Noor (2011), beberapa standarisasi prinsip CSR adalah sebagai berikut :

1. *Good Corporate Governance* (GCG)

GCG mempunyai kaitan yang erat dengan CSR. GCG menekankan pada tindakan perusahaan bertanggung jawab terhadap dampak eksternal yang pada akhirnya mengarah kepada pertanggung jawaban sosial.

2. *Transparency* (Keterbukaan Informasi)

Secara sederhana, bisa diartikan sebagai keterbukaan informasi. Dalam mewujudkan prinsip ini perusahaan dituntut untuk menyediakan informasi yang cukup, akurat dan tepat waktu kepada *Stakholder*-nya.

3. *Accountability* (Akuntabilitas)

Merupakan kejelasan fungsi struktur, sistem dan pertanggung jawaban elemen perusahaan. Apabila prinsip ini diterapkan secara efektif, maka akan ada kejelasan akan fungsi, hak, kewajiban dan wewenang serta tanggung jawab antar pemegang saham, dewan komisaris dan dewan direksi.

4. *Independency* (Kemandirian)

Intinya agar perusahaan dikelola secara profesional tanpa ada benturan kepentingan dan tanpa adanya tekanan atau intervensi dari pihak manapun yang tidak sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Kegiatan pemilihan program CSR yang akan dilakukan oleh perusahaan tergantung pada apa yang ingin dicapai oleh perusahaan dalam melaksanakan tujuan CSR. Kotler dan Nancy (2005), ada beberapa kategori program CSR adalah sebagai berikut :

1. *Cause promotion*

Dalam program ini, perusahaan menyediakan dana atau sumber daya yang dimiliki perusahaan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap suatu masalah sosial atau untuk mendukung pengumpulan dana, partisipasi dari masyarakat, atau perekrutan tenaga sukarela untuk kegiatan tertentu.

2. *Cause related marketing* (CRM)

Dalam program ini, perusahaan memiliki komitmen untuk menyumbangkan presentase tertentu dari penghasilannya untuk suatu kegiatan sosial berdasarkan besarnya penjualan produk. Kegiatan ini biasanya didasarkan kepada penjualan produk tertentu, untuk jangka waktu tertentu, serta untuk aktivitas tertentu.

3. *Corporate social marketing* (SCM)

Perusahaan mengembangkan dan melaksanakan kampanye untuk mengubah perilaku masyarakat dengan tujuan meningkatkan kesehatan dan keselamatan publik, menjaga kelestarian lingkungan hidup, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dalam kampanye SCM lebih banyak terfokus untuk mendorong perubahan perilaku yang berkaitan dengan isu – isu kesehatan, perlindungan terhadap kecelakaan, lingkungan serta keterlibatan masyarakat.

4. *Corporate philanthropy*

Perusahaan memberikan sumbangan langsung dalam bentuk derma untuk kalangan masyarakat tertentu. Sumbangan tersebut biasanya berbentuk pemberian uang secara tunai, paket bantuan, atau pelayanan secara Cuma – Cuma. *Corporate philanthropy* biasanya berkaitan dengan berbagai kegiatan sosial yang menjadi prioritas perhatian perusahaan.

5. *Community volunteering*

Perusahaan mendukung serta mendorong para karyawan, rekan pedagang eceran untuk menyisihkan waktu mereka secara sukarela guna membantu organisasi – organisasi masyarakat lokal maupun masyarakat yang menjadi sasaran program.

6. *Socially responsible business practice*

Perusahaan melakukan aktivitas bisnis melampaui aktivitas bisnis yang diwajibkan oleh hukum serta melaksanakan investasi yang mendukung kegiatan sosial dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan komunitas dan memelihara lingkungan hidup.

a. *Sustainability Reporting*

Sustainability Reporting merupakan pengungkapan laporan pada *Corporate social responsibility*, yaitu pelaporan yang berikan tentang suatu kinerja organisasi, kebijakan ekonomi, lingkungan serta sosial, serta produk yang dihasilkan pada konteks pembangunan berkelanjutan (*Sustainable Development*). Adapun kerangka pelaporan untuk membuat *sustainability reports* yang terdiri atas panduan pelaporan, standart pengungkapan dan prinsip pelaporan merupakan pengertian dari *Global Reporting Initiative* (GRI). Indikator yang digunakan di dalam GRI dalam penelitian terdapat enam indikator, yaitu :

- a. Indikator ekonomi
- b. Indikator lingkungan
- c. Indikator tenaga kerja
- d. Indikator hak asasi manusia
- e. Indikator sosial
- f. Indikator produk

Perhitungan *Corporate social responsibility* menggunakan rumus sebagai berikut :

$$CSRI = \frac{\sum Xi}{n}$$

Keterangan :

CSRI : *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan.

$\sum Xi$: Total angka atau skor yang diperoleh masing – masing perusahaan.

n : Jumlah item yang diungkapkan oleh perusahaan.

Variabel dummy yang digunakan untuk perhitungan CSR yaitu :

- a. *Score 0* = Jika perusahaan tidak mengungkapkan item pada daftar pertanyaan.
- b. *Score 1* = Jika perusahaan mengungkapkan item pada daftar pertanyaan.

2.1.2 *Slack Resources*

Hodgson (1998) mengatakan bahwa berdasarkan pandangan *resources-based*, perusahaan merupakan kumpulan dari berbagai sumber daya. Sumber daya didefinisikan sebagai sesuatu yang berharga, unik, tidak dapat diimitasi secara sempurna, dan tak tergantikan yang dimiliki oleh perusahaan (Branco dan Rodrigues 2006). Berbagai definisi *slack resources* diungkapkan oleh banyak peneliti. Salah satu definisi yang sering dijadikan acuan ialah dalam penelitian yang dilakukan oleh Bourgeois (1981), yaitu: “*Cushion of actual or potential resources which allows an organization to adapt successfully to internal pressures for adjustment or to external pressures for change in policy, as well as to initiate changes in strategy with respect to the external environment*” (Bourgeois 1981). Menurut Anggrini dan Djakman dalam penelitiannya *slack resources* dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

Ln = Total kas dan setara kas.

2.1.3 Ukuran Perusahaan

Menurut Suryana (2006:119) klasifikasi ukuran perusahaan adalah Industri yang menyerap tenaga 1 – 9 orang termasuk industri kerajinan rumah tangga. Industri kecil menyerap 10 – 49 orang, industri sedang menyerap 50 – 99 orang, dan industri besar menyerap tenaga kerja 100 orang lebih. Adapun klasifikasi ukuran perusahaan juga di atur dalam Undang – Undang No. 20 tahun 2008 terbagi dalam empat kategori, yaitu :

1. Usaha Mikro, usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang – undang ini.
2. Usaha Kecil, usaha produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasi atau menjadi bagian langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang – undang ini.
3. Usaha Menengah, usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang – undang ini
4. Usaha Besar, usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan sejumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah, yaitu meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia

Tabel 2.1
Kriteria Ukuran Perusahaan menurut UU No. 20 Tahun 2008

Ukuran Perusahaan	Aset (Tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha)	Penjualan Tahunan
Usaha Mikro	Maksimal 50 Juta	Maksimal 300 Juta
Usaha Kecil	>50 Juta – 500 Juta	>300 Juta – 2.5 M
Usaha Menengah	>10 Juta – 10 M	2.5 M – 50 M
Usaha Besar	>10 M	>50M

Pengukuran Ukuran Perusahaan

Pengukuran ukuran perusahaan dapat ditentukan dengan nilai seperti modal, penjualan, laba dan total aktiva. Dari nilai tersebut dapat menentukan besar kecilnya suatu perusahaan. Menurut Rudangga dan Sudiarta (2016) ukuran perusahaan dapat dinyatakan dengan total aset yang dimiliki oleh perusahaan. Dalam ukuran perusahaan terdapat tiga variabel yang dapat menentukan ukuran perusahaan yaitu total aset, penjualan, dan kapitalisasi pasar. Karena variabel itu dapat menentukan besarnya suatu perusahaan. Menurut (Rahmawati, dkk, 2015) rumus yang digunakan untuk menghitung nilai perusahaan yaitu : $Size = Ln(\text{Total Asset})$

Berdasarkan dari penjelasan diatas menunjukkan bahwa menentukan ukuran perusahaan menggunakan ukuran aktiva yang diukur sebagai logaritma dari total aktiva.

2.1.4 Kepemilikan Publik

Menurut Rifqiyah (2016) Kepemilikan saham publik (public shareholding) adalah proporsi kepemilikan saham yang dimiliki oleh publik atau masyarakat terhadap saham perusahaan. Pengertian publik disini adalah pihak individu atau institusi yang memiliki saham dibawah 5% (<5%) yang berada di luar manajemen dan tidak memiliki hubungan istimewa dengan perusahaan.

2.1.5 Kinerja Lingkungan

Kinerja lingkungan perusahaan (*Environmental Performance*) adalah kinerja perusahaan dalam menciptakan lingkungan yang baik atau *green* (Suratno, dkk 2006). Adapun dasar hukum pelaksanaan adalah tertuang dalam Keputusan Menteri Negara Lingkungan Hidup Nomor : 127/MENLH/2002 tentang Program Penelitian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam pengelolaan Lingkungan Hidup (PROPER), karena yang dinilai adalah kinerja kelola lingkungan , maka dalam pelaksanaannya PROPER menggunakan *Environmental Performance Indicators* (EPI) dan ditetapkan berdasarkan *context and content* sesuai perusahaan yang dinilai. Penggunaan peringkat warna merupakan bentuk komunikatif penyampaian kinerja kepada masyarakat sehingga lebih dipahami dan diingat. Lima peringkat warna yang digunakan mencakup hitam, merah, biru, hijau, dan emas. Peringkat emas dan hijau untuk perusahaan yang telah melakukan upaya lebih dari taat dan patut menjadi menjadi contoh, peringkat biru bagi perusahaan yang telah taat, dan peringkat merah dan hitam bagi perusahaan yang belum taat, secara sederhana lima warna akan diberi skor secara berturut-turut dengan nilai tertinggi emas dengan kriteria sangat baik diberi skor (5), hijau dengan kriteria sangat baik diberi skor (4), biru dengan kriteria baik diberi skor (3), merah dengan kriteria buruk diberi skor (2), dan hitam dengan kriteria sangat buruk diberi skor (1). Penelitian PROPER mengacu pada persyaratan penataan lingkungan yang ditetapkan dalam peraturan pemerintah terkait dengan pengendalian pencemaran air, pengendalian pencernaan udara, pengelolaan limbah B3, AMDAL dan pengendalian pencernaan laut.

3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis, Lokasi, dan Waktu Penelitian

Jenis penelitian ini termasuk penelitian *korelasional*, menurut gay (2007) penelitian *korelasional* adalah suatu penelitian yang melibatkan tindakan pengumpulan data guna menentukan, apakah ada hubungan dan tingkat hubungan antara dua variabel atau lebih. Metode analisis penelitian ini tergolong penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang menggunakan pengujian hipotesis penelitian dengan alat uji statistik. Penelitian ini dilakukan di Bursa Efek Indonesia pada periode 2016 – 2019.

3.1.1 Populasi dan Sampel

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempengaruhi kualitas atau karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016 – 2019.

Sampel merupakan bagian dari karakteristik dan jumlah yang dimiliki atas populasi. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, teknik tersebut digunakan dengan pertimbangan berdasarkan kriteria tertentu. Adapun kriteria yang digunakan dalam penggunaan sampel sebagai berikut :

1. Perusahaan LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2016 – 2019
2. Perusahaan yang konsisten masuk dalam index LQ45 periode 2016-2019
3. Perusahaan LQ45 yang mempunyai laba positif secara konsisten selama periode 2016 – 2019
4. Perusahaan yang menggunakan mata uang rupiah
5. Perusahaan yang melakukan pengungkapan CSR

3.2 Definisi Operasional Variabel

3.2.1 *Corporate Social Responsibility*.

Menurut Rahchman (2011), CSR adalah upaya sungguh – sungguh dari entitas bisnis untuk meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif operasinya terhadap seluruh pemangku kepentingan dalam ranah ekonomi, sosial dan lingkungan agar mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan. Standar pengungkapan CSR berdasarkan *Global Reporting Initiative*, yaitu sebagai berikut :

- a. Indikator ekonomi
- b. Indikator lingkungan
- c. Indikator tenaga kerja
- d. Indikator hak asasi manusia
- e. Indikator sosial
- f. Indikator produk

Perhitungan *Corporate Social Responsibility Index* menggunakan rumus sebagai berikut :

$$CSRI = \frac{\sum Xi}{n}$$

Keterangan :

CSRI : *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan

$\sum Xi$: Total angka atau skor yang diperoleh masing – masing perusahaan.

n : Jumlah item yang ditetapkan oleh perusahaan.

Variabel yang digunakan untuk menghitung CSR adalah sebagai berikut :

- a. *Score 0* : Jika perusahaan tidak mengungkapkan item pada daftar pertanyaan.
- b. *Score 1* : Jika perusahaan mengungkapkan item pada daftar pertanyaan.

3.2.2 *Slack Resources*

Slack resources adalah kelebihan sumber aktual atau sumber potensial yang memungkinkan organisasi untuk beradaptasi dengan sukses terhadap penyesuaian tekanan internal maupun tekanan eksternal atau perubahan kebijakan, serta untuk memulai perubahan dalam strategi sehubungan lingkungan eksternal (*bourgeoisies*). *Slack resources* dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Ln = \text{Total kas dan setara kas}$$

3.2.3 *Ukuran Perusahaan (size)*

Perusahaan yang berukuran besar dianggap mempunyai resiko lebih rendah dibandingkan perusahaan kecil. Perusahaan besar memiliki akses ke pasar modal, sehingga perusahaan-perusahaan lebih mudah mendapatkan tambahan dana yang pada akhirnya akan mempengaruhi kemampuan perusahaan menghasilkan laba. Dalam penelitian ini ukuran perusahaan diukur menggunakan total aktiva perusahaan.

$$Size = Ln (\text{Total Asset Value})$$

3.2.4 *Kepemilikan Publik*

Kepemilikan saham publik adalah proporsi kepemilikan saham yang dimiliki oleh publik atau masyarakat terhadap saham perusahaan. Pengertian publik disini adalah pihak individu atau institusi yang memiliki saham dibawah 5% (<5%) yang berada di luar manajemen dan tidak memiliki hubungan istimewa dengan perusahaan (rifqiyah (2016))

$$KSP = \frac{\text{Kepemilikan Saham Publik} < 5 \%}{\text{Total lembar saham perusahaan}} \times 100$$

3.2.5 *Kinerja Lingkungan*

Kinerja lingkungan sebagai variabel independen dalam penelitian ini diukur dari prestasi sebuah perusahaan yang mengikuti program Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam pengelolaan Lingkungan Hidup (PROPER). Sistem peringkat kinerja PROPER mencakup pemeringkatan perusahaan dalam lima (5) warna dari yang sangat terbaik sampai sangat buruk yaitu:

1. Skor 5 = Emas
2. Skor 4 = Hijau
3. Skor 3 = Biru
4. Skor 2 = Merah
5. Skor 1 = Hitam

3.3 *Metode Analisis Data*

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, yaitu *slack resources*, ukuran perusahaan (*size*), kepemilikan publik, kinerja lingkungan terhadap *Corporate Social Responsibility*. Analisis ini digunakan untuk mengetahui apakah hubungan antar variabel berpengaruh positif atau negatif dan digunakan untuk memprediksi nilai variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Persamaannya yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$CSR = a + b_1SLACK + b_2Size + b_3KSP + b_4KL + e$$

Keterangan :

CSR : *Corporate Social Responsibility*

a : Konstanta

b : Koefisien Regresi

SLACK : *Slack Resources*

Size : Ukuran Perusahaan

KSP : Kepemilikan Publik
KL : Kinerja Lingkungan
e : Variabel eror (Penganggu)

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Uji Normalitas

Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas

		Slack Resources	Ukuran Perusahaan	Kepemilikan Publik	Kinerja Lingkungan	CSR
N		100	100	100	100	100
Normal Parameters(a,b)	Mean	29,28996	31,89388	,38108	3,75000	,57780
	Std. Deviation	1,292456	1,523339	,147333	,519810	,035279
Most Extreme Differences	Absolute	,123	,092	,133	,135	,089
	Positive	,083	,092	,120	,084	,089
	Negative	-,123	-,081	-,133	-,135	-,087
Kolmogorov-Smirnov Z		1,226	,919	1,330	1,348	,892
Asymp. Sig. (2-tailed)		,099	,367	,058	,053	,404

Sumber: Output SPSS, 2021

Berdasarkan hasil pengujian normalitas data pada tabel 4.3, maka diketahui sebagai berikut :

1. Variabel *Slack Resources* memiliki *Kolmogorov-smirnov* sebesar 1,226 dengan signifikan 0,099. Hasil ini menunjukkan bahwa nilai $\text{sig } 0,099 > \alpha (0,05)$ dinyatakan berdistribusi normal.
2. Variabel *Ukuran Perusahaan* memiliki *Kolmogorov-smirnov* sebesar 0,919 dengan signifikan 0,367. Hasil ini menunjukkan bahwa nilai $\text{sig } 0,367 > \alpha (0,05)$ dinyatakan berdistribusi normal.
3. Variabel *Kepemilikan Publik* memiliki *Kolmogorov-smirnov* sebesar 1,330 dengan signifikan 0,058. Hasil ini menunjukkan bahwa nilai $\text{sig } 0,058 > \alpha (0,05)$ dinyatakan berdistribusi normal.
4. Variabel *Kinerja Lingkungan* memiliki *Kolmogorov-smirnov* sebesar 1,348 dengan signifikan 0,053. Hasil ini menunjukkan bahwa nilai $\text{sig } 0,053 > \alpha (0,05)$ dinyatakan berdistribusi normal.
5. Variabel *Pengungkapan Corporate Social Responsibility* memiliki *Kolmogorov-smirnov* sebesar 0,892 dengan signifikan 0,404. Hasil ini menunjukkan bahwa nilai $\text{sig } 0,404 > \alpha (0,05)$ dinyatakan berdistribusi normal.

4.2 Uji Hipotesis

4.2.1 Uji Simultan (uji F)

Tabel 4.8 Hasil Uji Simultan

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,033	4	,008	8,760	,000(a)
	Residual	,090	95	,001		
	Total	,123	99			

Sumber: Output SPSS, 2021

Berdasarkan tabel 4.8 dapat dilihat bahwa diperoleh nilai F_{hitung} (8,760) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari $\alpha (0,05)$, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya bahwa secara simultan, variabel independen yaitu X_1 (*Slack Resource*), X_2 (*Ukuran Perusahaan*), X_3 (*Kepemilikan Publik*) dan X_4 (*Kinerja Lingkungan*) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y (*Pengungkapan Corporate Social Responsibility*).

4.2.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,735(a)	,540	,506	1,312393

a. Predictors: (Constant), *Slack Resources*, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Publik, Kinerja Lingkungan
Sumber: Output SPSS, 2021

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan besarnya R^2 Square adalah 0,540 atau 54,0% variasi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dapat dijelaskan dengan variasi dari keempat variabel independen yaitu *Slack Resource*, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Publik dan Kinerja Lingkungan. Sedangkan 46,0% dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

4.2.3 Uji t (Parsial)

Tabel 4.10 Hasil Uji Parsial

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,545	,029		18,512	,000
	<i>Slack Resources</i>	,001	,000	,310	3,364	,001
	Ukuran Perusahaan	,002	,000	,461	3,844	,000
	Kepemilikan Publik	,006	,003	,251	2,112	,037
	Kkinerja Lingkungan	,021	,006	,306	3,360	,001

a. Dependent Variable: CSR
Sumber: Output SPSS, 2021

Berdasarkan tabel 4.10 didapatkan hasil sebagai berikut :

1. Pengaruh *Slack Resource* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*
Variabel X_1 (*Slack Resource*) memiliki statistik uji t sebesar 3,364 dengan signifikansi sebesar 0,001 lebih kecil dari α (0,05). Pengujian ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X_1 (*Slack Resource*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Hasil ini menunjukkan bahwa meningkatnya *slack resources* maka akan meningkatkan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* begitupun sebaliknya. Tingkat pengungkapan CSR dipengaruhi oleh besar kecilnya kas dan setara kas yang dimiliki perusahaan sebagai proksi pengukuran *slack resources*. Sifat *slack resources* yang *high-discretion* berpotensi menjadi faktor terbesar perusahaan mengalokasikannya untuk aktivitas CSR.
2. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*
Variabel X_2 (Ukuran Perusahaan) memiliki statistik uji t sebesar 3,844 dengan signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari α (0,05). Pengujian ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_2 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X_2 (Ukuran Perusahaan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Hasil ini menunjukkan bahwa jika ukuran perusahaan meningkat maka Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* juga akan meningkat. Hasil penelitian ini juga mendukung teori agensi yang menyatakan bahwa semakin besar suatu perusahaan maka biaya keagenan yang muncul juga semakin besar.

3. Pengaruh Kepemilikan Publik Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*
Variabel X_3 (Kepemilikan Publik) memiliki statistik uji t sebesar 2,112 dengan signifikansi sebesar 0,037 lebih kecil dari α (0,05). Pengujian ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_3 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X_3 (Kepemilikan Publik) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Hasil ini menunjukkan bahwa apabila kepemilikan publik meningkat maka Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* juga akan meningkat. Perusahaan yang go public dituntut untuk lebih transparan dalam mengungkapkan informasi yang memadai dan relevan dengan tujuan menciptakan pasar modal yang efisien.
4. Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*
Variabel X_4 (Kinerja Lingkungan) memiliki statistik uji t sebesar 3,360 dengan signifikansi sebesar 0,001 lebih kecil dari α (0,05). Pengujian ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_4 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X_4 (Kinerja Lingkungan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Hasil ini menunjukkan bahwa apabila kinerja lingkungan meningkat maka Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* juga akan meningkat begitupun sebaliknya. Kinerja lingkungan tidak dapat lepas dengan adanya *Corporate Social Responsibility*.

5. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Slack Resource*, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Publik dan Kinerja Lingkungan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa *Slack Resource*, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Publik dan Kinerja Lingkungan berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
2. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa *Slack Resource*, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Publik dan Kinerja Lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

5.2 Saran

Berdasarkan keterbatasan yang telah diuraikan, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah jumlah sampel penelitian dan tidak terbatas hanya pada sektor LQ45, seperti menambah sektor Pertambangan, sektor *Property*, sektor keuangan, sektor infrastruktur, utilitas & transportasi sehingga diharapkan dapat meningkatkan keakuratan hasil penelitian;
2. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan menambahkan variabel lain sebagai variabel independen yang terkait hubungannya dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, seperti Profitabilitas, *Leverage*, Likuiditas, Ukuran Dewan Komisaris, Pertumbuhan Perusahaan dan Tipe Industri.

DAFTAR PUSTAKA

- A Chariri dan Imam Ghozali. 2010. Teori Akuntansi. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ana dan Nera. 2018. Pengaruh *Size, Leverage*, dan Profitabilitas Terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Jakarta : Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis.
- Bambang Riyanto. 2013. Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan. Edisi Keempat. BPFE-Yogyakarta. Yogyakarta.
- Branco, M.C. and Rodrigues, L.L. 2006. *Communication of corporate social responsibility by Portuguese banks; a legitimacy theory perspective*. *Corporate Communications: An International Journal*. Vol 11 No. 3. pp. 232- 248.
- Bourgeois, Robin. 1981. *Powering Rural Poverty alleviation with Renewable Energy*. *Palawija News, December*.
- Baron, D. P. 2001. Private Politics, Corporate Social Responsibility, and Integrated Strategy. *Journal of Economics and Management Strategy*, 10 (1), 7-45.
- Anggreni dan Djakman. 2017. “*Slack Resurces, Feminisme Dewan, dan Kualitas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*.” Jakarta : Universitas Indonesia.
- Dowling, J. and Pfeffer, J. 1975. *Organizational Legitimacy: Social Values And. Organizational Behavior*. *Pacific Sociological Journal Review*, Vol. 18, Page.=
- Friedman. 1962. *Stockholders and Stockholders: A new Perspective on Corporate On Corporate Governance*”. *Californian Management Review*, Vol. 25, no. 2, hal. 88–106.
- Fatoni. 2016. “Pengaruh Kepemilikan Publik, *Return On Equity*, Umur Perusahaan dan *Company Size* Terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.” Semarang : Universitas Pandanaran Semarang.
- Gray, R., M. Javad, D. M. Power, C. D. Sinclair. 2001. *Social and Environmental Disclosure and Corporate Characteristics: A Research Note and Extension*. *Journal of Business and Accounting*, 28 (3-4), 327-356.
- Ghozali Imam, 2013, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS,. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Imam. 2009. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang : UNDIP
- Gujarati, Damodar. 2008. Dasar-Dasar Ekonometrika. Jakarta : Penerbit. Erlangga.
- Hadi, Noor. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Kusuma, I Gede Adi. 2014. “ Pengaruh Kinerja Ekonomi dan Kinerja Lingkungan terhadap *Corporate Social Responsibility*”. Denpasar : Universitas Mahasaraswati Denpasar.

- Kotler, P & Lee, N. 2005. *Corporate Social Responsibility : Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*. John Wiley & Sons, Inc. New Jersey.
- Monks dan minnow. 2011. *Management Ownership and Market valuation: An Empirical Analysis*. *Journal of Financial Economics*, Vol. 20.January/March, hal.293-315.
- Nielsen. 2014. *Doing Well by Doing Good*. New York: Nielsen.
- Na'im, Ainun dan Fu'ad, Rakhman. 2000. Analisis Hubungan Antara Kelengkapan Pengungkapan Laporan Tahunan Dengan Struktur Modal dan Tipe Kepemilikan Perusahaan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*. Vol.15.No.1.
- Pajaria, Yusiresita. 2016. "Pengaruh Diversitas Dewan Direksi dan Komisaris, Ukuran Perusahaan dan *Profibilitas* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*". Palembang : Universitas Sriwijaya.
- Rury Rizki H. 2019. "Pengaruh Kepemilikan Manajemen, Serta Kepemilikan Institusional, *Profibilitas* dan Kinerja Lingkungan (*Environmental Performance*) Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*". Jambi : Universitas Jambi.
- Rani Yuanita. 2019. Pengaruh Profitabilitas, *Leveragedan Slack Resources* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* (Studi Kasus pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2013 - 2017). *e-Proceeding of Management* : Vol.6, No.3. ISSN : 2355-9357.
- Roberts, R. W. 1992. *Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure: An Application of Stakeholder Theory*. *Accounting, Organizations and Society*, 17 (6), 595-612.
- Rahmawati dan Adi, S. dan Rahmawati. 2015. Analisis Rasio Keuangan Terhadap Kondisi Financial Distress Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2008-2013. *Syariah Paper Accounting FEB*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Suratno, Ignatius Bondan, dkk. 2006. Pengaruh *Environmental Performance* terhadap *Environmental Disclosure* dan *Economic Performance* (Studi Empris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta periode 2001-2004). Simposium Nasional Akuntansi 9, Padang (23-26 Agustus).
- Shifa Putri Hamdani. 2017. "Kepemilikan Saham Publik dan *Return On Assets* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*".Bandung : Universitas Telkom.
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta
- UU 40 tahun 2007 Perseroan Terbatas.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dan Undang-Undang Republik Indonesia

Utama, Pratignya & Muhammad, Khafid. 2015. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Luas Pengungkapan Modal intelektual Pada Perusahaan Perbankan Di BEI. *Accounting Analysis Journal* <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/aaj>

Yuanita, Rani. 2019. “Pengaruh *Profibilitas*, *Leverage* dan *Slack Resources* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*”. Bandung : Universitas Telkom.

*) Hasan Badilah N adalah Alumni Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang.

**) Maslichah adalah Dosen tetap Universitas Islam Malang.

***)) Afifudin adalah Dosen tetap Universitas Islam Malang.