

# TESIS

**PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN TERHADAP  
PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*  
DAN DAMPAKNYA TERHADAP REAKSI INVESTOR**

***THE EFFECT OF FIRM'S CHARACTERISTICS  
ON CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE  
AND IMPACTS ON INVESTORS REACTION***

**NUR INDRIANI M  
P3400216035**



**PROGRAM MAGISTER AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2020**

# TESIS

## **PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN DAMPAKNYA TERHADAP REAKSI INVESTOR**

### ***THE EFFECT OF FIRM'S CHARACTERISTICS ON CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE AND IMPACTS ON INVESTORS REACTION***

Sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar Magister

disusun dan diajukan oleh

**NUR INDRIANI M  
P3400216035**



Kepada

**PROGRAM MAGISTER AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2020**

# TESIS

## PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN DAMPAKNYA TERHADAP REAKSI INVESTOR

disusun dan diajukan oleh

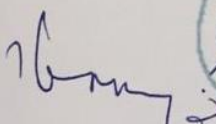
**NUR INDRANI M**  
P3400216035

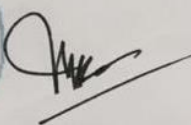
telah dipertahankan dalam sidang ujian tesis  
pada tanggal **10 Agustus 2020**  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Komisi Penasihat

Ketua

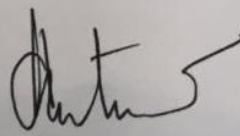
Anggota

  
Prof. Dr. Hj. Kartini, S.E., M.Si., Ak., CA  
NIP. 19650305 199203 2 001

  
Dr. H. Madris, S.E., DPS., M.Si  
NIP. 19601231 198811 1 002

Ketua Program Studi  
Magister Sains Akuntansi

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Hasanuddin

  
Dr. R.A. Damayanti, SE., M.Soc., SC., Ak., CA  
NIP. 19670319 199203 2 003



Prof. Dr. Abd. Rahman Kadir, SE., M.Si  
NIP. 19640205 198810 1 001

PRAKATA

**PERNYATAAN KEASLIAN TESIS**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nur Indriani M

Nim : P3400216035

Program Studi : Magister Akuntansi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tesis yang berjudul:

**Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap  
Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*  
dan Dampaknya Terhadap Reaksi Investor**

adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah Tesis ini, tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan/ditulis/diterbitkan sebelumnya kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila kemudian hari ternyata di dalam naskah tesis ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Makassar, 10 Agustus 2020  
Yang Membuat Pernyataan



**NUR INDRANI M**

## PRAKATA



### ***Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh***

Alhamdulillah Rabbil'alam, puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas berkat Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan tesis ini. Shalawat dan Salam semoga tetap tercurahkan kepada Rasulullah Shallallahu Alaihi Wasallam beserta keluarganya. Tesis ini merupakan tugas akhir untuk mencapai gelar Magister Akuntansi (M. Ak) pada program Pendidikan Magister Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.

Tesis ini penulis persembahkan kepada Ayahanda tercinta H. Munirang Sangkala, Ibunda tercinta HJ. Rusniah, kakak dan kakak ipar tersayang Nurul Amaliah, Jalil Munirang, Zainal Munirang, Irmawati dan Fitriani Nurdin yang senantiasa menyertai penulis dengan doa, mencurahkan segenap kasih sayang, menyemangati, dan selalu ada dalam setiap langkah penulis dalam menyelesaikan proses perkuliahan sampai pada penyusunan dan penyelesaian tesis ini.

Dalam penyusunan tesis ini penulis banyak mendapat bimbingan, masukan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Prof Dr. Abd. Rahman Kadir, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.
2. Ibu Dr. Ratna Ayu Damayanti, SE.,M.Soc,Sc.,Ak.,CA selaku Ketua Program Studi Magister Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin atas bimbingan dan arahan yang telah diberikan

kepada penulis selama menempuh studi hingga dapat menyelesaikan tesis ini.

3. Ibu Prof. Dr. Kartini, SE., Ak., M.Si., CA. selaku pembimbing I, Bapak Dr.Madris, DPS, SE, M.Si selaku pembimbing II yang telah memberikan waktu, penuh kesabaran dalam membimbing, memotivasi dan mengarahkan penulis. Arahan dan bimbingan yang sangat bermanfaat untuk penulis sehingga dapat menyelesaikan tesis ini.
4. Ibu Dr. Ratna Ayu Damayanti, SE.,M.Soc,Sc.,Ak.,CA., Bapak Dr. Darwis Said, SE., Ak., M.SA., Bapak Dr. Asri Usman, SE., Ak., M.Si., CA selaku tim penguji yang telah banyak memberikan kritik dan saran kepada penulis mulai dari proses ujian proposal sampai pada penyelesaian tesis ini.
5. Rekan-rekan karyawan di PT. Hadji Kalla yang telah banyak memberikan bantuan, dukungan, do'a, khususnya Widya, Tri, Farid, Farid Kurniawan, Ahmad Wijaya, Arief, Irfan, Uki.
6. Rekan-rekan sejawat Program Magister Akuntansi angkatan 2016 khususnya kelas Maksi B yang telah banyak memberikan dukungan, semangat dan kebersamaan selama perkuliahan sampai penyusunan tesis ini.
7. Sahabat-sahabat tercinta yang telah memberikan semangat dan membantu penulis dalam menyelesaikan tesis ini terutama kepada Ama, Ita, Mega, Ida,Ummu, vivi, riri, fajri, ija, viky, enah, ila, anggung,wawa.
8. Seluruh dosen Magister Akuntansi dan pegawai akademik pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas atas semua ilmu pengetahuan yang diberikan kepada penulis dan segala bantuan selama proses perkuliahan sampai penyelesaian tesis ini.
9. Kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Terima kasih atas semua budi baik dan dukungan yang diberikan selama

ini. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan berkat dan anugerah-Nya atas segala kebaikan yang diberikan kepada penulis selama ini.

Akhir kata penulis berharap semoga tesis ini dapat bermanfaat meskipun penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu penulis mengharap kritik dan saran yang membangun untuk penyempurnaan tesis ini.

**Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.**

Makassar, Juni 2020

Peneliti

**Nur Indriani M**

**PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN TERHADAP  
PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*  
DAN DAMPAKNYA TERHADAP REAKSI INVESTOR**

**NUR INDRIANI M**

**P3400216035**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh karakteristik perusahaan yakni ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage, ukuran dewan komisaris, konsentrasi kepemilikan dan *profile* perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) dan dampaknya terhadap reaksi investor.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2018. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* sehingga diperoleh 20 sampel perusahaan. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari laporan tahunan perusahaan melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia ([www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)) dan histori saham yang diperoleh dari situs Yahoo Finance ([www.finance.yahoo.com](http://www.finance.yahoo.com)). Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi dengan menggunakan alat bantu software SPSS

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, profitabilitas, konsentrasi kepemilikan dan profil perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Leverage dan ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Pengungkapan CSR berpengaruh terhadap reaksi investor.

Kata kunci: karakteristik perusahaan, pengungkapan CSR, reaksi investor



# **THE EFFECT OF FIRM'S CHARACTERISTICS ON CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE AND IMPACTS ON INVESTORS REACTION**

**NUR INDRIANI M**

**P3400216035**

## **ABSTRACT**

The aim of this research is to examine the effect of firm characteristics that are firm size, profitability, leverage, size and board of commissioners, ownership concentration, and company profile on the corporate social responsibility (CSR) disclosure and its impact on investors reaction.

This research used quantitative approach. The population were manufacture companies listed in Indonesia Stock Exchange (IDX) period 2017-2018. The sample was determined using purposive sampling method to obtain 20 companies. The data were secondary data obtained from the companies annual report through official website of the Indonesia Stock Exchange ([www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)) and share history obtained from the Yahoo Finance website ([www.finance.yahoo.com](http://www.finance.yahoo.com)). The method of data analysis was regression analysis method using SPSS software tools.

The results indicate that the firm's size, profitability, ownership composition and company profile have an effect on CSR disclosure. Leverage and board size do not have an effect on CSR disclosure. CSR disclosure has an effect on investor reaction.

Keywords: firm's characteristics, CSR disclosure, investor reaction

## DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TESIS .....	iv
PRAKATA .....	v
ABSTRAK .....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Kegunaan Penelitian .....	9
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	9
1.4.2 Kegunaan Praktis .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>10</b>
2.1 Tinjauan Teori dan Konsep.....	10
2.1.1 Signalling Theory .....	10
2.1.2 Ukuran Perusahaan.....	11
2.1.3 Profitabilitas.....	11
2.1.4 Leverage .....	12
2.1.5 Ukuran Dewan Komisaris .....	12
2.1.6 Konsentrasi Kepemilikan .....	13
2.1.7 Profile perusahaan.....	13
2.1.8 Tanggung Jawab Sosial Lingkungan ( <i>Corporate Social responsibility</i> ) .....	14
2.1.9 Pengungkapan CSR .....	15
2.1.10 Reaksi Investor.....	15
2.2 Tinjauan Empiris .....	17
<b>BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS.....</b>	<b>23</b>
3.1 Kerangka Konseptual .....	23
3.2 Hipotesis .....	24
3.2.1 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR .....	24
3.2.2 Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan CSR	26
3.2.3 Pengaruh Leverage terhadap Pengungkapan CSR..	26
3.2.4 Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris terhadap Pengungkapan CSR .....	27
3.2.5 Pengaruh Konsentrasi Kepemilikan Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR.....	28
3.2.6 Pengaruh Profile Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR .....	29
3.2.7 Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Reaksi Investor.....	29

<b>BAB IV METODE PENELITIAN.....</b>	<b>32</b>
4.1 Rancangan Penelitian .....	33
4.2 Tempat dan Waktu Penelitian .....	33
4.3 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	32
4.4 Jenis dan Sumber Data.....	33
4.5 Metode Pengumpulan Data.....	33
4.6 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	33
4.7 Metode Analisis Data .....	39
4.7.1 Statistik Deskriptif .....	39
4.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	40
4.7.2 Uji Hipotesis .....	41
<b>BAB V HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>44</b>
5.1 Deskripsi Data Penelitian .....	44
5.2 Uji Asumsi Klasik.....	46
5.2.1 Uji Normalitas .....	46
5.2.2 Uji Multikolinieritas.....	46
5.2.3 Uji Heteroskedastisitas .....	47
5.3 Uji Hipotesis .....	48
5.3.1 Analisis Regresi Linier.....	48
5.3.2 Uji F .....	50
5.3.3 Uji t.....	51
5.3.3 Uji Koefisien Determinasi .....	52
<b>BAB VI PEMBAHASAN.....</b>	<b>54</b>
6.1 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR .....	54
6.2 Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan CSR.....	55
6.3 Pengaruh Leverage terhadap Pengungkapan CSR.....	56
6.4 Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris terhadap Pengungkapan CSR .....	56
6.5 Pengaruh Konsentrasi Kepemilikan Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR .....	57
6.6 Pengaruh Profile Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR .....	57
6.7 Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Reaksi Investor .....	58
<b>BAB VII PEENUTUP .....</b>	<b>60</b>
7.1 Kesimpulan .....	60
7.2 Implikasi.....	62
7.3 Keterbatasan.....	62
7.4 Saran .....	63
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>64</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>68</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.6.1 Operasional Variabel .....	38
Tabel 5.1.1 Statistik Deskriptif.....	45
Tabel 5.2.1 Uji Normalitas.....	46
Tabel 5.2.2 Uji Multikolinearitas .....	47
Tabel 5.3.1.1 Koefisien Regresi Linier Tahap 1 .....	48
Tabel 5.3.1.2 Koefisien Regresi Linier Tahap 2 .....	49
Tabel 5.3.2 Uji F .....	50
Tabel 5.3.3 Uji t .....	51
Tabel 5.3.4 Uji Koefisien Determinasi .....	52

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran.....	23
Gambar 3.2 Kerangka Konseptual.....	24
Gambar 5.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	47

## DAFTAR LAMPIRAN

Gambar	Halaman
Lampiran I – Penelitian Terdahulu .....	68
Lampiran II – Indikator Berdasarkan GRI .....	72
Lampiran III – Daftar Perusahaan .....	79
Lampiran IV – Hasil Output SPSS .....	82

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia usaha saat ini mendorong perusahaan untuk tidak hanya berorientasi mengejar keuntungan, tetapi juga memperhatikan masalah sosial dan lingkungan sekitar. Perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban terhadap pemegang saham ataupun kewajiban terhadap seseorang yang bekerja di perusahaan tersebut tetapi perusahaan juga mempunyai kewajiban-kewajiban yang melebihi dari pada itu, seperti kewajiban atas kesadaran suatu perusahaan terhadap lingkungan sekitar dan hubungan perusahaan terhadap masyarakat sekitar terutama dalam kesejahteraan masyarakat sekitar.

*Corporate Social Responsibility* merupakan suatu tindakan yang dilakukan perusahaan, sebagai bentuk tanggung jawab sosial terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar. *Corporate social responsibility* berasal dari konsep *triple bottom line* yang dipopulerkan oleh Elkington (1997) bahwa perusahaan untuk terus bertahan dan tumbuh berkelanjutan harus memperhatikan tiga hal yaitu perusahaan tidak hanya mengejar *profit*, tetapi juga memperhatikan dan terlibat dalam memenuhi kesejahteraan masyarakat (*people*) dan ikut serta aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*).

Undang-Undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas mewajibkan perseroan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan tersebut juga diatur dalam Pasal 66 ayat 2 huruf (c) yang menyebutkan bahwa laporan pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan wajib disampaikan dalam Laporan Tahunan. Pengungkapan CSR dalam laporan tahunan mencerminkan kepedulian

sosial perusahaan terhadap masyarakatnya, sehingga para *stakeholder* maupun *shareolder* dapat menilai kegiatan sosial yang dilakukan perusahaan.

Dalam proses pengambilan keputusan investasi, investor tidak hanya membutuhkan laporan keuangan perusahaan, melainkan juga pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) menjadi bagian terpenting dalam pengambilan keputusan untuk berinvestasi. Pelaksanaan dan pengungkapan aktivitas *corporate social responsibility* juga meningkatkan citra atau *image* perusahaan, memperkuat *brand* merek perusahaan di mata masyarakat, menunjukkan bahwa perusahaan ini lebih baik dibandingkan perusahaan lain karena peduli akan dampak lingkungan dan sosial akibat kegiatan operasional perusahaan.

Investor membutuhkan informasi dari perusahaan-perusahaan yang ada di pasar, ini dapat berasal dari peristiwa internal perusahaan maupun peristiwa eksternal perusahaan. Isu terkait peristiwa ekonomi, sosial, politik, agama, lingkungan maupun hak asasi manusia, tidak dapat dipisahkan dari pasar modal. Ini dibutuhkan oleh investor untuk memprediksi keuntungan yang akan didapatkan dan risiko yang akan dihadapi. Informasi-informasi yang relevan akan mendapatkan tanggapan atau reaksi dari para investor.

Suatu peristiwa yang mempunyai kandungan informasi akan mendapatkan reaksi dari investor. Menurut Hartono (2013:586) bahwa pengujian kandungan informasi dimaksudkan untuk melihat reaksi dari suatu pengumuman, Jika suatu pengumuman mengandung informasi, maka diharapkan pasar akan bereaksi pada waktu pengumuman diterima oleh pasar, dimana reaksi tersebut ditunjukkan dengan *abnormal return*. Suatu informasi yang memberikan kabar baik (*good news*) akan memberikan dampak naik bagi harga saham, dan begitu sebaliknya apabila informasi memberikan kabar buruk (*bad news*) maka harga saham akan otomatis turun.



Brigham dan Houston (2011:185) isyarat atau signal adalah suatu tindakan yang diambil perusahaan untuk memberi petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. Pengungkapan aktivitas CSR perusahaan adalah salah satu cara memberikan sinyal positif kepada para investor. Sinyal positif ini memberikan prospek perusahaan bahwa dengan pelaksanaan CSR yang telah dilakukan akan menjamin keberlanjutan bisnis perusahaan.

Berdasarkan teori sinyal ini menunjukkan bahwa semakin luas pengungkapan CSR maka semakin tinggi tingkat reaksi investor. Perusahaan yang melaksanakan CSR menunjukkan bahwa perusahaan bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk mendukung pembangunan berkelanjutan dengan meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan untuk karyawan dan masyarakat sekitar, sehingga menghindarkan perusahaan dari tuntutan hukum di masa yang akan datang. Hasil penelitian yang dilakukan Yuliana dkk (2008), Cheng dan Christiawan (2011), Klerk dkk (2015), Astuti dan Trisnawati (2015) menunjukkan bahwa tingkat keluasan pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap reaksi investor. Akan tetapi hasil penelitian Guidry dan Patten (2010) tidak sejalan dengan hasil penelitian tersebut yang menunjukkan *corporate sustainability reports* tidak berpengaruh signifikan terhadap reaksi pasar.

Pentingnya kepedulian perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat membuat banyak peneliti melakukan penelitian terkait faktor-faktor yang mempengaruhi perusahaan dalam mengungkapkan *corporate social responsibility*. Menurut Lang dan Lundholm (1993) karakteristik perusahaan dapat menjelaskan variasi luas pengungkapan sukarela dalam laporan tahunan, karakteristik perusahaan adalah prediktor kualitas pengungkapan, setiap perusahaan memiliki karakteristik yang berbeda satu entitas dengan entitas lainnya.

Yuliana dkk (2008) meneliti tentang pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* dan dampaknya terhadap reaksi investor, dimana karakteristik perusahaan yang digunakan adalah ukuran perusahaan, *profile*, jumlah dewan komisaris, profitabilitas dan konsentrasi kepemilikan. Sedangkan penelitian ini menambahkan satu karakteristik perusahaan yaitu *leverage*.

Ukuran perusahaan (*size*) adalah variabel yang banyak di gunakan untuk menjelaskan pengungkapan sosial dalam laporan tahunan. Menurut Suropto (1999) dalam Indaswari dan Astika (2015) pada umumnya perusahaan besar memiliki aktiva yang besar, penjualan besar, *skill* karyawan yang baik, sistem informasi yang canggih, jenis produk yang banyak, struktur kepemilikan lengkap, sehingga membutuhkan tingkat pengungkapan secara luas. Menurut Salehi dkk (2019) perusahaan besar Iran mengungkapkan informasi CSR lebih dari perusahaan kecil, alasannya karena perusahaan besar menawarkan lebih banyak manfaat kepada karyawan untuk meningkatkan moral dan motivasi karyawan, dan juga lebih memperhatikan tanggung jawab publik terhadap customer dan masyarakat. Perusahaan dengan ukuran yang besar adalah perusahaan yang banyak dikenal dan menjadi sorotan oleh masyarakat karena perusahaan besar lebih banyak memiliki dampak terhadap lingkungan. Hasil penelitian Haro-de-Rosario dkk (2017) dalam Salehi dkk (2019) menunjukkan bahwa perusahaan minyak dan gas yang paling terbesar menghasilkan uang adalah perusahaan yang menerbitkan laporan CSR paling lengkap. Hasil penelitian Salehi dkk (2019), Giannarakis (2014), Sembiring (2005), Siagian dan Lucyanda (2012), Astuti dan Trisnawati (2015), Maulana dan Yuyetta (2014), Indraswari dan Astika (2015) menunjukkan bahwa semakin besar ukuran perusahaan maka semakin luas pengungkapan *corporate social responsibility*. Hasil penelitian Yuliana dkk (2008), Wijaya (2012), Padnyani dan Sisdyani (2015), tidak sejalan dengan hasil

penelitian tersebut yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba. Dengan kemampuan menghasilkan laba yang tinggi menunjukkan ketersediaan dana yang lebih untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Giannarakis (2014) perusahaan yang *profitabel* menggunakan pengungkapan CSR sebagai sarana untuk mempublikasikan citra dan melegitimasi inisiatif perusahaan, selain itu perusahaan yang *profitabel* dapat menyediakan lebih banyak sumber daya keuangan untuk inisiatif sosial dalam mempromosikan kesan positif dari kinerja perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Giannarakis (2014), Siagian dan Lucyanda (2012), Padnyani dan Sisdyani (2015), Indraswari dan Astika (2015), Wahyuningsih dan Mahdar (2018) terkait pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, menunjukkan semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin luas pengungkapan *corporate social responsibility*. Akan tetapi, hasil penelitian Salehi dkk (2018) tidak sejalan dengan hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya pengaruh negatif, yakni semakin tinggi tingkat profitabilitas maka semakin rendah tingkat pengungkapan CSR. Selanjutnya hasil penelitian yang dilakukan oleh Yuliana dkk (2008), Maulana dan Yuyetta (2014), Nugroho dan Yulianti (2015), menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

*Leverage* adalah alat untuk mengetahui seberapa besar perusahaan bergantung pada sumber dana eksternal dibandingkan dengan sumber dana internal. Fakhrudin (2008:109) *leverage* yaitu jumlah utang yang digunakan untuk membiayai/membeli aset perusahaan, suatu perusahaan dengan utang yang lebih besar disebut sebagai perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi. Menurut Sembiring (2005) tingkat *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan

tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *debtholders*. Hasil penelitian Giannarakis (2014) perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi tampaknya tidak mempublikasikan informasi CSR karena biaya prosedur pelaporan, sedangkan perusahaan dengan tingkat *leverage* rendah tampaknya lebih bebas untuk berbagi informasi sehubungan dengan kegiatan CSR. Hasil penelitian ini sejalan dengan Sembiring (2005) dan Salehi dkk (2018) yang menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat *leverage* semakin rendah tingkat pengungkapan CSR. Akan tetapi penelitian tidak sejalan dengan penelitian Wahyuningsih dan Mahdar (2018) dan Astuti dan Trisnawati (2015) yang menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat *leverage* maka semakin luas pengungkapan CSR.

Dewan komisaris dalam sebuah perusahaan merupakan wakil para pemegang saham untuk mengawasi para direksi dalam pelaksanaan pengelolaan perusahaan. Menurut Lee dan Chen (2011) dalam Giannarakis (2014) ukuran dewan dianggap aspek penting dalam tata kelola perusahaan dan dapat digunakan sebagai proksi untuk pemantauan yang efektif. Dengan adanya pengawasan dari dewan komisaris, maka pihak manajemen akan lebih transparan dan mengungkapkan informasi secara lengkap terkait kegiatan perusahaan serta dampak dan tanggung jawab yang akan dilakukan perusahaan melalui pengungkapan CSR. Hasil penelitian yang dilakukan Rahman dan Bukair (2015), Sembiring (2005), Padnyani dan Sisdyani (2015) menunjukkan bahwa semakin banyak jumlah anggota dewan komisaris dalam suatu perusahaan, maka semakin luas pengungkapan *corporate social responsibility*. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yuliana dkk (2008), Giannarakis (2014), Siagian dan Lucyanda (2012), Astuti dan Trisnawati (2015) menunjukkan bahwa ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Perusahaan yang proporsi kepemilikannya publiknya besar, maka memerlukan pengendalian yang lebih ketat (Jensen dan Meckling 1976 dalam Yuliana dkk 2008). Menurut Choi (1999) dalam Uyar (2015) entitas publik menghadapi lebih banyak tekanan untuk mengungkapkan informasi tambahan tentang kegiatan perusahaan karena masalah visibilitas dan akuntabilitas. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Yuliana dkk (2008) menunjukkan bahwa semakin besar kepemilikan publik maka semakin luas pengungkapan CSR. Akan tetapi hasil ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Astuti dan Trisnawati (2015) yang menunjukkan bahwa konsentrasi kepemilikan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Perusahaan dengan *high profile* cenderung banyak menjadi sorotan karena aktivitas operasionalnya banyak menimbulkan dampak negatif terhadap lingkungan sekitar. De Villiers (2011) dalam Klerk dkk (2015) menyatakan bahwa perusahaan yang beroperasi di industri yang sensitif terhadap lingkungan mempunyai resiko yang meningkat dihubungkan dengan potensi litigasi dan biaya lingkungan di masa yang akan datang dan juga mengakibatkan tingkat publikasi kepedulian terhadap lingkungan dan masyarakat yang tinggi. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Yuliana dkk (2008), Sembiring (2005), Astuti dan Trisnawati (2015), Siagian dan Lucyanda (2012), Salehi dkk (2018) menunjukkan bahwa perusahaan *high profile* mengungkapkan informasi tentang tanggung jawab sosialnya lebih luas dibandingkan perusahaan *low profile*. Hasil ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan dengan Amalia (2013) yang menunjukkan bahwa profil perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penelitian ini berfokus pada pengaruh karakteristik perusahaan terhadap Pengungkapan *corporate social responsibility* dan dampaknya terhadap reaksi Investor.

## 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan di atas, maka masalah yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*?
3. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*?
4. Apakah ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*?
5. Apakah konsentrasi kepemilikan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*?
6. Apakah *profile* perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*?
7. Apakah pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap reaksi investor?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Dari permasalahan di atas, maka adapun analisis dalam penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui dan menguji apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*
2. Untuk mengetahui dan menguji apakah profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*
3. Untuk mengetahui dan menguji apakah *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*

4. Untuk mengetahui apakah ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*
5. Untuk mengetahui dan menguji apakah konsentrasi kepemilikan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*
6. Untuk mengetahui dan menguji apakah *profile* perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*
7. Untuk mengetahui dan menguji apakah pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap reaksi investor.

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Hasil penelitian ini dapat memberikan beberapa kegunaan. Kegunaan tersebut terkait dengan kegunaan teoritis, praktisi dan kebijakan.

##### **1.4.1 Kegunaan Teoritis**

Memberikan bukti empiris pada literatur akuntansi khususnya mengenai pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* dan dampaknya terhadap reaksi investor. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan wawasan dan juga dapat dijadikan referensi dalam penelitian selanjutnya

##### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan pertimbangan untuk para investor dalam melakukan keputusan investasi.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Tinjauan Teori dan Konsep

##### 2.1.1 Signalling Theory

Conelly dkk (2011) menyatakan bahwa perusahaan akan mensignalkan kualitas perusahaan (berita baik) untuk menunjukkan keunggulannya dibandingkan dengan perusahaan lain. Dorongan perusahaan untuk memberikan informasi positif sebagai upaya menyampaikan kegiatan dan kebijakan perusahaan yang akan menjadi nilai tambah bagi perusahaan. Salah satu informasi positif tersebut adalah terkait tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat, yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan.

Brigham dan Houston (2011:185) isyarat atau signal adalah suatu tindakan yang diambil perusahaan untuk memberi petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. Menurut Hartono (2013:586) apabila suatu pengumuman peristiwa mengandung informasi, maka informasi ini akan menjadi sinyal bagi investor dalam pengambilan keputusan investasinya dan akan timbul reaksi dari investor atas pengumuman peristiwa tersebut.

Melewar (2008 : 100) menyatakan teori signal menunjukkan bahwa perusahaan akan memberikan sinyal melalui tindakan dan komunikasi. Menurut Suwardjono (2008) *signalling theory* adalah sinyal-sinyal informasi yang dibutuhkan oleh investor untuk mempertimbangkan dan menentukan apakah para investor akan menanamkan sahamnya atau tidak pada perusahaan yang bersangkutan.



### **2.1.2 Ukuran Perusahaan**

Ukuran perusahaan diukur dengan jumlah tenaga kerja yang dimiliki perusahaan (Gray dkk 2001, dalam Sembiring 2005). Berdasarkan Suwito dan Herawaty (2005) skala perusahaan adalah ukuran yang dipakai untuk mencerminkan besar kecilnya perusahaan yang didasarkan kepada total asset. Sedangkan berdasarkan Brigham dan Houston (2011:234) ukuran perusahaan adalah rata-rata total penjualan bersih untuk tahun yang bersangkutan sampai beberapa tahun. Menurut Riyanto (2010:343) ukuran perusahaan adalah besar kecilnya perusahaan dilihat dari besarnya nilai ekuitas, nilai penjualan atau nilai total aktiva.

Penelitian ini menggunakan total aktiva sebagai indikator dalam mengukur variabel ukuran perusahaan. Perusahaan yang memiliki aset yang lebih besar memiliki lebih banyak ketersediaan dana untuk membiayai penyediaan informasi tanggung jawab sosialnya dibandingkan dengan perusahaan yang asetnya kecil. Berdasarkan teori sinyal semakin besar ukuran perusahaan maka semakin luas pengungkapan CSR. Perusahaan besar memiliki lebih banyak aktivitas sehingga memiliki tekanan yang lebih banyak dan menjadi sorotan publik sehingga akan mengungkapkan informasi yang lebih luas.

### **2.1.3 Profitabilitas**

Sartono (2010:122) profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dan mengukur tingkat efisiensi dan efektivitas manajemen dalam menggunakan aktiva yang dimiliki perusahaan. Penelitian ini memfokuskan terhadap rasio profitabilitas dengan *Return On Assets* (ROA) sebagai indikatornya. ROA menunjukkan keuntungan yang diperoleh perusahaan dari setiap rupiah

aktiva yang digunakan. Semakin tinggi rasio ini semakin baik, karena hal ini menunjukkan bahwa perusahaan mampu mengelola aktiva yang dimiliki dengan efisien dalam kegiatan operasionalnya sehingga menghasilkan laba yang optimal. Semakin tinggi tingkat profitabilitas yang diperoleh perusahaan maka akan memberikan kebebasan manajemen untuk melaksanakan CSR.

#### **2.1.4 Leverage**

Menurut Sartono (2010:120) *financial leverage* merupakan proporsi atas penggunaan utang untuk membiaya investasinya. Perusahaan yang tidak mempunyai leverage berarti menggunakan modal sendiri 100%. Penelitian ini memfokuskan rasio *leverage* dengan *Debt to Equity Ratio*, rasio ini digunakan untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan peminjam (kreditor) dengan pemilik perusahaan, dengan kata lain rasio ini berfungsi untuk mengetahui setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang. *Leverage* memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat diketahui tingkat resiko tidak tertagihnya utang.

#### **2.1.5 Ukuran Dewan Komisaris**

Berdasarkan Undang-Undang Perseroan Terbatas No 40 Tahun 2007 ayat 6, menyatakan bahwa dewan komisaris adalah organ yang bertugas melakukan pengawasan secara umum dan/ atau khusus sesuai dengan anggaran dasar serta memberi nasehat kepada direksi. Menurut Mulyadi (2002: 185) dewan komisaris adalah wakil pemegang saham dalam perusahaan berbadan hukum Perseroan Terbatas (PT). Dewan ini berfungsi mengawasi pengelolaan data perusahaan yang dilaksanakan oleh manajemen (direksi). Dengan demikian, dewan komisaris adalah organ yang ditunjuk sebagai wakil pemegang saham dalam sebuah perusahaan untuk mengawasi pelaksanaan yang dilakukan direksi dalam perusahaan dan memberikan nasehat kepada direksi.

### 2.1.6 Konsentrasi Kepemilikan

Menurut Astuti dan Trisnawati (2015) konsentrasi kepemilikan menggambarkan bagaimana dan siapa saja yang memegang kendali atas keseluruhan atau sebagian besar kepemilikan perusahaan serta keseluruhan atau sebagian besar pemegang kendali atas aktivitas bisnis suatu perusahaan. Kepemilikan saham yang mayoritas dimiliki publik akan lebih transparansi dan lebih banyak mengungkapkan informasi terkait aktivitasnya, jika dibandingkan perusahaan yang sahamnya tidak dimiliki publik.

### 2.1.7 Profile Perusahaan

Tipe industri terbagi menjadi dua tipe yaitu *high profile* dan *low profile*. Perusahaan yang termasuk dalam tipe industri *high profile* menurut Robert (1992) dalam Yuliana dkk (2008) adalah perusahaan yang mempunyai tingkat sensitivitas yang tinggi terhadap lingkungan, tingkat risiko politik yang tinggi atau tingkat kompetisi yang ketat. Perusahaan-perusahaan *high profile* pada umumnya merupakan perusahaan yang memperoleh sorotan dari masyarakat karena aktivitas operasinya memiliki potensi untuk bersinggungan dengan kepentingan luas, sedangkan perusahaan *low profile* adalah perusahaan yang tidak terlalu memperoleh sorotan luas dari masyarakat manakala operasi yang mereka lakukan mengalami kegagalan atau kesalahan pada aspek tertentu dalam proses atau hasil produksinya.

Hackstone dan Milne (1996) dalam Amalia (2013) menyatakan bahwa perusahaan yang terklasifikasi dalam kelompok industri *high profile* adalah perusahaan perminyakan dan pertambangan, kimia, hutan, kertas, otomotif, penerbangan, agrobisnis, tembakau dan rokok, produk makanan dan minuman, media dan komunikasi, energi (listrik), engineering, kesehatan, transportasi dan pariwisata. Sedangkan bangunan, keuangan dan perbankan, *supplier* peralatan

medis, properti, retailer, tekstil dan produk tekstil, produk personal, produk rumah tangga sebagai perusahaan yang *low profile*.

### **2.1.8 Tanggung Jawab Sosial Lingkungan (*Corporate Social responsibility*)**

Suparno (2011) menyatakan CSR adalah komitmen dari bisnis/perusahaan untuk berperilaku etis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, seraya meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat luas. Sedangkan menurut ISO 26000 (dalam Suharto, 2010) CSR adalah tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak-dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat; mempertimbangkan harapan pemangku kepentingan, sejalan dengan hukum yang ditetapkan dan norma-norma perilaku internasional; serta terintegrasi dengan organisasi secara menyeluruh.

*World Business Council For Sustainable Development* (WBCD) menyatakan bahwa tanggung jawab sosial atau *Corporate Social responsibility* (CSR) adalah suatu komitmen yang berkelanjutan dari suatu perusahaan untuk berperilaku etis dan berkontribusi secara positif kepada karyawannya, komunikasi dan lingkungan sekitarnya serta masyarakat luas, jadi selain mempunyai kewajiban ekonomis dan legal kepada *shareholder*, perusahaan juga diharapkan memiliki perhatian kepada *stakeholders* ([www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com)). Dapat disimpulkan bahwa CSR merupakan bentuk pertanggungjawaban sosial perusahaan atas dampak positif maupun negatif yang dapat ditimbulkan dari aktivitas operasional yang dapat mempengaruhi masyarakat internal maupun eksternal seperti permasalahan buruh, karyawan, konsumen, limbah pabrik, kepedulian terhadap masalah sosial dan keselarasan dengan masyarakat.

### 2.1.9 Pengungkapan CSR

Pengungkapan tanggung jawab sosial lingkungan merupakan proses yang digunakan oleh perusahaan untuk mengungkapkan informasi berkaitan dengan kegiatan perusahaan dan pengaruhnya terhadap kondisi sosial masyarakat dan lingkungan. Salah satu media yang paling tepat untuk mengungkapkan aktivitas sosial lingkungan adalah dengan menerbitkan laporan tahunan, laporan tahunan dinilai paling tepat untuk mengkomunikasikan berbagai informasi yang relevan dari manajemen perusahaan untuk mengungkapkan masalah-masalah yang berhubungan dengan lingkungan sosial perusahaan.

Pengungkapan CSR berdasarkan standar GRI memiliki 6 indikator yaitu:

1. Indikator ekonomi
2. Indikator lingkungan
3. Indikator social (praktik tenaga kerja dan pekerjaan yang layak)
4. Indikator social (hak asasi manusia)
5. Indikator social (masyarakat)
6. Indikator social (tanggung jawab produk)

### 2.1.10 Reaksi Investor

Pengujian terhadap reaksi pasar atas informasi yang dipublikasikan banyak dilakukan oleh para peneliti terdahulu, karena merupakan topik kajian yang cukup menarik dan kontroversial di bidang keuangan. Reaksi pasar dapat diukur dengan menggunakan *earning*, *dividen*, *abnormal return* dan volume perdagangan saham (Beaver, 1986 dalam Subekti, 2005).

Pasar efisien yang ditinjau dari sudut informasi saja disebut dengan efisiensi pasar secara informasi (*informationally efficient market*). Fama (1970) dalam Hartono (2013) membagi efisiensi pasar modal berdasar tiga macam bentuk informasi, yaitu :

1. Efisiensi Bentuk Lemah (*Weak-Form*)

Pasar dikatakan efisien dalam bentuk lemah jika harga – harga dari sekuritas tercermin secara penuh (*fully reflect*) informasi masa lalu. Informasi masa lalu ini merupakan informasi yang sudah terjadi.

2. Efisiensi Bentuk Setengah Kuat (*Semistrong-Form*)

Pasar dikatakan efisien setengah kuat jika harga – harga sekuritas secara penuh mencerminkan (*fully reflect*) semua informasi yang dipublikasikan (*all publicly available information*) termasuk informasi yang berada di laporan – laporan keuangan perusahaan emiten. Implikasinya adalah tidak ada investor atau grup dari investor yang dapat menggunakan informasi yang dipublikasikan untuk mendapatkan keuntungan tidak normal dalam jangka waktu yang lama.

3. Efisiensi Bentuk Kuat (*Strong-Form*)

Pasar modal yang efisien dalam bentuk kuat merupakan tingkat efisiensi pasar yang tertinggi. Pasar dikatakan efisien dalam bentuk kuat jika harga – harga sekuritas secara penuh mencerminkan (*fully reflect*) semua informasi yang tersedia termasuk informasi yang privat. Implikasinya adalah bahwa tidak ada individual investor atau grup dari investor, meskipun dengan kemampuan yang superior, mampu memperoleh *abnormal return* dengan menggunakan semua informasi yang relevan, baik historis, yang dipublikasikan, maupun yang tidak dipublikasikan.

*Abnormal return* merupakan selisih antara *return* sesungguhnya terjadi (*return realisasi*) dengan *return* ekspektasi (*expected return*), *return* normal merupakan *return* ekspektasi (*return* yang diharapkan oleh investor). Selain itu untuk suatu studi tentang harga, *return* pasar bisa juga dianggap sebagai *return* normal, sehingga merupakan pengurang bagi *return* aktual untuk menghasilkan *abnormal return* (Hartono, 2013). Besarnya selisih juga dapat digunakan untuk

menguji kandungan informasi dari suatu pengumuman. Jika suatu pengumuman mengandung informasi, maka diharapkan pasar akan bereaksi pada waktu pengumuman diterima oleh pasar, dimana reaksi tersebut ditunjukkan dengan *abnormal return* (Hartono, 2013).

## 2.2 Tinjauan Empiris

Adapun yang menjadi pedoman acuan bagi peneliti dalam melakukan penelitian adalah sebagaimana peneliti sebelumnya yaitu:

1. Yuliana dkk (2008) dengan judul pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) dan dampaknya terhadap reaksi investor. Adapun variabel yang digunakan adalah ukuran perusahaan, profitabilitas, *profile*, ukuran dewan komisaris, konsentrasi kepemilikan, luas pengungkapan CSR, reaksi investor. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *profile* perusahaan dan konsentrasi kepemilikan berpengaruh terhadap tingkat keluasan pengungkapan CSR. Sedangkan ukuran perusahaan, profitabilitas, dan ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap terhadap tingkat keluasan pengungkapan CSR. Tingkat keluasan pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap terhadap reaksi investor.
2. Sembiring (2005) dengan judul karakteristik perusahaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial: studi empiris pada perusahaan yang tercatat di bursa efek jakarta. Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *size*, profitabilitas, *profile*, ukuran dewan komisaris, leverage dan pengungkapan tanggung jawab sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *size*, *profile*, dan ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR sedangkan *leverage*

berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial, sedangkan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

3. Patten (2002) dengan judul *the market reaction to social responsibility disclosures: the case of the sullivan principles signings*, adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengungkapan CSR dan volume perdagangan saham. Hasil penelitian menunjukkan bahwa informasi tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh terhadap perilaku pasar saham, dan investor menggunakan informasi tanggung jawab sosial dalam mengambil keputusan investasi.
4. Klerk, dkk (2015) dengan judul *the influence of corporate social responsibility disclosure on share prices evidence from the united kingdom*. Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *corporate social responsibility disclosure, share prices*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham, pengungkapan CSR pada perusahaan yang beroperasi di industri sensitif terhadap lingkungan berpengaruh signifikan terhadap harga saham dibandingkan dengan perusahaan yang beroperasi di industri lain.
5. Astuti dan Trisnawati (2015) dengan judul pengaruh karakteristik perusahaan manufaktur terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) serta dampaknya terhadap reaksi investor. Adapun variabel yang digunakan adalah sebagai berikut ukuran perusahaan, *leverage*, profil perusahaan, ukuran dewan komisaris, konsentrasi kepemilikan, pengungkapan CSR, reaksi investor. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, *leverage*, profil perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan ukuran dewan komisaris dan konsentrasi kepemilikan tidak berpengaruh terhadap



pengungkapan CSR. Dan pengungkapan CSR berpengaruh terhadap reaksi investor.

6. Siagian dan Lucyanda (2012) dengan judul *the influence of company characteristics toward*. Adapaun variabel yang digunakan adalah ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage, dewan komisaris, *profile* perusahaan, umur perusahaan, kepemilikan manajemen, *earning per share*, *enviromental concern*, *growth opportunities*, pengungkapan CSR. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, profitabilitas, *profile* perusahaan, *earnings per share*, dan *environmental concern* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan *Leverage*, dewan komisaris, umur perusahaan, kepemilikan manajemen, dan *growth opportunities* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.
7. Salehi dkk (2019), dengan judul *empirical study on the effective factors of social responsibility disclosure of iranian companies*. Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengungkapan CSR, ukuran perusahaan, *leverage*, profitabilitas, usia perusahaan, *type* industri, *audit fee*, *Audit firm's tenure*, *Audit firm size*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, usia perusahaan, *audit fee* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. *Leverage*, profitabilitas, *Audit firm's tenure* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR. *Type* industri yakni industri mesin dan peralatan, industri logam, industri makanan dan minuman, dan industri tekstil lebih sedikit mengungkapkan CSR dibandingkan industri dasar (industri farmasi). Industri mineral lebih banyak mengungkapkan CSR dibandingkan industri farmasi. Industri otomotif dan suku cadang otomotif, industri kimia tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. *Audit firm size* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

8. Guidry dan Patten (2010) dengan judul *market reactions to the first-time issuance of corporate sustainability reports evidence that quality matters*. Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *corporate sustainability reports* dan reaksi pasar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *corporate sustainability reports* tidak berpengaruh signifikan terhadap reaksi pasar
9. Rahman dan Bukair (2015) dengan judul *the effect of the board of directors' characteristics on corporate social responsibility disclosure by islamic banks*. Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah ukuran dewan komisaris, komposisi dewan komisaris, *CEO duality* dan pengungkapan CSR. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran dewan komisaris, komposisi dewan komisaris, *CEO duality* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.
10. Zuhron dan Sukmawati (2003) dengan judul analisis pengaruh luas pengungkapan sosial dalam laporan tahunan perusahaan terhadap reaksi investor. Adapun variabel yang digunakan adalah ukuran dewan komisaris, *leverage*, ukuran perusahaan, profitabilitas, kinerja lingkungan, pengungkapan tanggung jawab sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan sosial dalam laporan tahunan perusahaan yang *go public* telah terbukti berpengaruh terhadap volume perdagangan saham bagi perusahaan yang masuk kategori *high profile*.
11. Wijaya (2012) dengan judul faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia. Adapun variabel yang digunakan adalah ukuran dewan komisaris, *leverage*, ukuran perusahaan, profitabilitas, kinerja lingkungan, pengungkapan tanggung jawab sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran dewan komisaris, *leverage*, profitabilitas tidak

berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial, sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

12. Nurdin dan Cahyandito (2006) dengan judul pengungkapan tema-tema sosial dan lingkungan dalam laporan tahunan perusahaan terhadap reaksi investor. Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah tema-tema sosial dan lingkungan, *abnormal return*, volume perdagangan Saham. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan tema-tema sosial dan lingkungan dalam laporan tahunan perusahaan berpengaruh signifikan terhadap reaksi investor.
13. Padnyani dan Sisdyani (2015) dengan judul pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan ukuran dewan komisaris pada pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan ukuran dewan komisaris pada pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas dan ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, sedangkan ukuran perusahaan dan *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.
14. Maulana dan Yuyetta (2014) dengan judul pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, pengungkapan CSR. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas dan *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Ukuran perusahaan dan ukuran dewan komisaris berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

15. Indraswari dan Astika (2015) dengan judul pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, dan kepemilikan saham publik terhadap pengungkapan CSR. Adapun variabel yang digunakan adalah profitabilitas, ukuran perusahaan, kepemilikan saham publik, pengungkapan CSR. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas, ukuran perusahaan berpengaruh positif pada pengungkapan *corporate social responsibility*. Kepemilikan saham publik berpengaruh negatif pada pengungkapan *corporate social responsibility*.
16. Wahyuningsih dan Mahdar (2018) dengan judul pengaruh *size*, *leverage* dan profitabilitas terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Adapun variabel yang digunakan adalah *size*, *leverage*, profitabilitas, dan pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *size*, profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. *Leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR pada kelompok perusahaan dengan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) luas, sedangkan berpengaruh negatif pada kelompok perusahaan dengan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) sedikit.