

HUBUNGAN TIPE INDUSTRI DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)

Aisyah*)

Abstract : *Independent variables (industry type, company size) simultaneously or together have influence on the dependent variable (Corporate Social Responsibility (CSR)) where in table F with α : 0.05 obtained F table value of 2.76 and F count of 3.126 or $F_{count} > F_{table}$. 4. Partially the variable that has significant influence is the size of the company, where the value of T table: 1.699 smaller than the value T_{hitung} : 3.365. 5. The influence of independent variable, that is industry type, and company size, to variable Y, that is Corporate Social Responsibility (CSR) is equal to 27,1% while the rest equal to 72,9% is influence sourced from other variable not examined*

Key words : *Industry type, Company size, and Corporate Social Responsibility (CSR).*

PENDAHULUAN

CSR (*Corporate Social Responsibility*) adalah suatu konsep atau tindakan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai rasa tanggung jawab perusahaan terhadap social maupun lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada, seperti melakukan suatu kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan, khususnya masyarakat yang berada di sekitar perusahaan tersebut berada. *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan strategi yang digunakan perusahaan untuk mengakomodasi kebutuhan dan kepentingan stakeholdernya.

Kesadaran tentang pentingnya mempraktikkan *Corporate Social Responsibility (CSR)* ini menjadi *trend* global seiring dengan semakin maraknya kepedulian yang mengutamakan *stakeholders*. Program *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh perusahaan sesuai dengan isi pasal 74 Undang-undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, tanggung jawab sosial, dan lingkungan yang berlaku bagi perseroan yang mengelola atau memiliki dampak terhadap sumber daya alam dan tidak dibatasi kontribusinya serta dimuat dalam laporan keuangan. Undang- undang No. 40 Tahun 2007

mengatur tentang *Corporate Social Responsibility (CSR)*, menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang saat ini dilakukan bukan lagi bersifat sukarela.

Kondisi perusahaan sedikit banyak juga mempengaruhi kinerja serta luas penyajian laporan tahunan termasuk laporan sukarela perusahaan. Kondisi perusahaan dapat dilihat dari tipe perusahaan, ukuran perusahaan, dan profitabilitas perusahaan (Puspitasari, 2009). Utomo (2000) menyatakan bahwa tipe perusahaan berpengaruh terhadap luas pengungkapan sosial perusahaan. Tipe perusahaan yang lebih tinggi (*high-profile*) lebih banyak mengungkapkan kegiatan sosial perusahaan dibandingkan tipe perusahaan yang lebih rendah (*low-profile*). Sementara itu sifat peraturan pemerintah yang wajib dan disertai sanksi bagi pelanggarnya, mengindikasikan baik perusahaan *high-profile* maupun *low profil* harus melaksanakan peraturan yang berlaku bagi mereka.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian sebelumnya maka rumusan masalah adalah :

1. Apakah tipe industri dan ukuran perusahaan berpengaruh baik secara

- simultan maupun secara parsial terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)?
2. Apakah tipe industri berpengaruh dominan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)?

TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan penelitian adalah :

1. Untuk menganalisis tipe industri dan ukuran perusahaan berpengaruh baik secara simultan maupun secara parsial terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).
2. Untuk menganalisis tipe industri berpengaruh dominan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).

LANDASAN TEORI

Definisi *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut Hackston and Milne (1996), tanggung jawab sosial perusahaan sering disebut juga sebagai *Corporate Social Responsibility* atau *Social Disclosure*, *Social Reporting* merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan (Sembiring, 2005). Selain itu, ISO 26000 mendefinisikan CSR sebagai 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.

Menurut Gray *et.al*, 1996 ada dua pendekatan yang secara signifikan berbeda dalam melakukan penelitian

tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Pertama, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan mungkin diperlakukan sebagai suatu suplemen dari aktivitas akuntansi konvensional. Pendekatan ini secara umum akan menganggap masyarakat sebagai pemakai utama pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan cenderung membatasi persepsi tentang tanggung jawab sosial yang dilaporkan. Pendekatan alternatif kedua dengan meletakkan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada suatu pengujian peran informasi dalam hubungan masyarakat dan organisasi. Pandangan yang lebih luas ini telah menjadi sumber utama kemajuan dalam pemahaman tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan sekaligus merupakan sumber kritik yang utama terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Berdasarkan riset yang dilakukan oleh *United States-based Business for Social Responsibility* (BSR), banyak sekali keuntungan yang didapatkan perusahaan yang telah mempraktikkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) antara lain: (1) meningkatkan *brand image* dan reputasi perusahaan, *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat membuat perusahaan menjadi lebih dikenal oleh masyarakat sehingga reputasi perusahaan juga akan meningkat apabila perusahaan melaksanakan program tersebut dengan sebaik-baiknya; (2) meningkatkan penjualan dan *loyalitas* pelanggan. Apabila program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dilakukan dengan baik oleh perusahaan maka para pelanggan akan menjadi lebih loyal karena para pelanggan tidak hanya mengetahui kualitas tetapi juga tujuan baik perusahaan; (3) mengurangi biaya *operasional*, dengan adanya

Corporate Social Responsibility (CSR) perusahaan tidak perlu lagi mengeluarkan anggaran untuk biaya promosi, karena tipe industri atau perusahaan pasti akan lebih dikenal oleh masyarakat. Dengan demikian biaya *operasional* akan menurun; (4) meningkatkan kinerja keuangan, dengan adanya CSR diharapkan laba perusahaan akan lebih meningkat karena penjualan akan meningkat. Dengan demikian dengan adanya penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) kinerja keuangan dari perusahaan tersebut secara otomatis akan meningkat.

Tipe Industri

Tipe industri dibedakan menjadi dua jenis, yaitu industri yang *high-profile* dan industri yang *low-profile*. Robert (1992) dalam Anggraini (2006) menggambarkan industri yang *high-profile* sebagai perusahaan yang mempunyai tingkat sensitivitas yang tinggi terhadap lingkungan (*consumer visibility*), tingkat risiko politik yang tinggi atau tingkat kompetisi yang ketat. Keadaan tersebut membuat perusahaan menjadi lebih mendapatkan sorotan oleh masyarakat luas mengenai aktivitas perusahaannya. Industri *low-profile* adalah kebalikannya, perusahaan ini memiliki tingkat *consumer visibility*, tingkat risiko politik, dan tingkat kompetisi yang rendah, sehingga tidak terlalu mendapat sorotan dari masyarakat luas mengenai aktivitas perusahaannya meskipun dalam melakukan aktivitasnya tersebut perusahaan melakukan kesalahan atau kegagalan pada proses maupun hasil tipe industrinya.

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan (*size*) merupakan salah satu variabel yang banyak digunakan untuk menjelaskan mengenai variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Terdapat

beberapa penjelasan mengenai pengaruh ukuran perusahaan (*Size*) terhadap kualitas ungkapan. Hal ini dapat dilihat dari berbagai penelitian empiris yang telah dilakukan menunjukkan bahwa pengaruh total aktiva hampir selalu konsisten dan secara statistik signifikan. Beberapa penjelasan yang mungkin dapat menjelaskan fenomena ini adalah bahwa perusahaan besar mempunyai biaya informasi yang rendah, perusahaan besar juga mempunyai kompleksitas dan dasar pemilikan yang lebih luas dibanding perusahaan kecil (Cooke, 1989 dalam Rosmasita, 2007). Roberts (1992) mengelompokkan perusahaan otomotif, penerbangan dan minyak sebagai industri yang *high-profile*, sedangkan Perston (1978) mengatakan bahwa industri ekstraktif merupakan industri yang *high-profile*. Patten (1991) mengelompokkan industri pertambangan, kimia, dan kehutanan sebagai industri *high-profile*. Atas dasar pengelompokan di atas, maka penelitian ini mengelompokkan industri migas, kehutanan, pertanian, pertambangan, perikanan, kimia, otomotif, transportasi, telekomunikasi, barang konsumsi, makanan dan minuman, kertas, farmasi, plastik, dan konstruksi sebagai industri yang *high-profile*.

Ukuran perusahaan merupakan variabel independen yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan keuangan perusahaan. Perusahaan besar merupakan entitas bisnis yang banyak disoroti, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial. Akan tetapi, tidak semua penelitian mendukung hubungan antara *size* perusahaan dengan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian yang tidak berhasil menunjukkan hubungan kedua variabel ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Robert (1992), sedangkan penelitian yang berhasil menunjukkan hubungan kedua variabel ini antara

lain Hackston dan Milne (1996), Hasibuan (2001), Anggraini (2006), Amran dan Devi (2008), Sembiring (2005).

HIPOTESIS

Berdasarkan rumusan masalah dan landasan teori, maka hipotesis yaitu:

1. Diduga bahwa tipe industri dan ukuran perusahaan berpengaruh baik secara simultan maupun secara parsial terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).
2. Diduga bahwa tipe industri berpengaruh dominan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).

TEKNIK ANALISIS DATA

Untuk membuktikan hipotesis yang diajukan dalam pembahasan ini, maka penulis menggunakan metode regresi linear berganda sebagaimana yang dikemukakan oleh Sudjana (1997) masing-masing variabel yang diteliti dengan menggunakan program komputerisasi SPSS (Statistical Product and Service Solution) Versi 11 dengan rumus sebagai berikut :

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2$$

Dimana :

Y = Corporate Social Responsibility (CSR)

X₁ = Tipe industri

X₂ = Ukuran perusahaan

β₀ = Konstanta

β (1,2) = Koefisien regresi

Berdasarkan hasil perhitungan dari model analisis tersebut di atas, maka dapat digunakan untuk memecahkan permasalahan dengan menggunakan uji statistik sebagai berikut.

1. Uji serempak (Uji F)

Untuk pengujian hipotesis, uji ini digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel bebasnya secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang bermakna terhadap variabel tergantungnya. Kemudian dilakukan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} pada derajat kesalahan

0,05. Apabila nilai F_{hitung} > dari nilai F_{tabel}, maka berarti variabel bebasnya secara serempak memberikan pengaruh yang bermakna terhadap variabel tergantungan, atau hipotesis diterima.

2. Uji Parsial (Uji T)

Uji ini adalah untuk mengetahui apakah pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel tergantungnya bermakna atau tidak. Pengujian dilakukan dengan membandingkan antara nilai t_{hitung} masing-masing variabel bebas dengan nilai t_{tabel} dengan derajat kesalahan 0,05. Apabila nilai t_{hitung} > t_{tabel}, maka variabel bebasnya memberikan pengaruh yang bermakna terhadap variabel tergantungnya. Di samping itu, uji ini juga sekaligus digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing variabel bebas tersebut terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) dengan melihat nilai-nilai r² parsial masing-masing variabel. Berdasarkan nilai-nilai tersebut, maka dapat diketahui variabel bebas mana yang mempunyai pengaruh yang paling bermakna atau dominan terhadap variabel tergantungan

HASIL PENELITIAN

Hasil Analisis Regresi Berganda

Sifat pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat dapat dijelaskan berdasarkan persamaan regresi berganda sebagai berikut.

$$Y = 29,201 + 0,08396X_1 + 0,615 X_2$$

Persamaan tersebut menjelaskan bahwa semua variabel bebas X mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel terikat Y. Sifat pengaruh untuk masing-masing variabel bebas X terhadap variabel terikat dapat dijelaskan sebagai berikut.

1. Bilangan konstan pada persamaan tersebut di atas menjelaskan bahwa kedua variabel bebas (X), maka

- besarnya Corporate Social Responsibility (CSR) adalah 29,201.
- Variabel Tipe industri (X_1) terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) (Y)
 Variabel X_1 mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel Y, artinya bahwa jika tipe industri semakin ditingkatkan, maka Corporate Social Responsibility (CSR) juga semakin meningkat. Sebaliknya jika tipe industri semakin menurun, maka Corporate Social Responsibility (CSR) juga semakin menurun. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa setiap penambahan Rp1 untuk membiayai tipe industri, maka akan berdampak pada peningkatan Corporate Social Responsibility (CSR) sebesar $29,201 + 0,08396 (1)$ atau sebesar 29,28496
 - Variabel ukuran perusahaan (X_2) mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel Y, artinya bahwa jika ukuran perusahaan semakin tinggi, maka Corporate Social Responsibility (CSR) semakin meningkat. Sebaliknya jika ukuran perusahaan semakin menurun, maka Corporate

Social Responsibility (CSR) semakin menurun. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa setiap penambahan Rp1 ukuran perusahaan, maka akan berdampak pada peningkatan Corporate Social Responsibility (CSR) sebesar $29,201 + 0,6150 (1)$ atau sebesar 29,8160

Analisis Pengaruh Secara Serempak (Uji F)

Analisis ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh variabel bebas yaitu: tipe industri, dan ukuran perusahaan terhadap variabel terikat yaitu Corporate Social Responsibility (CSR). Adapun hipotesis yang akan dibuktikan yaitu: apakah ada pengaruh secara bersama-sama variabel bebas X terhadap variabel terikat Y. Syarat signifikansi adalah: jika nilai F hitung lebih besar F tabel atau nilai signifikansi hasil perhitungan lebih kecil dari $\alpha: 0,05$. Sebaliknya dikatakan tidak ada pengaruh jika F hitung lebih kecil dari F tabel atau nilai signifikansi perhitungan lebih besar dari $\alpha: 0,05$.

Hasil perhitungan uji F dapat dilihat pada tabel 1 berikut.

Tabel 1, Analisis Anova (Uji F)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	178.260	2	44.565	3.126	.032 ^a
Residul	356.407	22	14.256		
Total	534.667	24			

a. Predictors : (Constant), tipe industri, ukuran perusahaan

Pada tabel tersebut di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi 0,032 lebih kecil dari $\alpha: 0,05$. Dengan demikian variabel bebas (tipe industri, ukuran perusahaan) mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat (Corporate Social Responsibility (CSR)). Pada tabel F dengan derajat $\alpha: 0,05$ diperoleh nilai F tabel sebesar 2,76. Sedangkan F hitung

pada tabel tersebut di atas adalah sebesar 3.126. Dengan demikian berdasarkan uji F menunjukkan bahwa variabel bebas secara serempak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat sehingga H_0 di tolak dan H_1 diterima.

Analisis Pengaruh Secara Parsial (Uji T)

Berdasarkan uji simultan tersebut di atas, selanjutnya dilakukan analisis pengaruh secara parsial atau sendiri-sendiri variabel bebas, yaitu tipe industri, dan ukuran perusahaan terhadap variabel terikat (Corporate Social Responsibility (CSR) dengan menggunakan analisis uji T. Uji ini

dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yang paling signifikan terhadap variabel terikat. Selain itu analisis uji T bertujuan untuk mengetahui persamaan regresi yang terbentuk, sehingga dapat mempermudah menjelaskan sifat pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 2 berikut.

Tabel 2, Koefisien Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std.Error	Beta		
1 (Constant)	29.201	10.857		2.690	.013
Tipe Industri	5.196E1	.177	.091	.475	.639
Ukuran Perusahaan	.615	.183	.564	3.365	.002

Sumber : data diolah, 2017

Pada tabel tersebut di atas menjelaskan bahwa secara parsial dari ke dua variabel bebas, tidak semua variabel yang berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi pada tabel tersebut di atas adalah :

1. Nilai signifikansi untuk tipe industri sebesar $0,639 > \alpha : 0,05$. Untuk nilai T tabel dengan $\alpha : 0,05$ sebesar

$1,699 > T$ hitung : $0,475$. Dengan demikian menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh.

2. Nilai signifikansi untuk ukuran perusahaan sebesar $0,002 < \alpha : 0,05$. Untuk nilai T tabel dengan $\alpha : 0,05$ sebesar $1,699 < T$ hitung : $3,365$. Dengan demikian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh.

Analisis R-Square

Tabel 3. R-Square

Model	R	R.Square	Adjusted R.Square	Std.Error of the Estimate
1	.335	.271	.540	5.19626

a. Predictors : (Constant), Tipe Industri, Ukuran Perusahaan

Berdasarkan hasil analisis R-Square pada tabel tersebut di atas menunjukkan nilai R-Square sebesar $0,271$ atau $27,1\%$. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya pengaruh variabel bebas, yaitu tipe industri, dan ukuran perusahaan terhadap variabel Y, yaitu Corporate Social Responsibility (CSR) adalah sebesar $27,1\%$ sedangkan sisanya sebesar $72,9\%$ adalah pengaruh yang

bersumber dari variabel lain yang tidak diteliti.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah, hipotesis dan pembahasan hasil penelitian tersebut di atas, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel bebas (tipe industri, ukuran perusahaan) secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat (Corporate Social Responsibility (CSR)) dimana pada tabel F dengan α : 0,05 diperoleh nilai F tabel sebesar 2,76 dan F hitung sebesar 3.126 atau $F_{hitung} > F_{tabel}$.
2. Secara parsial variabel yang mempunyai pengaruh signifikan adalah ukuran perusahaan, dimana nilai T tabel : 1,699 lebih kecil dari nilai T_{hitung} : 3,365.
3. Besarnya pengaruh variabel bebas, yaitu tipe industri, dan ukuran perusahaan, terhadap variabel Y, yaitu Corporate Social Responsibility (CSR) adalah sebesar 27,1% sedangkan sisanya sebesar 72,9% adalah pengaruh yang bersumber dari variabel lain yang tidak diteliti

Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut di atas, maka dapat dikemukakan beberapa saran sebagai berikut :

1. Perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan, dan perusahaan yang lebih besar dengan aktivitas operasi dan pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat mungkin akan memiliki pemegang saham yang memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan sehingga tanggung jawab sosial perusahaan akan semakin luas, dengan demikian ukuran perusahaan merupakan salah satu faktor dari *Corporate Social Responsibility* (CSR).
2. Ukuran perusahaan mempunyai pengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR), Oleh karena itu perusahaan yang lebih besar lebih dituntut untuk memperhatikan atau mengungkapkan tanggung jawab sosialnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Amran, Azlan dan S. Susela Devi. 2008.” *The Impact Of Government and Foreign Affiliate Influence on Corporate Social Reporting (The Case of Malaysia)*”. Accounting, Auditing, and Accountability Journal, Vol. 23, No. 4
- Anggraini, Fr Reni R. 2006. *Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Tahunan (Studi empiris pada Perusahaan- Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta)*. Jurnal SNA IX, Padang, 23-26 Agustus 2006
- BSR/Cone (2008), “Corporate Responsibility in a New World Survey, Business for Social Responsibility (BSR) and Cone LLC,” Diakses dari: http://www.bsr.org/files/BSRCon e_2008_Survey.pdf, 24 November 2017
- Guidance On Social Responsibility*, Document ISO 26000, 2008.
- Gray, R., D. Owen dan Adams C. A. 1996. *Accounting and Accountability: Changes and Challenges in Corporate Social and Environmental Reporting*, Prentice-Hall
- Hackston, D. and M. J. Milne. 1996, *Some Determinants of Social and Environmental Disclosures in New Zealand Companies*, Accounting, Auditing and Accountability Journal, Vol. 9 NO. 1:77108
- Hasibuan, Muhammad Rizal. 2001. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sosial*

- (*Social Disclosure*) Dalam Laporan Tahunan Emiten di BEJ dan BES, Tesis S2 Magister Akuntansi
- Patten.1991. "Exposure, Legitimacy and Social Disclosure". *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. Vol. 8, No.2, p.47-77
- Preston, L.E. 1978. Analyzing Corporate Social Performance: Methods and Results. *Journal of Contemporary Business*, 7 (1): 135-149
- Roberts, W. Robin. 1992. *Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure An Application of Stakeholder Theory*. *Accounting Organization and Society*. Vol.17, No. 6, pp 595-612
- Rosmasita, Hardhina. 2007. *Factor-faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Sosial (Social Disclosure) Dalam Laporan Keuangan Tahunan Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Jakarta*. Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta. www.google.com/faktor-faktor.yang.mempengaruhi.CSR/pdf. Diakses 8 September 2017
- Sembiring, Eddy Rismanda. 2005. *Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung jawab Sosial Pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta*. Simposium Nasional Akuntansi 7, Solo 15-16 Desember 2005
- Sudjana. 1996. *Metode Statistik*. Penerbit Erlangga, Jakarta
- Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. 2007. Pemerintah Republik Indonesia.
- *) Penulis adalah Dosen Politeknik Pertanian Negeri Pangkep**