

UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DENGAN DEWAN KOMISARIS SEBAGAI MEDIASI

Erry Setiawan dan Dwi Dewianawati

Fakultas Ekonomi Universitas Mayjen Sungkono Mojokerto
e-mail: dwidewianawati@gmail.com

Abstract. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji beberapa faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian ini mencoba mengembangkan dewan komisaris sebagai variabel intervening ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Pengambilan sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan cara *purposive sampling*. Populasinya adalah 219 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Data dianalisis menggunakan *Path Analysis* dengan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh langsung terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, dan dewan komisaris tidak dapat dijadikan sebagai variabel intervening dalam pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Kata kunci: Pengungkapan tanggung jawab sosial, ukuran perusahaan, dewan komisaris.

PENDAHULUAN

Pergeseran filosofis pengelolaan organisasi entitas bisnis yang didasarkan pada teori keagenan (*Agency Theory*), yaitu tanggung jawab perusahaan yang hanya berorientasi kepada pengelola (*Agen*) dan pemilik (*principles*) mengalami perubahan kepada pandangan manajemen modern yang didasarkan pada *stakeholder*, yaitu terdapatnya perluasan tanggung jawab perusahaan dengan dasar pemikiran bahwa pencapaian tujuan perusahaan sangat berhubungan erat dengan pola (*setting*) lingkungan sosial dimana perusahaan berada [Azizul (2015) dalam Kholis dan Maksim (2017)].

Pada dua dekade terakhir ini wajah industri di Indonesia diwarnai dengan berbagai konflik industrial seperti demonstrasi dan protes yang menyiratkan ketidakpuasan beberapa elemen *stakeholders* pada manajemen perusahaan, para buruh sering melakukan demo mogok kerja akibat kebijakan upah dan pemberian fasilitas kesejahteraan lain yang diterapkan perusahaan tidak mencerminkan rasa keadilan. Menyadari hal tersebut, perusahaan di Indonesia tidak berdiam diri, perusahaan berupaya memperbaiki hubungan mereka dengan lingkungan sosialnya. Melalui berbagai media, baik media massa maupun media internal (termasuk laporan tahunan), perusahaan berupaya mengomunikasikan aktivitas sosialnya

Di dalam akuntansi konvensional (*mainstream accounting*), pusat perhatian yang dilayani perusahaan adalah *stockholders* dan *bondholders* sedangkan pihak lain diabaikan. Dewasa ini tuntutan terhadap perusahaan

semakin besar. Perusahaan diharapkan tidak hanya mementingkan kepentingan manajemen dan pemilik modal (investor dan kreditor), tetapi juga karyawan, konsumen serta masyarakat. Perusahaan mempunyai tanggung jawab sosial terhadap pihak di luar manajemen dan pemilik modal (Anggraini, 2015).

Kendati demikian, wacana tanggung jawab sosial masih diposisikan secara marginal, dan cenderung kurang memiliki apresiasi secara tepat. Konteks seperti itu terjadi, paling tidak dipicu oleh kondisi, yaitu : (1) masih belum seragam dan jelas batasan tanggung jawab sosial ; (2) sikap opportunistis perusahaan, terlebih *social responcybility* mengandung biaya yang cukup besar yang belum tentu memiliki relevansi terhadap pencapaian tujuan yang bersifat *economic motif* ; (3) kurang respon *stakeholder* (*silent stakeholder*) sehingga kurang menciptakan *social control* meskipun masyarakat merupakan *social agent* ; (4) dukungan tata perundangan yang masih lemah ; (5) standar operasional yang kurang jelas ; dan (6) belum jelasnya ukuran evaluasi (Nor Hadi (2017)).

Berbagai penelitian yang terkait dengan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan menunjukkan keanekaragaman hasil. Seperti penelitian yang menunjukkan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh Singh dan Ahuja dalam Gray *et. al.*, (2015) tidak menemukan hubungan antara kedua variabel tersebut, sedangkan Cowen *et. al.*, (2015) menemukan bahwa hubungan hanya terjadi dengan beberapa kategori tanggung jawab sosial tersebut bukan secara keseluruhan. Keanekaragaman hasil tersebut sebagian disebabkan karena model yang dikembangkan merupakan model yang sangat sederhana dan pengukuran yang digunakan juga tidak konsisten (Belkaoui dan Karpik, 1989) dalam Sembiring (2015).

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Menurut Tunggal (2016) tanggung jawab sosial secara sederhana dapat diartikan bagaimana sebuah perusahaan mengelola proses usaha yang dijalankan untuk menghasilkan pengaruh yang positif dimasyarakat.

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) dalam Tunggal (2016), *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerjasama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara bermfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan.

Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Pertanggungjawaban sosial perusahaan di ungkapkan di dalam laporan yang disebut *Sustainbiity Reporting*. *Sustainbiity Reporting* adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). *Sustainbiity Reporting* harus menjadi dokumen strategis yang berlevel tinggi yang menempatkan isu, tantangan dan peluang *Sustainability*

Development yang membawanya menuju kepada *core business* dan sektor industrinya.

Pengungkapan sosial dalam Laporan Tahunan Hendriksen (2014:203) dalam Haryati (2015) mendefinisikan pengungkapan (*disclosure*) sebagai penyajian sejumlah informasi yang dibutuhkan untuk pengoprasian secara optimal pasar modal yang efisien. Pengungkapan ada yang bersifat wajib (*mandatory*) yaitu pengungkapan informasi wajib dilakukan oleh perusahaan yang didasarkan pada peraturan atau standar tertentu, dan ada yang bersifat sukarela (*voluntary*) yang merupakan pengungkapan informasi melebihi persyaratan minimum dari peraturan yang berlaku.

Setiap unit/pelaku ekonomi selain berusaha untuk kepentingan pemegang saham dan mengkonsekuensikan dirinya pada pencapaian laba juga mempunyai tanggung jawab sosial, dan hal itu perlu diungkapkan dalam laporan tahunan, sebagaimana dinyatakan oleh Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 (Revisi 2009) paragraf ke sembilan :

“Perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting”

Pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan umumnya bersifat *voluntary* (sukarela), *unaudited* (belum diaudit), dan *unregulated* (tidak dipengaruhi oleh peraturan tertentu).

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perusahaan Untuk Mengungkapkan Tanggung Jawab Sosial

Ukuran Perusahaan

Secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan politis untuk melaporkan tanggung jawab sosialnya. Cowen, *et al.*, (2015) dalam Haryati (2015) menyatakan bahwa perusahaan yang lebih besar dengan aktivitas operasi dan pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat akan memiliki pemegang saham yang mungkin memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan dan laporan tahunan akan digunakan untuk menyebarkan informasi tentang tanggung jawab sosial tersebut

Dewan Komisaris

Menurut Fama dan Jensen dalam Beasley (2015) dalam Haryati (2015), dewan komisaris merupakan mekanisme pengadilan intern tertinggi, yang bertanggung jawab untuk memonitor tindakan manajemen puncak. Komposisi individu yang bekerja sebagai anggota dewan komisaris merupakan hal penting dalam memonitor aktivitas manajemen secara efektif. Lebih jauh mereka menyatakan bahwa keefektifan dalam memonitor aktivitas manajemen merupakan fungsi dari *director mix* (*inside* dan *outside director*). Dewan komisaris yang terdiri dari *inside* dan *outside director* akan memiliki akses informasi khusus

yang berharga yang dapat membantu dewan komisaris menjadikannya sebagai alat efektif dalam keputusan pengendalian.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah semua perusahaan yang tercatat (*go-public*) di Bursa Efek Indonesia (BEI) seperti yang tercantum dalam Indonesian Capital Market Directory adalah 219 perusahaan pada tahun 2021.

Metode pemilihan sampel probabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu teknik penarikan sampel non-probabilitas yang menyeleksi responden-responden berdasarkan ciri-ciri atau sifat khusus yang dimiliki oleh sampel dan sampel tersebut merupakan representatif dari populasi (Sumarsono, 2016:52). Adapun pertimbangan dan kriteria dan penentuan sampel tersebut adalah :

- a. Sampel yang dipilih adalah perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia tahun 2021
- b. Periode sampel dibatasi hanya perusahaan yang mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan tahun 2021.
- c. Sampel yang dipilih adalah perusahaan yang mengungkapkan jumlah karyawan dalam laporan tahunannya. (tahun 2021)
- d. Sampel yang dipilih adalah perusahaan yang mengungkapkan jumlah anggota dewan komisaris dalam laporan tahunannya (tahun 2021)
- e. Sampel yang dipilih disesuaikan dengan sektor industri

Berdasarkan pertimbangan dan kriteria diatas, maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 25 perusahaan

Teknik Analisis

Berdasarkan tujuan dan hipotesis penelitian diatas, maka teknik analisis yang digunakan adalah analisis jalur (*path analysis*) yang digunakan untuk menganalisis hubungan antar variabel endogen, dengan variabel eksogen. Dalam penelitian ini adalah hubungan antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan jumlah dewan komisaris sebagai variabel intervening.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Normalitas

Normal tidaknya suatu data dapat dideteksi melalui grafik histogram, hanya gambar grafik kadang - kadang menyesatkan karena kelihatannya distribusinya normal, tetapi secara statistik sebenarnya tidak normal (Ghozali, 2015). Selain dengan menggunakan grafik histogram, uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov, berikut hasil uji normalitas variabel ukuran perusahaan (X_1), jumlah dewan komisaris (X_2) dan pengungkapan tanggung jawab sosial (Y) dengan menggunakan uji Kolmogorof-Smirnov :

Tabel 1 : Uji Normalitas Data
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Karyawan	Komisaris	CSR
N		25	25	25
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	8541.9600	4.9600	.2923
	Std. Deviation	15676.50116	1.71950	.06682
Most Extreme Differences	Absolute	.341	.189	.129
	Positive	.341	.171	.129
	Negative	-.294	-.189	-.125
Kolmogorov-Smirnov Z		1.704	.946	.645
Asymp. Sig. (2-tailed)		.006	.332	.800

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Dari hasil uji Kolmogorov-Smirnov, variabel ukuran perusahaan (X1) memiliki probabilitas 0.006, jumlah dewan komisaris (X2) memiliki probabilitas 0.332 dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (Y) memiliki probabilitas 0.800, karena nilai probabilitas ketiga variabel lebih besar dari 0.005, maka ketiga variabel tersebut berdistribusi normal

Analisis Jalur

Adapun hasil perhitungan koefisien jalur secara keseluruhan dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 2 : Analisis Jalur

Jalur	Koefisien Jalur	t _{hitung}	Probabilitas
Y ← X1	0,293	1,472	0,155
Y ← X2	0,190	0,927	0,364
X2 ← X1	0,341	1,738	0,096

Berdasarkan tabel diatas dapat diuraikan :

1. Koefisien jalur ukuran perusahaan (X1) → pengungkapan tanggung jawab sosial (Y) sebesar 0,293 dengan probabilitas 0,155
2. Koefisien jalur jumlah dewan komisaris (X2) → pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (Y) sebesar 0,190 dengan probabilitas 0,364
3. Koefisien jalur ukuran perusahaan (X1) → jumlah dewan komisaris (X2) sebesar 0,341 dengan probabilitas 0,096

Pengujian Hipotesis

Pengujian Hipotesis 1

Berdasarkan hasil pengolahan data, diperoleh nilai koefisien jalur dari ukuran perusahaan (X1) terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (Y) adalah sebesar 0,293 dengan taraf signifikan 0,155. Karena taraf signifikan ini lebih besar dari 0,05 maka hipotesis 1 yang menduga terdapat pengaruh ukuran perusahaan (X1) terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (Y) tidak terbukti.

Pengujian Hipotesis 2

Berdasarkan hasil pengolahan data, diperoleh nilai koefisien jalur dari variabel ukuran perusahaan (X1) terhadap jumlah dewan komisaris (X2) adalah sebesar 0,341 dengan taraf signifikan sebesar 0,096. Sedangkan nilai koefisien jalur jumlah dewan komisaris terhadap ukuran perusahaan (Y) adalah sebesar 0,190 dengan taraf signifikan sebesar 0,364

Besarnya pengaruh tidak langsung ukuran perusahaan (X1) terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan melalui jumlah dewan komisaris (X2) adalah sebesar $(0,341) \times (0,190) = 0,065$, karena nilai koefisien tidak langsung lebih kecil dari koefisien langsung (0,293), maka hipotesis 2 yang menduga ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial dengan jumlah dewan komisaris (X2) sebagai variabel intervening tidak terbukti

Analisis Pengaruh

Pada tahap analisis pengaruh, dilakukan analisis besar pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen yang telah teruji. Untuk menganalisis pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen dapat dilihat pada tabel 8 dibawah ini

Tabel 3 : Analisis pengaruh

	Standardized		Standardized		standardized	
	Direct Effect		Indirect Effect		Total effect	
	jml. Kom	CSR	jml. Kom	CSR	jml. Kom	CSR
UP	0,341	0,293	0,000	0,065	0,341	0,358
JK	0,000	0,190	0,000	0,000	0,000	0,190

Dari tabel diatas diketahui bahwa pengaruh tidak langsung ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan adalah 0.065 dimana nilai pengaruh tidak langsungnya lebih kecil dibandingkan dengan pengaruh langsungnya, yaitu sebesar 0,293. Dengan demikian pengaruh jumlah dewan komisaris tidak dapat dijadikan sebagai variabel intervening pada pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Pengungkapan merupakan suatu penyajian sejumlah informasi yang dibutuhkan untuk pengoperasian secara optimal pasar modal yang efisien. Pengungkapan ada yang bersifat wajib (*mandatory*) yaitu pengungkapan informasi wajib dilakukan oleh perusahaan yang didasarkan pada peraturan atau standar tertentu, dan ada yang bersifat sukarela (*voluntary*) yang merupakan pengungkapan informasi melebihi persyaratan minimum dari peraturan yang berlaku.

Manajemen memiliki dorongan untuk mengungkapkan informasi yang menguntungkan dan “menyembunyikan” informasi yang tidak menguntungkan. Informasi yang menguntungkan akan diungkap seluas-luasnya, sedangkan informasi yang tidak menguntungkan kelihatannya tidak diungkap dan sebagai

hasilnya, para pemegang saham tidak akan mengetahui secara khusus informasi yang disembunyikan.

Berkaitan dengan teori agensi, dimana perusahaan yang besar memiliki biaya keagenan yang lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut, disamping itu perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan.

Hasil penelitian ini, berbeda dengan teori agensi, dimana ukuran perusahaan yang diukur berdasarkan jumlah karyawan yang dimiliki oleh perusahaan tersebut tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Pengungkapan tanggung jawab sosial yang bersifat sukarela, dimana hanya merupakan persyaratan minimum membuat perusahaan mempertimbangkan *cost* dan *benefit* yang akan diperoleh perusahaan, jika *cost* lebih besar dari pada *benefit*, perusahaan enggan mengungkapkan kegiatan sosialnya. Rendahnya pengungkapan tanggung jawab sosial, membuat pendelegasian wewenang terhadap kegiatan sosial perusahaan menjadi rendah atau kurang, sehingga berapapun jumlah karyawan yang dimiliki perusahaan jika kegiatan sosial itu sendiri masih rendah dan pendelegasian wewenang untuk kegiatan sosial kepada karyawan juga rendah maka berapapun jumlah karyawan yang dimiliki perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Dewan komisaris sebagai mekanisme pengendalian intern tertinggi yang bertanggung jawab untuk memonitor tindakan manajemen puncak. komposisi individu yang bekerja sebagai anggota dewan komisaris merupakan hal penting dalam memonitor aktivitas manajemen secara efektif. Dewan komisaris yang berasal dari luar perusahaan akan dipandang lebih baik, karena pihak dari luar akan menetapkan kebijakan yang berkaitan dengan perusahaan dengan lebih objektif dibanding perusahaan yang memiliki susunan dewan komisaris yang hanya berasal dari dalam perusahaan, dikaitkan dengan pengungkapan informasi oleh perusahaan, semakin banyak jumlah dewan komisaris independen, maka akan semakin mudah untuk mengendalikan CEO dan memonitoring yang dilakukan akan semakin efektif.

Pada konteks pengungkapan informasi, manajemen akan berusaha menyediakan informasi untuk komunitas investor dan calon investor, sehingga manajemen dapat dipandang sebagai agen, kepada investor mempercayakan pengendalian atas sumber dayanya. Dalam sebuah perusahaan, maju mundurnya kegiatan sosial ditentukan oleh ada tidaknya kepedulian dan komitmen tertinggi perusahaan (CEO, dewan direktur beserta jajarannya) sebagai pengambil kebijakan utama. Semakin besar jumlah dewan komisaris, maka akan semakin mudah untuk mengendalikan CEO dan memonitoring yang dilakukan akan semakin efektif.

Dalam penelitian ini, dewan komisaris yang diukur dengan jumlah anggota dewan komisaris menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuat perusahaan, selain itu dewan komisaris juga tidak dapat dijadikan sebagai variabel intervening. Banyaknya dewan komisaris tidak mempengaruhi luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, dalam praktek adalah siapa "personil" dewan komisaris perusahaan, bukan dari berapa banyak jumlah dewan komisaris dalam suatu perusahaan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian serta hasil penelitian pada bab sebelumnya, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah :

1. Ukuran perusahaan (X1) tidak memberikan kontribusi terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (Y), karena sifat dari pengungkapan tanggung jawab sosial yang bersifat sukarela, besar kecilnya perusahaan yang dilihat dari jumlah karyawan yang dimiliki perusahaan, yang secara teoritis semakin besar ukuran perusahaan, aktivitas operasi yang lebih besar pengaruhnya terhadap masyarakat tidak mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, sehingga hipotesis 1 tidak teruji kebenarannya
2. Dewan komisaris (X2) tidak memberikan kontribusi dan tidak dapat dijadikan sebagai variabel intervening antara ukuran perusahaan (X1) terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (Y), karena personil dewan komisaris yang berasal dari luar perusahaan akan dipandang lebih baik daripada dewan komisaris yang berasal dari dalam perusahaan, dapat disimpulkan, siapa personil akan berpengaruh daripada banyaknya dewan komisaris yang dimiliki perusahaan, sehingga hipotesis 2 tidak teruji kebenarannya

Saran

Berdasarkan uraian diatas maka dapat dikemukakan beberapa saran yang mungkin dapat dijadikan bahan pertimbangan :

1. Seiring dengan perkembangan akuntansi, perusahaan diharapkan membuat laporan pertanggungjawaban sosial sebagai perwujudan sosial perusahaan serta pencerminan pengungkapan tanggung jawab sosial
2. Perusahaan harus lebih cermat dalam pengambilan keputusan untuk kemajuan perusahaan, terutama dalam hal meningkatkan citra yang baik di mata masyarakat maupun investor serta calon investor dalam melakukan kegiatan sosial dengan perwujudannya dalam laporan tahunan perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, Fr. Reni Retno, 2015. "Pengungkapan Informasi Sosial dan faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang Terdaftar di BEJ)", *Simposium Nasional Akuntansi 9*, Padang, 23-26 Agustus 2015.
- Cowen, SS, Ferreri, LB dan Parker, LD 2015, "The Impact Of Perusahaan Karakteristik Pada Tanggung Jawab Sosial Pengungkapan: Tipologi Dan Analisis Frekuensi Berbasis ", *Akuntansi, Organisasi dan Masyarakat*, Vol. 12 No 2, hlm 111-22.
- Ghozali, Imam, 2015. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Badan Penelitian Universitas Diponegoro.
- Hendriksen, Eldon S dan Widjajant, Nugroh "Teori Akuntansi". Edisi ke-4 jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Maksum, Azhar dan Kholis, Azizul, 2017. "Analisis tentang Pentingnya Tanggung Jawab dan Akuntabilitas Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibilities and Social Accounting), Studi Empiris di Kota Medan", *Media Riset Akuntansi, Auditing dan Informasi*, Vol. 3, No. 2 Agustus 2017: 101-132.
- PSAK, 2017. *Kerangka Dasar Penyusunan Penyajian Laporan Keuangan*. Jakarta: Ikatan Akuntan Indonesia.
- Pertanggungjawaban Sosial Pada Perusahaan. Simposium Nasional Akuntansi VIII itu, maka hal 379-395
- Tunggal, Wijaya, Amin, 2016. *Corporate Social Responsibility (CSR)*, Harvarindo.