

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI LUAS
PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)**

**(Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI
tahun 2012-2014)**

***DETERMINANTS OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)
DISCLOSURE***

(Studies on Companies Listed on the Stock Exchange in 2012-2014)

Rizki Amalia

Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

ABSTRACT

The aim of this research is to study the effect of profitability, company size, media exposure, leverage, and the board of commissioner size to the extensive disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR). The data collecting technique in this research was done by tracing the company annual report in the corner of Indonesia Stock Exchange (IDX) of Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. The populations of this research are all the manufacture companies listed in Indonesia Stock Exchange in 2012-2014 and there are 150 companies. The sample taking method is by purposive sampling so that it is obtained 112 research samples. The statistic method used in this research is multiple linear regression. According to the analysis, it is obtained that the leverage variable has positive effect to the extensive disclosure of CSR, the company size variable has negative effect to the extensive disclosure of CSR, while profitability, media exposure, and the board of commissioner size variables do not affect the extensive disclosure of CSR.

Key Words: profitability, company size, media exposure, leverage, board of commissioner, and disclosure of corporate social responsibility.

1. Pendahuluan

Setiap perusahaan pasti memiliki orientasi untuk memperoleh laba bagi perusahaannya, untuk itu perusahaan berusaha untuk membangun citra yang baik di masyarakat dengan memberikan perhatiannya kepada lingkungan atau tanggung jawab sosialnya, yang lebih dikenal dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

World Business Council on Sustainable Development berpendapat bahwa, “*Corporate Social Responsibility* adalah komitmen dari perusahaan untuk berperilaku etis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, seraya meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat luas”.

Kesadaran akan pentingnya pengimplementasian CSR menjadi tren global, seiring dengan maraknya kepedulian masyarakat global terhadap produk-produk yang ramah lingkungan dan diproduksi dengan memperhatikan lingkungan dan sosial. Salah satu tujuan perusahaan mengungkapkan tanggung jawab sosialnya adalah untuk mencerminkan tingkat akuntabilitas, responsibilitas, dan transparansi korporat kepada investor dan *stakeholder* lainnya. Pengungkapan tersebut bertujuan untuk menjalin hubungan komunikasi yang baik dan efektif antara perusahaan dengan publik dan *stakeholder* lainnya tentang bagaimana perusahaan telah mengintegrasikan CSR dan lingkungan sosial dalam setiap aspek kegiatan operasinya (Lovink dan Etna, 2013).

Alasan lain mengapa program CSR menjadi sangat penting yaitu karena pemerintah dalam undang-undang mewajibkan kepada setiap perusahaan untuk

mengungkapkan tanggung jawab sosialnya sebagai kontribusi terhadap masyarakat, sosial, dan lingkungannya. Hal ini dapat dilihat pada UU nomor 40 mengenai Perseroan Terbatas pasal 74 yang menyatakan bahwa, “setiap perusahaan yang melakukan kegiatan usaha dibidang atau yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan”. Selain itu, berdasarkan Undang-Undang Penanaman Modal nomor 25 tahun 2007 pasal 15(b) disebutkan bahwa, “setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan dan pada pasal 34 disebutkan pula bahwa perusahaan yang tidak memenuhi kewajiban yang telah ditentukan dalam pasal 15 akan dikenakan sanksi administratif berupa peringatan tertulis, pembatalan kegiatan usaha, pembekuan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal, atau pencabutan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal”.

Penelitian terkait dengan pengungkapan CSR menunjukkan hasil yang beragam. Beberapa penelitian yang telah dilakukan menunjukkan adanya hubungan yang positif antara pengungkapan CSR perusahaan dengan profitabilitas (Lovink dan Etna, 2013). Akan tetapi beberapa penelitian lainnya tidak dapat menunjukkan adanya hubungan antara profitabilitas dengan pengungkapan CSR. Penelitian tersebut dilakukan oleh Kristi (2013), Febrina dan Agung (2011), Marzuly dan Denies (2012), serta Novriditus (2014).

Berbagai penelitian yang berhasil membuktikan hubungan positif antara variabel ukuran perusahaan dengan pengungkapan CSR antara lain dilakukan oleh Kristi (2013) serta Marzuly dan Denies (2012). Tetapi tidak semua penelitian

mendukung hubungan antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan CSR perusahaan. Ada penelitian yang tidak berhasil menunjukkan hubungan antar kedua variabel tersebut, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Febrina dan Agung (2011), Lovink dan Etna (2013), dan Novriditus (2014).

Pengungkapan media merupakan variabel yang masih jarang digunakan untuk menjelaskan pengaruhnya terhadap pengungkapan CSR. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Kristi (2013) menunjukkan bahwa pengungkapan media berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR, akan tetapi hasil penelitian Marzuly dan Denies (2012) menunjukkan bahwa pengungkapan media tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Leverage merupakan variabel yang banyak diindikasikan memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR. Akan tetapi hasil penelitian juga menunjukkan hasil yang beragam. Hasil penelitian yang dilakukan Marzuly dan Denies (2012) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR tetapi berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan Febrina dan Agung (2011), Lovink dan Etna (2013), serta Novriditus (2014) menemukan bahwa *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Hubungan antara dewan komisaris dan pengungkapan CSR juga menunjukkan hasil yang tidak konsisten. Penelitian yang dilakukan oleh Marzuly dan Denies (2012) serta Novriditus (2014) menyatakan bahwa dewan komisaris berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR. Akan tetapi berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Febrina dan Agung (2011) yang

menyatakan bahwa dewan komisaris tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian ini adalah replikasi dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kristi (2013). Kontribusi dari penelitian ini adalah menambahkan variabel independen yaitu *leverage* dan ukuran dewan komisaris sebagai variabel tambahan sedangkan variabel kepemilikan saham oleh publik dihapuskan karena sudah terdapat hasil yang konsisten pada penelitian sebelumnya. Pada penelitian yang dilakukan Kristi (2013) hanya mengambil sampel perusahaan *high profile* yang terdaftar di BEI, kemudian penelitian ini mengganti dengan semua perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI agar lebih merefleksikan subyek

Rumusan Masalah Penelitian.

1. Apakah profitabilitas berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan CSR?
2. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan CSR?
3. Apakah *media exposure* berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan CSR?
4. Apakah *leverage* berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan CSR?
5. Apakah ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan CSR?

II. METODE PENELITIAN

Teknik Pengambilan Sampel.

Sampel pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan memiliki kriteria tertentu. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Purposive sampling* karena *Purposive sampling* merupakan salah satu teknik pengambilan sampel dengan eliminasi data melalui kriteria yang sengaja ditentukan sendiri oleh peneliti. Pada penelitian ini kriteria yang ditentukan pada sampel yaitu perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2012-2014, perusahaan memublikasikan laporan tahunan dengan periode yang berakhir pada 31 Desember 2012, 2013, dan 2014, perusahaan memiliki website yang digunakan untuk melaporkan informasi keuangan dan/atau CSR dan bukan hanya sebagai alat promosi, perusahaan yang menggunakan mata uang rupiah dalam laporan tahunannya.

Teknik Pengumpulan Data.

Data empiris yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang dikumpulkan dengan teknik dokumentasi. Teknik dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara pengumpulan dan pencatatan laporan keuangan perusahaan yang terdaftar di BEI dalam bentuk *softcopy*.

Definisi Operasional Variabel Penelitian.

1. Pengungkapan CSR

Variabel pengungkapan CSR diukur dengan menggunakan CSR *Disclosure Index* (CSRDI).

$$\text{CSRDI} = \frac{\sum Xi}{n}$$

Keterangan:

CSRDI = CSR Disclosure Index, Xi = dummy variable: 1= jika item i diungkapkan; 0 = jika item i tidak diungkapkan., n = jumlah item untuk perusahaan

2. Profitabilitas

Rasio profitabilitas dalam penelitian ini diukur menggunakan *Return On Equity* (ROE). ROE dihitung dengan membandingkan antara laba bersih setelah pajak dengan total ekuitas (Wijaya, 2012).

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Bersih setelah Pajak}}{\text{Total Ekuitas}}$$

3. Ukuran Perusahaan

Pada penelitian ini ukuran perusahaan dinyatakan dengan total aset milik perusahaan yang sudah terdaftar di BEI dalam jutaan rupiah (Wijaya, 2012).

UP = log (nilai buku total asset)

4. *Media Exposure*

Penelitian ini mengukur *media exposure* melalui *website* dengan variabel *dummy*, yaitu dengan memberikan nilai 1 untuk perusahaan yang

mengungkapkan kegiatan CSR di media *website* dan 0 untuk perusahaan yang tidak mengungkapkan kegiatan CSR di media *website* (Kristi, 2013)

5. *Leverage*

Dalam penelitian ini, indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat *leverage* adalah *Debt To Equity Ratio* (DER).

Adapun pengukurannya menggunakan rumus (Marzuly dan Denies, 2012):

$$DER = \frac{\text{Total Kewajiban}}{\text{Ekuitas}}$$

6. Dewan Komisaris

Dewan Komisaris diukur dengan cara menjumlah anggota dewan komisaris yang ada dalam suatu perusahaan. Pengukuran dengan menggunakan rumus sebagai berikut (Marzuly dan Denies, 2012):

$$DK = \text{Jumlah dewan komisaris perusahaan}$$

Uji Kualitas Data.

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dimaksudkan untuk memberikan gambaran atau deskripsi atas suatu data yang dilihat dari nilai minimum, maksimum, rata-rata (*mean*), dan standar deviasi.

2. Pengujian Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik harus dipenuhi untuk mengetahui bahwa metode analisis regresi benar-benar menunjukkan hubungan yang signifikan dan representatif. Untuk memenuhi semua asumsi klasik, maka dilakukan beberapa pengujian diantaranya adalah:

a. Uji normalitas

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas mempunyai distribusi normal atau tidak, nilai residualnya mempunyai distribusi normal atau tidak. Salah satu cara mendeteksi normalitas statistik adalah dengan menggunakan Uji Kolmogorov Smirnov satu arah. Uji Kolmogorov Smirnov dilakukan dengan tingkat signifikansi 5% (0,05). Jika nilai sig lebih besar dari alpha (0,05) maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

b. Uji autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Metode pengujian yang sering digunakan adalah dengan Uji Durbin-Watson (Uji DW). Ketentuan untuk menyimpulkan uji autokorelasi sebagai berikut:

- 1) Jika DW lebih kecil dari dL maka hipotesis nol ditolak, artinya terdapat autokorelasi.
- 2) Jika DW terletak antara dU dan (4-dU) dengan model matematis $dL < DW < 4 - dU$ maka hipotesis nol diterima, artinya tidak ada autokorelasi.
- 3) Jika DW terletak antara dL dan dU dengan model matematis $dL < DW < dU$, maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

c. Uji multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya model korelasi antar variabel bebas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam regresi dapat dilihat dari (1) nilai *tolerance* dan lawannya (2) jika nilai *tolerance* value > 0,10 dan VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas.

d. Uji heteroskedastisitas

Pengujian ini bertujuan untuk melihat apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Salah satu cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melakukan Uji Spearman Rho. Jika nilai sig (2-tailed) lebih besar dari alpha maka dapat disimpulkan bahwa asumsi non heteroskedastisitas terpenuhi.

Uji Hipotesis dan Analisis Data

Dalam penelitian ini pengujian hipotesis dilakukan dengan cara analisis regresi linier berganda untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, *media exposure*, *leverage*, dan ukuran dewan komisaris terhadap indeks praktik pengungkapan CSR. Model persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$CSRDI = \alpha + \beta_1 ROE + \beta_2 UP + \beta_3 ME + \beta_4 L + \beta_5 UDK + e$$

Keterangan:

A : Konstanta

CSRDI : Indeks CSR

ROE : Profitabilitas

UP : Ukuran Perusahaan

ME : *Media Exposure*

L : *Leverage*

UDK : Ukuran Dewan Komisaris

E : *Error*

$B_0 - \beta_3$: Koefisien Regresi

III. HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS

Gambaran Umum Obyek Penelitian.

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur di Indonesia. Sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012–2014. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, tujuannya untuk mendapatkan sampel yang *representative* sesuai dengan kriteria yang ditetapkan dalam penelitian. Berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan di bab sebelumnya. Proses pemilihan sampel dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut ini:

Tabel 4.1
Prosedur Pemilihan Sampel

Keterangan	Jumlah Perusahaan
Jumlah perusahaan manufaktur yang mengeluarkan laporan tahunan lengkap dan yang mengungkapkan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) secara berturut-turut dari tahun 2012-2014	150 perusahaan
Jumlah perusahaan yang terpilih sebagai sampel dalam penelitian ini	50 sampel
Periode 2012-2014 50 x 3	150 sampel
Data outlayer	38 data
Data yang dipakai untuk penelitian 150-38	112 data

Sumber: Analisis data

Uji Kualitas Instrumen dan Data.

1. Uji Statistik Deskriptif

Tabel 4.2
Hasil Uji Deskriptif Statistik

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	112	1,81	11,14	4,9473	1,93344
Profitabilitas	112	,00	1,44	,2333	,29617
Ukuran Perusahaan	112	20,16	33,09	28,5802	2,07023
<i>Media Exposure</i>	112	,00	1,00	,4196	,49572
<i>Leverage</i>	112	,03	7,40	1,1580	1,33868
Dewan Komisaris	112	3,00	11,00	4,7946	2,05395
Valid N (listwise)	112				

Sumber: Hasil pengolahan data

Dari hasil analisis statistik deskriptif tersebut, dapat diketahui bahwa jumlah sampel dalam penelitian (N) adalah sebanyak 112 perusahaan. Pada variabel CSR memiliki nilai minimum sebesar 1,81 nilai maksimum sebesar 11,14 mean atau rata-rata sebesar 4,9473 dan standar deviasi sebesar 1,93344. Variabel profitabilitas dalam perusahaan manufaktur menunjukkan nilai minimum 0,00

nilai maksimum 1,44 mean 0,2333 dan standar deviasi 0,29617. Variabel ukuran perusahaan memiliki nilai minimum 20,16 nilai maksimum 33,09 nilai rata-rata 28,5802 dan standar deviasi 2,07023. Nilai minimum dari *media exposure* adalah 0,00 dan maksimumnya adalah 1,00 nilai rata-rata yang diperoleh adalah 0,4196 dan standar deviasi sebesar 0,49572. Nilai minimum dari variabel *leverage* adalah 0,03 dengan nilai maksimum 7,40 mean 1,1580 dan standar deviasi 1,33868. Sedangkan untuk variabel dewan komisaris nilai minimumnya sebesar 3,00 nilai maksimum sebesar 11,00 mean 4,7946 dan standar deviasi sebesar 2,05395.

2. Uji Normalitas Data.

Tabel 4.3
Hasil Uji Normalitas One Sample Kolmogorov Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		112
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1,33843086
Most Extreme Differences	Absolute	,057
	Positive	,057
	Negative	-,035
Kolmogorov-Smirnov Z		,601
Asymp. Sig. (2-tailed)		,862

Sumber: Hasil pengolahan data

Hasil pengujian statistik *One Sample Kolmogorov Smirnov* berdasarkan tabel 4.3 menunjukkan nilai Asymp. Sig. (2 tailed) sebesar 0,862 > alpha 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa residual terdistribusi secara normal.

3. Multikolinearitas.

Tabel 4.4
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF	Kesimpulan
Profitabilitas	0,975	1,026	Tidak terjadi Multikolinearitas
Ukuran Perusahaan	0,518	1,930	Tidak terjadi Multikolinearitas
<i>Media Exposure</i>	0,780	1,283	Tidak terjadi Multikolinearitas
<i>Leverage</i>	0,963	1,038	Tidak terjadi Multikolinearitas
Dewan Komisaris	0,477	2,098	Tidak terjadi Multikolinearitas

Sumber: Hasil pengolahan data

Berdasarkan tabel 4.4 tersebut dapat dilihat bahwa nilai *tolerance* untuk variabel profitabilitas sebesar $0,975 > 0,10$ dan nilai VIF $1,026 < 10$. Nilai *tolerance* untuk variabel ukuran perusahaan sebesar $0,518 > 0,10$ dan nilai VIF $1,930 < 10$. Nilai *tolerance* untuk variabel *media exposure* sebesar $0,780 > 0,10$ dan nilai VIF $1,283 < 10$. Nilai *tolerance* untuk variabel *leverage* sebesar $0,9563 > 0,10$ dan nilai VIF $1,038 < 10$. Nilai *tolerance* untuk variabel ukuran dewan komisaris sebesar $0,477 > 0,10$ dan nilai VIF $2,098 < 10$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel bebas dalam penelitian ini terbebas dari multikolinearitas atau tidak ada korelasi antar variabel bebas.

4. Uji Autokorelasi

Tabel 4.5
Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Durbin Watson
1	,722 ^a	,521	,498	2,001

Sumber: Hasil pengolahan data

Dari tabel *Durbin Watson* dengan tingkat nilai signifikansi 5%, dengan n= 112 diketahui dU sebesar 1,76637. Adapun hasil perhitungan *Durbin Watson* sebesar 2,001. Hasil ini terletak di antara -2 sampai +2, maka dapat disimpulkan bahwa data pada model penelitian ini memiliki nilai dt yang memenuhi asas sehingga dapat disimpulkan model tersebut bebas dari autokorelasi.

$$\text{Rumus} = dU < dt < 4-dU$$

$$\text{Perhitungan} = 1,76637 < 2,001 < 2,23363$$

5. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.6
Hasil Uji Heteroskedastisitas

			Profitabilitas	Ukuran_Perusahaan	Media_Exposure	Leverage	Dewan_Komisaris	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Profitabilitas	Correlation Coefficient	1,000	,119	,223	-,139	,173	-,071
		Sig. (2-tailed)	.	,213	,018	,143	,068	,457
		N	112	112	112	112	112	112
Ukuran_Perusahaan	Ukuran_Perusahaan	Correlation Coefficient	,119	1,000	,436	,024	,744	-,074
		Sig. (2-tailed)	,213	.	,000	,799	,000	,437
		N	112	112	112	112	112	112
Media_Exposure	Media_Exposure	Correlation Coefficient	,223	,436	1,000	-,177	,431	-,052
		Sig. (2-tailed)	,018	,000	.	,063	,000	,584
		N	112	112	112	112	112	112
Leverage	Leverage	Correlation Coefficient	-,139	,024	-,177	1,000	-,052	-,018
		Sig. (2-tailed)	,143	,799	,063	.	,583	,847
		N	112	112	112	112	112	112
Dewan_Komisaris	Dewan_Komisaris	Correlation Coefficient	,173	,744	,431	-,052	1,000	-,060
		Sig. (2-tailed)	,068	,000	,000	,583	.	,528
		N	112	112	112	112	112	112
Unstandardized Residual	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-,071	-,074	-,052	-,018	-,060	1,000
		Sig. (2-tailed)	,457	,437	,584	,847	,528	.
		N	112	112	112	112	112	112

Koefisien korelasi spearman merupakan statistik nonparametrik. Statistik ini merupakan suatu ukuran asosiasi atau hubungan yang dapat digunakan pada kondisi satu atau kedua variabel yang diukur adalah skala ordinal (berbentuk ranking) atau kedua variabel adalah kuantitatif namun kondisi normal tidak terpenuhi. Dapat dilihat pada Uji Spearman Rho tersebut besarnya Asymp Sig (2-tailed) pada semua variabel $> 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat indikasi heteroskedastisitas.

III. Hasil Penelitian.

1. Uji Koefisien Determinasi (R Square).

Tabel 4.7
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	,722 ^a	,521	,498

Sumber: Hasil pengolahan data

Pada model tersebut variabel independen yang terdiri dari profitabilitas, ukuran perusahaan, *media exposure*, *leverage*, dan ukuran dewan komisaris dengan CSR sebagai variabel dependen memiliki nilai *Adjusted R Square* adalah 0,498 atau 49,8% yang artinya bahwa CSR dapat diterangkan oleh variabel profitabilitas, ukuran perusahaan, *media exposure*, *leverage*, dan ukuran dewan komisaris sebesar 49,8%.

2. Uji Nilai F

Tabel 4.8
Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	216,092	5	43,218	23,039	,000 ^b
Residual	198,845	106	1,876		
Total	414,938	111			

Sumber: Hasil pengolahan data

Berdasarkan tabel 4.8 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi pada model tersebut sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa profitabilitas, ukuran perusahaan, *media exposure*, *leverage*, dan ukuran dewan komisaris secara simultan berpengaruh signifikan terhadap CSR.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4.9
Hasil Uji Regresi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	22,522	2,229		10,102	,000
1 Profitabilitas	,017	,445	,003	,038	,970
Ukuran Perusahaan	-,616	,087	-,660	-7,067	,000
<i>Media Exposure</i>	-,341	,297	-,088	-1,149	,253
<i>Leverage</i>	,211	,099	,146	2,127	,036
Dewan Komisaris	-,013	,092	-,014	-,139	,890

Sumber: Hasil pengolahan data

Berdasarkan tabel 4.9 persamaan satu pengukuran regresi berganda dapat dihitung dengan formulasi sebagai berikut:

$$\text{CSRDI} = 22,522 + 0,017\text{ROE} + -0,616\text{UP} + -0,341\text{ME} + 0,211\text{L} + -0,013\text{UDK} + e$$

Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian di atas, dapat disimpulkan hasil uji hipotesis sebagai berikut:

1. Pengaruh Profitabilitas terhadap Luas Pengungkapan CSR

Hasil penelitian menunjukkan profitabilitas yang diproksi dengan ROE menunjukkan tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap luas pengungkapan CSR dengan t hitung sebesar 0,038 pada tingkat signifikansi 0,970 atau diatas alpha 0,05. Ini berarti besar kecilnya profitabilitas tidak akan memengaruhi luas pengungkapan CSR.

Hasil penelitian ini tidak mampu mendukung teori bahwa perusahaan dengan profitabilitas tinggi akan melakukan pengungkapan CSR lebih banyak. Perusahaan yang mempunyai profitabilitas tinggi belum tentu lebih banyak melakukan aktivitas sosial karena perusahaan lebih berorientasi pada laba semata. Manajemen lebih tertarik untuk memfokuskan pengungkapan informasi keuangan saja dan menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan seperti CSR (Sembiring, 2005).

2. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Luas Pengungkapan CSR

Hasil penelitian menunjukkan ukuran perusahaan yang diukur dengan total asset berpengaruh negatif dan signifikan terhadap luas pengungkapan CSR dengan t hitung $-7,067$ dan signifikansi $0,000$. Ini berarti terdapat pengaruh negatif variabel ukuran perusahaan terhadap luas pengungkapan CSR.

Hal ini didukung oleh teori legitimasi yang menyatakan bahwa perusahaan besar tidak akan mengungkapkan informasi sosialnya lebih banyak untuk memberi pengaruh pihak internal maupun eksternal perusahaan. Hal ini dikarenakan perusahaan besar belum menyadari bahwa pengungkapan CSR adalah suatu kebijakan yang efektif untuk memperoleh keuntungan di masa mendatang (Fadila, 2013).

3. Pengaruh *Media Exposure* terhadap luas pengungkapan CSR

Hasil penelitian menunjukkan *media exposure* tidak berpengaruh terhadap luas pengungkapan CSR dengan t hitung $-1,149$ dan signifikansi $0,253$. Ini berarti *media exposure* tidak memengaruhi luas pengungkapan CSR.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Marzuly dan Denies (2012) yang menemukan bahwa pengungkapan media tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Alasan yang dapat menjelaskan hal ini dikarenakan *website* perusahaan telah digunakan sebagai sarana komunikasi pelaporan keuangan, walaupun keberadaan pelaporan keuangan dalam *website* yang dibuat oleh perusahaan belum terdapat kuantitas dan kualitas yang terstandarisasi antar perusahaan.

Media lebih berperan sebagai sarana perusahaan bukan sebagai *media exposure* yang mendorong perusahaan melakukan pengungkapan CSR karena perusahaan yang ingin mendapat kepercayaan dan legitimasi melalui kegiatan CSR, maka perusahaan harus mempunyai kapasitas untuk memenuhi kebutuhan pemangku kepentingan dan berkomunikasi dengan pemangku kepentingannya secara efektif (Ati, 2010).

4. Pengaruh *Leverage* terhadap Luas Pengungkapan CSR

Hasil penelitian menunjukkan *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap luas pengungkapan CSR dengan t hitung 2,127 dan signifikansi 0,036. Ini berarti semakin besar *leverage* suatu perusahaan maka akan semakin besar luas pengungkapan CSR.

Hasil penelitian mendukung teori bahwa perusahaan dengan rasio *leverage* yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi, karena biaya keagenan perusahaan dengan struktur modal seperti itu lebih tinggi. Tambahan informasi diperlukan untuk menghilangkan keraguan pemegang obligasi terhadap dipenuhinya hak-hak mereka sebagai kreditur. Oleh karena itu perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas daripada perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah (Lovink dan Etna, 2013).

5. Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris terhadap Luas Pengungkapan CSR

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap luas pengungkapan CSR dengan t hitung -0,139 dan

signifikansi 0,890 artinya banyak atau sedikitnya jumlah dewan komisaris tidak akan memengaruhi kebijakan pengungkapan CSR.

Hasil penelitian ini tidak konsisten dengan penelitian Marzuly dan Denies (2012) yang menyatakan perusahaan yang memiliki ukuran dewan komisaris yang lebih besar akan lebih banyak mengungkapkan CSR. Alasan yang bisa menjelaskan ini dikarenakan dewan komisaris yang berjumlah kecil akan memiliki efektivitas yang baik terhadap pengawasan manajemen perusahaan. Selain itu, dewan komisaris yang berjumlah besar juga menjadi kurang efektif karena dominasi anggota dewan komisaris yang mementingkan kepentingan pribadi atau kepentingan kelompoknya sehingga mengesampingkan kepentingan perusahaan (Muntoro, 2006).

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

1. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap luas pengungkapan CSR.
2. Ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap luas pengungkapan CSR.
3. *Media exposure* tidak berpengaruh terhadap luas pengungkapan CSR.
4. *Leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap luas pengungkapan CSR.
5. Ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap luas pengungkapan CSR.

B. Saran

1. Menambah variabel dan menambah tahun penelitian.
2. Menambah jumlah sampel perusahaan tidak hanya terbatas perusahaan manufaktur saja, sehingga dapat diharapkan memberikan hasil yang dapat dijadikan pedoman pada penelitian selanjutnya.
3. Memilih kriteria-kriteria item pengungkapan CSR sesuai dengan sektor industri yang diteliti.
4. Menggunakan alat analisis lain seperti SEM atau AMOS dengan menambah atau mengganti variabel lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, N., dan Sulaiman, M., 2004, "Environmental Disclosures in Malaysian Annual Reports: A Legitimacy Theory Perspective". *International Journal of Commerce and Management*.
- Anggraini, 2006, "Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-faktor yang Memengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta)". *Simposium Nasional Akuntansi 9 Padang*.
- Arief Arvina, 2014, "Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Manajemen Laba". *Skripsi Universitas Diponegoro*.
- Ati Harmoni, 2010, "Media Richness Theory dan Potensi Website sebagai Media Komunikasi CSR oleh Perusahaan". *Jurnal Ekonomi Bisnis*.
- Aulia Zahra, 2010, "Faktor-faktor yang Memengaruhi indeks Pengungkapan Corporate Social Responsibility di Indonesia (Studi Empiris pada Perusahaan Non Keuangan yang Listing di Bursa Efek Indonesia)". *Tesis Universitas Diponegoro*.
- Budimanta, dkk., 2008, *Corporate Social Responsibility: Alternatif bagi Pembangunan Indonesia*. Indonesia Center for Sustainable Development, Jakarta.
- Chairi, A., 2008, "Kritik Sosial atas Pemakaian Teori dalam Penelitian Pengungkapan Sosial dan Lingkungan". *Jurnal Maksi*.
- Chariri dan Ghazali, 2007, *Teori Akuntansi*, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Daniri, Mas Achmad, Standarisasi Tanggung Jawab perusahaan, <http://www.madani-ri.com>, Diakses tanggal 24 Maret 2016 pk 21.00 WIB.
- Deegan, C, 2002, "The Legitimizing Effect of Social and Environmental Disclosures a Theoretical Foundation". *Accounting, Auditing, and Accountability Journal*.
- Fadila Chintya, 2013, "Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris dan Struktur Kepemilikan terhadap Pengungkapan CSR". *Skripsi Universitas Diponegoro*.
- Febrina, dan Agung, 2011, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kebijakan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia". *Simposium Nasional Akuntansi 14 Aceh*.
- Ghozali Imam, 2013, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*, Universitas Diponegoro, Semarang.

- Hadi Nor, 2011, *Corporate Social Responsibility*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Harmoni, 2010, "Faktor Kontekstual dalam Pemanfaatan Web sebagai Media Komunikasi CSR oleh Perusahaan". *Jurnal Ekonomi Bisnis*.
- Kristi Agatha, 2013, "Faktor-faktor yang Memengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Publik di Indonesia". *Jurnal dan Riset Akuntansi Universitas Brawijaya*.
- Lovink, dan Etna, 2013, "Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi Pengungkapan CSR (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)". *Jurnal dan Riset Akuntansi Universitas Diponegoro*.
- Marzuly, dan Denies, 2012, "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* di Indonesia (Studi Empiris pada Perusahaan Berkategori High Profile yang Listing di Bursa Efek Indonesia)". *Jurnal dan Riset Akuntansi Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Muntoro, Ronny Kusuma, 2006. "Membangun Dewan Komisaris yang Efektif". *Makalah Manajemen Usahawan Indonesia*.
- Nazarudin, Ietje, dan Basuki, A.T., 2015, *Analisis Statistik Dengan SPSS*, Danisa Media, Yogyakarta.
- Novriditus, 2014, "Pengaruh Ukuran perusahaan, Profitabilitas, dan Tingkat Pengawasan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* di Indonesia". *Skripsi Universitas Sanata Dharma*.
- Puspitasari, Apriani. 2009, "Faktor-faktor yang Memengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Laporan Tahunan Perusahaan di Indonesia". *Skripsi Universitas Diponegoro*.
- Reverte, C., 2009. "*Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure Ratings by Spanish Listed Firms*". *Journal of Business Ethics*.
- Rudito, Bambang, 2004, *Corporate Social Responsibility: Jawaban Bagi Modal Pembangunan Indonesia Masa Kini*, Indonesia Center for Sustainable Development, Jakarta.
- Sayekti, Y., dan Wondabio, L. S, 2007, "Pengaruh CSR Disclosure terhadap *Earning Response Coefficient*". *Simposium Nasional Akuntansi 10 Makassar*.
- Sembiring, 2005, "Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (Studi Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta)". *Simposium Nasional Akuntansi 7 Denpasar*.

Wijaya, M., 2012, “Faktor-faktor yang Memengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*.

Zuhroh, D., dan Sukmawati H., 2003, “Analisis Pengaruh Luas Pengungkapan Sosial dalam Laporan Tahunan Perusahaan terhadap Reaksi Investor (Studi Kasus pada Perusahaan-perusahaan *High Profile* di BEI)”. *Simposium Nasional Akuntansi 9 Surab*