

Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan Media Exposure Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure

The Effect of The Firm Size, Profitability, Leverage, and Media Exposure to Corporate Social Responsibility Disclosure

Ngabey Ryvandhi Ikko Wahyutama

Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Jember (UNEJ)

Jln. Kalimantan 37, Jember 68121

E-mail: ryvandhi_ikko_11@yahoo.co.id

ABSTRAK

Penelitian ini menguji pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage, dan *media exposure* terhadap *corporate social responsibility disclosure*. Populasi dari penelitian ini yaitu perusahaan industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI periode 2011-2014. Untuk pemilihan sampel penelitian menggunakan metode *purposive sampling*. Dari populasi penelitian yang berjumlah 62 perusahaan, diperoleh 16 perusahaan yang dijadikan sebagai objek penelitian. Analisis data dan pengujian hipotesis penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage, dan *media exposure* berpengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility disclosure*.

Kata kunci : Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, *Media Exposure*, dan *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

ABSTRACT

This study examined the effect of firm size, profitability, leverage, and media exposure to corporate social responsibility disclosure. The population of this research is basic and chemical industry companies listed on the Stock Exchange 2011-2014 period. For the selection of the sample using purposive sampling method. Of the study population, amounting to 62 companies, acquired 16 companies that serve as the object of research. The analysis of data and research hypothesis testing using multiple linear regression analysis. The results showed that the factors of company size, profitability, leverage, and media exposure significantly influence corporate social responsibility disclosure.

Keywords : *Firm Size, Profitability, Leverage, Media Exposure, and Corporate Social Responsibility disclosure.*

Pendahuluan

Sekarang ini banyak bermunculan perusahaan-perusahaan baru di Indonesia. Hal ini dikarenakan banyak pemodal asing yang menanamkan modalnya di Indonesia. Para pemodal asing menganggap banyaknya masyarakat dan perilaku konsumerisme masyarakat Indonesia pada nantinya dapat menguntungkan dalam dunia bisnis. Munculnya perusahaan-perusahaan baru dan berkembangnya perusahaan-perusahaan yang ada di Indonesia tentunya memiliki dampak bagi kehidupan masyarakat. Dampak ini tentunya terdiri dari segi positif dan negatif. Dilihat dari segi positif bertumbuhnya industri atau perusahaan di Indonesia memberikan peluang kerja bagi masyarakat, pemenuhan kebutuhan akan produk-produk atau jasa, dan lain-lain. Kemudian apabila dilihat dari segi negatif berkembangnya sebuah industri atau perusahaan akan memberikan

permasalahan seperti polusi udara, limbah pabrik dan eksploitasi sumber daya alam yang berlebihan (Rahajeng, 2010).

Tujuan dari pelaporan akuntansi yang utama adalah sebagai alat pertanggungjawaban kepada pemilik modal sehingga mengakibatkan orientasi perusahaan lebih berpihak kepada pemilik modal. Berpihaknya perusahaan kepada pemilik modal mengakibatkan perusahaan melakukan eksploitasi sumber-sumber alam dan masyarakat secara tidak terkendali yang mengakibatkan kerusakan lingkungan alam yang pastinya akan mengganggu keseimbangan kehidupan manusia. Para pemilik modal, yang hanya berorientasi pada laba material, telah merusak keseimbangan kehidupan dengan cara menstimulasi pengembangan potensi ekonomi yang dimiliki manusia secara berlebihan yang tidak memberi kontribusi bagi peningkatan kemakmuran masyarakat

tetapi justru menjadikan mereka mengalami penurunan kondisi sosial (Galtung & Kada, 1995; Rich, 1996; dalam Anggraini, 2006).

Perusahaan tidak hanya bertanggung jawab pada *stakeholder* saja, melainkan perusahaan juga memiliki tanggung jawab sosial pada masyarakat, karyawan, pelanggan (*customer*) yang kepentingannya seringkali diabaikan oleh perusahaan dengan alasan mereka tidak memberikan kontribusi langsung pada perkembangan perusahaan (Sitepu, 2009). Berbagai dampak dari keberadaan perusahaan ditengah-tengah masyarakat telah menyadarkan masyarakat di dunia bahwa sumber daya alam adalah terbatas dan oleh karenanya pembangunan ekonomi harus dilaksanakan secara berkelanjutan, dengan konsekuensi bahwa perusahaan dalam menjalankan usahanya perlu menggunakan sumber daya dengan efisien dan memastikan bahwa sumber daya tersebut tidak habis, sehingga tetap dapat dimanfaatkan oleh generasi di masa datang. Dengan konsep pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*), maka kegiatan CSR menjadi lebih terarah, paling tidak perusahaan perlu berupaya melaksanakan konsep tersebut (Fahrizqi, 2010).

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan basis teori tentang perlunya sebuah perusahaan membangun hubungan harmonis dengan masyarakat dan lingkungan tempat beroperasi. Secara teoritik, CSR dapat didefinisikan sebagai tanggung jawab moral suatu perusahaan terhadap *stakeholder*, terutama komunitas atau masyarakat di sekitar wilayah kerja dan operasinya. Sebuah perusahaan harus menjunjung tinggi moralitas. Parameter keberhasilan suatu perusahaan dalam sudut pandang CSR adalah mengedepankan prinsip moral dan etis, yakni menggapai suatu hasil terbaik, tanpa merugikan kelompok masyarakat lainnya. Bentuk dari tanggung jawab sosial perusahaan itu bermacam-macam, contohnya seperti kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan perbaikan lingkungan, pemberian beasiswa untuk anak tidak mampu, pemberian dana untuk pemeliharaan fasilitas umum, sumbangan untuk desa/fasilitas masyarakat. Dimana kegiatan tersebut dianggap memberikan manfaat kepada masyarakat dan lingkungan disekitar perusahaan itu berdiri (Suaryana, 2012).

Peraturan-peraturan yang mengatur pelaksanaan dan pelaporan CSR telah ditetapkan, namun peraturan-peraturan tersebut tidak memberikan pedoman khusus mengenai informasi apa saja yang harus dilaporkan oleh perusahaan berkaitan dengan pelaksanaan CSR, sehingga pengungkapan yang memadai terkait dengan pelaksanaan CSR masih dirasa kurang. Selama ini pengungkapan mengenai kegiatan CSR hanya berlatar kebutuhan perusahaan untuk membentuk image bahwa pandangan stakeholder perusahaan memiliki kepedulian terhadap lingkungan sosial dan lingkungan hidup (Gray, Kouhy, & Lavers, 1995 dalam Ihsan, 2014). Selain itu, apa yang dilaporkan dan diungkapkan sangat beragam, sehingga menyulitkan pembaca laporan tahunan untuk melakukan evaluasi. Hingga kini belum terdapat kesepakatan standar pelaporan CSR yang dapat dijadikan acuan bagi

perusahaan dalam menyiapkan laporan CSR (Jalal, 2007 dalam Ihsan, 2014).

Penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial di Indonesia memunculkan hasil yang beragam dan menarik untuk dikaji lebih dalam. Penelitian ini menggunakan ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage, dan *media exposure* sebagai variabel independennya, sementara variabel dependennya adalah *corporate social responsibility disclosure*. Pada penelitian ini indikator pengungkapan CSR menggunakan *Global Reporting Indeks 3.0. Global Reporting Initiative* (GRI) merupakan sebuah jaringan berbasis organisasi yang telah melopori perkembangan dunia, paling banyak menggunakan kerangka laporan keberlanjutan dan berkomitmen untuk terus-menerus melakukan perbaikan dan penerapan di seluruh dunia (www.globalreporting.com). Indikator GRI terdiri dari tiga yaitu indikator kinerja ekonomi, kinerja lingkungan dan kinerja sosial. Objek dari penelitian ini merupakan perusahaan industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI tahun 2011-2014. Objek dari penelitian ini dilakukan pada perusahaan industri dasar dan kimia karena perusahaan tersebut dalam menjalankan kegiatan usahanya memiliki kemungkinan untuk mencemari lingkungan yang cukup besar dari pada perusahaan yang lainnya. Perusahaan industri dasar dan kimia dapat menghasilkan limbah produksi yang berbahaya bagi lingkungan baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Dilihat dari segi kesehatan, hal ini tentunya dapat merugikan makhluk hidup disekitarnya dan merusak ekosistem lingkungan.

Metode Penelitian

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Sumber data dari penelitian ini yaitu berupa laporan keuangan, dan laporan tahunan perusahaan pada industri dasar dan kimia yang terdaftar dari tahun 2011-2014 di Bursa Efek Indonesia (BEI). Sumber data berupa jurnal dan data lainnya juga digunakan untuk mendukung penelitian ini.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan pada industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2011-2014. Metode pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling*. Adapun kriteria-kriteria yang digunakan dalam penelitian untuk memilih sampel adalah telah *go public* dan terdaftar di BEI selama tahun 2011-2014, menerbitkan laporan tahunan dan laporan keuangan berturut-turut selama periode 2011-2014, melaporkan laporan tahunan dan laporan keuangan berturut-turut dalam mata uang rupiah selama periode 2011-2014, memperoleh laba berturut-turut selama periode 2011-2014, dan memiliki ekuitas positif berturut-turut selama periode 2011-2014.

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Variabel Independen

Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

Ukuran Perusahaan (Size)

Ukuran perusahaan bisa didasarkan pada jumlah aktiva (aktiva tetap, tidak berwujud dan lain-lain), jumlah tenaga kerja, volume penjualan dan kapitalisasi pasar (Cahyonowati, 2003). Pada penelitian ini *size* perusahaan dinyatakan dengan total aktiva yang dimiliki. Dalam penelitian ini disajikan dalam bentuk logaritma, karena nilai dan sebarannya yang besar dibandingkan dengan variabel lainnya. Adapun rumus pengukurannya sebagai berikut:

$$SIZE = \text{Log Total Aktiva Perusahaan}$$

Profitabilitas

Dalam penelitian ini variabel profitabilitas diukur menggunakan tingkat pengembalian atas aset total (*return on total assets*). Tingkat pengembalian atas aset total merupakan rasio yang menunjukkan seberapa mampu perusahaan menggunakan aset yang ada untuk menghasilkan laba atau keuntungan. Secara matematis rumus tingkat pengembalian atas aset (*return on total assets*) dapat dinyatakan sebagai berikut (Gumanti, 2011):

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aktiva}}$$

Leverage

Rasio leverage adalah mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang. Penggunaan utang yang terlalu tinggi akan membahayakan perusahaan karena perusahaan akan masuk dalam kategori extreme leverage (utang ekstrem) yaitu perusahaan yang terjebak dalam tingkat utang yang tinggi dan sulit untuk melepaskan beban utang tersebut (Fahmi, 2014). Secara matematis, tingkat leverage dapat dinyatakan dengan rumus sebagai berikut (Gumanti, 2011):

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

Media Exposure

Sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Ekowati (2013) dalam penelitian ini mengukur variabel media dengan variabel dummy, yaitu dengan memberikan nilai 1 untuk perusahaan yang mengungkapkan CSR di *website* perusahaan dan 0 untuk perusahaan yang tidak mengungkapkan CSR di *website* perusahaan.

Variabel Dependen

Variabel terikat atau variabel dependen dalam penelitian ini adalah tingkat pengungkapan CSR pada laporan tahunan perusahaan. Kategori pengungkapan sosial yang digunakan dalam penelitian ini mengadopsi Global Report Initiative (GRI) indeks versi 3.0 yang telah disesuaikan dengan pelaksanaan CSR di Indonesia. Indikator pengungkapan tanggung jawab ini antara lain mencakup indikator kinerja ekonomi, kinerja lingkungan, dan indikator kinerja sosial. Aspek dalam kinerja ekonomi meliputi aspek ekonomi, aspek kehadiran pasar, dan aspek dampak tidak langsung. Aspek dalam kinerja lingkungan meliputi aspek material,

energi, air, biodiversitas, emisi, efluen dan limbah, produk dan jasa, kepatuhan, transportasi dan aspek keseluruhan. Kinerja sosial berhubungan dengan ketenagakerjaan, hak asasi manusia, masyarakat dan tanggung jawab produk (Purnasiwi, 2011).

Kemudian dilakukan perhitungan indeks sebagai berikut:

$$CSRD = \frac{\text{Jumlah Item CSR yang Diungkapkan}}{\text{Indikator pengungkapan CSR versi GRI}}$$

Teknik Analisis Data

Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk menjelaskan deskripsi data dari seluruh variabel yang akan dimasukkan dalam model penelitian yang dilihat dari nilai maksimum, nilai rata-rata, dan standar deviasi.

Uji Asumsi Klasik

Untuk mengetahui apakah model regresi benar-benar menunjukkan hubungan yang signifikan dan representatif, maka model tersebut harus memenuhi asumsi klasik regresi. Uji asumsi klasik yang dilakukan adalah uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas dan autokorelasi.

Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage dan media exposure. Sedangkan variabel independennya adalah indeks pengungkapan CSR. Analisis regresi linier berganda yang dilakukan dengan bantuan SPSS 21 for windows. Model persamaan regresi secara sistematis dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan:

Y = Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

X1 = Ukuran Perusahaan

X2 = Profitabilitas

X3 = Leverage

X4 = Media Exposure

Uji F

Menurut (Ghozali, 2013) tujuan dari Uji F yaitu untuk mengetahui kelayakan suatu model regresi yang telah terbentuk. Dengan tingkat signifikansi sebesar 5% kriteria pengambilan keputusan untuk menguji hipotesis dengan uji F yaitu bila nilai signifikansi $f < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, maka model cukup baik, dalam artian pemilihan variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen sudah tepat.

Uji t

Menurut Ghozali (2013) uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan

significance level 0,05 ($\alpha=5\%$). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria jika nilai signifikan > 0,05 maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti bahwa secara parsial variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen; jika nilai signifikan $\leq 0,05$ maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Hasil Penelitian

Analisis Data Statistik Deskriptif

| | N | Min | Max | Mean | Std. Deviation |
|--------------------|----|--------|--------|--------|----------------|
| Ukuran Perusahaan | 64 | 10,990 | 14,550 | 12,486 | 0,848 |
| Profiatbilias | 64 | 0,000 | 0,320 | 0,091 | 0,076 |
| Leverage | 64 | 0,150 | 5,150 | 1,107 | 1,159 |
| Media Exposure | 64 | 0,000 | 1,000 | 0,562 | 0,500 |
| CSR | 64 | 0,130 | 0,320 | 0,194 | 0,438 |
| Valid N (listwise) | 64 | | | | |

Tabel diatas dapat menggambarkan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini. N merupakan jumlah data yang diperoleh atau diteliti. Minimum adalah nilai terkecil daeei suatu pengamatan, maximum adalah nilai terbesar dari suatu rangkaian pengamatan, mean merupakan hasil penjumlahan nilai seluruh data dibagi dengan banyaknya data, dan standar deviasi adalah akar dari jumlah kuadrat selisih nilai data dengan rata-rata dibagi dengan banyaknya data.

Variabel ukuran perusahaan atau *size* perusahaan yang diukur dengan log total aset memiliki nilai terendah 10,99. Nilai terendah ditunjukkan oleh PT Lionmesh Prima Tbk pada tahun 2011 yang memiliki aset sebesar Rp 98.019.132.648. Nilai maximum diperoleh 14,55. Nilai maximum ditunjukkan oleh PT Alkindo Naratama Tbk pada tahun 2014 yang memiliki aset mencapai Rp 356.814.265.668.000. Nilai rata-rata diperoleh sebesar 12,4867, artinya perusahaan yang dijadikan sampel penelitian rata-rata memiliki aset sebesar Rp 419.853.541.222.688 dan standar deviasi diperoleh sebesar 0,75069.

Variabel profitabilitas yang diukur dengan ROA menunjukkan rata-rata sebesar 0,0911. Dari nilai rata-rata tersebut dapat diartikan bahwa perusahaan sampel dapat menghasilkan laba rata-rata sebesar 0,0911 atau sebesar 9,1% dari total aset yang dimilikinya. Nilai minimum profitabilitas menunjukkan 0,00. Artinya terdapat suatu keadaan dimana perusahaan tidak menghasilkan laba sama

sekali. Variabel profitabilitas memiliki nilai maximum 0,32. Dari nilai tersebut dapat diartikan bahwa perusahaan dapat memperoleh laba bersih hingga 32% dari total aset yang dimiliki perusahaan. Perolehan profitabilitas terkecil diperoleh oleh PT Sierad Produce Tbk. Sedangkan perolehan profitabilitas terbesar diperoleh oleh PT Lionmesh Prima Tbk pada tahun 2012.

Variabel leverage yang diukur dengan DER menunjukkan rata-rata sebesar 1,1077. Hal ini berarti bahwa perusahaan sampel rata-rata memiliki hutang sebesar 11,07% dari seluruh modal yang berasal dari perusahaan sendiri. Nilai leverage minimum diperoleh 0,15 atau terdapat hutang 15% dari seluruh modal sendiri perusahaan. Nilai maximum leverage diperoleh 5,15 atau terdapat hutang yang lebih besar dari modal sendiri perusahaan. Nilai leverage minimum dimiliki oleh PT Indocement Tunggal Prakarsa Tbk pada tahun 2011. Nilai leverage maximum dimiliki oleh PT Indal Almunium Industri Tbk pada tahun 2014.

Variabel *media exposure* (ME) memiliki nilai terendah 0,00, nilai maksimum 1,00, nilai rata-rata 0,5625, dan standar deviasi sebesar 0,50000. Hal ini berarti rata-rata perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang dijadikan sampel penelitian mengungkapkan 56% CSR nya di website perusahaan. Nilai *media exposure* minimum diperoleh sebesar 0,0 yang artinya hampir semua perusahaan mengungkapkan CSR melalui website resmi perusahaan.

Variabel indeks pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) yang diukur dengan 79 item pengungkapan diperoleh nilai minimum 0,13. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat perusahaan sampel yang mengungkapkan CSR sebesar 13%. Perusahaan yang paling sedikit mengungkapkan kegiatan CSR nya yaitu PT Trias Santosa. Rata-rata yang diperoleh dari indeks pengungkapan CSR adalah sebesar 0,1945. Hal ini menunjukkan bahwa dalam satu periode dalam laporan tahunan, perusahaan telah mengungkapkan 19,45% kegiatan CSR nya yang telah dilakukan oleh perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan sampel masih dianggap kurang luas karena belum mencapai 50%. Nilai maximum yang diperoleh dari variabel indeks pengungkapan *corporate social responsibility* yaitu sebesar 0,32, yang artinya perusahaan sampel mengungkapkan kegiatan CSR nya hanya sebesar 32% dalam laporan tahunannya. Perusahaan yang paling banyak mengungkapkan kegiatan tanggung jawab sosialnya yaitu PT Semen Indonesia.

Uji Asumsi Kalsik Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Dalam penelitian ini untuk uji normalitas menggunakan cara uji Kolmogrov – Sminov. Hasil dari uji Kolmogrov – Sminov dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

| | | |
|-----------------------|---------------|-----------------------|
| | | Standardized Residual |
| N | | 64 |
| | Mean | 0,00000000 |
| Normal Parameters | Std Deviation | 0,03621467 |
| Most Extre | Absolut | 0,116 |
| Differences | Positive | 0,116 |
| | Negative | -0,061 |
| Kolmogrov Smirnov | | 0,926 |
| Asym. Sig. (2-tailed) | | 0,358 |

Berdasarkan hasil pada tabel diatas, data pada penelitian ini sudah terdistribusi normal. Hal ini ditunjukkan dengan nilai kolmogorov – smirnov sebesar 0,358 dan tingkat signifikansi sebesar 0,926. Nilai signifikansi tersebut menunjukkan nilai yang lebih besar dari 0,05 yang berarti data residual terdistribusi secara normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Uji ini dapat dilihat dari nilai tolerance dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Hasil dari uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel berikut:

| Model | Collinearity Statistic | |
|---------------------|------------------------|-------|
| | Tolerance | VIF |
| Size (X1) | 0,943 | 1,060 |
| Profitabilitas (X2) | 0,707 | 1,414 |
| Solvabilitas (X3) | 0,660 | 1,516 |
| Likuiditas (X4) | 0,929 | 1,077 |

Hasil pengujian tolerance pada tabel diatas menunjukkan bahwa tidak ada variabel independen yang memiliki nilai tolerance kurang dari 0,10 (10%). Hasil perhitungan VIF juga menunjukkan bahwa tidak ada variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antara variabel independen dalam model regresi.

Uji Autokorelasi

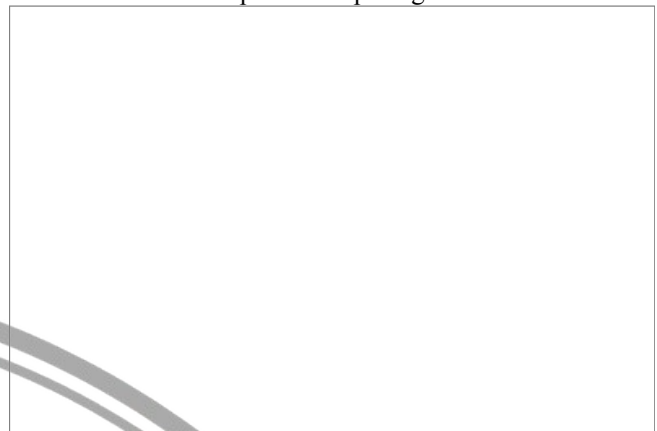
Uji autokorelasi digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Dalam penelitian ini untuk uji autokorelasi menggunakan uji Durbin-Watson. Hasil dari uji Durbin-Watson dapat dilihat dalam tabel berikut:

| Model | Durbin Watson |
|-------|---------------|
| 1 | 1,672 |

Dari hasil tabel 4.6 nilai dari Durbin-Watson sebesar 1,672 sesuai dengan syarat untuk bebas autokorelasi yaitu antara -2 sampai +2, maka penelitian ini bebas dari autokorelasi.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ditunjukkan dengan menggunakan grafik scatter plot antara variabel dependen (SRESID) dan variabel residualnya (ZPRED). Jika titik-titik mnyebar di atas dan di bawah 0 pada sumbu Y, berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada data yang digunakan. Hasil dari uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada gambar berikut ini:



Berdasarkan grafik Scatter Plot diatas terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Berganda

Analisis linear berganda digunakan untuk mendapat koefisien regresi yang akan menentukan apakah hipotesis yang dibuat akan diterima atau ditolak. Atas dasar hasil analisis regresi dengan menggunakan sebesar tingkat signifikansi sebesar 5% diperoleh persamaan sebagaiberikut:

| Model | Unstandardized Coefficient | | t | Sig |
|----------------|----------------------------|------------|-------|-------|
| | B | Std. Error | | |
| Constant | 0,215 | 0,024 | 8,969 | 0,000 |
| Size | 0,023 | 0,005 | 4,391 | 0,000 |
| Profitabilitas | 0,150 | 0,073 | 2,055 | 0,044 |
| Leverage | 0,010 | 0,005 | 2,067 | 0,043 |
| Media Exposure | 0,013 | 0,010 | 3,611 | 0,001 |

$Y = 0,215 + 0,023X1 + 0,150X2 + 0,10X3 + 0,35X4 + e$
 Hasil dari persamaan menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage, dan *media exposure* memiliki koefisien positif. Hal ini berarti bahwa peningkatan ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage, dan *media exposure* akan dapat meningkatkan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).

Uji F

Pengujian hipotesis uji simultan digunakan untuk melihat apakah secara keseluruhan variabel bebas mempunyai pengaruh yang bermakna terhadap variabel terikat. Dari hasil pengujian dengan nilai F diperoleh sebagai berikut:

| Model | Sum Of Squares | df | F | Sig |
|------------|----------------|----|-------|-------|
| Regression | 0,038 | 4 | 6,863 | 0,000 |
| Residual | 0,083 | 59 | | |
| Total | 0,121 | 63 | | |

Hasil pengolahan data terlihat bahwa nilai $F = 6,863$ dengan probabilitas sebesar $0,000 < 0,05$. Nilai probabilitas pengujian yang lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ menunjukkan bahwa secara bersama-sama indeks pengungkapan sosial dapat dijelaskan oleh variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage dan *media exposure*.

Uji t

Pengujian terhadap hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini dilakukan dengan cara sebagai berikut:

Uji Hipotesis Pertama

Pengujian hipotesis pertama dari penelitian ini adalah untuk menguji apakah ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hasil penelitian menunjukkan nilai t sebesar 4,391 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 berada lebih kecil dari $\alpha = 0,05$, maka hipotesis pertama diterima. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel ukuran perusahaan yang diukur dengan total aset secara statistik berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).

Uji Hipotesis Kedua

Pengujian hipotesis kedua dari penelitian ini adalah untuk menguji apakah profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hasil penelitian menunjukkan nilai t sebesar 2,055 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,04 berada lebih kecil dari $\alpha = 0,05$, maka hipotesis kedua diterima. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel profitabilitas yang diukur dengan ROA secara statistik berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).

Uji Hipotesis Ketiga

Pengujian hipotesis ketiga dari penelitian ini adalah untuk menguji apakah leverage berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hasil penelitian menunjukkan nilai t sebesar 2,067 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,043 berada lebih kecil dari $\alpha = 0,05$, maka hipotesis ketiga diterima. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel leverage secara statistik berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).

Uji Hipotesis Keempat

Pengujian hipotesis keempat dari penelitian ini adalah untuk menguji apakah *media exposure* berpengaruh signifikan

terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hasil penelitian menunjukkan nilai t sebesar 3,611 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,001 berada lebih kecil dari $\alpha = 0,05$, maka hipotesis keempat diterima. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel *media exposure* secara statistik berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).

Pembahasan

Ukuran Perusahaan dan Corporate Social Responsibility Disclosure

Pada penelitian ini diperoleh hasil bahwa ukuran perusahaan secara statistik berpengaruh signifikan terhadap luas pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Adanya hubungan signifikan antara variabel ukuran perusahaan dan pengungkapan sosial mengartikan bahwa semakin besar suatu perusahaan, maka akan cenderung melakukan pengungkapan CSR yang lebih luas. Perusahaan besar akan banyak disorot oleh publik, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan.

Teori agensi menjelaskan bahwa perusahaan yang besar memiliki tuntutan yang besar dari para *stakeholder* atas manfaat keberadaan perusahaan tersebut selama ini. Secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan, dan perusahaan yang lebih besar dengan aktivitas operasi dan pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat. Untuk mengurangi tekanan dari *stakeholder*, salah satu cara yang dilakukan oleh perusahaan adalah dengan mengungkapkan kegiatan tanggung jawab sosialnya dengan lebih luas.

Profitabilitas dan Corporate Social Responsibility Disclosure

Pada penelitian ini diperoleh hasil bahwa profitabilitas secara statistik berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Hasil penelitian ini sejalan dengan teori agensi yang menyatakan bahwa perolehan laba yang semakin besar akan membuat perusahaan mengungkapkan informasi sosial yang lebih luas. Hal tersebut dikarenakan perusahaan dengan laba yang tinggi akan menjadi sorotan, maka perusahaan akan mengeluarkan biaya yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial. Pendapat Heinze (1976) dalam Sari (2012) menyatakan bahwa dengan semakin tingginya tingkat profitabilitas perusahaan maka jumlah informasi sosial yang diungkapkan juga akan semakin besar.

Leverage dan Corporate Social Responsibility Disclosure

Pada penelitian ini diperoleh hasil bahwa leverage secara statistik mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Hal ini berarti bahwa leverage mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Ketergantungan perusahaan terhadap hutang dalam membiayai kegiatan operasinya tercermin dalam tingkat leverage. Leverage ini juga mencerminkan tingkat risiko keuangan perusahaan. Perusahaan dengan rasio leverage yang tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan ungkapan yang lebih luas daripada dengan

perusahaan dengan rasio leverage yang rendah. Menurut Belkaoui and Karpik (1989) mengatakan bahwa semakin tinggi leverage, kemungkinan besar perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak utang, maka manajer akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba masa depan. Agar laba yang dilaporkan tinggi maka manajer harus mengurangi biaya-biaya termasuk biaya untuk mengungkapkan informasi sosial.

Media Exposure dan Corporate Social Responsibility Disclosure

Pada penelitian ini diperoleh hasil bahwa *media exposure* secara statistik mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Hal ini berarti bahwa *media exposure* mempengaruhi pengungkapan CSR. Komunikasi CSR perusahaan melalui *website* mulai banyak digunakan sebagai pelengkap komunikasi melalui media tercetak walaupun belum seluruh potensi *website* dimanfaatkan oleh perusahaan. *Website* memungkinkan dialog secara langsung antar pihak perusahaan dengan para *stakeholder*. Media *website* berperan aktif dengan memberikan riwayat pelaporan dan menyusunnya untuk menggambarkan nilai dari suatu perusahaan. Pemanfaatan media *website* oleh perusahaan menunjukkan peningkatan reputasi perusahaan dari *stakeholder*. Perusahaan yang mengungkapkan CSR melalui *website* resmi perusahaan akan dapat meningkatkan reputasi perusahaan dari *stakeholder*. Pengungkapan CSR di media *website* maupun media lainnya dianggap dapat menyampaikan informasi secara efektif dan efisien. Dengan adanya perkembangan alat komunikasi seperti *website* dan media lainnya diharapkan pengungkapan CSR diungkapkan secara lebih luas dan tidak terbatas. Dikaitkan dengan teori legitimasi, menunjukkan bahwa *media exposure* mempunyai peran yang penting karena adanya tuntutan publik terhadap perusahaan.

Kesimpulan dan Keterbatasan

Kesimpulan

Penelitian ini meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Adapun faktor-faktor tersebut adalah ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage, dan media exposure. Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis regresi linear berganda dengan program Statistical Package for Social Science (SPSS) versi 21. Dalam penelitian ini terdapat 16 perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2014 yang dijadikan sampel penelitian. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan diperoleh kesimpulan hasil pengujian yang telah dilakukan secara statistik menunjukkan bahwa ukuran perusahaan yang diukur dengan total aset yang dimiliki berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR); hasil pengujian yang telah dilakukan secara statistik menunjukkan bahwa profitabilitas yang diukur dengan *return on assets* (ROA) berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR); hasil pengujian yang telah dilakukan secara statistik leverage yang

diukur dengan rasio *debt to equity* (DER) secara statistik berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR); dan hasil pengujian yang telah dilakukan secara statistik *media exposure* berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).

Keterbatasan

Keterbatasan dalam penelitian ini yaitu terdapat unsur subyektifitas dalam menentukan indeks pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) sehingga antara satu peneliti dengan peneliti lain dapat berbeda dalam menentukan item pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Untuk penelitian selanjutnya disarankan agar lebih memahami indeks pengungkapan CSR. Dalam penelitian ini hanya menguji pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage, dan *media exposure* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Kemungkinan terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi luas pengungkapan CSR. Penelitian selanjutnya diharapkan untuk meneliti faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi pengungkapan CSR. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini hanya 16 perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2014 sehingga tidak mampu mengeneralisasi penelitian secara umum. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan sampel perusahaan yang lebih banyak agar dapat memprediksi faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) dan mampu mengeneralisasi penelitian secara umum.

Daftar Pustaka

- Anggraini, Fr. R. R. 2006. "Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta)", *Simposium Nasional Akuntansi IX*
- Belkaoui, Ahmed and Philip G. Karpik. 1989. Determinants of the Corporate Decision to Disclose Sosial Information. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. Vol. 2, No. 1, p. 36- 51.
- Cahyonowati, N. 2003. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Sosial (Social Disclosure) Dalam Laporan Tahunan Perusahaan*. Skripsi: Fakultas Ekonomi Undip.
- Ekowati, Lilis, dkk. Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Growth, dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Simposium Nasional Akuntansi 17*.
- Fahrizqi, Anggara, 2010. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Laporan Tahunan Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia)*. Undergraduate thesis: Universitas Diponegoro.
- Fahmi, Irham. 2014. *Analisis Kinerja Keuangan*. Bandung : Alfabeta.
- Gozhali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Edisi ke 7*. Badan Penerbit Diponegoro : Semarang.

Gumanti, Tatang Ary. 2011. Manajemen Investasi Konsep, Teori, dan Aplikasi. Jakarta : Mitra Wacana Media.

Ihsan, Alifi Khoiril. 2014. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Likuiditas, dan Profitabilitas Terhadap Luas Pengungkapan Sosial dalam Laporan Tahunan Perusahaan. Skripsi Jember : Universitas Jember.

Purnasiwi, Jayanti. 2011. Analisis Pengaruh Size, Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Pengungkapan CSR Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. Tesis. Universitas Diponegoro.

Rahajeng, Rahmi Galuh. 2010. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Sosial (Social Disclosure) Dalam Laporan Tahunan Perusahaan. Skripsi : Universitas Diponegoro.

Sari, R. A. 2012. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Cropst Social Responsibility Dsclosure Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Nominal I*. Vol 1. No. 1.

Sembiring, Eddy Rismanda. 2005. Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggungjaab Sosial : Studi Empiris Pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta. *Symposium Nasional Akuntansi VIII*.

Suaryana, Agung, dan Febriana. 2012. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kebijakan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis* Vol. 7 No.1 Januari 2012.

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

Warta Ekonomi, 2006. Konsep Bisnis Paling Bersinar 2006 : Level Adopsinya Kian Tinggi. *Warta Ekonomi*, Desember 2006, h. 36-37.

www.globalreporting.org (diakses tanggal 11 November 2015)

www.idx.co.id (diakses tanggal 14 Desember 2015)

