



**ANALISIS PENGARUH *LEVERAGE*, PROFITABILITAS,
UKURAN PERUSAHAAN, KEPEMILIKAN PUBLIK,
DAN DEWAN KOMISARIS TERHADAP TINGKAT
PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL
PERUSAHAAN MANUFAKTUR SUB SEKTOR
MAKANAN DAN MINUMAN DI BEI**

THE INFLUENCES ANALYSIS OF LEVERAGE, PROFITABILITY, COMPANY
STANDARD, PUBLIC OWNERSHIP, AND COMMISSIONERS COUNCIL
TOWARD DISCLOSURE CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
OF MANUFACTURING FOOD AND BEVERAGE
COMPANY LISTED IN BEI

SKRIPSI

Oleh:

Rizqi Akbar Iwanda
NIM.120810201280

**UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2016



**ANALISIS PENGARUH *LEVERAGE*, PROFITABILITAS,
UKURAN PERUSAHAAN, KEPEMILIKAN PUBLIK,
DAN DEWAN KOMISARIS TERHADAP TINGKAT
PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL
PERUSAHAAN MANUFAKTUR SUB SEKTOR
MAKANAN DAN MINUMAN DI BEI**

THE INFLUENCES ANALYSIS OF LEVERAGE, PROFITABILITY, COMPANY
STANDARD, PUBLIC OWNERSHIP, AND COMMISSIONERS COUNCIL
TOWARD DISCLOSURE CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
OF MANUFACTURING FOOD AND BEVERAGE
COMPANY LISTED IN BEI

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember

Oleh:

Rizqi Akbar Iwanda
NIM.120810201280

**UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2016

KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER-FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

SURAT PERNYATAAN

Nama : Rizqi Akbar Iwanda
Nim : 120810201280
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Keuangan
Judul : Analisis Pengaruh *Leverage*, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Publik, dan Dewan Komisaris Terhadap Tingkat Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman di BEI

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang saya buat adalah benar-benar hasil karya saya sendiri, kecuali apabila dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan milik orang lain. Saya bertanggung jawab atas kebenaran dan keabsahan isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dengan adanya paksaan dan tekanan dari pihak manapun serta tidak bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan yang saya buat ini benar.

Jember, 1 Oktober 2016

Yang menyatakan,

Rizqi Akbar Iwanda
NIM. 120810201280

TANDA PERSETUJUAN

Judul : Analisis Pengaruh *Leverage*, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Publik, dan Dewan Komisaris Terhadap Tingkat Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman di BEI

Nama : Rizqi Akbar Iwanda

NIM : 120810201280

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Keuangan

Disetujui Tanggal: 30 September 2016

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Drs. Marmono Singgih M.Si
NIP. 196609041990021001

Dra. Lilik Farida M.Si
NIP. 196311281989022001

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Ika Barokah Suryaningsih, S.E., M.M
NIP. 197805252003122002

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi Berjudul:

ANALISIS PENGARUH *LEVERAGE*, PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN, KEPEMILIKAN PUBLIK, DAN DEWAN KOMISARIS TERHADAP TINGKAT PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN MANUFAKTUR SUB SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN DI BEI

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Rizqi Akbar Iwanda

Nim : 120810201280

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Keuangan

telah dipertahankan didepan panitia penguji pada tanggal:

24 Oktober 2016

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua : Dr. Sumani M.si : (.....)
NIP.196901142005011002

Sekretaris : Drs. Sudaryanto MBA, Ph.D : (.....)
NIP. 196604081991031001

Anggota : Drs. Hadi Wahyono M.M. : (.....)
NIP. 195401091982031003

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Jember

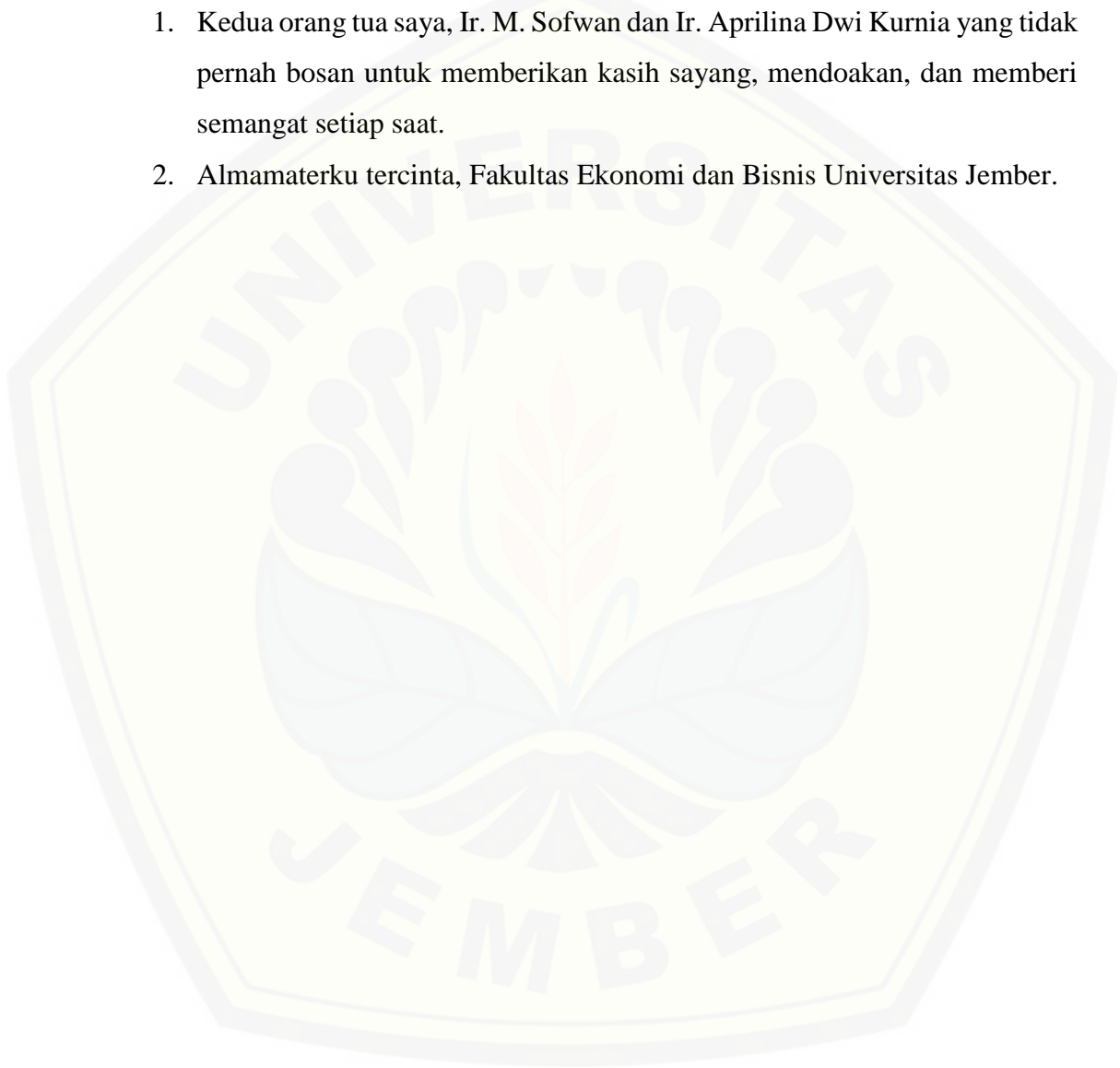
Foto
4 x 6

Dr.Muhammad Miqdad,S.E,MM.,Ak
NIP. 19710727 199512 1 001

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kesempatan untuk mengerjakan, menyelesaikan serta mempertanggungjawabkan skripsi ini maka skripsi ini akan dipersembahkan untuk :

1. Kedua orang tua saya, Ir. M. Sofwan dan Ir. Aprilina Dwi Kurnia yang tidak pernah bosan untuk memberikan kasih sayang, mendoakan, dan memberi semangat setiap saat.
2. Almamaterku tercinta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.



MOTTO

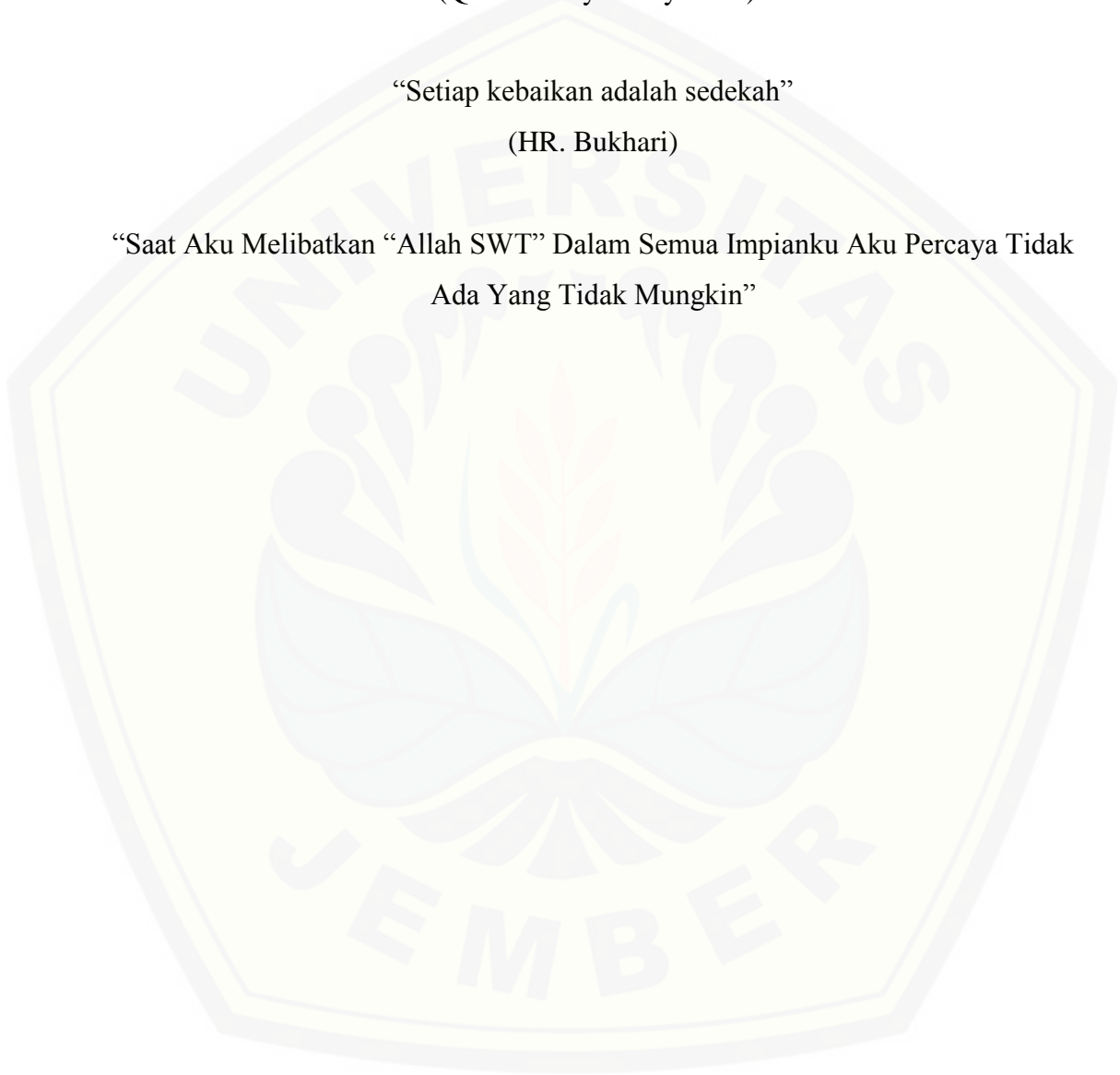
“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya
sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

(Q.S. Al-Insyirah ayat 5-6)

“Setiap kebaikan adalah sedekah”

(HR. Bukhari)

“Saat Aku Melibatkan “Allah SWT” Dalam Semua Impianku Aku Percaya Tidak
Ada Yang Tidak Mungkin”



RINGKASAN

Analisis Pengaruh *Leverage*, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Publik, dan Dewan Komisaris Terhadap Tingkat Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Manufaktur Sub Sektor makanan dan Minuman di BEI; Rizqi Akbar Iwanda, 120810201280; 2016; 100 Halaman; Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember

Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial Perusahaan yang merupakan salah satu program untuk menyeimbangkan antara keuntungan ekonomi dan kontribusi perusahaan terhadap ekonomi, sosial, masyarakat, dan lingkungannya. Perusahaan makanan dan minuman memiliki tingkat produksi yang tinggi. Dalam proses produksinya perusahaan ini juga menyumbangkan limbah produksi terhadap lingkungan. Hal tersebut dapat pula mengganggu kehidupan masyarakat sekitar pabrik. Untuk itu masyarakat membutuhkan informasi mengenai sejauh mana perusahaan sudah melaksanakan aktifitas sosialnya sehingga hak masyarakat untuk hidup aman dan tentram, kesejahteraan karyawan, dan keamanan mengkonsumsi makanan dan minuman dapat terpenuhi. Jika masyarakat menganggap perusahaan tidak memperhatikan aspek sosial dan lingkungannya serta tidak merasakan kontribusi secara langsung bahkan merasakan dampak negatif dari beroperasinya sebuah perusahaan maka akan menimbulkan resistensi masyarakat. Karenanya, pengungkapan CSR merupakan hal penting yang harus diperhatikan perusahaan.

Penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat pengungkapan CSR telah banyak dilakukan namun dari banyak penelitian yang dilakukan didapat hasil yang tidak konsisten pada setiap variabel. Selain itu, ukuran yang digunakan peneliti sebelumnya untuk tingkat pengungkapan CSR sering menggunakan pengukuran yang digunakan Sembiring sebanyak 78 pengungkapan. Oleh karena itu, dalam penelitian ini diteliti kembali beberapa faktor yang memperlihatkan hasil tidak konsisten dengan pengukuran tingkat pengungkapan CSR menggunakan GRI tahun 2007.

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada periode 2012-2015. Berdasarkan data yang ada di BEI, terdapat 14 perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar pada periode 2012-2015 dengan jumlah observasi sebanyak 56 laporan tahunan perusahaan. Penentuan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling*, dimana dalam metode tersebut ditetapkan kriteria-kriteria tertentu yang akan menentukan jumlah sampel yang valid untuk diteliti.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas, ukuran perusahaan, dan kepemilikan publik berpengaruh signifikan terhadap tingkat pengungkapan CSR, sementara dua variabel lainnya yaitu *leverage* dan dewan komisaris tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat pengungkapan CSR Perusahaan Manufaktur Sub Sektor makanan dan Minuman di BEI.

SUMMARY

The Influences Analysis Of *Leverage* ,Profitability, Company Standard, Public Ownership, And Commissioners Council Toward Disclosure Corporate Social Responsibility Of Manufacturing Food And Beverage Company Listed In BEI; Rizqi Akbar Iwanda, 120810201280; 2016; 100 Pages; Management Faculty of Economics and Business, University of Jember

Corporate Social Responsibility (CSR) is a program that designed for balance between economic benefits and the company's contribution to the economic, social, community, and environment. Food and beverage companies have a high level of production. In the production process the company also donated the production of waste on the environment. It can also harm people's lives around the factory. People need information about how far the company has been carrying out their social activities, so people can live safely and peacefully, employee welfare, and safety of foods and drinks can be met. If people perceive the company does not pay attention to the social aspects and the environment and does not contribute directly feel even feel the negative impact of the operation of a company that will lead community resistance. Therefore, CSR is an important thing to be aware of the company.

Research on the factors affecting the level of CSR disclosure has been made yet on the many studies conducted inconsistent results obtained on each variable. In addition, the size of the researchers used previously for level CSR measurement used often uses as much as 78 Sembiring disclosure. Therefore, in this study examined again several factors that show the results are not consistent with the measurement of CSR using the GRI in 2007.

The population of this research is all manufacturing sub-sectors of food and beverages listed on the Stock Exchange in the period 2012-2015. Based on existing data on the Stock Exchange, there are 14 manufacturing sub-sectors of food and beverages were registered in the period from 2012 to 2015 with the number of observations of 56 annual reports of companies. The samples were conducted with a purposive sampling method, wherein in the method stipulated certain criteria that will determine the number of valid samples for examination.

The results showed that the profitability, company size, and public ownership significant effect on the level of disclosure of CSR, while the other two variables, namely *leverage*, and commissioners did not significantly affect the level of CSR disclosure Manufacturing Sub-Sector Food and Beverage Company in BEI.

PRAKATA

Puji syukur alhamdulillah kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmatNya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul ANALISI PENGARUH *LEVERAGE*, PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN, KEPEMILIKAN PUBLIK, DAN DEWAN KOMISARIS TERHADAP TINGAKT PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN MANUFAKTUR SUB SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN DI BEI. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

Proses penyusunan skripsi sampai dengan selesai tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Drs.Marmono Singgih M.Si dan Drs. Lilik Farida M.Si selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan dorongan semangat, bimbingan, pengarahan, saran serta telah meluangkan waktu sehingga skripsi ini mampu terselesaikan.
2. Dr. Sumani M.Si , Drs. Sudaryanto MBA, Ph.D, dan Dr. Hadi Wahyono M.M selaku dosen penguji yang telah memberikan banyak kritik dan saran yang sangat bermanfaat bagi penulis.
3. Kedua orang tua saya, Ir. M. Sofwan dan Ir. Aprilina Dwi Kurnia, serta Vania Farrah Diba S.E, dan Alif Puji Rahayu S.E yang selalu memberikan doa, kasih sayang dan dukungannya selama ini.

Semoga skripsi ini bermanfaat dan memberikan tambahan pengetahuan bagi yang membacanya. Amin

Jember, 1 Oktober 2016
Penulis

Rizqi Akbar Iwanda
NIM. 120810101280

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
RINGKASAN	vii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Tinjauan Teori	9
2.1.1 Pengertian <i>Corporate Social Responsibility</i>	9
2.1.2 Landasan Teoritis <i>Corporate Social Responsibility</i>	11
2.1.3 Lonsep Penerapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	12
2.1.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	14
2.1.5 Keuntungan Penerapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	19
2.1.6 Pelaporan dan Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	20
2.1.7 Kategori Perusahaan Menurut Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i>	23
2.1.8 <i>Shareholder</i> dan <i>Stakeholder</i>	24
2.2 Penelitian Terdahulu	25
2.3 Kerangka Konseptual.....	28
2.4 Hipotesis	29
BAB 3. METODE PENELITIAN	30
3.1 Rancangan Penelitian.....	30
3.2 Populasi dan Sampel.....	30
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	31
3.4 Identifikasi Variabel	31
3.5 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel.....	32
3.6 Metode Analisis Data	34

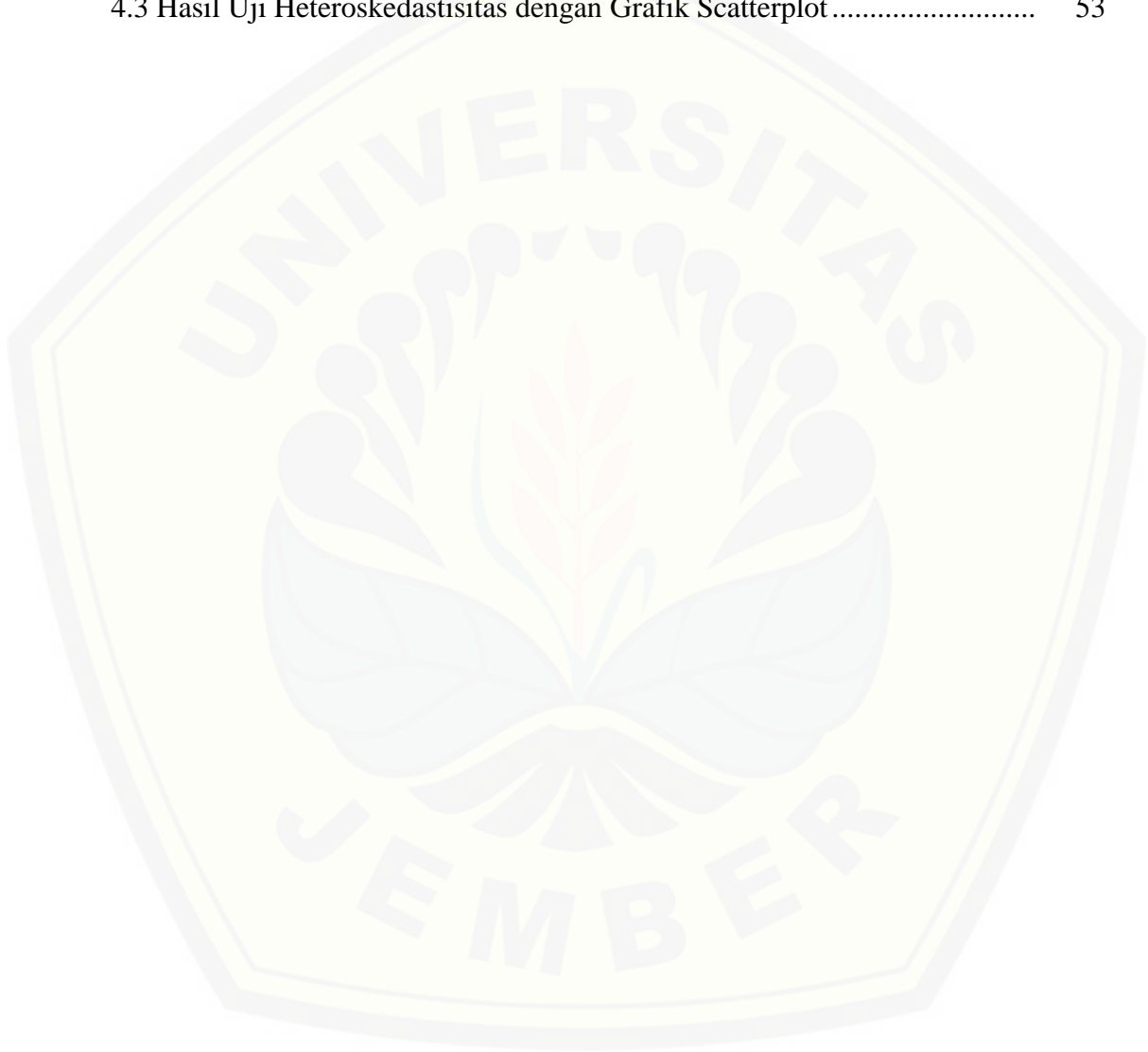
3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif	34
3.6.2 Uji Normalitas Data	34
3.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda	35
3.6.4 Uji Asumsi Klasik	36
3.6.5 Uji Hipotesis	38
3.7 Kerangka Pemecahan Masalah	41
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Hasil Penelitian	43
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	43
4.1.2 Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	43
4.1.3 Statistik Deskriptif	45
4.1.4 Uji Normalitas Data	47
4.1.5 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	48
4.1.6 Hasil Uji Asumsi Klasik	49
4.1.7 Hasil Uji Hipotesis	53
4.2 Pembahasan	55
4.2.1 Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	55
4.2.2 Pengaruh <i>Leverage</i> terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i>	57
4.2.3 Pengaruh Profitabilitas terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i>	58
4.2.4 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i>	59
4.2.5 Pengaruh Kepemilikan Publik terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i>	60
4.2.6 Pengaruh Dewan Komisaris terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i>	61
4.2.7 Pengaruh <i>Leverage</i> , Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Publik, dan Dewan Komisaris terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i>	62
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	63
5.1 Kesimpulan	63
5.2 Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN	71

DAFTAR TABEL

	Halaman
1.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	27
3.1 Proses Seleksi Sampel dan Kriteria.....	31
4.1 Jumlah Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	44
4.2 Hasil Deskriptif Statistik.....	45
4.3 Hasil Uji Normalitas Data Menggunakan <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	48
4.4 Hasil Uji Normalitas Data Menggunakan LN.....	48
4.5 Hasil Perhitungan Analisis Regresi Linier Berganda.....	48
4.6 Hasil Uji Autokorelasi.....	51
4.7 Hasil Uji Multikolinearitas.....	52
4.8 Hasil Uji t.....	54
4.9 Hasil Uji F.....	55

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Kerangka Konseptual	28
3.1 Kerangka Pemecahan Masalah	41
4.1 Hasil Uji Normalitas Model dengan Grafik Histogram	50
4.2 Hasil Uji Normalitas dengan Grafik P-plot.....	51
4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Grafik Scatterplot.....	53



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 : Checklist Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> ..	71
Lampiran 2 : Daftar Perusahaan Sampel Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI.....	78
Lampiran 3 : Data Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	78
Lampiran 4 : Data <i>Leverage</i> , Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Publik, Dewan Komisaris, dan..... Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	79
Lampiran 5 : Output SPSS Statistik Deskriptif	80
Lampiran 6 : Output SPSS Uji Normalitas Data	81
Lampiran 7 : Output SPSS Uji Normalitas Model	81
Lampiran 8 : Output SPSS Regresi Linier Berganda	82
Lampiran 9 : Output SPSS Uji Autokorelasi	83
Lampiran 10 : Output SPSS Uji Multikolinieritas.....	84
Lampiran 11 : Output SPSS Uji Heteroskedastisitas.....	84
Lampiran 12 : Output SPSS Uji t	85
Lampiran 13 : Output SPSS Uji F	85

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia telah memasuki era globalisasi ditandai dengan adanya perdagangan bebas oleh *Asean Free Trade Area (AFTA)* dan *Asia Pacific Economic Cooperation (APEC)*. Adanya globalisasi ini menuntut perusahaan-perusahaan di Indonesia memanfaatkan dengan sebaik-baiknya peluang yang ada untuk meningkatkan efisiensi ekonomi yang dapat memberikan kontribusi pada pertumbuhan ekonomi. Globalisasi inilah yang memicu perusahaan-perusahaan tersebut untuk terus bersaing (Ramadhani, 2012). Perusahaan melakukan berbagai upaya untuk dapat bersaing secara global. Untuk itu perusahaan-perusahaan melakukan pengoptimalan yang dilakukan diberbagai bidang seperti pengembangan produk, kepuasan pelanggan, dan kesejahteraan karyawan. Dalam ekonomi global, perusahaan harus menanggapi kecenderungan pasar seraya tetap bertanggungjawab melindungi lingkungan. Mereka juga harus memusatkan perhatian pada pelanggan jika mereka ingin berhasil di pasar global (Surjani, 2003). Disamping kepuasan pelanggan, perusahaan juga harus memperhatikan kesejahteraan karyawannya dan bertanggungjawab kepada para pemegang saham atas kinerja perusahaan selama tahun berjalan. Era globalisasi menuntut perusahaan untuk terbuka terhadap publik mengenai segala aktivitas operasinya, karenanya berbagai aktivitas yang dilakukan perusahaan harus dapat dipertanggungjawabkan baik terhadap masyarakat, pemegang saham, dan lingkungannya.

Program CSR (*Corporate Social Responsibility*) atau tanggung jawab sosial perusahaan merupakan salah satu sarana bagi perusahaan untuk menyeimbangkan antara keuntungan ekonomi dengan kontribusinya bagi ekonomi masyarakat, sosial, dan lingkungan demi mewujudkan pembangunan berkelanjutan (pustaka.pu.go.id). Program-program sosial yang dilakukan bisa berupa bantuan kesehatan, pembangunan sarana-prasarana umum, pemberian bantuan secara tunai, penanaman 1000 pohon, bantuan air bersih, dan berbagai jenis bantuan sosial

lainnya. Di Indonesia CSR ditetapkan sebagai suatu regulasi/hukum untuk Perseroan Terbatas (PT). Hal ini terlihat dalam UU 40 Tahun 2007 pasal 74 tentang Perseroan Terbatas. Ayat 1 menyatakan perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Ayat 2 berbunyi tanggung jawab sosial dan lingkungan itu merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memerhatikan kepatutan dan kewajaran. Ayat 3 menggariskan perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana pasal 1 dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Ayat 4 menyatakan ketentuan lebih lanjut mengenai tanggung jawab dan lingkungan diatur dengan peraturan pemerintah.

Perusahaan dituntut untuk memberikan informasi kegiatan yang dijalankan seperti yang telah disebutkan diatas secara transparan sebagai wujud tanggung jawab sosial. Tanggung jawab sosial perusahaan dapat digambarkan sebagai ketersediaan informasi keuangan dan non keuangan berkaitan dengan interaksi organisasi dengan lingkungan fisik dan lingkungan sosialnya, yang dapat dibuat dalam laporan tahunan perusahaan atau laporan sosial terpisah (Guthrie dan Methews, 1985 dalam Sembiring, 2006). Namun, meski telah ditetapkan peraturan-peraturan yang mengatur pelaksanaan CSR, peraturan-peraturan tersebut tidak memberikan pedoman khusus mengenai bagaimana dan informasi apa saja yang harus dilaporkan oleh perusahaan mengenai pelaksanaan CSR sehingga pengungkapan yang memadai terkait dengan kegiatan CSR hanya berlatar kebutuhan perusahaan untuk membuat *image* bahwa dalam pandangan *stakeholder* perusahaan memiliki kepedulian terhadap lingkungan sosial dan lingkungan hidup (Gray, Kouhy, & Lavers, 1995). Hingga kini belum terdapat kesepakatan standar pelaporan CSR yang dapat dijadikan acuan bagi perusahaan dalam menyampaikan laporan CSR sehingga menyulitkan pengguna laporan tahunan untuk melakukan evaluasi (Jalal, 2007).

Perusahaan makanan dan minuman memiliki tingkat produksi yang tinggi. Dalam proses produksinya perusahaan ini juga menyumbangkan limbah produksi

terhadap lingkungan. Hal tersebut dapat pula mengganggu kehidupan masyarakat sekitar pabrik. Untuk itu masyarakat membutuhkan informasi mengenai sejauh mana perusahaan sudah melaksanakan aktifitas sosialnya sehingga hak masyarakat untuk hidup aman dan tentram, kesejahteraan karyawan, dan keamanan mengkonsumsi makanan dan minuman dapat terpenuhi. Oleh karena itu program CSR perlu diperhatikan oleh perusahaan sebagai sarana pertanggungjawaban atas aktifitas produksi terhadap masyarakat dan pemegang saham. Jika masyarakat menganggap perusahaan tidak memperhatikan aspek sosial dan lingkungannya serta tidak merasakan kontribusi secara langsung bahkan merasakan dampak negatif dari beroperasinya sebuah perusahaan maka akan menimbulkan resistensi masyarakat., karenanya pengungkapan CSR merupakan hal penting yang harus diperhatikan perusahaan.

Pertanggungjawaban sosial perusahaan dalam pengungkapannya dipengaruhi banyak faktor yang mempengaruhi salah satunya *leverage*, *leverage* memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan sehingga dapat dilihat tingk resiko tak tertagihnya suatu utang. Alasan yang mendasari adalah semakin tinggi *leverage* kemungkinann besar perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak utang, maka manajer akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba masa depan. Dengan laba yang dilaporkan lebih tinggi akan mengurangi kemungkinan perusahaan melanggar perjanjian utang dengan kreditur.

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan/laba dan juga memeberikan tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Profitabilitas dapat diukur dengan berbagai cara salah satunya dengan menggunakan *return on assets*. Rasio ini mengukur kembalian investasi yang telah dilakukan oleh perusahaan dalam menggunakan seluruh aktiva yang dimiliki suatu perusahaan. Besar kecilnya profitabilitas akan mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan karena perusahaan menganggap bahwa tanggung jawab sosial sangat penting untuk mengangkat citra perusahaan, oleh karena itu berapapun laba yang diperoleh oleh entitas tidak akan menurunkan atau meningkatkan tanggung jawab sosial yang dilakukan entitas.

Ukuran perusahaan diukur dari log total asset yang dimiliki perusahaan. Perusahaan besar memiliki sumber daya yang lebih besar, sehingga berpengaruh secara signifikan terhadap luasnya pengungkapan tanggung jawab perusahaan. Perusahaan dengan ukuran yang lebih besar dituntut untuk memiliki *performance* yang lebih tinggi salah satunya untuk melihatnya dengan lebih memperhatikan kondisi lingkungan sosial, selain itu melakukan lebih banyak aktivitas yang memberikan dampak yang lebih besar terhadap masyarakat, karena mempunyai banyak pemegang saham yang berkaitan dengan program sosial perusahaan, sehingga pengungkapan tanggung jawab sosial dalam laporan keuangan entitas akan menjadi lebih alat efektif untuk memberikan sinyal ini.

Kepemilikan publik merupakan prosentase kepemilikan saham yang dimiliki pihak luar dengan tujuan meningkatkan nilai perusahaan maka diperlukan pendanaa yang diperoleh baik melalui pendanaan internal maupun pendanaan eksternal. Semua perusahaan yang berstatus *go public* dan telah terdaftar di BEI adalah perusahaan-perusahaan yang sebagian besar proporsi sahamnya dimiliki oleh public dan secara otomatis perusahaan harus melaporkan seluruh aktivitas dan keadaan perusahaan kepada publik agar masyarakat sebagai salah satu bagian dari pemegang saham mengetahui keadaan perusahaan. Semakin tinggi tingkat kepemilikan publik dalam saham perusahaan, maka perusahaan tersebut diprediksi akan melakukan pengungkapan yang lebih tinggi.

Dewan komisaris merupakan wakil *shareholder* dalam perusahaan berfungsi mengawasi pengelolaan perusahaan yang dilaksanakan oleh manajemen (direksi), dan bertanggung jawab untuk menentukan apakah manajemen memenuhi tanggung jawab mereka dalam mengembangkan dan menyelenggarakan pengendalian intern perusahaan. Dewan komisaris dapat memberikan pengaruh yang cukup kuat untuk menekan manajemen agar mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial lebih banyak sehingga dapat dijelaskan bahwa perusahaan yang memiliki ukuran dewan komisaris yang lebih besar akan lebih banyak mengungkapkan tanggung jawab sosial

Penelitian tentang pengungkapan CSR pernah dilakukan sejumlah peneliti dengan hasil yang beragam. Rahmatika Marterda (2011) dalam penelitiannya

dengan sampel 96 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI 2008-2009 menunjukkan adanya hubungan positif antara pengungkapan CSR dengan profitabilitas dan tidak menemukan adanya pengaruh ukuran perusahaan dan *leverage* terhadap pengungkapan CSR. Berbeda dengan penelitian Priantinah dan Nur (2012) dengan sampel 66 perusahaan dari 177 populasi perusahaan berkategori *high profile* yang terdaftar di BEI periode 2008-2010 yang menunjukkan hasil sebaliknya bahwa ukuran perusahaan, dewan komisaris, dan *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR sedangkan untuk profitabilitas, kepemilikan saham publik, dan pengungkapan media menunjukkan tidak adanya pengaruh terhadap CSR. Sedangkan dalam penelitiannya Wijaya (2012) dengan sampel 11 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI di tahun 2008-2010 menemukan bukti bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR sedangkan *leverage*, profitabilitas, ukuran dewan komisaris, dan kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya tentang pengungkapan CSR, ditemukan beberapa variabel yang hasilnya tidak konsisten antara peneliti satu dengan peneliti lainnya. Oleh karena itu, dalam penelitian ini peneliti akan menguji kembali variabel *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan, Kepemilikan Publik, dan dewan komisaris yang dalam penelitian-penelitian sebelumnya memiliki hasil yang berbeda antara penelitian satu dengan yang lainnya, mengenai pengaruhnya terhadap pengungkapan CSR.

Berdasarkan uraian di atas dan tidak konsistennya hasil penelitian yang dilakukan peneliti-peneliti sebelumnya, maka penulis /peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh *Leverage*, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Publik, Dan Dewan Komisaris Terhadap Tingkat Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan Dan Minuman Di BEI” untuk menemukan manakah dari lima faktor di atas yang yang mempengaruhi tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka pokok permasalahan yang diteliti adalah apakah *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan, kepemilikan publik, dan dewan komisaris mempengaruhi tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman di BEI:

1. apakah *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman di BEI ?;
2. apakah profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman di BEI ?;
3. apakah ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman di BEI ?;
4. apakah kepemilikan publik berpengaruh negatif signifikan terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman di BEI ?; dan
5. apakah dewan komisaris berpengaruh negatif signifikan terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman di BEI ?;
6. apakah *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan, kepemilikan publik, dan dewan komisaris berpengaruh secara simultan terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman di BEI ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menguji apakah *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan, kepemilikan publik, dan dewan komisaris mempengaruhi tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sub sektor makanan dan minuman di BEI:

1. menganalisis pengaruh negatif signifikan *leverage* terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman di BEI ;
2. menganalisis pengaruh positif signifikan profitabilitas terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman di BEI ;
3. menganalisis pengaruh positif signifikan ukuran perusahaan terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman di BEI ;
4. menganalisis pengaruh negatif signifikan kepemilikan publik terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman di BEI ;
5. menganalisis pengaruh negatif signifikan dewan komisaris terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman di BEI ;
6. menganalisis pengaruh *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan, kepemilikan publik, dan dewan komisaris secara simultan terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman di BEI.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak, antara lain perusahaan sejenis / emiten, akademisi, dan penelitian yang akan datang.

1. Bagi perusahaan sejenis atau emiten

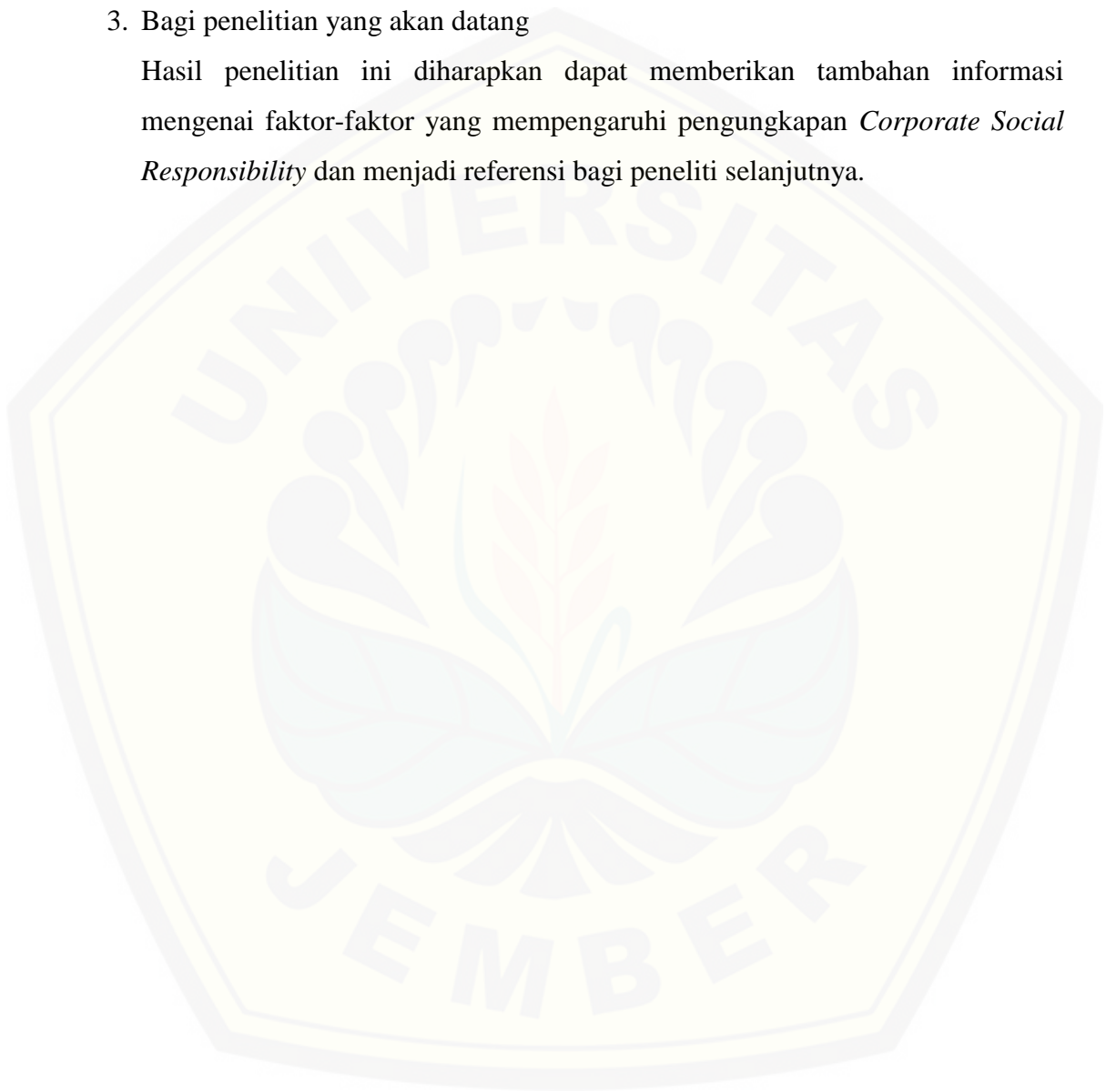
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran tentang pentingnya pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan beserta faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapannya. Disamping itu juga penting bagi perusahaan untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai wujud tanggung jawab terhadap masyarakat maupun *stakeholder*.

2. Bagi akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi tentang faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI.

3. Bagi penelitian yang akan datang

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya.



BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teori

2.1.1 Pengertian *Coorporate Social Responsibility* (CSR)

CSR adalah suatu kepedulian organisasi bisnis untuk bertindak dengan cara-caranya sendiri dalam melayani kepentingan organisasi dan kepentingan publik eksternal. Jadi CSR tidak hanya diwujudkan dalam bentuk kepedulian terhadap eksternal perusahaan, seperti masalah pencemaran lingkungan dan kepedulian terhadap masyarakat sekitar, tetapi juga diwujudkan dalam bentuk kepedulian terhadap lingkungan internal perusahaan, yaitu kepada para *stakeholder* (Schermerhorn,1993). Menurut Hackston dan Milne (1996) dalam Rahmawati (2012) CSR merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhp kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan.

Secara lengkap definisi CSR dalam ISO 26000 tahun 2010 adalah:

“Responsibility of an organization for the impacts of its decisions and activities on society and the environment, through transparent and ethncial behaviour that contributes to sustainable development, health and the welfare of society; takes into account the expectations of stakeholders; is in comliance with applicable law and consistent with international norms of behaviour; and is integrated throughout the organization and practiced in its relationships.”

Hal-hal yang diatur dalam ISO 26000 tahun 2010 mengenai CSR ini mencakup:

- a. konsisten dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat;
- b. memperhatikan kepentingan dari para konsumen;
- c. sesuai hukum yang berlaku dan konsisten dengan norma-norma internasional;
dan
- d. terintegrasi di seluruh aktivitas organisasi, baik kegiatan produk maupun jasa.

Terdapat 7 (tujuh) isu pokok mengenai CSR dalam ISO 26000. Isu tersebut adalah:

- a. pengembangan masyarakat ;
- b. konsumen ;
- c. praktek kegiatan istitusi yang sehat ;
- d. lingkungan ;
- e. ketenagakerjaan ;
- f. hak asasi manusia (HAM) ;dan
- g. *organizational Governance* (Organisasi Pemerintahan).

Menurut *Princes of Wales Foundation dalam Untung* (2008) ada 5 hal penting yang dapat mempengaruhi implementasi CSR yaitu:

- a. menyangkut *Human Capital* (pemberdayaan manusia).
- b. *environments* yang berbicara tentang lingkungan.
- c. *good corporate governance*.
- d. *social cohesion* artinya dalam melaksanakan CSR jangan sampai menimbulkan kecemburuan sosial
- e. *economic strength* atau memberdayakan lingkungan menuju kemandirian bidang ekonomi.

Iriantara (2004) dalam Muhadjir dan Gita (2011), mengemukakan unsur-unsur dari kegiatan CSR sebagai berikut:

- a. *continuity and sustainability* ‘berkesinambungan dan berkelanjutan’. Artinya, kegiatan CSR haruslah dilakukan secara terus menerus dalam jangka panjang, direncanakan dengan sistematis dan dapat dievaluasi.
- b. *community empowerment* ‘pemberdayaan komunitas’. Artinya, program CSR dilakukan dalam upaya menjadikan komunitas lebih mandiri dibandingkan sebelum adanya CSR.
- c. *two ways* ‘dua arah’. Artinya, perusahaan bukan berperan sebagai komunikator semata, tetapi juga harus mampu mendengarkan aspirasi dari komunitas. Ini dapat dilakukan dengan *need assesment*, yaitu sebuah survei untuk mengetahui *needs, desires, interest, dan wants* dari komunitas.

CSR sering disebut dengan istilah amal perusahaan (*Corporate Giving/Charity*), kedermawanan perusahaan (*Corporate Philanthropy*), relasi kemasyarakatan perusahaan (*Corporate Community/Public Relation*), dan pengembangan masyarakat (*Community Development*). Keempat istilah tersebut dapat menjadi acuan dimensi atau pendekatan CSR yang dilakukan oleh suatu perusahaan dalam konteks Investasi Sosial Perusahaan (*Corporate Social Investment/Investing*). Motif perusahaan melakukan CSR dapat dikategorikan dari empat istilah tersebut (Suharto, 2006).

Pelaksanaan CSR di Indonesia telah diatur dalam UU No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dalam pasal 74 yang berbunyi “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan”. Selain itu pada pasal 66 ayat (2) bagian c disebutkan bahwa selain menyampaikan laporan keuangan, perusahaan juga diwajibkan melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungannya. Oleh karenanya, CSR menjadi hal yang harus diperhatikan oleh perusahaan sebagaimana telah tertulis dalam UU No.40 tahun 2007.

2.1.2 Landasan Teoritis *Corporate Social Responsibility*

a. Teori *Stakeholder* (*Stakeholder Theory*)

Stakeholder adalah sistem yang secara eksplisit berbasis pada pandangan tentang suatu organisasi dan lingkungannya, mengakui sifat saling mempengaruhi antara keduanya yang kompleks dan dinamis (Hasibuan, 2001). *Stakeholder* dan organisasi saling mempengaruhi. Hal ini dapat dilihat dari hubungan sosial keduanya yang berbentuk responsibilitas dan akuntabilitas. Oleh karena itu organisasi memiliki akuntabilitas terhadap *stakeholdernya* (Priantinah dan Nur, 2012). Robert (1992) dalam Sembiring (2005) menyatakan bahwa pengungkapan sosial perusahaan merupakan sarana yang sukses bagi perusahaan untuk menegosiasikan hubungan dengan *stakeholdernya*.

b. Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Lindblom (1994) dalam Ahmad (2012) menyatakan bahwa suatu organisasi mungkin menerapkan empat strategi legitimasi ketika menghadapi berbagai

ancaman legitimasi. Oleh karena itu, untuk menghadapi kegagalan kinerja perusahaan (seperti kecelakaan yang serius atau skandal keuangan organisasi) mungkin:

- 1) mencoba untuk mendidik *stakeholdernya* tentang tujuan organisasi untuk meningkatkan kinerjanya;
- 2) mencoba untuk merubah persepsi *stakeholder* terhadap suatu kejadian (tetapi tidak mengubah kinerja aktual organisasi);
- 3) mengalihkan (memanipulasi) perhatian dari masalah yang menjadi perhatian (mengkonsentrasikan terhadap beberapa aktifitas positif yang tidak berhubungan dengan kegagalan-kegagalan); dan
- 4) mencoba untuk merubah ekspektasi eksternal tentang kinerjanya.

Teori legitimasi dalam bentuk umum memberikan pandangan yang penting terhadap praktek pengungkapan sosial perusahaan.

c. Teori Kontrak Sosial (*Social Contract Theory*)

Teori ini muncul karena adanya interelasi dalam kehidupan sosial masyarakat, agar terjadi keselarasan, keserasian, dan keseimbangan, termasuk lingkungan. Untuk itu agar terjadi keseimbangan, maka perlu kontrak sosial baik secara tersusun baik secara tersurat maupun tersirat, sehingga terjadi kesepakatan-kesepakatan yang saling melindungi kepentingan masing-masing (Nor Hadi, 2011).

Social Contract dibangun dan dikembangkan, salah satunya untuk menjelaskan hubungan antara perusahaan terhadap masyarakat. Di sini, perusahaan atau organisasi memiliki kewajiban pada masyarakat untuk memberi manfaat bagi masyarakat. Interaksi perusahaan dengan masyarakat akan selalu berusaha untuk memenuhi dan mematuhi aturan dan norma-norma yang berlaku di masyarakat, sehingga kegiatan perusahaan dapat dipandang *legitimate* (Deegan dalam Nor Hadi, 2011).

2.1.3 Konsep Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Dalam Suharto (2006) dikatakan bahwa munculnya konsep CSR didorong oleh terjadinya kecenderungan pada masyarakat industri yang kemudian disingkat

sebagai fenomena DEAF (Dehumanisasi, Equalisasi, Aquariumisasi dan Feminisasi).

a. Dehumanisasi Industry

Efisiensi dan mekanisasi yang semakin menguat di dunia industri telah menciptakan persoalan-persoalan kemanusiaan baik bagi kalangan buruh di perusahaan tersebut, maupun bagi masyarakat di sekitar perusahaan. “Merger Mania” dan perampangan perusahaan telah menimbulkan gelombang Pemutusan Hubungan Kerja dan pengangguran, ekspansi dan eksploitasi dunia industri telah melahirkan polusi dan kerusakan lingkungan yang hebat.

b. Equalisasi hak-hak publik

Masyarakat kini semakin sadar akan haknya untuk meminta pertanggungjawaban perusahaan atas berbagai masalah social yang seringkali ditimbulkan oleh beroperasinya perusahaan. Kesadaran ini semakin menuntut akuntabilitas (*accountability*) perusahaan bukan saja dalam proses produksi, melainkan pula dalam kaitannya dengan kepedulian perusahaan terhadap berbagai dampak social yang ditimbulkannya.

c. Aquariumisasi dunia industri

Dunia kerja kini semakin transparan dan terbuka laksana sebuah akuarium. Perusahaan hanya memburu rente ekonomi dan cenderung mengabaikan hukum, prinsip etis dan filantropis tidak akan mendapat dukungan public. Bahkan dalam banyak kasus, masyarakat menuntut agar perusahaan seperti ini ditutup.

d. Feminisasi dunia kerja

Semakin banyaknya wanita yang bekerja, semakin menuntut penyesuaian perusahaan, bukan saja terhadap lingkungan internal organisasi, seperti pemberian cuti hamil dan melahirkan, keselamatan dan kesehatan kerja, melainkan pula terhadap timbulnya biaya-biaya social, seperti penelantaran anak, kenakalan remaja, akibat berkurangnya atau hilangnya kehadiran ibu-ibu di rumah dan tentunya di lingkungan masyarakat.

Menurut Poerwanto (2010), secara konseptual terdapat 3 (tiga) pendekatan dalam pembentukan CSR, yaitu: pendekatan moral, pendekatan kepentingan bersama, dan pendekatan manfaat.

- a. pendekatan moral, yaitu kebijakan atau tindakan yang didasarkan pada prinsip kesatuan dan nilai-nilai positif yang berlaku, dengan pengertian bahwa apa yang dilakukan tidak melanggar atau merugikan pihak-pihak lain.
- b. pendekatan kepentingan bersama, yaitu menyatakan bahwa kebijakan-kebijakan moral harus didasarkan pada standar kebersamaan, kewajaran, keterbukaan dan kebebasan.
- c. pendekatan manfaat, yaitu konsep CSR yang didasarkan pada nilai-nilai bahwa apa yang dilakukan oleh organisasi harus dapat menghasilkan manfaat besar bagi pihak-pihak berkepentingan secara adil.

2.1.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan faktor *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan, kepemilikan public, dan dewan komisaris sebagai variabel independen. Pemilihan tersebut berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang menunjukkan hasil tidak konsisten dari masing-masing penelitian yang telah dilakukan. Oleh karena itu, dalam penelitian ini peneliti menguji kembali pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap pengungkapan CSR yaitu *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan, kepemilikan publik, dan dewan komisaris.

a. *Leverage*

Leverage diartikan sebagai kemampuan perusahaan dalam melunasi semua kewajiban dengan ekuitasnya (Helfert, 1996). Scott (2000) dalam Wijaya (2012) menyampaikan pendapat yang mengatakan bahwa semakin tinggi *leverage* kemungkinan perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak utang, maka manajer akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba masa depan. Menurut Belkaoui dan Karpik (1989) dalam Priantinah dan Nur (2012) keputusan untuk mengungkapkan informasi sosial akan mengikuti suatu pengeluaran untuk pengungkapan yang menurunkan pendapatan. Perusahaan yang memiliki rasio *leverage* tinggi akan

lebih sedikit mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial, supaya dapat melaporkan laba sekarang yang lebih tinggi (mengurangi biaya pengungkapan). Semakin tinggi rasio *leverage* dalam perusahaan makanan dan minuman akan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR yang semakin sempit atau bahkan tidak terjadi pengungkapan sama sekali. Perusahaan yang memiliki rasio *leverage* tinggi berupaya untuk mengurangi biaya pengungkapan yang bertujuan untuk meningkatkan laba sekarang.

b. Profitabilitas

Menurut Munawir (2002) pengertian dari profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dan sejauh mana keefektifan pengelolaan perusahaan. Karena alasan keberadaan suatu perusahaan adalah untuk mendapat laba, rasio profitabilitas merupakan salah satu rasio keuangan yang paling signifikan. Profitabilitas merupakan suatu indikator kinerja yang dilakukan manajemen dalam mengelola kekayaan perusahaan yang ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan.

Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba pada tingkat penjualan, aset, dan ekuitas. Prihandono (2010), Fahrizqi (2010), dan Rahajeng (2010) *dalam* Kamil dan Herusetya (2012) menemukan bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas, semakin tinggi pula tingkat pengungkapan CSR. Hal ini memberikan interpretasi bahwa perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi dapat mengatasi timbulnya biaya-biaya atas pengungkapan tanggung jawab sosial tersebut. Tingkat profitabilitas yang semakin tinggi mencerminkan kemampuan entitas dalam menghasilkan laba yang semakin tinggi, sehingga entitas mampu untuk meningkatkan tanggung jawab sosial, serta melakukan pengungkapan tanggung jawab sosialnya dalam laporan keuangan dengan lebih luas.

Manfaat rasio profitabilitas menurut Munawir (2002) adalah sebagai berikut:

- 1) mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode;
- 2) mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang;

- 3) mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu;
- 4) mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri; dan
- 5) mengetahui produktifitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

Dalam penelitian ini profitabilitas diukur menggunakan *Return On Asset* (ROA). ROA mengukur kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan asetnya untuk memperoleh laba. Rasio ini mengukur kembalian investasi yang telah dilakukan oleh perusahaan dengan menggunakan seluruh dana (aset) yang dimilikinya (Hernitra, 2011).

Menurut Munawir (2007) *Return On Asset* (ROA) memiliki beberapa kelebihan diantaranya adalah sebagai berikut:

- 1) ROA mempunyai sifat yang menyeluruh. Teknik analisis ROA mengukur efisiensi penggunaan modal yang bekerja, efisiensi produksi, dan efisiensi bagian penjualan;
- 2) ROA dapat digunakan untuk mengukur efisiensi tindakan-tindakan yang dilakukan oleh divisi atau bagian, yaitu dengan mengalokasikan semua biaya dan modal ke dalam bagian yang bersangkutan;
- 3) analisa ROA juga dapat digunakan untuk mengukur profiatbililitas masing-masing produk yang dihasilkan perusahaan; dan
- 4) ROA selain berguna untuk keperluan kontrol, juga untuk keperluan perencanaan.

c. Ukuran Perusahaan

Secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan, dan perusahaan yang lebih besar dengan aktivitas operasi dan pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat akan memiliki pemegang saham yang memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan sehingga pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) akan semakin luas (Anggraini, 2006). Disamping itu perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan politis sebagai wujud tanggung jawab

sosial perusahaan. Dalam penelitian ini ukuran perusahaan akan diukur dari *log total asset* yang dimiliki perusahaan.

Perusahaan makanan dan minuman yang memiliki ukuran perusahaan lebih besar tentunya akan memiliki aktivitas operasi yang lebih besar. Selain itu, seperti yang telah dijelaskan di atas semakin besar perusahaan semakin besar pula tekanan baik dari masyarakat atau pun dari pemegang saham untuk mempertanggungjawabkan operasinya. Oleh karena itu, tuntutan untuk melakukan pengungkapan CSR juga semakin besar.

d. Kepemilikan Publik

Struktur kepemilikan merupakan bentuk komitmen dari pemegang saham untuk mendelegasikan pengendalian dengan tingkat tertentu kepada para manager. Istilah struktur kepemilikan digunakan untuk menunjukkan bahwa variabel-variabel yang penting dalam struktur modal tidak hanya ditentukan oleh hutang dan ekuitas saja tetapi juga ditentukan oleh presentase kepemilikan saham oleh manajemen dan institusi. Struktur kepemilikan atau struktur kepemilikan saham yaitu perbandingan jumlah saham yang dimiliki oleh orang dalam (*insider*) dengan jumlah saham yang dimiliki oleh investor atau dengan kata lain struktur kepemilikan saham adalah proporsi kepemilikan institusional dan kepemilikan manajemen dalam kepemilikan saham perusahaan. Dalam menjalankan kegiatannya suatu perusahaan diwakili oleh direksi (*agents*) yang ditunjuk oleh pemegang saham (*principals*) (Fahrizqi, 2010)

Struktur kepemilikan terbagi menjadi kedalam beberapa jenis. Adapun jenis-jenis struktur kepemilikan menurut Jensen dan Meckling (1995) dalam Nur dan Priantinah (2012) dapat dibedakan menjadi 3 yaitu kepemilikan manjerial, kepemilikan institusional, dan kepemilikan publik.

- 1) Kepemilikan Institusional, merupakan kepemilikan saham oleh pihak institusi lain yaitu kepemilikan oleh perusahaan atau lembaga lain. Kepemilikan saham oleh pihak-pihak yang terbentuk institusi seperti perusahaan asuransi, bank, perusahaan investasi, dan kepemilikan institusi lain.

- 2) Kepemilikan Manajerial, merupakan kepemilikan saham oleh pihak manajemen perusahaan. Kepemilikan saham manajerial dapat mensejajarkan antara kepentingan pemegang saham dengan manajer, karena manajer yang menanggung resiko apabila ada kerugian yang timbul sebagai konsekuensi dari pengambilan keputusan yang salah.
- 3) Kepemilikan Publik, merupakan prosentase kepemilikan saham yang dimiliki pihak luar (*outsider ownership*). Tujuan perusahaan yaitu meningkatkan nilai perusahaan maka diperlukan pendanaan yang diperoleh baik melalui pendanaan internal maupun pendanaan eksternal. Sumber pendanaan eksternal diperoleh dari saham masyarakat (publik).

e. Dewan Komisaris

Dewan komisaris merupakan wakil *shareholder* dalam entitas bisnis yang berbadan hukum Perseroan Terbatas (PT) yang berfungsi mengawasi pengelolaan perusahaan yang dilaksanakan oleh manajemen (direksi), dan bertanggungjawab untuk menentukan apakah manajemen memenuhi tanggung jawab mereka dalam mengembangkan dan menyelenggarakan pengendalian intern perusahaan Mulyadi (2002) dalam Priantinah dan Nur (2012). Dengan wewenang yang dimiliki, dewan komisaris dapat memberikan pengaruh yang cukup kuat untuk menekan manajemen agar mengungkapkan informasi CSR lebih banyak, sehingga dapat dijelaskan bahwa perusahaan yang memiliki ukuran dewan komisaris yang lebih besar akan lebih banyak mengungkapkan CSR. Sebagai wakil dari prinsipal di dalam perusahaan, dewan komisaris dapat mempengaruhi luasnya pengungkapan tanggung jawab sosial, karena dewan komisaris merupakan pelaksana tertinggi dalam entitas (Grey *et al*, 1998 dalam Priantinah dan Nur, 2012).

Dengan adanya dewan komisaris yang lebih besar dalam perusahaan makanan dan minuman akan mempengaruhi luas pengungkapan CSR. Hal tersebut dikarenakan wewenang yang dimiliki dewan komisaris dapat memberikan pengaruh yang kuat untuk menekan manajemen untuk mengungkapkan CSR sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

2.1.5 Keuntungan Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Berikut keuntungan yang didapat dari penerapan CSR menurut Wibisono (2007) adalah mempertahankan dan mendongkrak reputasi dan *brand image* positif perusahaan, layak mendapatkan *social licence to operate*, dan mereduksi resiko bisnis perusahaan.

- a. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi dan *brand image* positif perusahaan.

Kontribusi positif akan mendongkrak reputasi dan *brand image* positif perusahaan. Inilah yang menjadi modal *non financial* utama bagi perusahaan bagi *stakeholders*-nya yang menjadi nilai tambah bagi perusahaan untuk dapat tumbuh secara berkelanjutan.

- b. Layak mendapatkan *social licence to operate*.

Program CSR diharapkan menjadi bagian dari asuransi sosial (*social insurance*) yang akan menghasilkan harmoni dan persepsi positif dari masyarakat terhadap eksistensi perusahaan.

- c. Mereduksi resiko bisnis perusahaan.

Menempuh langkah antisipatif dan preventif melalui penerapan CSR merupakan upaya investatif yang dapat menurunkan risiko bisnis perusahaan.

- d. Melebarkan akses sumber daya.

Track record yang baik dalam pengelolaan CSR merupakan keunggulan bersaing bagi perusahaan yang dapat membantu untuk memuluskan jalan menuju sumber daya yang diperlukan perusahaan.

- e. Membentangkan akses menuju market.

Investasi yang ditanamkan untuk program CSR ini dapat menjadi titik bagi perusahaan untuk menuju peluang pasar yang terbuka lebar.

- f. Mereduksi biaya.

Banyak contoh yang dapat menggambarkan keuntungan perusahaan yang didapat dari penghematan biaya yang merupakan buah dari implementasi dari penerapan program tanggung jawab sosialnya. Yang mudah dipahami adalah upaya untuk mereduksi limbah melalui proses daur ulang kedalam siklus produksi.

g. Memperbaiki hubungan dengan regulator.

Perusahaan memiliki program CSR pada dasarnya merupakan upaya untuk meringankan beban pemerintah sebagai regulator. Sebab pemerintahlah yang menjadi penanggungjawab utama untuk mensejahterakan masyarakat dan melestarikan lingkungan. Tanpa bantuan dari perusahaan, umumnya terlalu berat bagi pemerintah untuk menanggung beban tersebut.

h. Memperbaiki hubungan dengan *stakeholders*.

Implementasi program CSR tentunya akan menambah frekuensi komunikasi dengan *stakeholders*. Nuansa seperti itu dapat membentangkan karpet merah bagi terbentuknya *trust* kepada perusahaan.

i. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan.

Kesejahteraan yang diberikan para pelaku CSR umumnya sudah jauh melebihi *standart normative* kewajiban yang dibebankan kepada perusahaan. Oleh karenanya wajar bila karyawan menjadi terpacu untuk meningkatkan kinerjanya.

j. Peluang mendapatkan penghargaan.

Banyak *reward* ditawarkan bagi penggiat CSR. Sehingga kesempatan untuk mendapatkan penghargaan cukup tinggi.

Berdasarkan pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa CSR dapat berdampak besar bagi perusahaan terutama dampak positif bagi perusahaan seperti pembentukan *image* yang bagus dan kepercayaan yang bertambah baik dari masyarakat, *stakeholder*, bahkan pemerintah.

2.1.6 Pelaporan dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Standar pelaporan CSR harus diperhatikan dengan baik oleh dunia usaha. Beberapa negara telah menetapkan keharusan mengenai perlunya pelaporan CSR, meskipun kesepakatan mengenai alat ukur terhadap kinerja sosial dan lingkungan masih belum dicapai secara bulat. Banyak perusahaan saat ini telah menghasilkan laporan-laporan tahunan berdasarkan audit eksternal yang pada umumnya mencakup isu-isu pembangunan berkelanjutan dan CSR (Suharto, 2008).

Association of Chartered Certified Accountants (ACCA) menyatakan bahwa pertanggungjawaban sosial perusahaan diungkapkan di dalam laporan yang disebut

Sustainability Reporting. *Sustainability Reporting* adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainability development*). *Sustainability Reporting* harus menjadi dokumen strategik yang berlevel tinggi yang menempatkan isu, tantangan dan peluang *sustainability development* yang membawanya menuju kepada *core bussines* dan sektor industrinya (Kristi, 2011).

Badan yang aktif mengeluarkan pedoman bagi perusahaan terkait pengungkapan lingkungan hidup adalah *Global Reporting Initiative*. Menurut *Global Reporting Initiative* (GRI) version 3.0 (2000-2006) menjelaskan bahwa laporan berkelanjutan adalah praktek pengukuran, pengungkapan dan upaya akuntabilitas dari kinerja organisasi dalam mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan kepada para pemangku kepentingan baik eksternal maupun internal (Maygarindra dan Maghviroh, 2012).

Global Reporting Initiative menekankan pentingnya enam prinsip yang perlu diperhatikan dalam membuat laporan CSR yang baik (Suharto, 2008): *accuracy, balance, comparability, clarity, reliability, dan timelines*.

a. *Accuracy*

Informasi harus lengkap dan cukup detail agar bisa dinilai oleh pemangku kepentingan secara jelas, tepat, dan akurat.

b. *Balance*

Seimbang yang mencerminkan aspek-aspek positif dan negatif dari kegiatan CSR yang dilakukan.

c. *Comparability*

Aspek atau variabel yang digunakan dan dilaporkan harus konsisten sehingga dapat dibandingkan antar waktu.

d. *Clarity*

Informasi harus tersedia dalam bentuk yang mudah dipahami dan bisa diakses oleh pemangku kepentingan.

e. *Reliability*

Informasi harus *ajeg* dan terpercaya yang dikumpulkan, direkam, dianalisis, dan disajikan berdasarkan cara atau metodologi yang dapat dipertanggungjawabkan.

f. *Timelines*

Laporan dibuat secara reguler dan tersedia tepat waktu bagi pemangku kepentingan dan pihak-pihak lain yang memerlukan.

Dalam menyusun dan mengungkapkan informasi tentang aktivitas pertanggungjawaban sosial perusahaan, Zhegal dan Ahmed (1990) dalam Hossan (2006) mengidentifikasi hal-hal yang berkaitan dengan pelaporan sosial perusahaan, yaitu: lingkungan, energi, praktek bisnis yang wajar, sumber daya manusia, dan produk.

a. Lingkungan

Bagian ini meliputi aktivitas dalam pengendalian pencemaran dan pelestarian lingkungan hidup. Meliputi pengendalian terhadap polusi, pencegahan atau perbaikan terhadap kerusakan lingkungan, konservasi alam, dan pengungkapan lain yang berkaitan dengan lingkungan.

b. Energi

Bidang ini meliputi aktivitas penggunaan energi dalam hubungannya dengan operasi perusahaan dan peningkatan efisiensi terhadap produk perusahaan.

c. Praktek Bisnis yang Wajar

Meliputi pemberdayaan terhadap minoritas dan perempuan, dukungan terhadap usaha minoritas, dan tanggung jawab sosial.

d. Sumber Daya Manusia

Bidang ini meliputi aktivitas untuk kepentingan karyawan sebagai sumber daya manusia bagi perusahaan maupun aktivitas didalam suatu komunitas. Aktivasnya meliputi program pelatihan, dan peningkatan keterampilan, perbaikan kondisi kerja, upah, dan gaji serta tunjangan yang memadai, pemberian beberapa fasilitas, jaminan keselamatan kerja, pelayanan kesehatan, pendidikan, dan seni.

e. Produk

Meliputi keamanan, pengurangan polusi, dan lain-lain.

Peraturan terkait pengungkapan informasi tanggung jawab sosial dan lingkungan di Indonesia diatur dalam peraturan pemerintah pada Undang-Undang No. 40 tahun 2007 pasal 66 ayat 2c. Lampiran keputusan ketua Bapepam Nomor KEP-134/BL/2006 juga mewajibkan perusahaan untuk mengungkapkan informasi terkait tata kelola perusahaan dimana di dalamnya juga termasuk uraian mengenai aktivitas dan biaya yang dikeluarkan berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan pada laporan tahunan perusahaan.

2.1.7 Kategori Perusahaan Menurut Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Dalam Untung (2008) terkait dengan praktik CSR, pengusaha dapat dikelompokkan menjadi 4 (empat) kelompok, yaitu: kelompok hitam, kelompok merah, kelompok biru, dan kelompok hijau.

a. Kelompok Hitam

Kelompok Hitam adalah mereka yang tak melakukan praktik CSR sama sekali. Mereka adalah pengusaha yang menjalankan bisnis semata-mata untuk kepentingan sendiri. Kelompok ini sama sekali tidak peduli pada aspek lingkungan dan sosial sekelilingnya dalam menjalankan usaha, bahkan tidak memperhatikan kesejahteraan karyawan.

b. Kelompok Merah

Kelompok Merah adalah mereka yang mulai melaksanakan praktik CSR, tetapi memandangnya hanya sebagai komponen biaya yang akan mengurangi keuntungannya. Aspek lingkungan dan sosial mulai dipertimbangkan, tetapi dengan keterpaksaan yang biasanya dilakukan setelah mendapat tekanan dari pihak lain, seperti masyarakat atau Lembaga Swadaya Masyarakat. Kesejahteraan karyawan baru diperhatikan setelah karyawan ribut atau mengancam akan mogok kerja. Kelompok ini umumnya berasal dari kelompok hitam yang mendapat tekanan dari stakeholder-nya, yang kemudian dengan terpaksa melihat isu lingkungan dan sosial, termasuk kesejahteraan karyawan. CSR jenis ini tidak akan mampu berkontribusi bagi pembangunan berkelanjutan.

c. Kelompok Biru

Kelompok Biru, menilai perusahaan yang menilai praktik CSR akan memberikan dampak positif terhadap usahanya karena merupakan investasi, bukan biaya.

d. Kelompok Hijau

Kelompok Hijau, perusahaan yang sudah menempatkan CSR pada strategi inti dan jantung bisnisnya, CSR tidak hanya dianggap sebagai keharusan, tetapi kebutuhan yang merupakan modal sosial.

Sedangkan Porter dan Kramer (2001) dalam Cahyo (2011) membagi CSR menjadi dua kategori, yaitu: *Responsive CSR* dan *Strategic CSR*.

a. *Responsive CSR*

Terdiri dari dua elemen, yaitu bertindak sebagai warga perusahaan yang baik, menyesuaikan perkembangan perhatian sosial dari *stakeholder*, dan mengurangi keberadaan atau mengantisipasi efek merugikan dari aktivitas bisnis.

b. *Strategic CSR*

Bagi beberapa perusahaan, strategi harus melebihi praktek terbaik. Hal ini terkait dengan pemilihan posisi yang unik (melakukan sesuatu yang berbeda dari pesaing dengan cara meminimalisir biaya atau melayani dengan lebih baik terhadap kebutuhan konsumen).

Prinsip ini diaplikasikan pada hubungan perusahaan dengan masyarakat sebagaimana yang terjadi pada hubungan perusahaan dengan konsumen atau pesaing. Lebih luas dan mendasar, perusahaan harus berperilaku mengarah pada etika serta berkontribusi terhadap kehidupan yang layak bagi masyarakat, sehingga diharapkan perusahaan dapat meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif dari kehadiran CSR (Kiroyan, 2006).

2.1.8 *Shareholder* dan *Stakeholder*

Shareholder adalah pihak-pihak yang memiliki saham atau modal (harta/kekayaan) suatu perusahaan. *Shareholder* merupakan bagian dari *stakeholder*, karena *stakeholder* adalah anggota komunitas, atau kelompok individu, masyarakat (tidak semua) yang berasal dari wilayah perusahaan tersebut berdiri, wilayah Negara dan bisa juga Negara lain (global) yang mempunyai

pengaruh terhadap jalanya suatu perusahaan (Prasetijo, Budimanta, dan Rudianto, 2004).

Jones (1995) dalam (Prasetijo, Budimanta, dan Rudianto, 2004) mengklasifikasikan *stakeholder* menjadi 2 (dua) kategori, yaitu: *Inside stakeholders and outside stakeholders*.

- a. *Inside stakeholders* terdiri dari orang-orang yang memiliki kepentingan dan tuntutan terhadap sumber daya perusahaan serta berada di dalam organisasi perusahaan. Yang termasuk ke dalam *inside stakeholders* adalah pemegang saham (*stockholder*), para manajer (*managers*), dan karyawan (*employees*).
- b. *Outside stakeholders*, terdiri atas orang-orang maupun pihak-pihak (*constituencies*) yang bukan pemilik perusahaan, bukan pemimpin perusahaan dan bukan pula karyawan perusahaan, namun memiliki kepentingan terhadap perusahaan dan dipengaruhi oleh keputusan serta tindakan yang dilakukan oleh perusahaan. Yang termasuk ke dalam kategori *outsider stakeholders* adalah pelanggan (*customers*), pemasok (*suppliers*), pemerintah (*government*), masyarakat local (*local communities*), dan masyarakat secara umum (*general public*).

Dari kedua kategori tersebut dapat diketahui peran pada masing-masing kategori *stakeholders* terhadap program CSR perusahaan. Pada kategori *inside stakeholders*, orang-orang yang termasuk dalam kategori tersebut memiliki peran dalam rangka merumuskan serta menjalankan program CSR perusahaan. Sedangkan orang-orang yang termasuk pada kategori *outside stakeholders* memiliki peran sebagai pendukung ataupun sebagai objek program CSR yang dilaksanakan oleh perusahaan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu pada penelitian ini terdiri atas 4 (empat) rujukan. Rujukan penelitian pertama dari Martereda (2011) berjudul *Analisis Faktor-faktor yang Berpengaruh Terhadap Pengungkapan Pertanggungjawaban Sosial : Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia (BEI)*. Sampel yang digunakan peneliti adalah 96 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI

pada tahun 2008-2009. Dalam penelitian tersebut peneliti menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Dari hasil penelitian, peneliti menyimpulkan bahwa variabel ukuran perusahaan dan *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial sedangkan untuk variabel profitabilitas terdapat pengaruh positif terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial.

Rujukan penelitian kedua adalah penelitian yang dilakukan oleh Wijaya (2012) berjudul *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. Penelitian ini menggunakan sampel total 11 perusahaan di tahun 2008-2010. Dari hasil penelitian disimpulkan bahwa variabel ukuran perusahaan berpengaruh positif secara signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial tetapi untuk variabel *leverage*, ukuran dewan komisaris, profitabilitas, dan kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Rujukan ketiga adalah penelitian yang dilakukan Nur dan Priantinah (2012) berjudul *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility di Indonesia (Studi Empiris Pada Perusahaan Berkategori High Profile yang Listing di Bursa Efek Indonesia)*. Penelitian menggunakan sampel 66 perusahaan dari 177 populasi perusahaan berkategori *high profile* yang terdaftar di BEI periode 2008-2010. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas, kepemilikan saham publik dan pengungkapan media tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Dewan komisaris dan *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Tabel 1.1: Ringkasan Penelitian Terdahulu

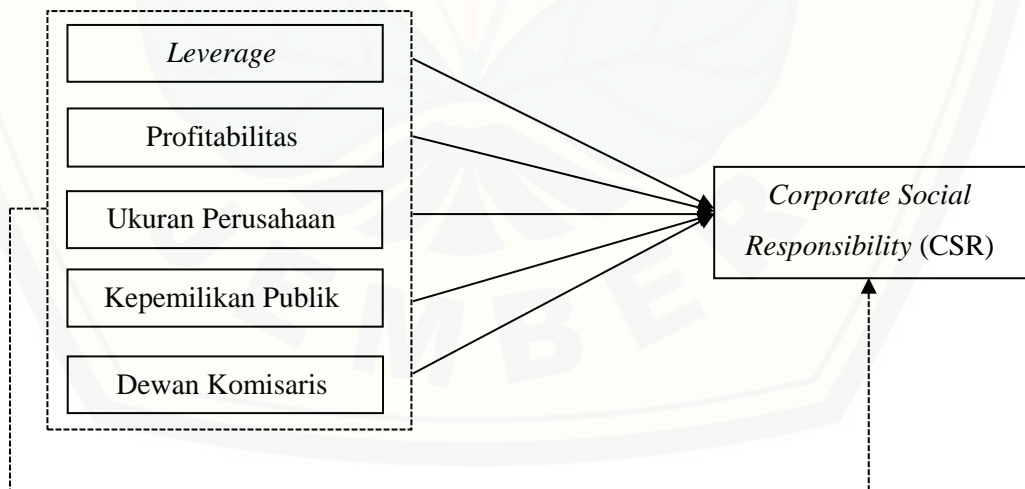
No.	Peneliti	Variabel	Sampel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Rahmatika Martereda (2011)	Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> , Profitabilitas	96 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2008-2009	Dari hasil penelitian, peneliti menyimpulkan bahwa variabel ukuran perusahaan dan <i>leverage</i> tidak berpengaruh terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial sedangkan untuk variabel profitabilitas terdapat pengaruh positif terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial
2.	Nur dan Priantina (2012)	Profitabilitas, Kepemilikan Saham Publik, Pengungkapan Media, Ukuran Perusahaan, Dewan Komisaris, dan <i>Leverage</i>	66 perusahaan dari 177 populasi perusahaan berkategori <i>high profile</i> yang terdaftar di BEI periode 2008-2010	Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas, kepemilikan saham publik dan pengungkapan media tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Dewan komisaris dan <i>leverage</i> berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR
3.	Wijaya (2012)	Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> , Ukuran Dewan Komisaris, Profitabilitas, dan Kinerja Lingkungan	11 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI di tahun 2008-2010	Dari hasil penelitian disimpulkan bahwa variabel ukuran perusahaan berpengaruh positif secara signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial tetapi untuk variabel <i>leverage</i> , ukuran dewan komisaris, profitabilitas, dan kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial

Sumber: Nur dan Priantina (2012), Rahmatika Martareda (2011), dan Wijaya (2012).

Dari penelitian terdahulu yang telah diuraikan di atas dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR. Faktor-faktor tersebut meliputi ukuran perusahaan, *leverage*, dewan komisaris, profitabilitas, kinerja lingkungan, kepemilikan saham publik, dan pengungkapan media. Dari faktor-faktor tersebut kinerja lingkungan, kepemilikan saham publik, dan pengungkapan media terbukti tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan media. Sedangkan faktor ukuran perusahaan, *leverage*, dewan komisaris, dan profitabilitas menunjukkan hasil yang berbeda dari masing-masing penelitian di atas. Oleh karena itu, dalam penelitian ini peneliti menguji kembali faktor-faktor yang menunjukkan hasil berbeda tersebut sebagai variabel independen. Selain itu perbedaan penelitian ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya adalah sampel yang digunakan peneliti yaitu perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI periode tahun 2012-2015.

2.3 Kerangka Konseptual

Secara keseluruhan kerangka pemikiran penelitian dapat disajikan dalam gambar berikut ini.



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian

Sumber: Nur dan Priantina (2012), Rahmatika Martareda (2011), dan Wijaya (2012).

2.4 Hipotesis

Berdasarkan pada rumusan masalah dan tujuan penelitian, maka hipotesis penelitian ini adalah:

- a. Pengaruh *Leverage* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Laporan Tahunan Perusahaan Makanan dan Minuman yang *Listing* di BEI
- b. Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Laporan Tahunan Perusahaan Makanan dan Minuman yang *Listing* di BEI
- c. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Laporan Tahunan Perusahaan Makanan dan Minuman yang *Listing* di BEI
- d. Pengaruh Kepemilikan Publik terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Laporan Tahunan Perusahaan Makanan dan Minuman yang *Listing* di BEI
- e. Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Laporan Tahunan Perusahaan Makanan dan Minuman yang *Listing* di BEI
- f. Pengaruh *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan, kepemilikan publik, dan dewan komisaris berpengaruh secara simultan terhadap tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

BAB 3. METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Menurut Ari Kunto (2006:12) Rancangan penelitian adalah suatu usulan untuk memecahkan masalah dan merupakan rencana kegiatan yang dibuat peneliti untuk memecahkan masalah, sehingga diperoleh data yang valid sesuai dengan tujuan penelitian. Berdasarkan tujuan penelitian yang telah ditetapkan, maka jenis penelitian ini dapat digolongkan sebagai explanatory research (penelitian eksplanatori), yaitu penelitian yang menjelaskan hubungan antara variabel melalui pengujian hipotesis atau penelitian penjelasan (Ghozali, 2005:12).

Selanjutnya agar tujuan penelitian dapat dicapai. Dalam penelitian ini, pengambilan data dilakukan dengan pengambilan data-data perusahaan yang bersumber di Bursa efek Indonesia.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi adalah sekelompok orang, kejadian, atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu (Indriantoro dan Supomo, 1999). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur pada sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI. Penelitian ini menggunakan data laporan tahunan yang telah dipublikasikan dan telah diaudit pada tahun 2012 sampai tahun 2015, jumlahnya adalah 14 perusahaan.

Sampel adalah sebagian dari elemen-elemen publikasi (Indriantoro dan Supomo, 1999). Metode pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan kriteria sebagai berikut:

- a. perusahaan manufaktur sub sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar dalam BEI tahun 2012 s/d 2015;
- b. perusahaan tidak *delisting* dan atau berpindah sektor atau sub sektor pada tahun 2012 s/d 2015;

- c. perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang mempublikasikan laporan keuangan tahunan berturut-turut dengan periode yang berakhir tanggal 31 Desember 2012 s/d 2015.

Berdasarkan metode pengambilan sampel *purposive sampling* diketahui jumlah sampel penelitian ini sebesar 14 perusahaan.

Tabel 3.1 Prosedur Penentuan Sampel Penelitian

No	Keterangan	Jumlah
1	Perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI	17
2	Perusahaan delisting	3
3	Perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada tahun 2012-2015	14
	Σ sampel penelitian	14

Sumber: Data diolah 2016

3.3 Jenis dan Sumber Data

Berdasarkan jenisnya penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak lain bukan diusahakan sendiri pengumpulannya (Supranto, 2002). Data sekunder dari penelitian ini berupa data-data perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang bersumber Bursa Efek Indonesia dan ICMD. Laporan keuangan perusahaan yang menjadi data adalah laporan keuangan perusahaan yang telah dipublikasikan dan telah diaudit pada tahun 2012 sampai 2015.

3.4 Identifikasi Variabel

Pada penelitian ini variabel yang akan dianalisis terbagi menjadi dua, antara lain:

- a. Variabel bebas

Variabel bebas pada penelitian ini meliputi Variabel *Leverage* (X1), Profitabilitas (X2), Ukuran Perusahaan (X3), Kepemilikan Publik (X4), dan Ukuran Dewan Komisaris (X5).

b. Variabel terikat

Variabel terikat pada penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure* (Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan) (Y)

3.5 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Definisi operasional merupakan penjelasan mengenai cara-cara tertentu yang digunakan oleh peneliti untuk mengukur *constuct* menjadi variabel penelitian yang dapat diuji. Variabel adalah sesuatu yang mempunyai variasi nilai atau memiliki bermacam-macam nilai atau segala sesuatu yang menjadi pengamatan penelitian (Indriantoro dan Supomo, 1999). Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini beserta definisi operasionalnya meliputi variabel independen dan variabel dependen.

3.5.1 Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel yang lain (Indriantoro dan Supomo, 1999). Dalam penelitian ini variabel independennya terdiri dari : *leverage* (X₁), profitabilitas (X₂), ukuran perusahaan (X₃), Kepemilikan Publik (X₄), dewan komisaris (X₅).

a. *Leverage* (X₁)

Leverage dapat diartikan sebagai kemampuan perusahaan dalam melunasi semua kewajiban dengan ekuitasnya. Indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat *leverage* adalah *Debt To Equity Ratio* (DER). Skala pengukuran yang digunakan untuk variabel *leverage* adalah skala rasio. Adapun pengukurannya menggunakan rumus sebagai berikut:

$$DER = \frac{\text{debt}}{\text{equity}}$$

b. Profitabilitas (X₂)

Profitabilitas dapat diartikan sebagai kemampuan perusahaan memperoleh laba dan sejauh mana keefektifan pengelolaan perusahaan. Indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat profitabilitas adalah *Return On Assets* (ROA). Skala pengukuran yang digunakan untuk variabel prifitabilitas adalah skala rasio Adapun pengukurannya menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Return On Asset} = \frac{EAT}{\text{Total Asset}}$$

c. Ukuran Perusahaan (X_3)

Ukuran perusahaan dapat diartikan sebagai skala perusahaan yang dilihat dari total aktiva perusahaan pada akhir tahun. Total penjualan juga dapat digunakan untuk mengukur besarnya perusahaan. Indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat ukuran perusahaan adalah total asset/total aktiva. Skala pengukuran yang digunakan untuk variabel ukuran perusahaan adalah skala rasio. Adapun pengukurannya menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Size} = \text{Total asset}$$

d. Kepemilikan Publik (X_4)

Kepemilikan publik dapat diartikan sebagai prosentase kepemilikan saham yang dimiliki pihak luar. Indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat kepemilikan publik adalah prosentase *outsider stakeholder*. Skala pengukuran yang digunakan untuk variabel kepemilikan publik adalah skala rasio Adapun pengukurannya menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Structure of stock ownership} = \text{outsider stakeholder}$$

e. Ukuran Dewan Komisaris (X_5)

Dewan komisaris adalah banyaknya jumlah anggota dewan komisaris dalam suatu perusahaan . Indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat dewan komisaris adalah jumlah dewan komisaris yang terdapat di perusahaan tersebut. Skala pengukuran yang digunakan untuk variabel dewan komisaris adalah skala rasio. Adapun pengukurannya menggunakan rumus sebagai berikut:

$$DK = \Sigma \text{The board of manager}$$

3.5.2 Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel independen (Indriantoro dan Supomo, 1999). CSR adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum. Tanggung jawab sosial secara lebih sederhana dapat dikatakan sebagai timbal balik

perusahaan kepada masyarakat dan lingkungan sekitarnya karena perusahaan telah mengambil keuntungan atas masyarakat dan lingkungan sekitarnya.

Variabel dependen dalam penelitian adalah *CSR Disclosure* dengan menggunakan indikator dari *Global Reporting Initiative (GRI)* dengan jumlah 79 pengungkapan yang meliputi: *economic (EC)*, *environment (EN)*, *human rights (HR)*, *labor practices (LP)*, *product responsibility (PR)* dan *society (SO)*. Kemudian check list dilakukan dengan melihat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam dimensi *economic (EC)*, *environment (EN)*, *human rights (HR)*, *labor practices (LP)*, *product responsibility (PR)* dan *society (SO)*. Kemudian dilakukan penghitungan indeks pengungkapan tanggung jawab sosial.

Pengukuran ini digunakan juga dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Priantinah dan Nur (2012). Total information item of CSR disclosure

$$\text{CSRDI} = \frac{\text{Total item information of CSR disclosure}}{79 \text{ item information of CSR GRI 2007 version}}$$

3.6 Metode Analisis Data

3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah bagian dari statistik yang mempelajari cara pengumpulan dan penyajian data sehingga mudah dipahami. Statistik deskriptif hanya berhubungan dengan menguraikan atau memberikan keterangan-keterangan mengenai suatu data keadaan atau fenomena (Hasan, 2008). Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai deskripsi variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian yang terdiri dari variabel dependen yaitu pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan variabel independen yaitu *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan, Kepemilikan Publik, dan dewan komisaris.

3.6.2 Uji Normalitas Data

Langkah awal untuk melakukan analisis terhadap suatu data dengan menggunakan alat analisis regresi berganda adalah melakukan uji normalitas data. Tujuan dari dilakukannya uji normalitas data adalah untuk mengetahui apakah sebuah model regresi, nilai residu dari regresi berdistribusi normal atau tidak

normal. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan cara uji *Kolmogorov-Smirnov (K-S)*. Dalam pengujian uji *kolmogorov smirnov* data terdistribusi normal apabila nilai probabilitas $> 0,1$. Sebaliknya jika nilai $< 0,1$ maka data tidak berdistribusi normal.

Langkah-langkah dalam melakukan uji normalitas adalah sebagai berikut:

a. Merumuskan hipotesis

H_0 : $b_i = 0$, artinya data berdistribusi normal

H_a : $b_i \neq 0$, artinya data tidak berdistribusi normal

b. Menentukan tingkat signifikansi (α).

Tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 90% dengan $\alpha = 10\%$.

c. Menarik kesimpulan.

Menurut Sudarmanto (2013:123) pedoman atau ukuran yang digunakan untuk menyatakan apakah data berdistribusi normal atau tidak normal adalah sebagai berikut:

a. Jika $p\text{-value} > \alpha$, maka H_0 diterima (data berdistribusi normal)

b. Jika $p\text{-value} < \alpha$, maka H_0 ditolak (data tidak berdistribusi normal)

Jika data tidak berdistribusi normal, maka akan dilakukan transformasi data, yaitu dengan cara mengkonversi nilai data ke dalam bentuk *Z-Score*. Distribusi normal baku adalah data yang telah ditransformasikan ke dalam bentuk *Z-Score* dan diasumsikan normal (Ghozali 2005:36).

3.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dengan persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Keterangan :

Y	: <i>Corporate Social Responsibility</i>
a	: Konstanta
$b_1 - b_6$: Koefisien Regresi
X_1	: <i>Leverage</i>
X_2	: Profitabilitas
X_3	: Ukuran Perusahaan
X_4	: Kepemilikan Publik
X_5	: Dewan Komisaris
E	: Kesalahan Regresi

3.6.4 Uji Asumsi Dasar Klasik

Standar model regresi linier berganda adalah *Best Linier Unbiased Estimator* (BLUE). Hasil koefisien standar BLUE harus memenuhi asumsi normalitas, non multikolinieritas, non autokorelasi dan non heterokedastisitas. Apabila ada satu syarat saja yang tidak terpenuhi, maka hasil analisis regresi tidak dapat dikatakan bersifat BLUE (Rossetyowati, 2011).

a. Uji Normalitas Model

Uji normalitas adalah menguji apakah dalam sebuah model regresi, nilai residu dari regresi mempunyai distribusi yang normal. Jika distribusi dari nilai-nilai residual tersebut tidak dapat dianggap berdistribusi normal, maka dikatakan ada masalah terhadap asumsi normalitas (Santoso, 2010). Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji *kolmogorov smirnov* terhadap masing-masing variabel. Data terdistribusi normal apabila nilai probabilitas $> 0,1$ sebaliknya jika nilai probabilitas $< 0,1$ maka data tidak terdistribusi normal.

Langkah-langkah dalam menggunakan uji *kolmogorov smirnov* sebagai berikut:

1) Merumuskan hipotesis

$H_0 : b_i = 0$, artinya data berdistribusi normal

$H_a : b_i \neq 0$, artinya data tidak berdistribusi normal

2) Menentukan tingkat signifikansi (α)

Tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 90 % dengan $\alpha = 10 \%$

3) Menarik kesimpulan

Menurut Suliyanto (2011) apabila data tidak terdistribusi normal maka dapat dilakukan langkah-langkah :

1) Menambah jumlah data;

2) Melakukan transformasi data menjadi *log* atau LN atau bentuk lainnya;

3) Menghilangkan data yang dianggap menjadi penyebab data tidak terdistribusi normal; dan

4) Dibiarkan saja tetapi harus menggunakan analisis lain.

b. Uji Autokorelasi

Autokorelasi digunakan untuk menguji suatu model apakah antara variabel pengganggu masing-masing variabel bebas saling mempengaruhi. Untuk mengetahui apakah pada model regresi mengandung autokorelasi dapat digunakan pendekatan D-W (*Durbin Watson*). Menurut Singgih Santoso (2001) kriteria autokorelasi ada 3, yaitu :

- 1) Nilai D-W dibawah -2 berarti diindikasikan ada autokorelasi negatif.
- 2) Nilai D-W diantara -2 sampai 2 berarti diindikasikan tidak ada autokorelasi.
- 3) Nilai D-W diatas 2 berarti diindikasikan ada autokorelasi positif.

c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel ini tidak ortogonal. *Variabel orthogonal* adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Untuk menguji ada tidaknya gejala dari multikolinieritas maka dapat digunakan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*. *Tolerance* $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 berarti tidak ada gejala multikolinieritas, sebaliknya apabila nilai *Tolerance* $< 0,10$ dan nilai VIF > 10 maka ada gejala multikolinieritas (Hasan, 2008).

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Kebanyakan data *crosssections* mengandung situasi heteroskedastisitas karena data *crosssections* menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang, dan besar). Pengujian terhadap gejala heteroskedastisitas dilakukan dengan uji glesjer. Uji glesjer dilakukan dengan

cara meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen. Suatu model regresi dinyatakan bebas dari gejala heteroskedastisitas apabila seluruh variabel independen secara statistik tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikannya $> 0,1$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.6.5 Uji Hipotesis

a. Uji hipotesis secara parsial (uji t)

Pengujian ini bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Firdaus, 2004). Dengan tingkat signifikan 90% dengan $\alpha = 10\%$, maka kriteria pengujian adalah sebagai berikut: Langkah-langkah untuk melakukan uji t adalah sebagai berikut:

1) Merumuskan hipotesis

$H_{01} = 0$, artinya variabel *leverage* tidak berpengaruh signifikan negatif terhadap tanggung jawab sosial perusahaan.

$H_{a1} \neq 0$, artinya variabel *leverage* berpengaruh signifikan negatif terhadap tanggung jawab sosial perusahaan.

$H_{02} = 0$, artinya variabel profitabilitas tidak berpengaruh signifikan positif terhadap tanggung jawab sosial perusahaan.

$H_{a2} \neq 0$, artinya variabel profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap tanggung jawab sosial perusahaan.

$H_{03} = 0$, artinya variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan positif terhadap tanggung jawab sosial perusahaan.

$H_{a3} \neq 0$, artinya variabel ukuran perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap tanggung jawab sosial perusahaan.

$H_{04} = 0$, artinya variabel kepemilikan publik tidak berpengaruh signifikan negatif terhadap tanggung jawab sosial perusahaan.

$H_{a4} \neq 0$, artinya variabel kepemilikan publik berpengaruh signifikan negatif terhadap tanggung jawab sosial perusahaan.

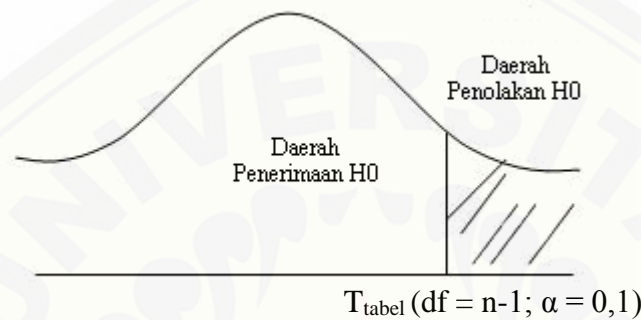
$H_{05} = 0$, artinya variabel dewan komisaris tidak berpengaruh signifikan negatif terhadap tanggung jawab sosial perusahaan.

$H_{a5} \neq 0$, artinya variabel dewan komisaris berpengaruh signifikan negatif terhadap tanggung jawab sosial perusahaan.

2) Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 90% dengan $\alpha = 10\%$, $t_{\text{tabel}} (df = n-1; \alpha)$

3) Menentukan kriteria pengujian.



$-t_{\text{tabel}} (-df = n-1; \alpha = 0,1)$

Uji yang digunakan adalah uji satu sisi. Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

- a. Jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak.
- b. Jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima

5). Menarik kesimpulan

b. Uji hipotesis secara simultan (uji F)

Uji F dikenal dengan uji serentak atau uji Model/ uji Anova, yaitu uji untuk melihat bagaimanakah pengaruh semua variabel bebasnya secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya atau untuk menguji apakah model regresi yang kita buat baik / signifikan atau tidak baik / *non* signifikan. Jika model signifikan maka model bisa digunakan untuk prediksi / peramalan, sebaliknya jika tidak

signifikan maka model regresi tidak bisa digunakan untuk peramalan. Dengan tingkat signifikan 90% dengan $\alpha = 10\%$, maka kriteria pengujian adalah sebagai berikut: Langkah-langkah untuk melakukan uji t adalah sebagai berikut:

1) Merumuskan Formulasi Hipotesis

$H_{01} = 0$, artinya variabel *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan, kepemilikan publik, dan dewan komisaris tidak berpengaruh secara simultan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan.

$H_{a1} \neq 0$, artinya variabel *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan, kepemilikan publik, dan dewan komisaris tidak berpengaruh secara simultan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan.

2) Menentukan Tingkat Signifikansi

Tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 90% dengan $\alpha = 10\%$.

3) Menentukan Nilai Uji Statistik.

$$F \text{ hitung} = \frac{R^2}{\frac{1-R^2}{n} / (n-k-1)}$$

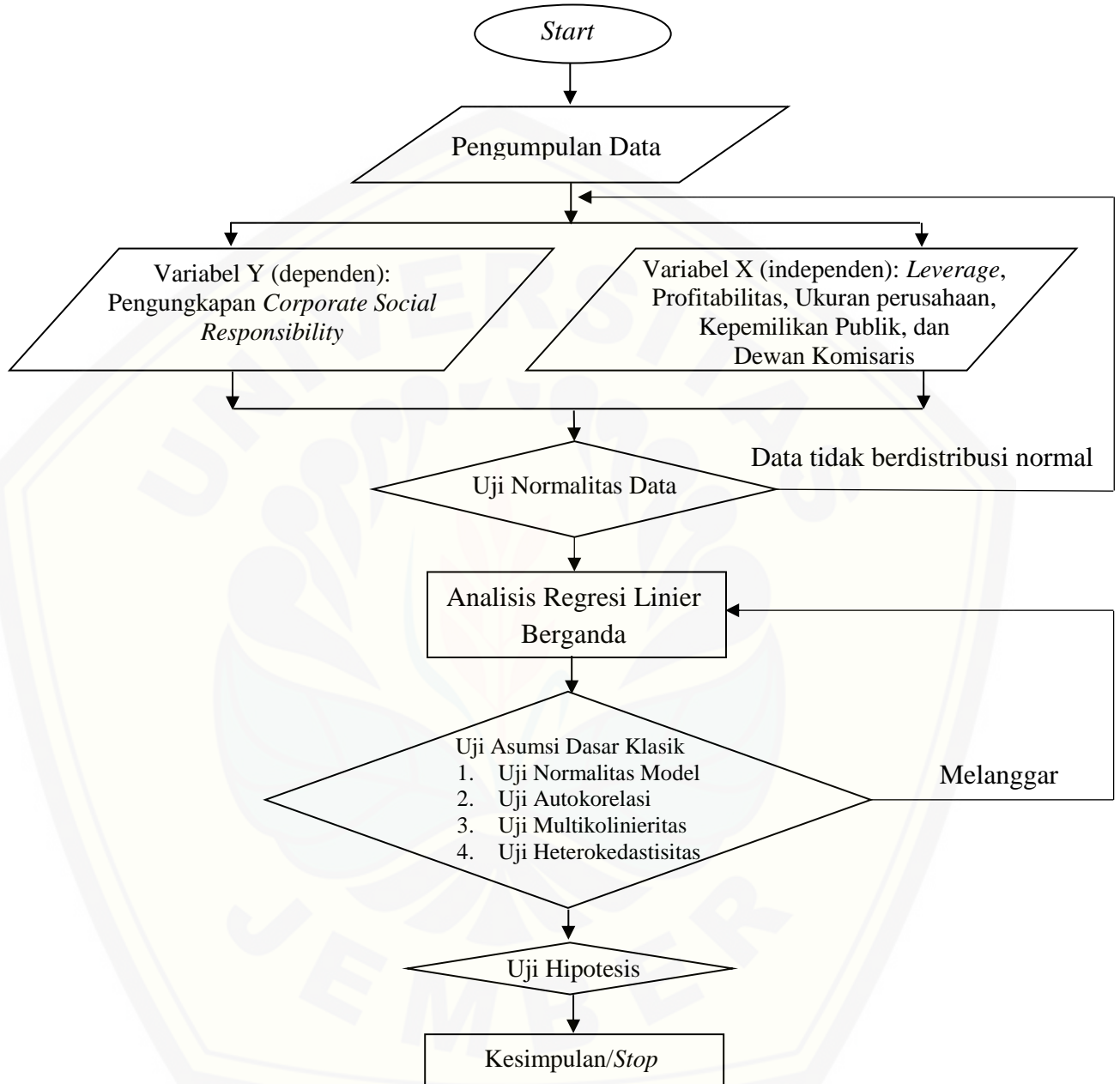
4) Menentukan Kriteria Pengujian.

- a. Jika $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ maka variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b. Jika $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$ maka variabel independen secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

5) Menarik Kesimpulan

3.7 Kerangka Pemecahan Masalah

Kerangka pemecahan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 3.1 Kerangka Pemecahan Masalah
Sumber: Data diolah 2016

Keterangan Kerangka Pemecahan Masalah:

- 1) *Start*, yaitu penelitian dimulai.
- 2) Pengumpulan data sekunder laporan tahunan perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang diperoleh dari www.idx.com dan *web* ICMD.
- 3) Analisa laporan keuangan dengan cara menghitung variabel independen dan variabel dependen.
- 4) Melakukan uji normalitas data untuk memastikan apakah data yang akan digunakan berdistribusi normal atau tidak. Apabila data diketahui berdistribusi tidak normal maka akan dilakukan perbaikan.
- 5) Melakukan analisis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan menggunakan alat analisis regresi linear berganda.
- 6) Melakukan uji asumsi klasik untuk mengetahui apakah terdapat penyimpangan-penyimpangan seperti autokorelasi, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Jika terdapat salah satu atau lebih dari penyimpangan-penyimpangan tersebut maka akan dilakukan perbaikan hingga memenuhi kriteria BLUE.
- 7) Melakukan uji hipotesis untuk mengetahui apakah secara parsial maupun simultan variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen serta melihat besarnya kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen.
- 8) Melakukan pembahasan dari hasil penelitian.
- 9) Menarik kesimpulan untuk menjawab tujuan penelitian.
- 10) *Stop*, penelitian diakhiri.

BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Populasi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah semua laporan tahunan industri barang konsumsi yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk periode tahun 2012, 2013, 2014 dan 2015 yang menerbitkan laporan tahunan serta dipilih dengan metode *purposive sampling*. Berdasarkan data yang diperoleh dari *Indonesia Stock Exchange (IDX)* dan ICMD diketahui bahwa perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI yang menerbitkan laporan tahunan sebanyak 14 perusahaan pada tahun 2012 – 2015 dengan jumlah observasi total sebanyak 56 laporan tahunan.

4.1.2 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan kategori daftar pengungkapan tanggung jawab sosial menurut *Global Reporting Inisiative 2007* terdapat 79 pengungkapan dengan enam aspek pengungkapan yaitu *economic (EC)*, *environment (EN)*, *human rights (HR)*, *labor practice (LP)*, *product responsibility (PR)*, dan *society (SO)*. Dari *content analysis* yang dilakukan terhadap 56 laporan tahunan perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman diperoleh hasil bahwa pada tahun 2012 total pengungkapan yang dilakukan adalah sebanyak 254 pengungkapan, pada tahun 2013 total pengungkapannya sebanyak 280 pengungkapan, pada tahun 2014 total pengungkapannya sebanyak 293 pengungkapan, dan pada tahun 2015 total pengungkapannya sebanyak 304 pengungkapan. Berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui bahwa terjadi suatu peningkatan pada jumlah pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan sampel dari tahun 2012, 2012, 2014, dan 2015.

Tabel 4.1 Jumlah Pengungkapan CSR

Tahun	Ekonomi	Ling-kungan	Hak Asasi Manusia	Praktek Tenaga Kerja dan kesesuaian Pekerjaan	Tanggung Jawab Produk	Masya-rakat	Total
2012	32	106	14	56	26	20	254
2013	34	116	16	64	28	22	280
2014	38	119	18	64	30	24	293
2015	40	120	20	66	32	26	304
Total	144	460	68	250	116	92	1131

Sumber: lampiran 3

Tabel 4.1 menunjukkan dari keenam aspek pengungkapan, perusahaan paling banyak melakukan pengungkapan pada kategori lingkungan. Kategori lingkungan lebih banyak berkaitan dengan tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungannya, yaitu penggunaan bahan baku, efisiensi energi yang dilakukan perusahaan, penggunaan air dan persentase air yang didaur ulang, pengelolaan keanekaragaman hayati di lahan sekitar lokasi perusahaan, pengurangan emisi dan limbah, inisiatif pengurangan dampak produk terhadap lingkungan, dan total biaya perlindungan lingkungan. Pengungkapan ini dilakukan karena telah banyaknya peraturan perundang-undangan yang mengatur tentang perlindungan CSR seperti UU 40 Tahun 2007 pasal 74 tentang Perseroan Terbatas dan UU No 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup. Selain itu, kewajiban pelaksanaan CSR juga diatur dalam Undang-Undang Penanaman Modal No.25 tahun 2007 pasal 15 bagian b, pasal 17, dan pasal 34 yang mengatur setiap penanaman modal diwajibkan untuk ikut serta dalam tanggung jawab sosial perusahaan. Oleh karena itu, tidak hanya perusahaan yang aktifitas operasinya berkaitan dengan sumber daya alam saja yang perlu melakukan CSR tetapi perusahaan yang tidak berkaitan dengan sumber daya alam pun telah memiliki kesadaran tentang perlunya tanggung jawab sosial.

Perusahaan masih menomorduakan aspek praktek tenaga kerja dan kesesuaian pekerjaan. Adanya wacana CSR sejak tahun 2007 membuat perusahaan berlomba melakukan tanggung jawab sosial terhadap lingkungan dan masyarakat. Hal

tersebut membuat perhatian perusahaan terhadap karyawannya berkurang. Banyaknya pengungkapan lingkungan yang diusahakan perusahaan menyebabkan banyak hal-hal yang tidak diungkapkan dalam laporan tahunan mengenai praktek tenaga kerja dan kesesuaian pekerjaan meskipun mungkin beberapa hal dilakukan perusahaan namun tidak diungkapkan.

4.1.3 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai deskripsi variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian yang terdiri dari variabel dependen yaitu pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan variabel independen yaitu *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan, Kepemilikan Publik, dan dewan komisaris.

Tabel 4.2 Hasil Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
<i>Leverage</i>	56	.0049	3.0300	.576804	.6634073
Profitabilitas	56	.0080	.6700	.115089	.1296991
Ukuran Perusahaan	56	.2	91.0	8.975	20.5039
Kepemilikan Publik	56	.0400	.6707	.266077	.1709355
Dewan Komisaris	56	2	8	4.59	1.952
<i>CSR (GRI)</i>	56	.177215	.367089	.25565099	.044339597
<i>Valid N (listwise)</i>	56				

Sumber: lampiran 5

Berdasarkan Tabel 4.3, hasil analisis dengan menggunakan statistik deskriptif terhadap luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) menunjukkan nilai minimum sebesar 0,177215 dan nilai maksimum sebesar 0,367089. Hal ini berarti bahwa perusahaan paling sedikit mengungkapkan CSR dalam laporan tahunan (*annual report*) sebesar 17,72% yaitu PT Prasadha Aneka Niaga Tbk pada tahun 2012 dan paling banyak mengungkapkan CSR adalah PT Indofood Sukses Makmur Tbk pada tahun 2015 sebesar 36,70%. Jika diambil rata-rata dari semua sampel, pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan sebesar 25,56%. Standar deviasi sebesar 0,044339597 menunjukkan variasi yang terdapat dalam indeks. Besarnya indeks menunjukkan besar pengungkapan tanggung jawab sosial oleh perusahaan. Semakin besar nilai variabel pengungkapan CSR artinya perusahaan lebih banyak melakukan pengungkapan item CSR.

Hasil analisis dengan menggunakan statistik deskriptif terhadap *leverage* menunjukkan nilai minimum sebesar 0,0049 dan nilai maksimum sebesar 3,0300. Hal ini berarti bahwa DER yang paling rendah dalam sampel perusahaan sebesar 0,49% yaitu pada PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk pada tahun 2012 dan paling tinggi pada PT Multi Bintang Indonesia Tbk pada tahun 2014 sebesar 303%. Semakin besar nilai DER berarti semakin besar *leverage*. Rata-rata nilai *leverage* yang ada pada sampel perusahaan adalah 0,576804. Standar deviasi sebesar 0,6634073 menunjukkan variasi yang terdapat dalam *leverage*.

Hasil analisis dengan menggunakan statistik deskriptif terhadap profitabilitas menunjukkan nilai minimum sebesar 0,0080 dan nilai maksimum sebesar 0,6700. Hal ini berarti bahwa ROA yang paling rendah dalam sampel perusahaan sebesar 0.8% yaitu pada PT Tri Banyan Tirta Tbk pada tahun 2014, 2015 dan paling tinggi pada PT Multi Bintang Indonesia Tbk pada tahun 2013 sebesar 67%. Semakin besar nilai ROA berarti semakin tinggi profitabilitas perusahaan. Rata-rata nilai profitabilitas yang ada pada sampel perusahaan adalah 0,115089. Standar deviasi sebesar 0,1296991 menunjukkan variasi yang terdapat dalam profitabilitas.

Hasil analisis dengan menggunakan statistik deskriptif terhadap ukuran perusahaan menunjukkan nilai minimum sebesar 0,2 dan nilai maksimum sebesar 91,0. Hal ini berarti bahwa log total aset perusahaan yang paling sedikit dalam sampel perusahaan sebesar 0,2 yaitu PT Sekar Bumi Tbk dan PT Sekar Laut Tbk pada tahun 2012 sedangkan yang paling tinggi sebesar 91,0 yaitu PT Indofood Sukses Makmur Tbk pada tahun 2015. Semakin besar nilai log total aset perusahaan berarti semakin besar ukuran perusahaan. Rata-rata nilai ukuran perusahaan yang ada pada sampel perusahaan adalah 8,975. Standar deviasi sebesar 20,5039 menunjukkan variasi yang terdapat dalam ukuran perusahaan.

Hasil analisis dengan menggunakan statistik deskriptif terhadap kepemilikan publik menunjukkan nilai minimum sebesar 0,0400 dan nilai maksimum sebesar 0.6700. Hal ini berarti bahwa persentase *outsider stakeholders* yang paling sedikit dalam sampel perusahaan sebesar 0,4% yaitu PT Sekar Laut Tbk pada tahun 2012-2015 dan paling tinggi sebesar 67,07% yaitu PT Mayora Indah Tbk pada tahun 2012-2015. Semakin besar nilai persentase suatu perusahaan berarti semakin

meningkatnya nilai perusahaan. Rata-rata nilai ukuran perusahaan yang ada pada sampel perusahaan adalah 0,266077. Standar deviasi sebesar 0,1709355 menunjukkan variasi yang terdapat dalam kepemilikan publik.

Hasil analisis dengan menggunakan statistik deskriptif terhadap ukuran dewan komisaris menunjukkan nilai minimum sebesar 2 dan nilai maksimum sebesar 8. Hal ini berarti bahwa jumlah dewan komisaris yang paling sedikit dalam sampel perusahaan sebanyak 2 orang yaitu pada PT Siantar Top Tbk pada tahun 2012-2015 dan paling banyak yaitu pada PT Indofood CBP Sukses Makmur pada tahun 2012, PT Indofood Sukses Makmur Tbk pada tahun 2012-2015, PT Multi Bintang Indoneia Tbk sebanyak 8 orang. Semakin besar nilai ukuran dewan komisaris berarti jumlah anggota dewan komisaris semakin banyak. Rata-rata jumlah dewan komisaris yang ada pada sampel perusahaan adalah 4,59 orang. Standar deviasi sebesar 1,952 menunjukkan variasi yang terdapat dalam ukuran dewan komisaris.

4.1.4 Uji Normalitas Data

Uji normalitas adalah menguji apakah dalam sebuah model regresi, nilai residu dari regresi mempunyai distribusi yang normal (Santoso, 2010). Distribusi normal dalam penelitian ini dideteksi dengan menggunakan analisis grafik histogram dan *normal probability plot*, dan analisis statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov*. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Dalam pengujian uji *Kolmogrov Smirnov* data terdistribusi normal apabila nilai probabilitas $> 0,1$. Sebaliknya jika nilai probabilitas $< 0,1$ maka data tidak terdistribusi normal.

Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas Data

Variabel	Z-Value	Sig.	Keterangan
<i>Leverage</i>	0,229	0,000	Tidak Berdistribusi normal
Profitabilitas	0,262	0,000	Tidak Berdistribusi normal
Ukuran Perusahaan	0,347	0,000	Tidak Berdistribusi normal
Kepemilikan Publik	0,233	0,000	Tidak Berdistribusi normal
Dewan Komisaris	0,292	0,000	Tidak Berdistribusi normal
CSR	0,124	0,033	Tidak Berdistribusi normal

Sumber: Lampiran 6

Tabel 4.3 menunjukkan bahwa variabel *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan, kepemilikan publik, dan dewan komisaris tidak berdistribusi normal. Tingkat signifikansi menunjukkan kurang dari alpha 10 % atau 0,1. Data berdistribusi normal apabila tingkat signifikansi lebih dari alpha. Berdasarkan hasil uji normalitas yang menunjukkan semua variabel tidak terdistribusi normal, maka tindakan yang dilakukan adalah dengan melakukan transformasi data, yaitu dengan cara mengkonversi nilai data ke dalam bentuk menjadi *log* atau LN atau bentuk lainnya. Data dikatakan normal apabila nilai *mean* < standar deviasi. Setelah dilakukan transformasi data kedalam bentuk *log* atau LN maka data berdistribusi normal. Hasil uji normalitas data menggunakan *log* atau LN dalam penelitian ini disajikan 4.4 berikut ini.

Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas Data Menggunakan Log atau LN

Variabel	Mean	Std. Deviasi	Keterangan
<i>Leverage</i>	-2,0667	2,25335	Berdistribusi normal
Profitabilitas	-2,5618	0,89704	Berdistribusi normal
Ukuran Perusahaan	0,6931	1,56563	Berdistribusi normal
Kepemilikan Publik	-1,5480	0,72057	Berdistribusi normal
Dewan Komisaris	1,4339	0,42981	Berdistribusi normal
CSR	-1,3783	0,17055	Berdistribusi normal

Sumber: lampiran 5

4.1.5 Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4.5 Hasil Perhitungan Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien Unstandarized	Koefisien Standarized
Konstanta	-1,487	
<i>Leverage</i>	0,005	0,071
Profitabilitas	0,059	0,312
Ukuran Perusahaan	0,081	0,745
Kepemilikan Publik	-0,083	0,351
Dewan Komisaris	0,060	0,152

Sumber: lampiran 8

Berdasarkan hasil Analisis Regresi Linier Berganda dapat diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = -1,487 + 0,005 X_1 + 0,059 X_2 + 0,081 X_3 - 0,083 X_4 + 0,000 X_5 + e$$

Keterangan:

Y	= Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>
X ₁	= <i>Leverage</i>
X ₂	= Profitabilitas
X ₃	= Ukuran Perusahaan
X ₄	= Kepemilikan Publik
X ₅	= Dewan Komisaris

Dari persamaan diatas dapat diketahui bahwa nilai konstanta adalah sebesar -1,487 yang artinya apabila variabel independen lainnya diasumsikan tetap maka pengungkapan *corporate social responsibility* menurun sebesar -1,487. Persamaan diatas juga menunjukkan besarnya koefisien regresi dari masing-masing variabel independen.

4.1.6 Uji Asumsi Klasik

Standar model regresi linier berganda adalah *Best Linier Unbiased Estimator* (BLUE). Hasil koefisien standar BLUE harus memenuhi asumsi normalitas, non multikolonieritas, non autokorelasi, non heteroskedastisitas. Apabila ada satu syarat saja yang tidak terpenuhi, maka hasil analisis regresi linier berganda tidak dapat dikatakan bersifat BLUE (Rossetyowati,2011)

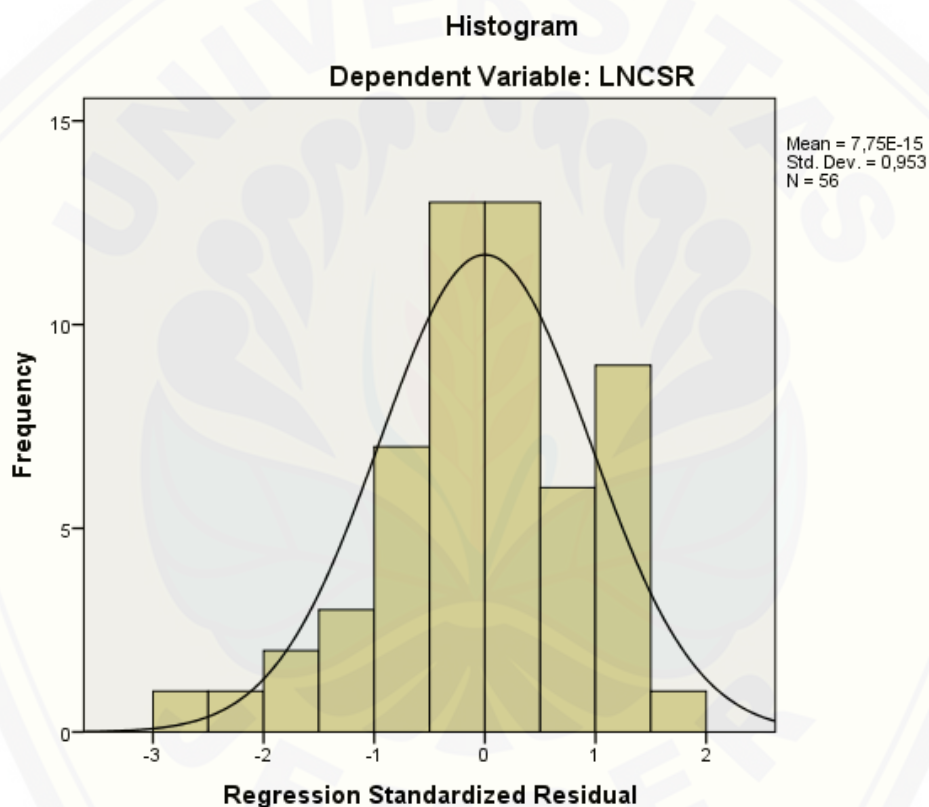
a. Uji Normalitas Model

Uji normalitas adalah menguji apakah dalam sebuah model regresi, nilai residu dari regresi mempunyai distribusi yang normal (Santoso, 2010). Distribusi normal dalam penelitian ini dideteksi dengan menggunakan analisis grafik histogram dan *normal probability plot*, dan analisis statistic non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov (K-S)*. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Dalam pengujian uji kolmogrov smirnov data terdistribusi normal apabila nilai probabilitas > 0,1. Sebaliknya jika nilai probabilitas < 0,1 maka data tidak terdistribusi normal.

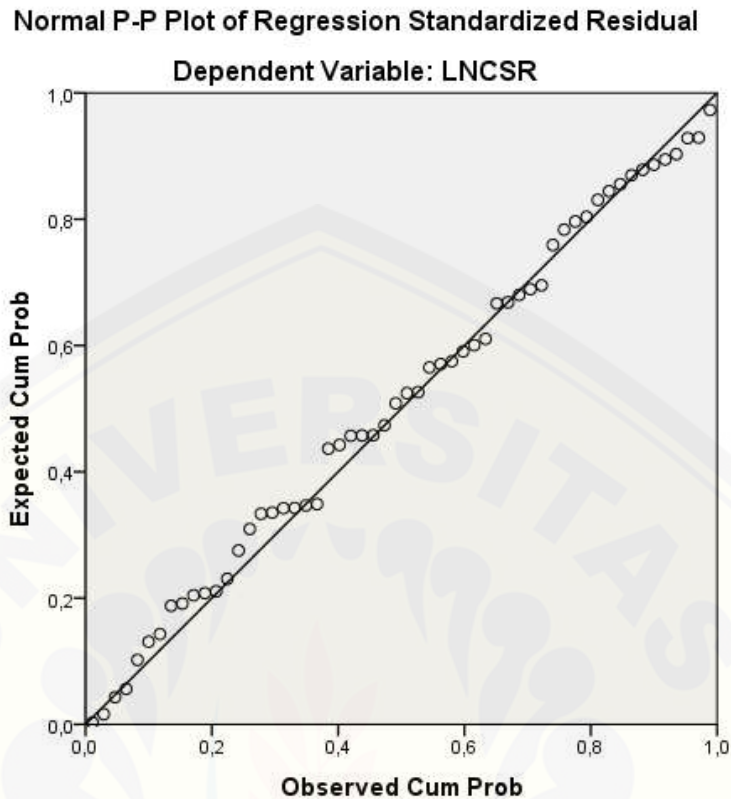
Dari hasil uji normalitas dapat dilihat bahwa nilai probabilitas dari uji kolmogrov smirnov yaitu 0,925. Angka tersebut menunjukkan jumlah > 0,1

yang berarti bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini terdistribusi normal.

Hal ini juga terlihat dari hasil *normal probability plot* dan grafik histogram di bawah ini. Dari hasil uji normalitas pada penelitian ini dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa penyebaran data mendekati normal atau memenuhi asumsi normalitas. Hal ini didukung dengan tampilan grafik histogram yang menunjukkan pola distribusi normal.



Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Model
 Sumber:Lampiran 7



Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas
Sumber: Lampiran 7

b. Uji Autokorelasi

Autokorelasi digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi maka dilakukan pengujian *Durbin Watson* dengan ketentuan apabila nilai *Durbin Watson* berada diantara -2 sampai $+2$ berarti tidak ada autokorelasi (Santoso, 2010).

Tabel 4.6 Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,773	0,597	0,557	0,11354	1,337

Sumber: Lampiran 9

Dari hasil *Durbin Waston* tersebut didapat angka 1,337. Angka tersebut menunjukkan bahwa tidak terjadi autokorelasi. Hal ini sesuai dengan syarat

pengambilan keputusan bahwa angka 1,337 berada diantara -2 dan +2 yang berarti suatu model regresi tidak terjadi autokorelasi.

c. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas berarti antara variabel bebas yang satu dengan variabel bebas yang lain dalam metode regresi saling berkorelasi linear (Hasan, 2008). Untuk menguji ada tidaknya gejala dari multikolinieritas maka dapat digunakan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*. Apabila nilai *Tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10 maka ada gejala multikolinieritas.

Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinieritas

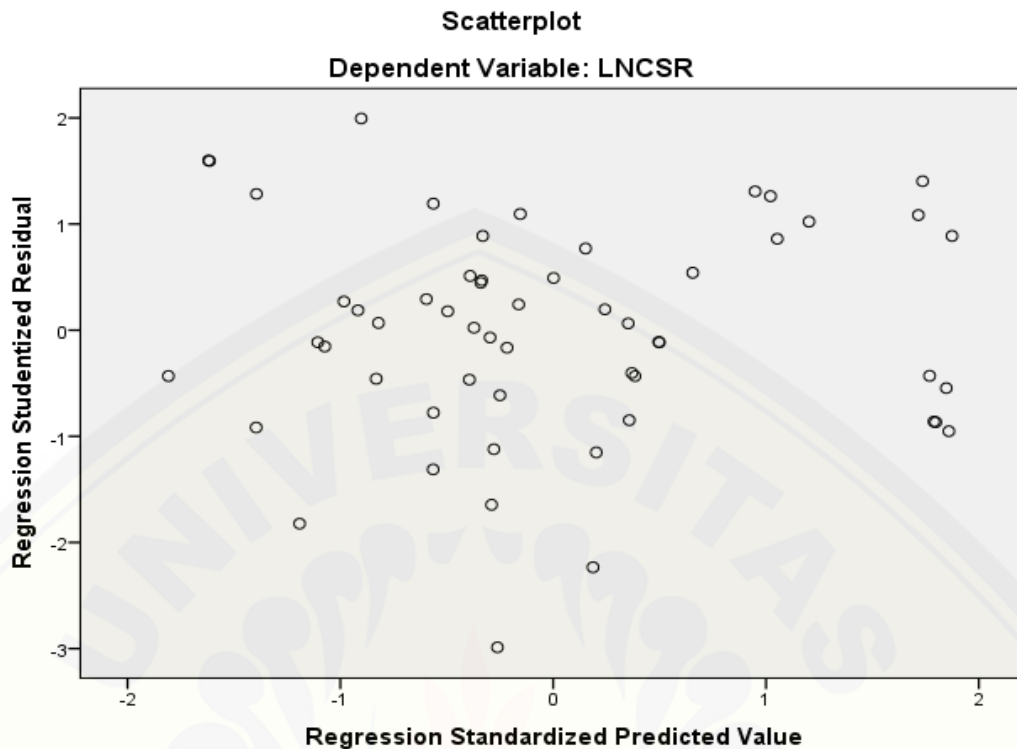
Variabel	<i>Tolerance</i>	<i>Variance Inflation Factor</i>
<i>Leverage</i>	0,761	1,313
Profitabilitas	0,695	1,440
Ukuran Perusahaan	0,225	4,442
Kepemilikan Publik	0,386	2,593
Dewan Komisaris	0,368	2,718

Sumber: Lampiran 10

Berdasarkan tabel hasil uji multikolinieritas dapat diketahui bahwa nilai *Tolerance* semua variabel independen (*leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan, Kepemilikan Publik, dan dewan komisaris) lebih besar daripada 0,10 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) semua variabel independen (*leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan, kepemilikan publik, dan dewan komisaris) lebih kecil daripada 10,00. Maka, dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas.

d. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas berarti variasi (*varians*) variabel tidak sama untuk semua pengamatan (Hasan, 2008). Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini dengan cara melihat grafik *scatterplot*. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Sebaliknya, jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.



Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas
Sumber: Lampiran 11

Berdasarkan grafik scatterplot terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi sehingga model layak dipakai untuk memprediksi *corporate social responsibility* berdasarkan variabel independen *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan, kepemilikan publik, dan dewan komisaris.

4.1.7 Uji Hipotesis

Pengujian ini bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variable penjelas atau independen dalam menerangkan variable dependen.

a. Uji Parsial (Uji t)

Pengujian ini bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Firdaus,2004). Dengan tingkat signifikansi 10%, maka kriteria pengujian adalah sebagai berikut: a) Bila nilai t hitung < t tabel, maka H_0 ditolak, artinya terhadap pengaruh yang signifikan antara satu variabel

independen terhadap variabel dependen, b) Apabila nilai thitung < t tabel, maka H_0 diterima, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara satu variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 4.8 Hasil Uji t

Variabel	t tabel	A	B	Keterangan
<i>Leverage</i>	1,296	0,689	0,071	Tidak berpengaruh signifikan negatif
Profitabilitas	1,296	2,893	0,312	Berpengaruh signifikan positif
Ukuran Perusahaan	1,296	3,937	0,745	Berpengaruh signifikan positif
Kepemilikan Publik	1,296	-2,430	-0,351	Berpengaruh signifikan negatif
Dewan Komisaris	1,296	1,026	0,152	Tidak berpengaruh signifikan positif

Sumber: Lampiran 12

Berdasarkan tabel 4.7, dapat diketahui bahwa besarnya pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat sebagai berikut:

1) Pengaruh variabel *leverage* (X_1) terhadap CSR (Y)

Dari tabel 4.7 dapat diketahui bahwa nilai t hitung (0,689) lebih kecil dari nilai t tabel (1,296853), maka H_0 diterima, berarti variabel *leverage* perusahaan tidak berpengaruh negatif signifikan terhadap CSR perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman.

2) Pengaruh variabel profitabilitas (X_2) terhadap CSR (Y)

Dari tabel 4.7 dapat diketahui bahwa nilai t hitung (2,893) lebih besar dari nilai t tabel (1,296853), maka H_0 ditolak, berarti variabel profitabilitas perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap CSR perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman.

3) Pengaruh variabel ukuran perusahaan (X_3) terhadap CSR (Y)

Dari tabel 4.7 dapat diketahui bahwa nilai t hitung (3,937) lebih besar dari nilai t tabel (1,296853), maka H_0 ditolak, berarti variabel ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap CSR perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman.

4) Pengaruh variabel kepemilikan publik (X_4) terhadap CSR (Y)

Dari tabel 4.7 dapat diketahui bahwa nilai t hitung (-2,430) negatif lebih besar dari nilai t tabel (1,296853), maka H_0 ditolak, berarti variabel kepemilikan publik perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap CSR perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman.

5) Pengaruh variabel dewan komisaris (X_5) terhadap CSR (Y)

Dari tabel 4.7 dapat diketahui bahwa nilai t hitung (1,026) lebih kecil dari nilai t tabel (1,296853), maka H_0 diterima, berarti variabel dewan komisaris perusahaan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap CSR perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman.

b. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji kelayakan model suatu penelitian dengan tingkat signifikansi sebesar 10%.

Tabel 4.9 Hasil Uji F

<i>Model</i>	<i>Sum of Square</i>	<i>Df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>	
<i>1</i>	<i>Regression</i>	0,955	5	0,191	14,819	0,000
	<i>Residual</i>	0,645	50	0,013		
	<i>Total</i>	1,600	55			

Sumber: Lampiran 13

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa F hitung (1,952933) lebih besar dari nilai F tabel (14,819). Hal ini menandakan bahwa model regresi dapat digunakan untuk memprediksi tingkat pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) karena nilai sig. $< \alpha = 10\%$. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan, kepemilikan publik, dan dewan komisaris secara simultan terhadap tingkat pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Berdasarkan hasil *content analysis* yang dilakukan terhadap 56 laporan tahunan perusahaan sampel yang terdaftar di BEI tahun 2012–2015, diperoleh hasil yang menggambarkan tingkat pengungkapan CSR pada laporan tahunan perusahaan-perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman di Indonesia yang tersaji pada lampiran 1 Daftar Pengungkapan CSR perusahaan. Jumlah pengungkapan paling luas dilakukan oleh PT. Indofood Sukses Makmur Tbk. yaitu sebanyak 109 item dengan rincian 24 item pada tahun 2012, 28 item pada 2013, 28

item pada 2014, dan 29 item pada 2015. Sedangkan paling sedikit adalah 71 item dengan rincian 15 dan 17 item pada tahun 2012, 19 dan 16 item pada tahun 2013, 18 dan 19 item pada 2014, dan 19 item pada tahun 2015 dari total pengungkapan yang dilakukan oleh PT. Tiga Pilar Sejahtera Food, Tbk dan PT. Tri Banyan Tirta, Tbk.

Berdasarkan Tabel 4.3 tentang statistik deskriptif penelitian ini diketahui bahwa rata-rata perusahaan industri barang konsumsi di Indonesia melakukan pengungkapan CSR pada laporan tahunannya hanya sebesar 0,25565099 atau 25,56% saja. Hal ini berarti tingkat pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan-perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman di Indonesia tergolong masih rendah. Walaupun secara yuridis formal, pemerintah sudah mewajibkan kepada perusahaan di Indonesia khususnya yang terdaftar di BEI untuk melakukan pelaksanaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial melalui Undang-Undang No.40 Tahun 2007 dan Undang-Undang Penanaman Modal No.25 Tahun 2007, namun hasil penelitian membuktikan bahwa tingkat pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur makanan dan minuman masih tergolong rendah.

Masih rendahnya tingkat pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan di Indonesia ini berarti menunjukkan bahwa peraturan yang dibuat oleh pemerintah masih belum efektif. Perusahaan kemungkinan akan melakukan kegiatan CSR dan pengungkapan CSR hanya untuk memenuhi aturan yang telah ditetapkan oleh badan regulasi seperti Pemerintah, BEI, dan Bapepam. Hal ini kemungkinan disebabkan karena belum ada peraturan baku dari pemerintah yang benar-benar mengatur pelaksanaan dan pengungkapan CSR, mengenai hal apa saja yang harus dilakukan dan dilaporkan. Selain itu, dimungkinkan karena perusahaan juga masih memikirkan dan memperhitungkan biaya untuk melakukan pelaporan tersebut, karena melakukan praktik dan pelaporan tersebut menyangkut biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan yang jumlahnya cukup signifikan sehingga harus dipertimbangkan dengan baik oleh manajemen perusahaan.

4.2.2 Pengaruh *Leverage* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Laporan Tahunan Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minumanyang *Listing* di BEI

Dalam penelitian ini *leverage* diukur menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER). Berdasarkan hasil pengujian pengaruh variabel *leverage* terhadap tingkat pengungkapan CSR, dapat diketahui bahwa variabel *leverage* secara statistik tidak berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat pengungkapan CSR. Oleh karena itu dapat dinyatakan bahwa hipotesis pertama (H_1) ditolak. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan Martereda (2011) dan Wijaya (2012) tetapi tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Nur dan Priantinah (2012).

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama, *leverage* secara statistik tidak berpengaruh terhadap CSR. *Leverage* memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang. Alasan yang mendasari adalah sesuai dengan teori legitimasi yang mengatakan bahwa semakin tinggi *leverage* kemungkinan besar perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak utang, maka manajer akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibanding laba masa depan. Dengan laba yang dilaporkan lebih tinggi akan mengurangi kemungkinan perusahaan melanggar perjanjian utang kepada kreditur (Sembiring, 2005). Manajer akan memilih metode akuntansi yang akan memaksimalkan laba sekarang. Dengan demikian, manajemen akan mengurangi biaya-biaya termasuk untuk biaya-biaya kegiatan sosial beserta untuk pengungkapannya. Selain itu, hubungan yang sudah terjalin dengan *debtholders* dan kinerja perusahaan yang baik bisa membuat *debtholder* tidak terlalu memperhatikan rasio *leverage* perusahaan sehingga menjadikan hubungan *leverage* dengan pengungkapan CSR menjadi tidak signifikan (Fitriany, 2001).

Leverage tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Penyebabnya adalah karena sudah terjadi hubungan yang baik antara perusahaan dengan *debtholders*, yang mengakibatkan *debtholders* tidak terlalu memperhatikan rasio *leverage* perusahaan. Perusahaan yang memiliki

tingkat *leverage* yang tinggi, menganggap perlu memberikan laporan pengungkapan tanggung jawab sosial, sehingga ada “*good news*” tentang kinerja perusahaan. (Wijaya, 2012)

Ketergantungan perusahaan terhadap hutang dalam membiayai kegiatan operasinya tercermin dalam tingkat *leverage*. *Leverage* ini juga dengan demikian mencerminkan tingkat resiko keuangan perusahaan. Berdasarkan teori agensi, tingkat *leverage* mempunyai pengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi cenderung mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *debtholders*. (Sembiring, 2005)

4.2.3 Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Laporan Tahunan Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang *Listing* di BEI

Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini juga ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi (Kasmir, 2010). Dalam penelitian ini profitabilitas diukur dengan menggunakan *Return on Assets* (ROA). Rasio ini mengukur kembalian investasi yang telah dilakukan oleh perusahaan dalam menggunakan seluruh dana (aktiva) yang dimiliki suatu perusahaan (Prastowo dan Juliaty, 2008).

Berdasarkan hasil pengujian pengaruh variabel profitabilitas terhadap tingkat pengungkapan CSR, dapat diketahui bahwa variabel profitabilitas secara statistik berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat pengungkapan CSR. Hasil ini berarti bahwa besar kecilnya profitabilitas akan mempengaruhi pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Oleh karena itu dapat dinyatakan bahwa hipotesis kedua (H₂) diterima, yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Perusahaan menganggap bahwa tanggung jawab sosial sangat penting untuk mengangkat citra perusahaan, oleh karena itu berapapun laba yang diperoleh oleh entitas tidak akan menurunkan atau meningkatkan tanggung jawab sosial yang

dilakukan entitas. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan Martereda (2011) tetapi tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Wijaya (2012) dan Nur dan Priantinah (2012).

4.2.4 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Laporan Tahunan Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang *Listing* di BEI

Dalam penelitian ini ukuran perusahaan diukur dari log total aset yang dimiliki perusahaan. Berdasarkan hasil pengujian pengaruh variabel ukuran perusahaan terhadap tingkat pengungkapan CSR, dapat diketahui bahwa variabel ukuran perusahaan secara statistik berpengaruh positif secara signifikan terhadap tingkat pengungkapan CSR. Oleh karena itu dapat dinyatakan bahwa hipotesis ketiga (H_3) diterima. Hasil penelitian ini tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan Martereda (2011) tetapi konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Wijaya (2012) dan Nur dan Priantinah (2012).

Perusahaan besar memiliki sumber daya yang lebih besar, sehingga berpengaruh secara signifikan terhadap luasnya pengungkapan tanggung jawab perusahaan. Temuan ini memberikan implikasi bahwa besar kecilnya ukuran perusahaan akan mempengaruhi luasnya pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan. Perusahaan dengan ukuran yang lebih besar dituntut untuk memiliki *performance* yang lebih tinggi. Salah satu cara untuk memperlihatkan *performance* yang lebih tinggi adalah dengan lebih memperhatikan kondisi lingkungan sosial, yang dinyatakan dalam pengungkapan CSR yang lebih luas. Selain itu perusahaan yang lebih besar akan melakukan lebih banyak aktivitas yang memberikan dampak yang lebih besar terhadap masyarakat, karena mempunyai lebih banyak pemegang saham yang mungkin berkaitan dengan program sosial perusahaan, sehingga pengungkapan CSR dalam laporan keuangan entitas akan menjadi alat efektif untuk memberikan sinyal ini (Cowen *et al.*, 1987 dalam Sembiring, 2005).

Sesuai dengan teori *stakeholder*, semakin besar ukuran perusahaan maka tuntutan *stakeholder* atas manfaat keberadaan perusahaan tersebut cenderung lebih besar. Perusahaan besar akan berusaha mempengaruhi opini publik dan

mengurangi tekanan *stakeholder* dengan jalan pengungkapan yang lebih dan beragam, salah satunya dengan melakukan pengungkapan *corporate social responsibility*.

4.2.5 Pengaruh Kepemilikan Publik terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Laporan Tahunan Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang *Listing* di BEI

Dalam penelitian ini struktur kepemilikan diukur menggunakan presentase *outsider stakeholder*. Berdasarkan hasil pengujian pengaruh variabel kepemilikan publik terhadap tingkat pengungkapan CSR, dapat diketahui bahwa variabel kepemilikan publik secara statistik berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat pengungkapan CSR. Oleh karena itu dapat dinyatakan bahwa hipotesis keempat (H₄) diterima.

Perkembangan konsep *stakeholder* dibagi menjadi tiga yaitu model perencanaan perusahaan, kebijakan bisnis dan *corporate social responsibility*. Semua perusahaan yang bersatatus *go public* dan telah terdaftar dalam BEI adalah perusahaan-perusahaan yang sebagian besar proporsi sahamnya dimiliki oleh publik dan secara otomatis perusahaan harus melaporkan seluruh aktivitas dan keadaan perusahaan kepada publik agar masyarakat sebagai salah satu bagian dari pemegang saham mengetahui keadaan perusahaan. Namun, tingkat kepemilikan saham antara satu pihak dengan institusi lain yang terlibat adalah berbeda-beda.

Sesuai dengan teori *stakeholder*, semakin banyak saham yang dimiliki oleh publik, maka semakin besar tekanan yang dihadapi perusahaan untuk mengungkapkan informasi lebih banyak dalam laporan tahunannya. Semakin tinggi rasio/ tingkat kepemilikan publik dalam saham perusahaan, maka perusahaan tersebut diprediksi akan melakukan pengungkapan yang lebih tinggi (Hasibuan, 2001). Hal ini terjadi karena adanya hubungan timbal balik yang kuat antara tanggung jawab perusahaan dengan pihak luar yaitu masyarakat (publik).

4.2.6 Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Laporan Tahunan Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang *Listing* di BEI

Dalam penelitian ini ukuran dewan komisaris diukur dari total dewan komisaris yang dimiliki perusahaan. Berdasarkan hasil pengujian pengaruh variabel ukuran dewan komisaris terhadap tingkat pengungkapan CSR, dapat diketahui bahwa variabel ukuran dewan komisaris secara statistik tidak berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat pengungkapan CSR. Oleh karena itu dapat dinyatakan bahwa hipotesis kelima (H_5) ditolak.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan Wijaya (2012), tetapi tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Nur dan Priantinah (2012). Perbedaan ini disebabkan oleh cara pandang dan tindakan yang berbeda dari setiap dewan komisaris di setiap perusahaan dalam berbagai penelitian terkait arahan yang diberikan kepada manajemen mengenai pengungkapan CSR. Oleh karena itu, jika dewan komisaris memandang pengungkapan tersebut memberikan manfaat lebih besar dari biaya yang dikeluarkan perusahaan, maka dewan komisaris akan menekan manajemen perusahaan untuk melakukan pengungkapan CSR (Irmadariyani, 2010).

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kelima, ukuran dewan komisaris secara statistik tidak berpengaruh terhadap CSR. Hasil ini berarti bahwa besar kecilnya ukuran dewan komisaris tidak mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dewan komisaris yang dimiliki perusahaan tidak efektif dalam memonitoring dan memberikan arahan kepada manajemen perusahaan untuk melakukan pengungkapan CSR berdasarkan GRI. Dewan komisaris perusahaan hanya memberi arahan dan rekomendasi terkait masalah kinerja keuangan. Menurut Uwuigbe *dalam* Effendi (2012) bahwa dengan banyaknya dewan komisaris akan membuat makin banyak kepentingan yang dilakukan dewan komisaris dalam memberi arahan kepada direksi sehingga pengungkapan CSR tidak atas dasar tekanan dewan komisaris yang dimiliki perusahaan.

Ukuran dewan komisaris tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Penyebabnya karena dewan komisaris

merupakan wakil *shareholder* yang berfungsi mengawasi pengelolaan perusahaan yang dilakukan oleh manajemen (Fahrizqi, 2010), maka dewan komisaris akan membuat kebijakan menggunakan laba perusahaan untuk aktivitas operasional perusahaan yang lebih menguntungkan daripada melakukan aktivitas sosial perusahaan.

4.2.7 Pengaruh *Leverage*, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Publik, dan Dewan Komisaris terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Laporan Tahunan Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang *listing* di BEI

Dalam penelitian ini berdasarkan hasil pengujian pengaruh variabel, *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan, kepemilikan publik, dan dewan komisaris dapat diketahui bahwa secara statistik berpengaruh secara simultan signifikan terhadap tingkat pengungkapan CSR.

4.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini tidak meneliti pengaruh setiap variabel variabel pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan secara terinci atau secara individu terhadap tingkat pengungkapan *corporate social responsibility*.

BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Hasil pengujian dan pembahasan pada bagian sebelumnya dapat diringkas sebagai berikut:

1. Hasil pengujian analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa secara statistik *leverage* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang *listing* di BEI selama tahun pengamatan. Hubungan yang sudah terjalin dengan *debtholders* dan kinerja perusahaan yang baik bisa membuat *debtholder* tidak terlalu memperhatikan rasio *leverage* perusahaan sehingga menjadikan hubungan *leverage* dengan pengungkapan CSR menjadi tidak signifikan.
2. Hasil pengujian analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa secara statistik profitabilitas berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang *listing* di BEI selama tahun pengamatan. Perusahaan menganggap bahwa tanggung jawab sosial sangat penting untuk mengangkat citra perusahaan, oleh karena itu berapapun laba yang diperoleh oleh entitas tidak akan menurunkan atau meningkatkan tanggung jawab sosial yang dilakukan entitas.
3. Hasil pengujian analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa secara statistik ukuran perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang *listing* di BEI selama tahun pengamatan. Secara teoritis 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 pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) akan semakin luas.

4. Hasil pengujian analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa secara statistik kepemilikan publik berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang *listing* di BEI selama tahun pengamatan. Sesuai dengan teori *stakeholder*, semakin banyak saham yang dimiliki oleh publik, maka semakin besar tekanan yang dihadapi perusahaan untuk mengungkapkan informasi lebih banyak dalam laporan tahunannya. Semakin tinggi rasio/ tingkat kepemilikan publik dalam saham perusahaan, maka perusahaan tersebut diprediksi akan melakukan pengungkapan yang lebih tinggi (Hasibuan, 2001). Hal ini terjadi karena adanya hubungan timbal balik yang kuat antara tanggung jawab perusahaan dengan pihak luar yaitu masyarakat (publik).
5. Hasil pengujian analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa secara statistik ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang *listing* di BEI selama tahun pengamatan. Banyaknya dewan komisaris akan membuat makin banyak kepentingan yang dilakukan dewan komisaris dalam memberi arahan kepada direksi sehingga pengungkapan CSR atas dasar tekanan dewan komisaris yang dimiliki perusahaan.
6. Hasil pengujian uji F menunjukkan bahwa secara statistik *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan, kepemilikan publik, dan dewan komisaris berpengaruh secara simultan terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan tahunan perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang *listing* di BEI selama tahun pengamatan.

5.2 Saran

Saran yang didasarkan pada keterbatasan sebagaimana telah disebutkan sebelumnya adalah sebagai berikut:

1. *Leverage* sebagai variabel yang mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan CSR. Hal ini terjadi karena hubungan yang sudah terjalin dengan *debtholders* dan kinerja perusahaan yang baik bisa membuat *debtholder* tidak terlalu memperhatikan rasio *leverage* perusahaan sehingga menjadikan hubungan *leverage* dengan pengungkapan CSR menjadi tidak signifikan, jadi suatu perusahaan harus memiliki *leverage* yang lebih rendah agar dalam tingkat pengungkapan *corporate social responsibility* lebih tinggi.
2. Profitabilitas sebagai variabel yang mempengaruhi tingkat pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan CSR. Perusahaan menganggap bahwa tanggung jawab sosial sangat penting untuk mengangkat citra perusahaan, oleh karena itu berapapun laba yang diperoleh oleh entitas tidak akan menurunkan atau meningkatkan tanggung jawab sosial yang dilakukan entitas.
3. Ukuran perusahaan sebagai variabel yang mempengaruhi tingkat pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan CSR. Secara teoritis 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 pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) akan semakin luas, oleh karena itu semakin besar nilai suatu perusahaan maka dalam hal pengungkapan *corporate social responsibility* semakin tinggi juga.
4. Kepemilikan publik sebagai variabel yang mempengaruhi tingkat pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan CSR. Sesuai dengan teori *stakeholder*,

semakin banyak saham yang dimiliki oleh publik, maka semakin besar tekanan yang dihadapi perusahaan untuk mengungkapkan informasi lebih banyak dalam laporan tahunannya, jadi semakin tinggi rasio/ tingkat kepemilikan publik dalam saham perusahaan, maka perusahaan tersebut diprediksi akan melakukan pengungkapan yang lebih tinggi. Hal ini terjadi karena adanya hubungan timbal balik yang kuat antara tanggung jawab perusahaan dengan pihak luar yaitu masyarakat (publik).

5. Dewan komisaris sebagai variabel yang mempengaruhi tingkat pengungkapan *corporate social responsibility* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan CSR karena banyaknya dewan komisaris akan membuat makin banyak kepentingan yang dilakukan dewan komisaris dalam memberi arahan kepada direksi sehingga pengungkapan CSR atas dasar tekanan dewan komisaris yang dimiliki perusahaan, jadi dalam suatu perusahaan dimungkinkan untuk ukuran dewan komisaris lebih efektif dan efisien.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, Fr. Reni Retno. 2006. *Pengungkapan Informasi Sosial Dalam Laporan Tahunan*. Simposium Nasional Akuntansi 9. Padang.
- 2006. *Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang terdaftar Bursa Efek Jakarta)*. Makalah SNA IX.
- Endah. 2012. *CSR Lingkungan: Kontribusi Swasta Menghijaukan Kota*. Jakarta: Pusat Komunikasi Publik Kementerian Pekerjaan Umum (pustaka.pu.go.id).
- Fahrizqi, A. 2010. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Laporan Tahunan Perusahaan*. Tesis Pascasarjana FE Undip. Semarang: Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Firdaus, Muhammad. 2004. *Ekonometrika Suatu Pendekatan Aplikatif*. Bumi Aksara: Jakarta.
- Ghozali, Imam. 2011. *Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS Versi 19*. Badan Penerbit Undip: Semarang.
- Gray, R., Kouhy, R., & Lavers, S. 1995. *Constructing A Research Database of Social and Environmental Reporting by UK Companies*. Accounting, Auditing and Accountability Journal 8.
- Hasan, Iqbal. 2008. *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Bumi Aksara: Jakarta.
- Hasibuan, M. S. P. 2009. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Helfert, Erich A. 1996. *Teknik Analisis Keuangan: Petunjuk Praktis Untuk Mengelola Dan Mengukur Kinerja Perusahaan; Alih Bahasa, Herman Wibowo*. Jakarta Erlangga.
- Hernitra, Wellarizma. 2011. *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Perusahaan*. Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
- Hossan, M., K. Islam dan J. Andrew. 2006. "Corporate Social and Environmental Disclosure in Developing Countries: Evidence from Bangladesh". Faculty of Commerce Papers, University of Wollongong.

- Indriantoro, N. & Supomo, B. 1999. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*. BPFE : Yogyakarta.
- Jalal. 2007. *Perkembangan Mutakhir CSR di Indonesia*. Catatan CSR sepanjang 2007.
- Kamil, Ahmad dan Antonius Herusetya. 2012. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan Kegiatan Corporate Social Responsibility*. Media Riset Auntansi, Februari 2012, Vol. 2 No. 1.
- Kasmir. 2010. *Analisis Laporan tahunan PT Rajawali*: Jakarta.
- Kiroyan, Noke. 2006. "CSR Harus Diregulasi?" *Dalam SWA XXII (17):24*. Jakarta.
- Kristi, Agatha Aprinda. 2011. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Publik di Indonesia*. Jurusan Akuntansi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.
- Marfu'ah & Cahyo, Y. D. 2011. *Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial*. Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia. Vol. 15, no. 1.
- Marterreda, Rahmatika. 2011. *Analisis Faktor-faktor yang Berpengaruh Terhadap Pengungkapan Pertanggungjawaban Sosial: Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia*. Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
- Maygarindra, P.B & Maghviroh, R.E. 2012. *Analisis Alokasi Dana Corporate Social Responsibility Serta Pelaporan Sustainability Report Berdasarkan Global Reporting Initiative (GRI G3) di PT Pembangkit Jawa Bali*. The Indonesian Accounting Review. Vol. 2, No. 2, Juli.
- Muhadjir dan Gita. 2011. *Pengaruh Penerapan Corporate Social Responsibility Terhadap Persepsi Nasabah Bank dan Dampaknya Terhadap Corporate Image*. Journal The Winners, Vol. 12 No. 2, September.
- Munawir, S. 2002. *Akuntansi Keuangan dan Manajemen*. Edisi Pertama. BPFE: Yogyakarta.
-, S. 2007. *Analisis Keuangan dan Manajemen*. Edisi Pertama. BPFE: Yogyakarta.
- Nor Hadi. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu.

- Poerwanto. 2010. *Corporat Social Responsibility, Menjinakkan Gejolak Sosial di Era Pornografi*. Pustaka Pelajar: Yogyakarta.
- Prasetijo, A. A. Budimanta dan B. Rudianto. 2004. *Corporate Social Responsibility: Jawaban Bagi Model Pembangunan Indonesia Masa Kini*. Gramedia: Jakarta.
- Priantinah, D., & Nur, M. 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 Nominal Vol. 1 No. 1.
- Ramadhani, Rizky. 2012. *Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Citra Dan Loyalitas Konsumen PT Indosiar Visual Mandiri Tbk*. Fakultas Ekonomi dan Manajemen. Institut Pertanian Bogor.
- Rossetyowati, Fitri. 2011. *Pengaruh Motivasi terhadap Minat Mahasiswa dan Alumni Akuntansi untuk Mengikuti Pendidikan Profesi Akuntansi (PPAk)*. Universitas Jember.
- Santoso, Singgih. 2010. *Statistik Parametrik: konsep dan aplikasi dengan SPSS*. PT. Alex Media Komputindo: Jakarta.
- Schermerhorn, John R. 1993. *Management for Productivity*. New York: John Wiley & Sons.
- Sembiring, E.R. 2005. *Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Study Empiris Pada Perusahaan Yang Tercatat Di Bursa Efek Jakarta*. Simposium Nasional Akuntansi VIII, 15-16 September. Solo.
- Sembiring, E.R. 2006. *Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Study Empiris Pada Perusahaan Yang Tercatat Di Bursa Efek Jakarta*. Jurnal Maksi, Vol. 6 No. 1, Januari.
- Suharto, Edi. 2006. *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat: Kajian Strategis Pembangunan Kesejahteraan Sosial dan Pekerjaan Sosial (edisi ke- 2)*. Bandung: Refika Aditama.
- Suharto, Edi. 2008. *Menggagas Standar Audit Program CSR*. Makalah disampaikan pada seminar 6th Round Tabel Discussion. Jakarta.
- Suliyanto, Dr. 2011. *Ekonometrika Terapan Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Penerbit Andi: Yogyakarta.
- Sumedi, A.M.P.K. 2010. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan dan Regulasi Pemerintah terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility*

(CSR) pada Laporan Tahunan di Indonesia. Skripsi. Semarang: Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.

Supranto. 2003. *Metode Riset Aplikasinya Dalam Pemasaran*. Edisi Revisi Ke-7. Jakarta: Rineka Cipta.

Surjani P., Rina. 2003. *manajemen Strategi Dalam Menghadapi Era Globalisasi*. Unitas, September 2002 - Februari 2003, Vol. 11 no. 1. Fakultas Farmasi Universitas Surabaya.

Untung, Hendrik Budi. 2008. *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Sinar Grafika.

Wibisono, Yusuf. 2007. *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*. Gresik: Fascho Publishing.

Wijaya, Maria. 2012. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi, Januari 2012, Vol. 1 No. 1.

Lampiran 1.

Checklist item Pengungkapan informasi CSR

NO	INDIKATOR SUSTAINABILITY REPORT	YA	TIDAK
1	Ekonomi		
	a. Kinerja Ekonomi		
	Utama (<i>core</i>)		
EC1	Nilai ekonomi langsung yang menghasilkan dan mendistribusikan pendapatan, biaya operasi, ganti rugi karyawan, donasi dan investasi masyarakat lain, laba ditahan dan pembayaran ke pemilik modal dan pemerintah.		
EC2	Implikasi keuangan dan resiko-resiko lain serta peluang aktivitas organisasi karena perubahan iklim.		
EC3	Kewajiban aplikasi rencana pemberian tunjangan oleh organisasi.		
EC4	Signifikansi penerimaan bantuan keuangan dari pemerintah.		
	b. Persensi Pasar		
	Tambahan (<i>add</i>)		
EC5	Nilai rata-rata dari rasio upah awal standar yang dibandingkan dengan upah minimum lokal pada lokasi-lokasi operasi perusahaan		
	Utama (<i>core</i>)		
EC6	Politik, praktek-praktek dan proporsi pembelanjaan dari para pemasok pada lokasi yang berpengaruh terhadap operasi perusahaan.		
EC7	Kebijakan manajemen dalam perekrutan karyawan yang berasal dari masyarakat lokal pada lokasilokasi operasi perusahaan.		
	c. Dampak-dampak Ekonomi yang Tidak Langsung		
	Utama (<i>core</i>)		
EC8	Dampak dari pembangunan investasi-investasi prasarana dan jasa yang menyediakan manfaat publik baik secara komersial, kesesuaian atau keahlian.		
EC9	Memahami dan menggambarkan peningkatan dampak-dampak ekonomi yang tidak langsung yang disebabkan oleh aktivitas organisasi.		
	JUMLAH		

2.	Lingkungan		
	a. Bahan-bahan		
	Utama (<i>core</i>)		
EN1	Penggunaan bahan berdasarkan kebutuhannya		
EN2	Persentase dari bahan-bahan masukan yang didaur ulang.		
	b. Energi		
	Utama (<i>core</i>)		
EN3	Energi langsung yang dikonsumsi sebagai sumber energi utama.		
EN4	Energi tidak langsung yang dikonsumsi sebagai sumber energi utama.		
	Tambahan (<i>add</i>)		
EN5	Penyimpanan energi yang bertujuan memperbaiki tingkat konservasi dan efisiensi energi.		
EN6	Inisiatif pemakaian energi secara efisien dalam menghasilkan produk-produk dan jasa serta pertimbangan tingkat penyusutan energi.		
EN7	Inisiatif mengurangi konsumsi energi tidak langsung dan tingkat penyusutan-penyusutan yang akan terjadi.		
	c. Air		
	Utama (<i>core</i>)		
EN8	Total pemakaian air yang digunakan sebagai sumber.		
EN9	Sumber mata air yang secara signifikan dipengaruhi oleh pemakaian air.		
EN10	Persentase air yang didaur ulang dan digunakan kembali.		
	d. Keanekaragaman Hayati		
	Utama (<i>core</i>)		
EN11	Pengelolaan lokasi serta ukuran lahan yang dimiliki atau disewa dalam mengatur pelestarian dari keanekaragaman hayati.		
EN12	Deskripsi dampak-dampak dari aktivitas-aktivitas, produk-produk, dan jasa yang berpengaruh terhadap kelestarian keanekaragaman hayati.		
	Tambahan (<i>Add</i>)		
EN13	Melindungi dan memulihkan habitat		
EN14	Strategi, tindakan dan rencana masa depan untuk penanggulangan dampak pada keanekaragaman hayati.		
EN15	Mendaftar jenis spesies dan konservasi nasional sesuai tempat habitatnya didalam area yang dipengaruhi oleh aktivitas operasi dan menimbulkan resiko pemunahan.		

	e. Emisi, Sungai, dan Limbah		
	Utama (<i>core</i>)		
EN16	Total dampak langsung dan tidak langsung gas emisi yang ditimbulkan dari penggunaan rumah kaca.		
EN17	Dampak tidak langsung lain dari gas emisi yang ditimbulkan dari penggunaan rumah kaca.		
	Tambahan (<i>add</i>)		
EN18	Inisiatif untuk mengurangi gas emisi dari rumah kaca.		
	Utama (<i>core</i>)		
EN19	Emisi lapisan ozon yang substansi tinggi.		
EN20	Nox, Sox, dan gas emisi udara lain yang berpengaruh besar terhadap lingkungan.		
EN21	Total air yang digunakan harus sesuai mutu dan tujuan.		
EN22	Total limbah harus disesuaikan dengan metode pembuangan.		
EN23	Total nilai dan jumlah limbah yang berpengaruh terhadap lingkungan.		
	Tambahan (<i>Add</i>)		
EN24	Berat dari proses transportasi, import, ekspor atau sisa pembuangan.		
EN25	Identitas, ukuran, status perlindungan dan nilai keanekaragaman hayati dari air dan habitat.		
	f. Produk dan Jasa		
	Utama (<i>core</i>)		
EN26	Inisiatif untuk mengurangi dampak dari produk-produk dan jasa serta luas dampak dari keduanya terhadap lingkungan.		
EN27	Persentase kesesuaian dengan prosedur atas produk-produk yang dijual dan kemasan bahan-bahan produk.		
	g. Pemenuhan		
	Utama (<i>core</i>)		
EN28	Nilai moneter dan non moneter yang dijadikan sanksi untuk pelanggaran hukum dan peraturan lingkungan.		
	h. Transportasi		
	Tambahan (<i>add</i>)		
EN29	Pengaruh dampak transportasi produk, barang lain dan bahan-bahan yang digunakan untuk organisasi serta transportasi pekerja terhadap lingkungan.		
	i. Menyeluruh		
EN30	Total biaya-biaya perlindungan lingkungan dan investasi-investasi lingkungan yang lain.		

3.	Hak Asasi Manusia		
	a. Investasi dan Pengadaan Produk		
	Utama (<i>core</i>)		
HR1	Persentase dan total dari persetujuan-persetujuan investasi yang berpengaruh terhadap hak asasi manusia.		
HR2	Persentase hak asasi manusia yang berpengaruh terhadap para pemasok dan pekerja serta tindakan hak asasi manusia yang diambil.		
HR3	Kebijakan-kebijakan dan prosedur-prosedur mengenai hak asasi manusia yang terkait dengan operasi perusahaan, termasuk karyawan training.		
	b. Non Diskriminasi		
HR4	Daftar dari peristiwa-peristiwa diskriminasi dan tindakan yang diambil oleh perusahaan.		
	c. Kebebasan Untuk Berasosiasi dan Pertimbangan Kolektif		
	Utama (<i>core</i>)		
HR5	Identifikasi hak kebebasan berasosiasi dan pertimbangan kolektif sebagai sesuatu yang berpengaruh terhadap operasi perusahaan dan tindakan yang diambil oleh perusahaan untuk mendukung hak- hak ini.		
	d. Karyawan Anak-Anak		
	Utama (<i>core</i>)		
HR6	Identifikasi resiko yang berpengaruh terhadap buruh anak-anak serta peran untuk penghapusan buruh anak- anak.		
	e. Hak dan Kewajiban Tenaga Kerja		
	Utama (<i>core</i>)		
HR7	Identifikasi operasi yang mempunyai resiko terhadap tenaga kerja wajib atau yang mendapat paksaan, dan tindakan perusahaan untuk berperan melakukan penghapusan tenaga kerja wajib atau pemaksaan kerja.		
	f. Praktek Keamanan		
	Tambahan (<i>add</i>)		
HR8	Persentase dari personil keamanan dalam melatih kebijakan-kebijakan atau prosedur-prosedur organisasi mengenai aspek hak asasi manusia yang berkait dengan operasi perusahaan.		
	g. Hak-hak Masyarakat Pribumi		
	Tambahan (<i>add</i>)		
HR9	Daftar peristiwa-peristiwa pelanggaran terhadap hak-hak masyarakat pribumi dan tindakan yang diambil perusahaan		

4.	Praktek Tenaga Kerja Dan Kesesuaian Pekerjaan		
	a. Ketenagakerjaan		
	Utama (<i>core</i>)		
LA1	Total kesesuaian pekerja terhadap jenis pekerjaan, dan daerah tempat bekerja		
LA2	Daftar jumlah dan tingkat karyawan berdasarkan kelompok umur, jenis kelamin dan daerah		
	Tambahan (<i>Add</i>)		
LA3	Operasi utama menyediakan bonus bagi karyawan yang full time dan tidak disediakan bagi karyawan part time atau sementara.		
	b. Hubungan Tenaga Kerja Dengan Manajemen		
	Utama (<i>core</i>)		
LA4	Persentase karyawan yang direkrut berdasarkan tujuan kolektif.		
LA5	Mengetahui periode minimum operasional yang berpengaruh berubah terhadap perjanjian kolektif.		
	c. Kesehatan dan Keamanan Kerja		
	Tambahan (<i>add</i>)		
LA6	Persentase dari total pekerja yang mewakili hubungan formal dengan manajemen, kesehatan pekerja dan komite keamanan yang membantu memonitor dan memberi pengarah kesehatan dan keamanan kerja.		
LA7	Tingkat rata-rata kecelakaan, penyakit dan absen		
	Utama (<i>Core</i>)		
LA8	Pendidikan, pelatihan, konseling, pencegahan, dan program pengendalian resiko yang sesuai untuk membantu para serikat kerja, anggota serikat kerja dalam menanggapi penyakit yang serius.		
	Tambahan (<i>add</i>)		
LA9	Topik tentang perlindungan kesehatan dan keselamatan kerja pada perjanjian formal dengan serikat pekerja.		
	d. Pelatihan dan Pendidikan		
	Utama (<i>core</i>)		
LA10	Rata- rata jam pelatihan per tahun untuk karyawan sesuai bidang yang ditekuni karyawan.		
	Tambahan (<i>add</i>)		
LA11	Program untuk mengatur keahlian khusus dan pembelajaran hidup jangka panjang yang		

	dapat mendukung kelanjutan kemampuan para pekerja.		
LA12	Persentase dari karyawan yang menerima kinerja reguler dan review pengembangan karir.		
	e. Perbedaan dan Peluang yang Sama		
	Utama (<i>core</i>)		
LA13	Pembagian dari badan pemerintah tentang kategori karyawan menurut jenis kelamin, kelompok umur, keanggotaan minoritas, dan keanekaragaman indikator lain.		
LA14	Rasio gaji pokok dari karyawan laki- laki dan wanita		
	JUMLAH		
5.	Tanggung jawab produk		
	a. Kesehatan dan Keamanan Pelanggan		
	Utama (<i>core</i>)		
PR1	Langkah-langkah untuk menjamin kesehatan dan keamanan produk dan jasa yang diberikan kepada pelanggan serta persentase kesesuaian prosedur kesehatan dan keamanan dari produk dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan.		
	Tambahan (<i>add</i>)		
PR2	Daftar kegagalan terhadap tindakan dalam memenuhi prosedur kesehatan dan keamanan produk dan jasa yang dihasilkan.		
	b. Etika Produk Dan Jasa		
	Utama (<i>core</i>)		
PR3	Persentase penerapan prosedur informasi produk dan jasa.		
	Tambahan (<i>add</i>)		
PR4	Daftar kegagalan dalam memenuhi prosedur mengenai informasi produk, jasa dan etiket dari barang atau jasa yang dihasilkan.		
PR5	Praktices atau survey yang berhubungan dengan kepuasan pelanggan, termasuk hasil-hasil dari survei pengukuran kepuasan pelanggan.		
	c. Komunikasi Pemasaran		
	Utama (<i>core</i>)		
PR6	Program kepatuhan terhadap hukum, standar dan peraturan sukarela yang berhubungan dengan komunikasi pemasaran, termasuk iklan, promosi, dan sponsorship.		
	Tambahan (<i>add</i>)		
PR7	Daftar kejadian yang gagal memenuhi hukum, standar dan peraturan sukarela yang berhubungan dengan komunikasi pemasaran,		

	iklan, promosi, sponsorship dan hasil-hasilnya.		
	d. Privasi Pelanggan		
	Tambahan (<i>add</i>)		
PR8	Daftar pelanggaran atas privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan.		
	e. Pemenuhan		
	Utama (<i>core</i>)		
PR9	Sanksi- sanksi moneter dan non moneter atas tindakan yang melanggar hukum dan peraturan yang telah ditetapkan yang berhubungan dengan privasi pelanggan dan penggunaan produk- produk dan jasa oleh pelanggan.		
	JUMLAH		
6.	Masyarakat		
	a. Masyarakat		
	Utama (<i>core</i>)		
SO1	Situasi, ruang lingkup dan efektifitas program-program dan praktek-praktek pengendalian dampak-dampak operasi perusahaan di masyarakat sekitar.		
	b. Korupsi		
	Utama (<i>core</i>)		
SO2	Persentase dan jumlah total unit-unit bisnis dengan menganalisa resiko-resiko yang berhubungan dengan korupsi		
SO3	Persentase pelatihan dan prosedur organisasi anti tindakan korupsi.		
SO4	Langkah jawaban atas tindakan-tindakan korupsi		
	c. Kebijakan Publik		
	Utama (<i>core</i>)		
SO5	Memposisikan kebijakan publik dan keikutsertaan dalam pengembangan kebijakan umum.		
	Tambahan (<i>Add</i>)		
SO6	Total nilai keuangan dan sumbangan-sumbangan kepada para pihak politisi praktis, politikus, dan lembaga atau institusi dalam negeri yang terkait.		
	d. Perilaku Anti Competitive		
	Tambahan (<i>Add</i>)		
SO7	Jumlah tindakan- tindakan hukum atas perilaku anti kompetitif, anti monopoli dan akibat dari tindakan- tindakannya.		
	e. Pemenuhan		
	Utama (<i>core</i>)		

SO8	Sanksi- sanksi moneter dan non moneter atas tindakan yang melanggar hukum dan peraturan yang telah ditetapkan		
	JUMLAH		
	TOTAL		

Sumber : *Global Reporting Inisiatif 2007*

Lampiran 2.

Daftar Perusahaan Sampel Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI

NO.	KODE PERUSAHAAN	NAMA PERUSAHAAN
1.	AISA	PT Tiga Pilar Sejahtera Food, Tbk.
2.	ALTO	PT Tri Banyan Tirta, Tbk.
3.	CEKA	PT Cahaya Kalbar, Tbk.
4.	DLTA	PT Delta Djakarta, Tbk.
5.	ICBP	PT Indofood ICBP Sukses Makmur, Tbk.
6.	INDF	PT Indofood Sukses Makmur, Tbk.
7.	MLBI	PT Multi Bintang Indonesia, Tbk.
8.	MYOR	PT Mayora Indah, Tbk.
9.	PSDN	PT Prasadha Aneka Niaga, Tbk.
10.	ROTI	PT Nippon Indosari Carpindo, Tbk.
11.	SKBM	PT Sekar Bumi, Tbk.
12.	SKLT	PT Sekar Laut, Tbk.
13.	STTP	PT Siantar Top, Tbk.
14.	ULTJ	PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Company, Tbk.

Lampiran 3.

Data Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Perusahaan

Tahun	Ekonomi	Lingkungan	Hak Asasi Manusia	Praktek Tenaga Kerja dan Kesesuaian Pekerjaan	Tanggung Jawab Produk	Masyarakat	Total
2012	32	106	14	56	26	20	254
2013	34	116	16	64	28	22	280
2014	38	119	18	64	30	24	293
2015	40	120	20	66	32	26	304
Total	144	461	68	250	116	92	1131

Lampiran 4.

Data Variabel Independen dan *Corporate Social Responsibility*

Kode	Tahun	<i>Leverage</i>	Profitabilitas	Ukuran Perusahaan	Kepemilikan Publik	Dewan Komisaris	CSR
AISA	2012	0,009	0,0656	3	0,4191	5	0,21519
AISA	2013	0,0113	0,0692	5	0,3968	6	0,20253
AISA	2014	0,0106	0,0513	7	0,379	5	0,22785
AISA	2015	0,0128	0,0412	9	0,3279	5	0,24051
ALTO	2012	0,0164	0,018	0,8	0,1935	3	0,18987
ALTO	2013	0,0183	0,011	1	0,1702	3	0,24051
ALTO	2014	0,0133	0,008	1	0,1899	3	0,24051
ALTO	2015	0,0133	0,008	1	0,1886	3	0,24051
CEKA	2012	1,22	0,06	1	0,1298	3	0,20253
CEKA	2013	1,02	0,06	1	0,1298	3	0,24051
CEKA	2014	1,39	0,03	1	0,1298	3	0,24051
CEKA	2015	1,32	0,07	1	0,1298	3	0,24051
DLTA	2012	0,2508	0,2792	0,7	0,1542	5	0,26582
DLTA	2013	0,2856	0,305	0,8	0,1542	5	0,25316
DLTA	2014	0,2971	0,2845	0,9	0,1542	6	0,26582
DLTA	2015	0,2221	0,1834	1	0,1541	6	0,26582
ICBP	2012	0,0049	0,138	17	0,1947	8	0,29114
ICBP	2013	0,006	0,114	21	0,1947	7	0,29114
ICBP	2014	0,0066	0,11	24	0,1947	7	0,29114
ICBP	2015	0,0062	0,113	26	0,1947	6	0,3038
INDF	2012	0,0074	0,085	59	0,4991	8	0,3038
INDF	2013	0,0104	0,05	78	0,4991	8	0,35443
INDF	2014	0,0108	0,063	85	0,4991	8	0,35443
INDF	2015	0,0113	0,042	91	0,4991	8	0,36709
MLBI	2012	1,32	0,66	1	0,1747	8	0,31646
MLBI	2013	0,8	0,67	1	0,1633	7	0,32911
MLBI	2014	3,03	0,35	2	0,1822	8	0,32911
MLBI	2015	1,74	0,24	2	0,1822	7	0,32911
MYOR	2012	1,71	0,09	8	0,6707	5	0,25316
MYOR	2013	1,49	0,1	9	0,6707	5	0,26582
MYOR	2014	1,51	0,04	10	0,6707	5	0,27848
MYOR	2015	1,18	0,11	11	0,6707	5	0,29114
PSDN	2012	0,67	0,04	0,6	0,0899	6	0,17722

PSDN	2013	0,63	0,03	0,6	0,0899	6	0,22785
PSDN	2014	0,66	0,05	0,6	0,0899	6	0,25316
PSDN	2015	0,91	0,07	0,6	0,0899	6	0,26582
ROTI	2012	0,008	0,1238	1	0,2425	3	0,21519
ROTI	2013	0,0132	0,0867	1	0,2925	3	0,22785
ROTI	2014	0,0123	0,088	2	0,2925	3	0,25316
ROTI	2015	0,0128	0,1	2	0,2924	3	0,26582
SKBM	2012	0,01	0,044	0,2	0,1761	3	0,18987
SKBM	2013	0,015	0,117	0,4	0,174	3	0,22785
SKBM	2014	0,01	0,137	0,6	0,1607	3	0,26582
SKBM	2015	0,0122	0,0528	0,7	0,1641	3	0,27848
SKLT	2012	0,929	0,032	0,2	0,04	3	0,21519
SKLT	2013	1,163	0,038	0,3	0,04	3	0,24051
SKLT	2014	1,162	0,05	0,3	0,04	3	0,24051
SKLT	2015	1,481	0,053	0,3	0,04	3	0,25316
STTP	2012	1,156	0,0597	1	0,4014	2	0,17722
STTP	2013	1,1179	0,0778	1	0,4011	2	0,21519
STTP	2014	1,0795	0,0726	1	0,4011	2	0,21519
STTP	2015	0,9026	0,0967	1	0,4005	2	0,22785
ULTJ	2012	0,4439	0,146	1	0,3541	3	0,20253
ULTJ	2013	0,3952	0,1156	2	0,356	3	0,22785
ULTJ	2014	0,2878	0,0971	2	0,3552	3	0,25316
ULTJ	2015	0,2654	0,1478	2	0,3552	3	0,27848

Lampiran 5.

Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
LNleverage	56	-2,0667	2,25335	-5,32	1,11
LNProfitabilitas	56	-2,5618	,89704	-4,83	-,40
LNukuranPerusahaan	56	,6931	1,56563	-1,61	4,51
LNKepemilikanpublik	56	-1,5480	,72057	-3,22	-,40
LNDewanKomisaris	56	1,4339	,42981	,69	2,08
LNCSR	56	-1,3783	,17055	-1,73	-1,00

Lampiran 6.

Hasil Uji Normalitas Data

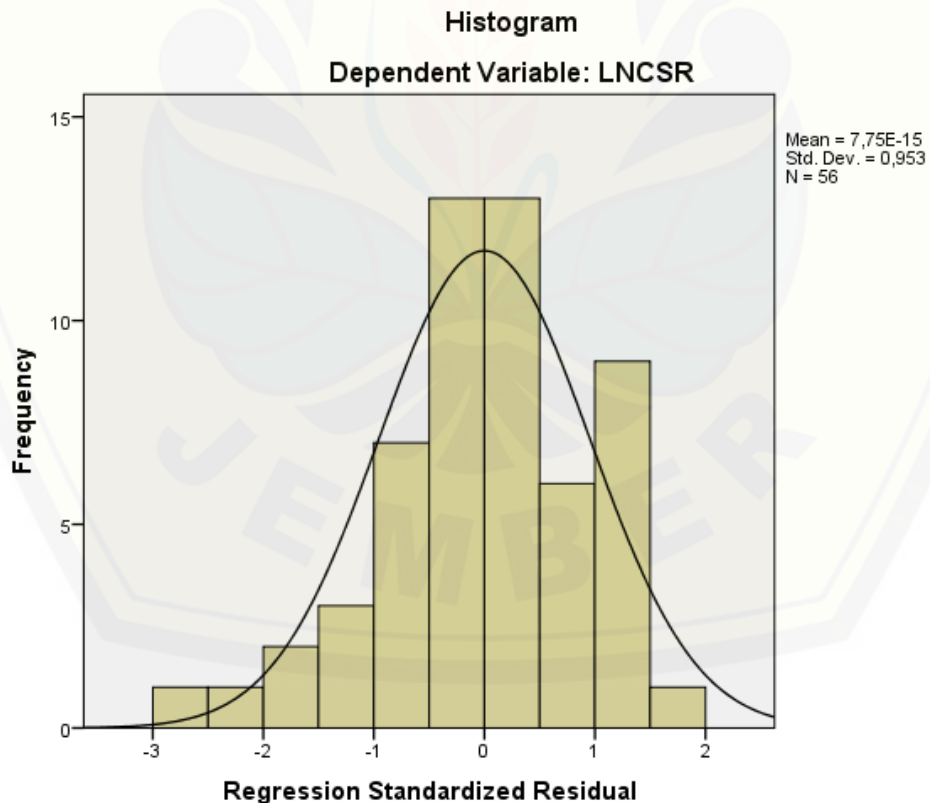
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		LNleverage	LNProfitabilitas	LNukuranPerusahaan	LNKepemilikanpublik	LNDewanKomisaris	LNCSR
N		56	56	56	56	56	56
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	-2,0667	-2,5618	,6931	-1,5480	1,4339	-1,3783
	Std. Deviation	2,25335	,89704	1,56563	,72057	,42981	,17055
Most Extreme Differences	Absolute	,233	,092	,260	,120	,282	,091
	Positive	,233	,092	,260	,120	,282	,091
	Negative	-,190	-,090	-,114	-,113	-,159	-,071
Test Statistic		,233	,092	,260	,120	,282	,091
Asymp. Sig. (2-tailed)		,000 ^c	,200 ^{e,d}	,000 ^e	,043 ^e	,000 ^e	,200 ^{e,d}

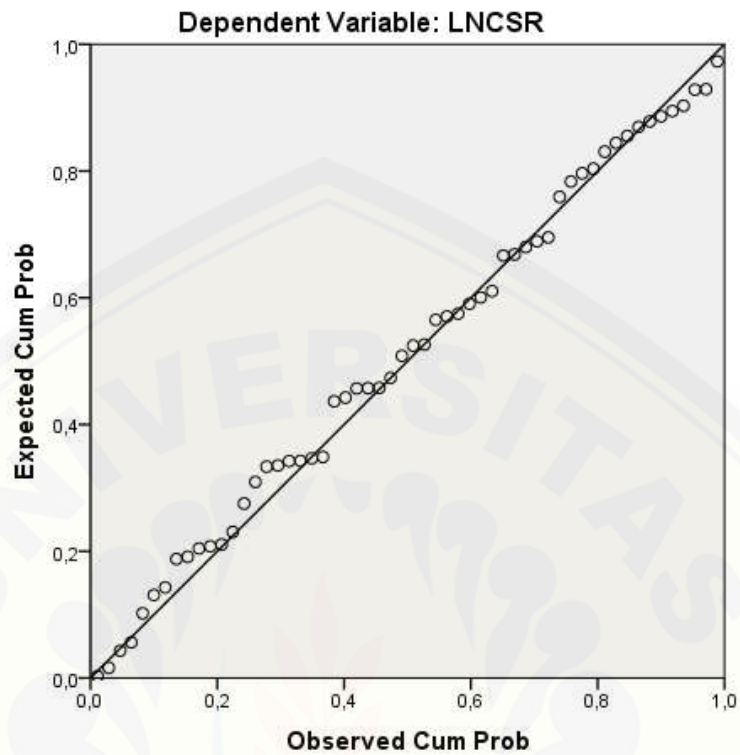
- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Lampiran 7.

Hasil Uji Normalitas Model



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Lampiran 8.

Hasil Perhitungan Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1,487	,096		-15,552	,000
	LNleverage	,005	,008	,071	,689	,494
	LNProfitabilitas	,059	,020	,312	2,893	,006
	LNukuranPerusahaan	,081	,021	,745	3,937	,000
	LNKepemilikanpublik	-,083	,034	-,351	-2,430	,019
	LNDewanKomisaris	,060	,059	,152	1,026	,310

a. Dependent Variable: LNCSR

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions					
				(Constant)	LNleverage	LNProfitabilitas	LNukuranPerusahaan	LNKepemilikanpublik	LNDewanKomisaris
1	1	4,460	1,000	,00	,01	,00	,00	,00	,00
	2	1,008	2,103	,00	,04	,00	,12	,01	,00
	3	,362	3,509	,00	,82	,00	,08	,00	,01
	4	,112	6,322	,00	,12	,44	,01	,07	,05
	5	,044	10,096	,17	,01	,02	,42	,74	,08
	6	,014	18,082	,83	,00	,53	,37	,17	,86

a. Dependent Variable: LNCSR

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	-1,6166	-1,1313	-1,3783	,13179	56
Std. Predicted Value	-1,808	1,874	,000	1,000	56
Standard Error of Predicted Value	,025	,047	,037	,006	56
Adjusted Predicted Value	-1,6228	-1,1178	-1,3793	,13254	56
Residual	-,31754	,21880	,00000	,10826	56
Std. Residual	-2,797	1,927	,000	,953	56
Stud. Residual	-2,988	1,994	,004	1,009	56
Deleted Residual	-,36251	,23434	,00094	,12139	56
Stud. Deleted Residual	-3,264	2,058	-,001	1,035	56
Mahal. Distance	1,664	8,421	4,911	1,967	56
Cook's Distance	,000	,211	,020	,033	56
Centered Leverage Value	,030	,153	,089	,036	56

a. Dependent Variable: LNCSR

Lampiran 9.

Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,773 ^a	,597	,557	,11354	1,337

a. Predictors: (Constant), LNDewanKomisaris, LNKepemilikanpublik, LNleverage, LNProfitabilitas, LNukuranPerusahaan

b. Dependent Variable: LNCSR

Lampiran 10.

Hasil Uji Multikolinieritas

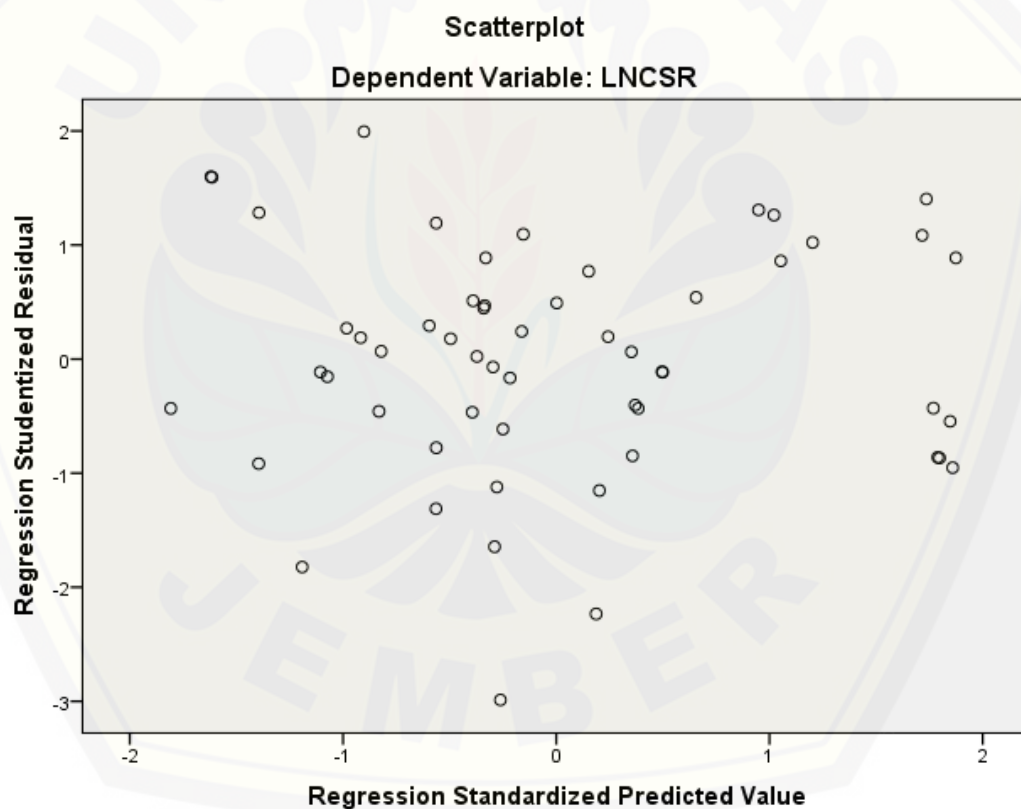
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1,487	,096		-15,552	,000		
	LNleverage	,005	,008	,071	,689	,494	,761	1,313
	LNProfitabilitas	,059	,020	,312	2,893	,006	,695	1,440
	LNukuranPerusahaan	,081	,021	,745	3,937	,000	,225	4,442
	LNKepemilikanpublik	-,083	,034	-,351	-2,430	,019	,386	2,593
	LNDewanKomisaris	,060	,059	,152	1,026	,310	,368	2,718

a. Dependent Variable: LNCSR

Lampiran 11.

Hasil Uji Heteroskedastisitas



Lampiran 12

Hasil Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1,487	,096		-15,552	,000
	LNleverage	,005	,008	,071	,689	,494
	LNProfitabilitas	,059	,020	,312	2,893	,006
	LNukuranPerusahaan	,081	,021	,745	3,937	,000
	LNKepemilikanpublik	-,083	,034	-,351	-2,430	,019
	LNDewanKomisaris	,060	,059	,152	1,026	,310

a. Dependent Variable: LNCSR

Lampiran 13.

Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,955	5	,191	14,819	,000 ^b
	Residual	,645	50	,013		
	Total	1,600	55			

a. Dependent Variable: LNCSR

b. Predictors: (Constant), LNDewanKomisaris, LNKepemilikanpublik, LNleverage, LNProfitabilitas, LNukuranPerusahaan