

PENGARUH KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL, *LEVERAGE*, PROFITABILITAS DAN SIZE TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Gitalia Juliawati
Gitalia_julia@ymail.com
Kurnia

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

The purpose of this research was to examine the influence of institutional ownership, leverage, profitability and firm size to the corporate social responsibility disclosure. Institutional ownership is measured by the institutional ownership share which is divided by the number of outstanding shares. Leverage is measured by Debt to Equity Ratio. Profitability is measured by Return on Assets. Firm size is measured by log (total assets) and corporate social responsibility disclosure which is measured by the Corporate Social Responsibility Index. The population of this research is the manufacturing companies which are listed in IDX and have been selected by using purposive sampling. The data is the 2012-2015 financial statements. Based on the sample selection criteria, 21 companies have been selected as samples. This research has been carried out by using SPSS 21 version application. The result of the research shows that institutional ownership does not have any influence to the corporate social responsibility disclosure, leverage does not have any influence to the corporate social responsibility disclosure, corporate profitability does not have any influence to the corporate social responsibility disclosure and firm size has an influence the corporate social responsibility disclosure.

Keywords: *Institutional ownership, leverage, profitability, firm size, corporate social responsibility disclosure.*

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh kepemilikan institusional, *leverage*, profitabilitas, dan *size* perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Kepemilikan institusional diukur dengan saham kepemilikan institusional dibagi dengan jumlah saham beredar. *Leverage* diukur dengan *Debt to Equity Ratio*. Profitabilitas diukur dengan *Return On Assets*. *Size* perusahaan diukur dengan log (total *assets*) dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* diukur dengan *Corporate Social Responsibility Index*. Populasi penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI yang diambil secara *purposive sampling*. Data yang digunakan adalah laporan keuangan dari tahun 2012-2015. Berdasarkan kriteria pemilihan sampel sebanyak 21 perusahaan terpilih menjadi sampel. Penelitian ini menggunakan aplikasi *SPSS versi 21*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, profitabilitas perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, dan *size* perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Kata kunci: Kepemilikan institusional, *leverage*, profitabilitas, *size* perusahaan, pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

PENDAHULUAN

Pada dasarnya sebuah perusahaan didirikan dengan tujuan yang jelas. Tujuannya selain untuk mencapai keuntungan atau laba yang tinggi sehingga dapat meningkatkan kemakmuran pemilik perusahaan dan para pemegang saham (*stakeholder*), juga bertujuan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Pada umumnya peningkatan nilai perusahaan dipengaruhi oleh faktor keuangan. Namun, faktor non keuangan juga berpengaruh kepada

kinerja suatu perusahaan yang berdampak terhadap peningkatan nilai perusahaan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan salah satu faktor non keuangan yang saat ini perlu diperhatikan oleh perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan (Mulianti, 2010).

Corporate social responsibility merupakan suatu bentuk pertanggungjawaban sosial perusahaan terhadap para *stakeholder*. *Stakeholder* memiliki peran yang penting dalam kelangsungan hidup perusahaan. Deegan (dalam Nugraha, 2013) menyatakan bahwa tekanan *stakeholder* terhadap perusahaan untuk dapat secara efektif menjalankan lingkungannya serta tuntutan agar perusahaan menjadi akuntabel juga menyebabkan meningkatnya perusahaan yang melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Dalam konsep *corporate social responsibility* sendiri merupakan suatu konsep yang menggabungkan aspek bisnis dan sosial dengan selaras agar perusahaan dapat membantu tercapainya kesejahteraan *stakeholder*, serta dapat mencapai laba yang maksimum sehingga mampu meningkatkan harga saham (Kiroyan, 2006). Semakin banyak bentuk tanggung jawab sosial yang diterapkan perusahaan, maka akan semakin baik pula citra perusahaan di mata para *stakeholder*. Citra yang positif akan diperoleh perusahaan tersebut dan akan menarik minat dari para investor untuk menanamkan dananya ke dalam perusahaan tersebut.

Program *corporate social responsibility* merupakan salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh perusahaan sesuai dengan isi pasal 74 Undang-undang No.40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Tanggung Jawab Sosial, dan lingkungan yang berlaku bagi perseroan yang memiliki/mengelola dampak terhadap sumber daya alam dan tidak dibatasi kontribusinya serta dimuat dalam laporan keuangan. Kepemilikan institusional merupakan mekanisme *corporate governance* utama yang membantu *agency problem*. Hal tersebut dikarenakan kepemilikan institusional mewakili suatu sumber kekuasaan yang dapat digunakan untuk mendukung atau menentang kebijakan manajer (Karinaputri, 2012:23). Kepemilikan institusional sebagai kepemilikan saham oleh pihak luar baik dalam bentuk institusi, lembaga atau kelompok lainnya (Widiastuti, et al. 2013:3403). Kepemilikan institusional dianggap dapat memonitor kinerja manajemen. Kepemilikan institusional yang tinggi akan menghasilkan upaya-upaya pengawasan yang lebih intensif sehingga dapat membatasi perilaku oportunistik manajer, yaitu manajer melaporkan laba secara oportunistik untuk memaksimalkan kepentingan pribadinya (Jensen dan Meckling, 1976:372-373).

Penilaian terhadap kinerja keuangan antara lain dapat dilihat dari kemampuan perusahaan menghasilkan laba (*profit*) juga dari *leverage* perusahaan. Wahidahwati (2002), mengungkapkan bahwa rasio profitabilitas atau rasio rentabilitas menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Keuntungan yang layak dibagikan kepada pemegang saham adalah keuntungan setelah bunga dan pajak. Semakin besar keuntungan yang diperoleh semakin besar kemampuan perusahaan untuk membayarkan dividennya. *Leverage* merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. Perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* tinggi berarti sangat bergantung pada pinjaman luar untuk membiayai asetnya, begitu pula sebaliknya. Dengan demikian tingkat *leverage* perusahaan menggambarkan risiko keuangan perusahaan. Teori keagenan memprediksi bahwa perusahaan dengan rasio *leverage* yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi, karena biaya keagenan perusahaan dengan struktur modal seperti itu lebih tinggi (Jensen dan Meckling, 1976). Ukuran perusahaan (*organization size*) dapat diartikan sebagai suatu perbandingan besar atau kecilnya usaha dari suatu perusahaan atau organisasi. Dengan demikian ukuran perusahaan merupakan sesuatu yang dapat mengukur atau menentukan nilai dari besar atau kecilnya perusahaan. Perusahaan yang memiliki ukuran lebih besar maka akan mengungkapkan lebih banyak informasi, dibandingkan perusahaan yang memiliki ukuran lebih kecil.

Penelitian ini bertujuan menguji kembali penelitian yang sudah ada sebelumnya yakni pengaruh profitabilitas, kepemilikan institusional, dan *size* perusahaan terhadap CSR

perusahaan tambang, dengan menambahkan *leverage* sebagai pengaruh adanya pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur sektor industri yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2012-2015.

TINJAUAN TEORETIS

Agency Theory

Teori agensi menyebut agen sebagai manajemen yang mengelola perusahaan sedangkan prinsipal adalah pemegang saham. Agen diasumsikan tidak hanya tertarik dengan kompensasi keuangan namun juga segala sesuatu yang terlibat dalam hubungan suatu agensi, seperti waktu luang yang banyak, kondisi kerja yang menarik, maupun jam kerja yang fleksibel. Prinsipal diasumsikan hanya tertarik pada pengembalian keuangan yang diperoleh dari apayang mereka investasikan di perusahaan (Anthony dan Govindarajan, 2005:269-270).

Dalam hubungan agensi, terdapat faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yaitu biaya pengawasan (*monitoring costs*), biaya kontrak (*contracting costs*), dan visibilitas politis. Berdasarkan teori agensi, perusahaan yang menghadapi biaya kontrak dan biaya pengawasan yang rendah cenderung akan melaporkan laba bersih rendah dengan kata lain akan mengeluarkan biaya-biaya untuk kepentingan manajemen (salah satunya biaya yang dapat meningkatkan reputasi perusahaan dimata masyarakat). Selanjutnya, sebagai wujud pertanggungjawaban, manajer sebagai agen akan berusaha memenuhi seluruh keinginan pihak prinsipal, dalam hal ini adalah pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan.

Teori Legitimasi

Teori legitimasi (*Legitimacy theory*) berfokus pada interaksi antara perusahaan dengan masyarakat. Teori ini menyatakan bahwa organisasi adalah bagian dari masyarakat sehingga harus memperhatikan norma-norma sosial masyarakat karena kesesuaian dengan norma sosial dapat membuat perusahaan semakin *legitimate*. Menurut Dowling dan Pfeffer (dalam Ghozali dan Chariri, 2007) legitimasi adalah hal yang penting bagi organisasi, batasan-batasan yang ditekankan oleh norma-norma dan nilai-nilai sosial, dan reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya analisis perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan.

Pengurangan senjangan legitimasi dapat dilakukan melalui strategi legitimasi, dengan cara meningkatkan tanggung jawab sosial (*Social Responsibility*) dan memperluas pengungkapan, termasuk pengungkapan sosial (*Social Disclosure*) sebagai wujud akuntabilitas dan keterbukaan operasi perusahaan atas berbagai dampak yang ditimbulkan.

Teori Stakeholder

Stakeholder adalah semua pihak baik internal maupun eksternal yang memiliki hubungan baik bersifat mempengaruhi maupun dipengaruhi, bersifat langsung maupun tidak langsung oleh perusahaan. Teori *stakeholder* berhubungan dengan konsep tanggung jawab sosial perusahaan dimana kelangsungan hidup perusahaan dipengaruhi oleh para *stakeholder*-nya. Tanggung jawab perusahaan tidak hanya terbatas untuk memaksimalkan laba dan kepentingan pemegang saham, namun juga harus memperhatikan masyarakat, pelanggan, dan pemasok sebagai bagian dari operasi perusahaan itu sendiri.

Kepemilikan Institusional

Kepemilikan institusional merupakan kondisi dimana institusi memiliki saham dalam suatu perusahaan. Institusi tersebut dapat berupa institusi pemerintah, institusi swasta, domestik maupun asing (Widarjo, 2010:25). Menurut Widiastuti, Midiastuty dan Suranta, (2013:3407), kepemilikan institusional merupakan kepemilikan saham oleh lembaga dari

eksternal. Kepemilikan institusional dapat mengurangi *agency cost* dengan cara mengaktifkan pengawasan melalui investor-investor institusional.

Leverage

Leverage merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tersebut tergantung pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. Perusahaan yang memiliki *leverage* tinggi berarti sangat bergantung pada pinjaman luar untuk membiayai asetnya demikian sebaliknya. Dengan demikian *leverage* dapat memberikan gambaran mengenai risiko keuangan perusahaan.

Menurut Makmun (2002) *leverage* keuangan (*ratio leverage*) adalah suatu perbandingan antara dana-dana yang dipakai untuk membiayai/membelanjai perusahaan atau perbandingan antara dana yang diperoleh dari ekstern perusahaan (dari para kreditur) dengan dana yang disediakan oleh pemilik perusahaan.

Profitabilitas (ROA)

Grey et al. (1995) menyatakan bahwa profitabilitas merupakan faktor yang memberikan kebebasan dan *fleksibilitas* kepada manajemen untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham (*stakeholder*). Hal ini berarti bahwa semakin tinggi tingkat *profitabilitas* perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial.

Pengungkapan mengenai pertanggungjawaban sosial perusahaan mencerminkan suatu pendekatan perusahaan dalam melakukan adaptasi dengan lingkungan yang dinamis dan bersifat multidimensi. Sembiring (2003) menjelaskan hubungan antara pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan profitabilitas perusahaan telah diyakini dengan mencerminkan pandangan bahwa reaksi sosial merupakan gaya manajerial yang dilakukan oleh pihak manajemen untuk membuat suatu perusahaan memperoleh keuntungan.

Size

Size perusahaan merupakan variabel yang banyak digunakan untuk menjelaskan pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan dalam laporan tahunan yang dibuat. Secara umum perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil. Hal ini karena perusahaan besar akan menghadapi resiko politik yang lebih besar dibanding perusahaan kecil. Secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan politik, yaitu tekanan untuk melakukan pertanggungjawaban sosial. Pengungkapan sosial yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politik bagi perusahaan (Hasibuan, 2001). Dengan mengungkapkan kepedulian pada lingkungan melalui pelaporan keuangan, maka perusahaan dalam jangka waktu panjang bisa terhindar dari biaya yang sangat besar akibat dari tuntutan masyarakat.

Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Hackston dan Milne (dalam Susanto, 2013) menyatakan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang sering juga disebut sebagai *social disclosur*, *corporate social reporting*, *social accounting*, atau *corporate social responsibility* merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan.

Pemerintah mengeluarkan peraturan terhadap kewajiban praktik dan pengungkapan *corporate social responsibility* di dalam Undang-Undang penanaman modal No. 25 tahun 2007 dan Undang-Undang perseroan terbatas No. 40 tahun 2007. Pada pasal 74 ayat (1) disebutkan bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan (Kurniati dan Rahmatullah, 2011:18).

Terdapat beberapa item Indikator pengungkapan *corporate social responsibility* dari 79 item pengungkapan menurut *Global Reporting Initiative (GRI)* diantaranya adalah:

1. *Economic performance indicator* (indikator kinerja ekonomi).
2. *Environment performance indicator* (indikator kinerja keuangan).
3. *Labor practices & decent work performance indicator* (indikator kinerja tenaga kerja dan pekerjaan layak).
4. *Human rights performance indicator* (indikator kinerja hak asasi manusia).
5. *Society performance indicator* (indikator kinerja sosial).
6. *Product responsibility performance indicator* (indikator kinerja produk).

Hipotesis

Pengaruh kepemilikan institusional terhadap *Corporate Social Responsibility*

Kepemilikan institusional sebagai mekanisme dalam *corporate governance* dapat meningkatkan kualitas keputusan investasi dalam tanggung jawab sosial. Hal tersebut dikarenakan investor institusional menaruh kepentingan yang lebih besar atas dilakukannya kepedulian sosial oleh perusahaan tempat mereka berinvestasi karena investor institusional lebih memikirkan keberlangsungan perusahaan dalam jangka panjang, dan keberlangsungan jangka panjang perusahaan hanya dapat tercapai apabila perusahaan melakukan tanggung jawab sosial. Dengan demikian hipotesis pertama yang diajukan adalah :

H₁: Struktur kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility*.

Pengaruh leverage terhadap *Corporate Social Responsibility*

Teori keagenan memprediksi bahwa perusahaan dengan rasio *leverage* yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi, karena biaya keagenan perusahaan dengan struktur modal seperti itu lebih tinggi (Jensen & Meckling, 1976). Oleh karena itu perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan ungkapan yang lebih luas daripada perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah. Dengan demikian hipotesis kedua adalah:

H₂: *Leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Pengaruh profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility*

Pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* perusahaan menurut Hasibuan (2001), menyatakan berdasarkan teori legitimasi, salah satu argumen dalam hubungan antara profitabilitas dan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial adalah ketika perusahaan memiliki laba yang tinggi, perusahaan tidak perlu melaporkan hal-hal yang mengganggu informasi mengenai suksesnya keuangan perusahaan. Sebaliknya pada saat tingkat profitabilitas rendah, mereka berharap para pengguna laporan akan membaca "*good news*" kinerja perusahaan. Dengan demikian hipotesis ketiga adalah :

H₃: Profitabilitas perusahaan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Pengaruh size terhadap *Corporate Social Responsibility*

Teori legitimasi menyatakan bahwa perusahaan dapat bertahan apabila masyarakat disekitar perusahaan merasa bahwa perusahaan melakukan aktivitas bisnisnya sesuai dengan sistem nilai yang dimiliki masyarakat Gray et al. (dalam Yuliani, 2003). Perusahaan besar akan melakukan aktivitas sosial yang lebih banyak agar mempunyai pengaruh terhadap pihak-pihak internal maupun pihak eksternal salah satunya adalah masyarakat yang mempunyai kepentingan terhadap perusahaan.

Dengan demikian hipotesis keempat adalah :

H₄: *Size* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

METODA PENELITIAN

Jenis Penelitian dan Gambar dari Populasi (Objek) Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif yaitu penelitian yang mengungkapkan besar kecilnya suatu pengaruh atau hubungan antar variabel yang dinyatakan dalam angka-angka. Caranya dengan mengumpulkan data-data yang menjadi faktor pendukung terhadap pengaruh antara variabel-variabel yang bersangkutan kemudian mencoba untuk di analisis. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji hipotesis dari subyek yang diteliti (Suharsaputra, 2012).

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Dalam penelitian ini periode pengamatan yang digunakan ialah 2012-2015.

Teknik Pengambilan Sampel

Perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini dipilih berdasarkan metode *purposive sampling*. Kriteria yang digunakan dalam penentuan sampel meliputi: 1) Perusahaan manufaktur bahan konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2015; 2) Perusahaan manufaktur bahan konsumsi yang tidak menerbitkan laporan keuangan audit dan dalam bentuk mata uang rupiah secara berturut-turut selama periode 2012-2015; 3) Perusahaan manufaktur bahan konsumsi yang menerbitkan laporan keuangan audit dalam bentuk mata uang rupiah secara berturut-turut selama periode 2012-2015; 4) Perusahaan manufaktur bahan konsumsi yang tidak memiliki laba positif berturut-turut selama periode 2012-2015; 5) Perusahaan manufaktur bahan konsumsi yang memiliki laba positif berturut-turut selama periode 2012-2015; 6) Perusahaan tersebut tidak menyediakan informasi mengenai pelaksanaan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan kepemilikan institusional, *leverage*, profitabilitas, dan *size* perusahaan; 7) Perusahaan tersebut menyediakan informasi mengenai pelaksanaan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan memiliki data mengenai kepemilikan institusional, *leverage*, profitabilitas, dan *size* perusahaan.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan di dalam penelitian ini adalah metode studi dokumentasi atau data yang dihimpun adalah secara skunder dengan mendapatkan data berupa laporan tahunan yang telah dikeluarkan oleh perusahaan pada periode tahun 2012-2015. Data tersebut diperoleh melalui situs yang dimiliki oleh BEI, yakni *www.idx.co.id*. Selain itu studi pustaka atau literatur melalui buku teks, jurnal ilmiah, dan artikel, serta sumber tertulis lain yang berkaitan dengan informasi yang dibutuhkan, juga dijadikan sumber pengumpulan data.

Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian terdapat variabel dependen dan lima variabel independen. Dalam penelitian ini variabel dependen adalah CSR (*Corporate Social Responsibility*), sedangkan variabel independennya adalah kepemilikan institusional, *leverage*, profitabilitas (ROA), dan *size* perusahaan. Definisi variabel dependen dan variabel independen di jelaskan sebagai berikut :

Variabel Dependen : CSR (*Corporate Social Responsibility*)

Variabel Dependen atau variabel terikat dalam penelitian ini adalah CSR (*corporate social responsibility*). Pengungkapan *corporate social responsibility* merupakan data yang

diungkapkan oleh perusahaan berkaitan dengan aktivitas sosialnya yang meliputi lingkungan, energi, keselamatan tenaga kerja, kesehatan, keterlibatan masyarakat dan umum, dan juga produk.

Untuk mengukur *corporate social responsibility* maka digunakanlah *content analysis*.

$$CSRI = \frac{\text{Jumlah item yang diungkapkan}}{79}$$

Variabel Independen

Kepemilikan Institusional

Kepemilikan institusional merupakan proposi kepemilikan saham oleh institusi dalam hal ini institusi pendiri perusahaan, bukan institusi pemegang saham publik. Kepemilikan institusional diukur sesuai dengan proporsi kepemilikan yang dimiliki oleh pemilik institusi dan kepemilikan oleh *blockholder*. Pengukuran ini mengacu dari penelitian Sudarma (dalam Sujoko dan Soebinatoro, 2007).

$$\text{Kepemilikan institusional} = \frac{\text{Jumlah kepemilikan saham oleh pihak institusional}}{\text{Jumlah saham yang beredar}}$$

Leverage

Rasio *leverage* yaitu rasio untuk mengukur sampai seberapa jauh aktiva perusahaan dibiayai dari hutang (Munawir, 2007:239). Industri dengan modal yang insentif cenderung uncut menggunakan tingkat *debt* yang tinggi untuk *property, plan, and equipment-nya*. *Debt* digunakan untuk menandai kegiatan semacam itu dan harus bersifat jangka panjang agar sesuai dengan jangka waktu aset yang diperoleh. Maka indikator yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur *leverage* adalah *Debt to Equity Ratio* (DER) :

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

Profitabilitas

Profitabilitas diartikan sebagai kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba atau profit dalam meningkatkan nilai pemegang saham. Variabel profitabilitas dalam penelitian ini menggunakan *Return On Assets* (ROA). ROA adalah suatu perbandingan antara laba bersih setelah pajak dengan aktiva untuk mengukur tingkat pengembalian investasi total (Stoner dan Sirait, 1994). Adapun pengukurannya menggunakan rumus sebagai berikut :

$$ROA = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{total aktiva}}$$

Size Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara, antara lain: total aktiva, *log size* nilai pasar saham, jumlah karyawan, dan lain-lain. Dalam penelitian ini *size* perusahaan dinyatakan dengan jumlah total aset akhir tahun. Ukuran perusahaan dirumuskan sebagai berikut:

$$SIZE = \log(\text{Total aset})$$

Teknik Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengujian regresi berganda. Pengujian regresi berganda dapat dilakukan setelah model dari penelitian ini memenuhi syarat-syarat lolos dari asumsi klasik. Syarat-syarat tersebut harus terdistribusi secara normal, tidak mengandung multikolinearitas, dan heterokedasitas. Oleh karena itu, perlu dilakukan pengujian asumsi klasik yang terdiri dari uji multikolearitas, uji normalitas, uji autokorelasi, dan uji heteroskedisitas sebelum melakukan pengujian hipotesis. Selain itu, perlu dilakukan analisis statistik deskriptif untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai suatu data.

Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah metode-metode yang berkaitan dengan pengumpulan dan penyajian suatu gugus data sehingga memberikan informasi yang berguna. Pada pengujian analisis statistik deskriptif memberikan gambaran suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis dan skewness (Ghozali, 2006). Uji Statistik deskriptif tersebut dilakukan dengan program SPSS 21.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji model. Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel-variabelnya memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel yang kecil (Ghozali, 2006:74).

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Multikolinieritas dapat dilihat dengan cara menganalisis nilai *Varinace Inflation Factor* (VIF).

Suatu model regresi menunjukkan adanya multikolinieritas jika: (1) Nilai tolerance > 95%, (2) Nilai Tolerance < 0,10, atau (3) Nilai VIF > 10. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen (Ghozali, 2006:57). Menurut Santoso (2001), pada umumnya jika VIF lebih besar dari 5, maka variabel tersebut mempunyai persoalan multikolinieritas dengan variabel bebas lainnya.

Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah masalah dimana dalam sekumpulan peneliti untuk variabel tertentu antara peneliti yang satu dengan peneliti yang lainada hubungan atau korelasi. Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periodesebelumnya. Jika ada korelasi maka terjadi autokorelasi (Ghozali, 2006:61).

Tabel 1
Kriteria Uji Autokorelasi

Hipotesis Nol	Keputusan	Keputusan
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < dL$
Tidak ada autokorelasi positif	Tak ada keputusan	$dL \leq d \leq dU$
Tidak ada autokorelasi negative	Tolak	$4 - dL < d < 4$
Tidak ada autokorelasi negative	Tak ada keputusan	$4 - dU \leq d \leq 4 - dL$
Tidak ada autokorelasi positif/negative	Tidak di tolak/ di terima	$dU < d < 4 - dU$

Sumber : Ghozali (2006)

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan salah satu bagian dari uji asumsi klasik dalam model regresi. Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi

ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2006:69). Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan beberapa cara seperti menggunakan uji glejser, uji park, uji white, dan uji heteroskedastisitas dengan melihat grafik *scatterplot*.

Dalam pengujian ini pengujian akan menggunakan uji heteroskedastisitas dengan melihat grafik *scatterplot*. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu, maka mengidentifikasi telah terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Metode Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, analisis regresi berganda digunakan untuk memprediksi hubungan antara karakteristik CSR, kepemilikan institusional, *leverage*, profitabilitas, dan *size* perusahaan. Adapun persamaan untuk menguji hipotesis secara keseluruhan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$CSR = \beta_0 + \beta_1 CSR + \beta_2 KI + \beta_3 Lev + \beta_4 ROA + \beta_5 Size + e$$

Keterangan:

<i>N</i>	= Nilai perusahaan
β_0	= Konstanta
CSR	= <i>Corporate Social Responsibility</i>
KI	= Kepemilikan institusional
<i>Size</i>	= Ukuran perusahaan yang dihitung dengan log total aset perusahaan
<i>Lev</i>	= <i>Leverage</i> dihitung dengan <i>Debt to equity ratio</i>
ROA	= Profitabilitas
<i>e</i>	= <i>Error term</i> , yaitu tingkat kesalahan penduga dalam penelitian

Pengujian Hipotesis

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi merupakan suatu ukuran yang dapat menginformasikan baik atau tidaknya model regresi. Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan berapa besar prosentase variasi variabel independen yang digunakan mampu menjelaskan variasi variabel dependen. Jika $R^2 = 0$, maka tidak ada sedikitpun prosentase sumbangan pengaruh yang diberikan variasi variabel independen terhadap variasi variabel dependen. Jika $R^2 = 1$, maka variasi variabel independen yang digunakan dalam model menjelaskan secara keseluruhan variasi variabel dependen.

Uji Kelayakan Model (Uji Statistik F)

Pengujian uji model (*Goodness of Fit*) dilakukan dengan menggunakan uji ANOVA (*F Test*). Uji ANOVA pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Menurut Ghozali (2005) uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel yang dimasukkan dalam model regresi memiliki pengaruh kelayakan model terhadap variabel dependen.

Adapun kriteria pengujian dengan menggunakan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$ yaitu sebagai berikut:

1. Jika sig. $F < \alpha = 0,05$ maka model yang dibangun *fit* oleh variabel kepemilikan institusional, *Leverage*, Profitabilitas, dan *Size* Perusahaan yang mampu menjelaskan variabel penjelas yaitu CSR Perusahaan.

2. Jika sig. F $> \alpha = 0,05$ maka model yang dibangun tidak *fit* oleh variabel kepemilikan institusional, *Leverage*, Profitabilitas, dan *Size* Perusahaan tidak mampu menjelaskan variabel penjelas yaitu CSR perusahaan.

Uji Statistik t (t-test)

Pengujian ini menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Ghozali, 2006:48). Pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance level* 0,05 ($\alpha=5\%$).

Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

1. Jika nilai signifikansi $t > 0,05$ maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti bahwa secara parsial variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikansi $t < 0,05$ maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

ANALISI DAN PEMBAHASAN

Gambar Obyek Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dalam memilih objek penelitiannya. Metode *purposive sampling* menggunakan kriteria-kriteria yang di tentukan dengan tujuan untuk mendapatkan sample yang *representative*. Perusahaan yang digunakan sebagai sample penelitian ini didapat dari Bursa Efek Indonesia periode 2012-2015 di golongan sebagai perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi. Selama 4 tahun diperoleh sebanyak 21 perusahaan yang sesuai dengan kriteria pengambilan sampel.

Tabel 2
Daftar Perusahaan Sampel Penelitian

No	Kode	Nama Perusahaan
1	ADES	PT Akash Wira Internasional Tbk
2	CEKA	PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk
3	DLTA	PT Delta Djakarta Tbk
4	GGRM	PT Gudang Garam Tbk
5	HMSP	PT HM Sampoerna Tbk
6	ICBP	PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk
7	INDF	PT Indifood Sukses Makmur Tbk
8	KICI	PT Kedaung Indah Can Tbk
9	MBTO	PT Martina Berto Tbk
10	MERK	PT Merck Tbk
11	MLBI	PT Multi Bintang Indonesia Tbk
12	MYOR	PT Mayora Indah Tbk
13	PYFA	PT Pyramida Farma Tbk
14	ROTI	PT Nippon Indosari Corporindo Tbk
15	SKLT	PT Sekar Laut Tbk
16	SQBI	PT Taisho Pharmaceutical Indonesia Tbk
17	STTP	PT Siantar Top Tbk
18	TCID	PT Mandom Indonesia Tbk
19	TSPC	PT Tempo Scan Pasific Tbk
20	ULTJ	PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Co Tbk
21	UNVR	PT Unilever Indonesia Tbk

Sumber : Bursa Efek Indonesia (Diolah)

Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah metode yang digunakan untuk mengetahui gambaran dari sebuah data. Gambaran dari suatu data dapat di lihat melalui nilai rata-rata (*mean*), standart deviasi, nilai maksimum, dan nilai minimum.

Tabel berikut menunjukkan statistik deskriptif dalam penelitian ini :

Tabel 3
Hasil Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KEP. INST	84	,33	,98	,7356	,19483
LEVERAGE	84	,02	4,32	,8332	,71506
PROFITABILITAS	84	,00	39,82	,6394	4,32936
SIZE	84	10,98	13,96	12,3502	,80479
CSRI	84	,09	,66	,3118	,13597
Valid N (listwise)	84				

Sumber : Output spss

Variabel Kepemilikan Institusional yang diprosikan sebagai KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL dari perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi periode 2012-2015 yang digunakan dalam penelitian ini, diperoleh nilai minimum 0,33 dan nilai maximum 0,98 serta nilai rata-rata sebesar 0,7356.

Variabel *Leverage* yang di proksikan sebagai LEVERAGE dari perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi periode 2012-2015 yang digunakan dalam penelitian ini, diperoleh nilai minimum 0,02 dan nilai maximum 4,32 serta nilai rata-rata sebesar 0,8332.

Variabel Profitabilitas yang di proksikan sebagai ROA dari perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi periode 2012-2015 yang di gunakan dalam penelitian ini, di peroleh nilai minimum sebesar 0,00 dan nilai maximum sebesar 39,82 serta nilai rata-rata sebesar 0,6394.

Variabel Ukuran Perusahaan yang di proksikan sebagai SIZE dari perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi periode 2012-2015 yang di gunakan dalam penelitian ini, di peroleh nilai minimum 10,98 dan nilai maximum 13,96 serta nilai rata-rata sebesar 12,3502.

Variabel pengungkapan tanggung jawab sosial yang di proksikan sebagai CSR (*Corporate Social Responsibility*) dari perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi periode 2012-2015 yang di gunakan dalam penelitian ini, di peroleh nilai minimum 0,09 dan nilai maximum 0,66 serta nilai rata-rata sebesar 0,3118.

Uji Asumsi Klasik

Dalam model regresi linier berganda haruslah memenuhi beberapa uji asumsi klasik di antaranya uji normalitas, uji multikolinieritas, uji autokorelasi, dan uji heteroskedastisitas. Apabila di dalam uji asumsi klasik tersebut dapat terpenuhi maka akan diperoleh persamaan regresi yang baik dan akurat.

Uji Normalitas

Uji normalitas di tujukan untuk menguji apakah metode regresi variabel terkait dan variabel bebas keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Data yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal adalah model regresi yang baik. Pada penelitian ini untuk mengetahui apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidak, dapat dilihat dari analisis regresi linier plot (*normal probability plot*). Apabila residual menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal tersebut, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Uji normalitas yang digunakan pada penelitian ini juga menggunakan uji statistik non parametrik *Kolmogorov-Smirnov (K-S) test*. Dalam uji normalitas tersebut dapat di lakukan

dengan menilai *2-tailed significant* melalui pengukuran tingkat signifikan sebesar 5 %. Sebuah data dikatakan berdistribusi normal jika *Asymp.Sig (2-tailed)* > 0,05 atau 5% (Ghozali, 2006). Berikut ini adalah hasil uji normalitas :

Tabel 4
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

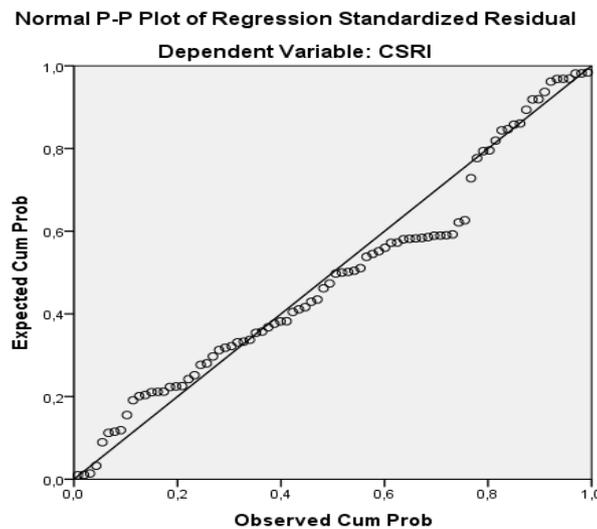
		Unstandardized Residual
N		84
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,12062407
	Absolute	,144
Most Extreme Differences	Positive	,144
	Negative	-,078
Kolmogorov-Smirnov Z		1,315
Asymp. Sig. (2-tailed)		,063

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber :Output spss

Berdasarkan dari uji normalitas tersebut yang dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* pada tabel menunjukkan nilai *Asymp.Sig (2-tailed)* sebesar 0,063 yang di nilai > 0,05. Hal tersebut mengakibatkan hipotesis nol diterima yang berarti secara keseluruhan variabel berdistribusi normal.



Gambar 1
Hasil Uji Normalitas
Sumber : Output spss

Hasil dari gambar *Normal Probability Plot* dengan menggunakan aplikasi *SPSS* menerangkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian tersebut berdistribusi normal. Apabila lingkaran kecil dalam data tersebut semakin dekat dengan garis dan kemiringan positif, maka semakin dekat pula distribusi data yang digunakan dengan distribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Tujuan dari uji multikolinieritas adalah untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (*independen*). Model regresi yang baik seharusnya tidak memiliki korelasi antara variabel independen.

Tabel 5
Hasil Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
(Constant)	-,582	,229		-2,540	,013		
1							
KEP. INST	-,048	,073	-,069	-,658	,513	,911	1,098
LEVERAGE	,004	,019	,019	,186	,853	,964	1,037
PROFITABILITAS	-,002	,003	-,069	-,665	,508	,933	1,071
SIZE	,075	,017	,444	4,324	,000	,943	1,060

a. Dependent Variable: CSRI

Sumber : Output spss

Dalam penelitian ini uji multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan lawannya *Variance Inflation Factor (VIF)*. Multikolinieritas dapat terjadi apabila nilai *tolerance* < 0,10 yang berarti tidak ada korelasi antara variabel independen. Nilai *VIF* > 10, apabila *VIF* < 10 dapat di katakan variabel independen yang di gunakan dalam model adalah dapat di percaya dan objektif.

Tabel 6
Ringkasan Hasil Uji Multikolinieritas

variabel Independen	Collienarity Statistics		Kesimpulan
	Tolerance	VIF	
KEP. INST	0,911	1,098	Tidak ada multikolinieritas
LEVERAGE	0,964	1,037	Tidak ada multikolinieritas
ROA	0,933	1,071	Tidak ada multikolinieritas
SIZE	0,943	1,060	Tidak ada multikolinieritas

Sumber : Output spss

Berdasarkan dari ringkasan uji multikolinieritas tersebut, nilai *VIF* dari empat variabel independen yaitu kepemilikan institusional, *leverage*, profitabilitas, dan *leverage* dibawah nilai 10. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi.

Uji Autokorelasi

Tujuan dari uji autokorelasi adalah untuk menguji apakah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode *t* dengan kesalahan periode *t-1* (sebelumnya). Apabila terjadi korelasi, maka dapat dikatakan ada gangguan autokorelasi. Munculnya autokorelasi disebabkan oleh observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Model regresi yang baik adalah yang bebas dari autokorelasi. Dalam penelitian ini uji *Durbin-Watson* digunakan untuk melihat ada tidaknya masalah autokorelasi pada model.

Tabel 7
Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,461 ^a	,213	,173	,12364	1,793

a. Predictors: (Constant), SIZE, PROFITABILITAS, LEVERAGE, KEP. INST

b. Dependent Variable: CSRI

Sumber : Output spss

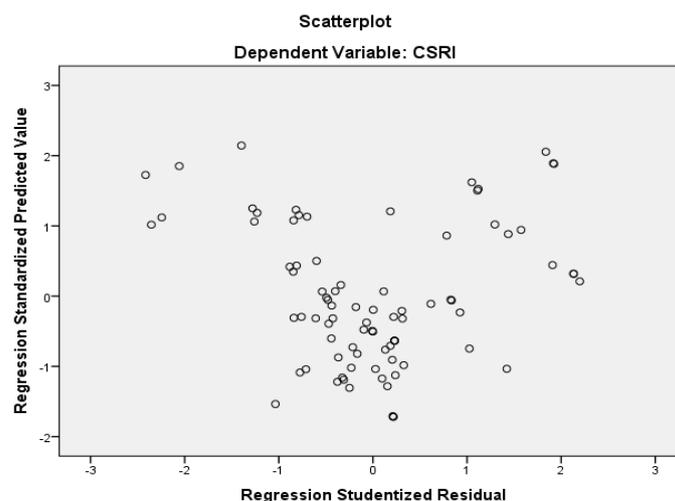
Hasil uji Durbin-Watson menunjukkan besar nilai d sebesar 1,793. Nilai ini dibandingkan dengan nilai tabel Durbin-Watson (k,n) dimana nilai k menunjukkan jumlah variabel independen yakni 4 variabel dan nilai n merupakan jumlah sample yang berjumlah 84 sampel. Apabila nilai d yang di dapat tergolong pada jarak nilai $dU < d < 4 - dU$, maka dapat di simpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi. Nilai du pada tabel menunjukkan 1,793 sehingga $1,7462 < 1,793 < 2,2538$ hasil ini menunjukkan bahwa model yang digunakan terbebas dari autokorelasi.

Uji Heteroskedastisitas

Tujuan uji heteroskedastisitas ini adalah untuk menguji apakah pada model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Apabila *variance* dari residual satu pengamatan dengan pengamatan lain berbeda, maka disebut heteroskedastisitas, namun sebaliknya apabila tetap disebut homoskedastisitas. Model regresi yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas adalah model regresi yang baik. Mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat apakah ada atau tidak ada pola tertentu pada grafik *scatterplot* yang di dihasilkan dari program SPSS.

Dasar dalam pengambilan keputusan untuk mendeteksi heteroskedastisitas adalah :

- Apabila terdapat pola titik-titik membentuk pola yang teratur (gelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- Apabila tidak ada pola yang jelas, serta titik - titik penyebaran di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.



Gambar 2
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber : Output spss

Dilihat dari gambar di atas maka dapat disimpulkan bahwa pada grafik *scatterplot* terlihat bahwa titik – titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y.

Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui adanya pengaruh kepemilikan institusional, *leverage*, profitabilitas, dan *size* perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Berikut ini adalah hasil analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini.

Tabel 8
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	-,582	,229	
1			
KEP. INST	-,048	,073	-,069
LEVERAGE	,004	,019	,019
PROFITABILITAS	-,002	,003	-,069
SIZE	,075	,017	,444

a. Dependent Variable: CSRI

Sumber : Output spss

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Menyatakan bahwa, apabila variabel kepemilikan institusional, *leverage*, profitabilitas, *size* perusahaan tidak sama dengan 0 maka pengungkapan *corporate social responsibility* adalah sebesar -0,582 dengan syarat variabel lain yang tidak mempengaruhi *corporate social responsibility* di anggap tidak konstan. Artinya, apabila variabel kepemilikan institusional, *leverage*, profitabilitas dan *size* perusahaan mengalami perubahan maka rata-rata *corporate social responsibility* adalah sebesar -0,582.

a. Koefisien regresi kepemilikan institusional

Koefisien regresi kepemilikan institusional memiliki nilai sebesar -0,048 yang menunjukkan arah hubungan negatif (berbalik arah) antara pengungkapan *corporate social responsibility* dengan kepemilikan institusional. Artinya adalah kepemilikan institusional akan turun -0,048 dengan syarat variabel lain konstan.

b. Koefisien regresi *leverage*

Koefisien regresi *leverage* memiliki nilai sebesar 0,004 yang menunjukkan arah hubungan positif (searah) antara pengungkapan *corporate social responsibility* dengan *leverage*. Artinya setiap penambahan 1 satuan pada variabel *leverage* maka akan menaikkan pengungkapan *corporate social responsibility* sebesar 0,004 satuan, dengan syarat variabel lain di anggap konstan.

c. Koefisien regresi profitabilitas

Koefisien regresi profitabilitas memiliki nilai sebesar -0,002 yang menunjukkan arah negatif (berbalik arah) antara pengungkapan *corporate social responsibility* dengan profitabilitas. Artinya profitabilitas akan turun -0,002 dengan syarat variabel lain konstan.

d. Koefisien regresi *size* perusahaan

Koefisien regresi memiliki nilai sebesar 0,075 yang menunjukkan arah hubungan positif (searah) antara pengungkapan *corporate social responsibility* dengan *size* perusahaan. Artinya setiap penambahan 1 satuan pada variabel *size* perusahaan maka akan menaikkan pengungkapan *corporate social responsibility* sebesar 0,075 satuan, dengan syarat variabel lain di anggap konstan.

Pengujian Hipotesis

Tujuan dilakukannya uji hipotesis adalah untuk menganalisis pengaruh kepemilikan institusional, *leverage*, profitabilitas dan *size* perusahaan terhadap pengungkapan CSR. Untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing hipotesis dari pengungkapan *corporate social responsibility*, maka dilakukan uji kelayakan model (uji statistik F) dan uji t (parsial). Pengujian ini dilakukan dengan tingkat signifikansi (α) sebesar 5%.

Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2011).

Tabel 10
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,461 ^a	,213	,173	,12364	1,793

a. Predictors: (Constant), SIZE, PROFITABILITAS, LEVERAGE, KEP. INST

b. Dependent Variable: CSRI

Sumber : Output spss

Pada tabel tersebut di atas dapat terlihat bahwa koefisien determinasi berganda (R^2) atau R Square adalah sebesar 0,213 atau sebesar 21,3 %, menunjukkan bahwa kepemilikan institusional, *leverage*, profitabilitas dan *size* perusahaan secara bersama-sama mampu menjelaskan variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebesar 21,3% sedangkan sisanya 78,7 % di pengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian.

Uji Kelayakan Model (Uji Statistik F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model regresi memiliki pengaruh kelayakan model terhadap variabel dependen. Dalam uji kelayakan model (Uji statistik F) dilakukan dengan menggunakan uji ANOVA (F Test).

Adapun kriteria pengujian secara kelayakan model dengan tingkat signifikan $\alpha = 5\%$ atau 0,05 sebagai berikut :

- a. Jika $\text{sig. } F < \alpha = 0,05$ maka model yang dibangun *fit* oleh kepemilikan institusional, *leverage*, profitabilitas dan *size* perusahaan yang mampu menjelaskan variabel penjas yaitu pengungkapan *corporate social responsibility*.
- b. Jika $\text{sig. } F > \alpha = 0,05$ maka model yang dibangun tidak *fit* oleh kepemilikan institusional, *leverage*, profitabilitas dan *size* perusahaan yang tidak mampu menjelaskan variabel penjas yaitu pengungkapan *corporate social responsibility*.

Tabel 11
Hasil Uji Kelayakan Model
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,327	4	,082	5,344	,001 ^b
	Residual	1,208	79	,015		
	Total	1,534	83			

a. Dependent Variable: CSRI

b. Predictors: (Constant), SIZE, PROFITABILITAS, LEVERAGE, KEP. INST

Sumber : Output spss

Uji ANOVA menghasilkan nilai F hitung sebesar 5,344 dengan tingkat signifikansi 0,001 dimana kriteria penolakan adalah jika signifikansi <0,05 ($\alpha = 5\%$), maka dapat disimpulkan bahwa model dalam penelitian layak untuk digunakan karena dianggap cocok (*fit*) dengan nilai observasinya. Dalam penelitian ini kepemilikan institusional, *leverage*, profitabilitas, dan *size* perusahaan pada masing-masing model regresi tersebut berpengaruh secara simultan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Uji t (Uji Parsial)

Pada dasarnya uji t (uji parsial) menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Adapun kriteria pengujian secara parsial dengan tingkat signifikan $\alpha = 5\%$ atau 0,05 sebagai berikut :

- a. Apabila *p-value* (pada kolom sig.) < $\alpha = 0,05$ maka hipotesis diterima. Hal tersebut berarti bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b. Apabila *p-value* (pada kolom sig.) > $\alpha = 0,05$ maka hipotesis ditolak. Hal tersebut berarti bahwa variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Bedasarkan dari hasil pengujian dengan menggunakan metode analisis regresi linierberganda diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 12
Hasil Uji t (Uji Parsial)
Coefficients^a

Model	Unstandardized		Standardized	T	Sig.	
	Coefficients		Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-,582	,229		-2,540	,013
	KEP. INST	-,048	,073	-,069	-,658	,513
	LEVERAGE	,004	,019	,019	,186	,853
	PROFITABI	-,002	,003	-,069	-,665	,508
	LITAS					
	SIZE	,075	,017	,444	4,324	,000

a. Dependent Variable: CSRI

Sumber : Output spss

Prosedur yang di gunakan untuk pengujian ini adalah menggunakan uji t, dengan tingkat signifikansi 0,05 :

- a. Uji t antara variabel independen kepemilikan institusional (X_1) terhadap pengungkapan CSR (Y), dengan nilai sig = 0,513 > 0,05 maka hipotesis ditolak, ini berarti variabel independen kepemilikan institusional (X_1) tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR (Y). Artinya hasil dari uji t ini tidak mendukung hipotesis 1 (H_1) bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR (Y).

- b. Uji t antara variabel independen *leverage* (X_2) terhadap pengungkapan CSR (Y), dengan nilai sig = 0,853 > 0,05 maka hipotesis ditolak, ini berarti variabel independen *leverage* (X_2) tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR (Y). Artinya hasil dari uji t ini tidak mendukung hipotesis 2 (H_2) bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR (Y).
- c. Uji t antara variabel independen profitabilitas (X_3) terhadap pengungkapan CSR (Y), dengan nilai sig = 0,508 > 0,05 maka hipotesis ditolak, ini berarti variabel independen profitabilitas (X_3) tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR (Y). Artinya hasil dari uji t ini tidak mendukung hipotesis 3 (H_3) bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR (Y).
- d. Uji t antara variabel independen *size* perusahaan (X_4) terhadap pengungkapan CSR (Y), dengan nilai sig = 0,000 < 0,05 maka hipotesis diterima, ini berarti variabel independen ukuran perusahaan (X_4) berpengaruh terhadap pengungkapan CSR (Y). Artinya hasil dari uji t ini mendukung hipotesis 4 (H_4) *size* perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR (Y).

Pembahasan

Pengaruh Kepemilikan Institusional Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Pada hipotesis pertama dikatakan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal ini tidak sesuai dengan hasil pengujian yang menunjukkan bahwa kepemilikan institusional tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* sehingga hipotesis pertama tidak dapat diterima. Hasil ini didukung oleh penelitian Barnae dan Rubin (2005) yang dilakukan untuk melihat *corporate social responsibility* sebagai konflik berbagai *shareholder* menunjukkan hasil bahwa pemegang saham institusional tidak memiliki hubungan terhadap *corporate social responsibility*. Kepemilikan institusional tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* kemungkinan disebabkan pihak institusi di Indonesia belum memiliki kesadaran penuh terhadap pentingnya keberlanjutan jangka panjang perusahaan dengan menjadikan aspek kegiatan sosial dan lingkungan sebagai pertimbangan utama dalam berinvestasi dan kemungkinan pihak institusi masih berorientasi pada keuntungan jangka pendek dengan memprioritaskan faktor lain sebagai pertimbangan investasi, misalnya laba perusahaan.

Pengaruh *Leverage* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Pada hipotesis ke dua ini dikatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* hal tersebut tidak sesuai dengan pengujian yang menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh signifikan, sehingga hipotesis kedua ditolak. Hasil ini didukung oleh penelitian dari Belkaoui dan Karprik (1989) dalam Sembiring (2005) menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat *leverage* semakin besar kemungkinan perusahaan akan melanggar perjanjian kredit sehingga perusahaan akan melaporkan laba sekarang lebih tinggi. Supaya laba yang dilaporkan tinggi, maka manajer harus mengurangi biaya-biaya termasuk biaya untuk melakukan kegiatan tanggung jawab sosial. Oleh karena itu, pengungkapan informasi sosial juga menjadi rendah atau terbatas. Melakukan pengungkapan *corporate social responsibility* tidak tergantung pada tingkat kepekaan perusahaan kepada kepedulian sosial dan tanggungjawabnya terhadap lingkungan. Meskipun jumlah utang perusahaan besar, namun apabila perusahaan memiliki kepedulian dan tanggung jawab yang besar terhadap lingkungan sosialnya maka perusahaan tersebut akan tetap melakukan pengungkapan *corporate social responsibility*.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Dalam hipotesis yang ke tiga dikatakan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal tersebut sesuai dengan hasil pengujian yang menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan sehingga hipotesis ketiga ditolak. Hasil ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Utama dan Kurniawati (2012), bahwa profitabilitas yang dihitung dengan ROA tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal tersebut dapat terjadi dikarenakan adanya kemungkinan suatu perusahaan yang memperoleh laba, kemudian diolah kembali oleh perusahaan melalui pengembangan asset perusahaan. Pada saat asset perusahaan tersebut dikembangkan, maka dianggap bahwa perusahaan akan memperoleh laba yang lebih besar lagi, yang dapat digunakan untuk kegiatan pendanaan hal lainnya.

Pengaruh Size Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Dalam hipotesis yang keempat dikatakan bahwa *Size* perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal tersebut sesuai dengan hasil pengujian yang menunjukkan *size* perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* sehingga hipotesis di terima. Hasil ini di dukung oleh penelitian yang dilakukan Sembiring (2005), secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan politis yaitu tekanan untuk melakukan pertanggungjawaban sosial. Perusahaan besar dengan aktivitas operasi yang besar akan lebih memperhatikan kegiatan sosial sehingga pengungkapan *corporate social responsibility* perusahaan akan semakin luas. Hal ini diperlukan untuk mendapatkan nilai positif dan legitimasi dari masyarakat. Secara umum perusahaan besar akan mengungkapkan informasi yang lebih banyak jika dibandingkan dengan perusahaan kecil. Dengan mengungkapkan kepedulian kepada lingkungan melalui pelaporan keuangan, maka perusahaan dalam jangka waktu yang panjang dapat terhindar dari biaya yang sangat besar yang disebabkan oleh tuntutan masyarakat.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan dari hasil analisis dan pengujian pada bab sebelumnya, maka di peroleh kesimpulan sebagai berikut :

Variabel kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Hal ini dikarenakan pihak institusi di Indonesia belum memiliki kesadaran penuh terhadap pentingnya keberlanjutan jangka panjang perusahaan, dengan menjadikan aspek kegiatan sosial dan lingkungan sebagai pertimbangan utama dalam berinvestasi. pihak institusi masih berorientasi pada keuntungan jangka pendek dengan memprioritaskan faktor lain sebagai pertimbangan investasi, misalnya laba perusahaan.

Variabel *Leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Hal ini dikarenakan semakin tinggi tingkat *leverage* semakin besar kemungkinan perusahaan akan melanggar perjanjian kredit. Sehingga perusahaan akan melaporkan laba sekarang lebih tinggi, dan manajer harus mengurangi biaya-biaya termasuk biaya untuk melakukan kegiatan tanggung jawab sosial. Maka dari itu pengungkapan *corporate social responsibility* juga menjadi rendah atau terbatas.

Variabel Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Hal ini dikarenakan suatu perusahaan memiliki kemungkinan memperoleh laba kemudian diolah kembali oleh perusahaan melalui pengembangan asset dan pada saat asset perusahaan tersebut dikembangkan maka, dianggap bahwa perusahaan akan memperoleh laba yang lebih besar lagi yang dapat digunakan untuk kegiatan pendanaan hal lainnya.

Size perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Pada dasarnya perusahaan besar akan melakukan aktivitas sosial yang lebih banyak dan melakukan pengungkapan *corporate social responsibility* lebih luas, agar mempunyai nilai positif terhadap pihak-pihak internal maupun pihak eksternal salah satunya masyarakat yang mempunyai kepentingan terhadap perusahaan.

Saran

Berdasarkan keterbatasan pada peneliti di atas selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian dengan metode yang berbeda, sehingga terwujud keberagaman dalam metode penelitian. Selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel yang berkaitan dengan *corporate social responsibility* serta menggunakan sample yang lebih banyak lagi. Sehingga penelitian akan lebih obyektif dan dapat lebih mencerminkan kondisi perusahaan yang menyeluruh secara umum, guna menyempurnakan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Anthony, R dan V. Govinda. 2005. *Sistem Pengendalian Manajemen*. Salemba Empat. Jakarta.
- Barnae, A dan A. Rubin. 2005. Corporate Social Responsibility as a Conflict between Shareholders. www.ssrn.com.
- Belkaoui, A dan P. G. Karpik. 1989. Determinants of the Corporate Decision to Disclose Sosial Information. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*2(1): 36- 51.
- Deegan, C. 2013. *Financial Accounting Theory*. McGrawHill. Australia
- Ghozali, I. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. 3rd ed. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, I. 2006. *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, I dan A. Chariri. 2007. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Cetakan IV. Badan Penerbitan Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Grey, et. al. 1995. Corporate Social and Environmental Reporting: A Review of Literature and a Longitudinal Study of UK Disclosure. *Accounting, Auditing, and Accountability Journal* 8(2): 47-76.
- Hackson, David and Markus J. Milne. (1996). "Some Determinants of Social and Enviromental Disclousure in New Zaeland Companies". *Accounting, Auditing and Acscountability Journal*9(1): 77-100.
- Hasibuan, M.R. 2001. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sosial (Social Disclosure) Dalam Laporan Tahunan Emite di BEJ dan BES. *Tesis*. program S2 Magister Akutansi Undip. Semarang.
- Jensen, M. C.dan W. H. Meckling. 1976. Theory of The Firm: Managerial Behaviuor, Agency Cost and Ownership Structure.*Journal of Financial Economics* 3: 305-360.
- Karinaputri. 2012. Analisis Pengaruh Kepemilikan Institusional, Kebijakan Deviden, Profitabilitas, dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Kebijakan Hutang Studi Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2008-2010. *Skripsi*. Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro. Semarang.
- Kiroyan, N. 2006. *Good Corporate Governance (GCG) dan Corporate Social Responsibility (CSR), Adakah Kaitan Diantara Keduanya ? Economics Business Accounting Review*. 3rd ed. Prentice Hall. Jakarta.
- Kurniati, T. dan Rahmatullah. 2011. *Panduan Praktis Pengelolaan CSR*. Samudra Biru. Yogyakarta.
- Makmun. 2002. Efisiensi Kinerja Asuransi Pemerintah. *Kajian Ekonomidan Keuangan* Vol. 6(1).

- Mulianti, F. 2010. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kebijakan Hutang dan Pengaruhnya terhadap Nilai Perusahaan. *Tesis*. program S2 Megister Sains Akuntansi UNDIP. Semarang.
- Munawir, S. 2007. *Analisis Laporan Keuangan*. 4 ed. PT. Liberty. Yogyakarta.
- Nugraha, A. S. 2013. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dalam Laporan Tahunan Perusahaan. *Jurnal*. STIESIA. Surabaya.
- Santoso, S. 2001. *SPSS Versi Mengolah Data Statistik Secara Profesional*. PT. Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Sembiring, E. R. 2003. Kinerja Keuangan Political Visibility, Ketergantungan Pada Hutang, dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Simposium Nasional Akuntansi VI*. Surabaya.
- Sembiring, E. R. 2005. Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. *Simposium Nasional Akuntansi VII*. Solo.
- Stoner, J. A. F. dan A. Sirait. 1994. *Manajemen Jilid 1*. 2nd ed (Revisi). Erlangga. Jakarta.
- Suharsaputra, U. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. 1st ed. PT. Refika Aditama. Bandung.
- Sujoko dan U. Soebiantoro. 2007. Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham, Leverage, Faktor Interean dan Faktor Eksterean terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* Vol.9, No.1.
- Suranta, E. dan P. P. Midiastuty. 2013. Analisis Hubungan Struktur Kepemilikan Manajerial, Nilai Perusahaan dan Investasi dengan Model Persamaan Linier Simultan. *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia* 6(1): 54-68.
- Susanto, Y. 2013. Pengaruh Pengungkapan Sustainability Reporting terhadap Profitabilitas Perusahaan. *Business Accounting Review*, Vol. 1.
- Utama, I. M. K. dan P. P. F. Kurniawati. 2012. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Luas Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi pada Perusahaan Non Keuangan di BEI). *Jurnal Riset Akuntansi* Vol.2, No.1.
- Wahidahwati. 2002. *Pengaruh Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional pada Kebijakan Utang Perusahaan : Sebuah Perspektif Teori Agensi*. JRAI 5(1).
- Widarjo, W. 2010. Pengaruh Ownership Retention, Investasi dari Proceeds dan Reputasi Auditor terhadap Nilai Perusahaan dengan Kepemilikan Manajerial dan Institusional sebagai Variabel Pemoderasi. *Tesis*. Universitas Sebelas Maret. Surakarta.
- Widiastuti, M., P. P. Midiastuty, dan E. Suranta. 2013. Devidend Policy and Foreign Ownership. *Simposium Nasional Akuntansi XVI*: 3401-3423.
- www.idx.co.id
- Yuliani, R. 2003. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Praktek Pengungkapan Sosial dan Lingkungan di Indonesia. *Tesis*. Program PascaSarjana Magister Akuntansi Universitas Diponegoro. Semarang.