

PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Inmas Nur Fajriyah
inmaz.nur@gmail.com
Nur Handayani

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

This research aimed to examine the effect of companies' characteristics on the disclosure of Corporate Social Responsibility of Food and Beverages companies which were listed on Indonesia Stock Exchange (IDX). While, those factors namely profitability, leverage, board of commissioner's size and firm size. Meanwhile, Corporate Social Responsibility was measured based on Responsibility Index (CSRI) in which taken from companies' yearly report. The research was quantitative. Moreover, the population was 10 Food and Beverages companies which were listed on Indonesia Stock Exchange (IDX) 2014- 2018. Furthermore, the data collection technique used purposive sampling. In line with, there were 50 samples. However, as there was outlier within the data, the sample became 37 samples. In addition, the data analysis technique used multiple linear regression with SPSS. The research result concluded the hypothesis of profitability, leverage and firm size did not affect the disclosure of Corporate Social Responsibility of Food and Beverages companies. On the other hand, board of commissioner's size had affected the disclosure of Corporate Social Responsibility of Food and Beverages compames.

Keywords: CSR, profitability, leverage, board of commissioner's size, firm size

ABSTRAK

Penelitian ini menguji tentang pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada industri sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Faktor-faktor karakteristik perusahaan yang digunakan pada penelitian ini, antara lain: profitabilitas, *leverage*, ukuran dewan komisaris dan ukuran perusahaan. Pengukuran *Corporate Social Responsibility* didasarkan pada *Corporate Social Responsibility Index* (CSRI) yang dilihat dari laporan tahunan perusahaan. Jenis penelitian ini bersifat kuantitatif. Sampel penelitian yang digunakan menggunakan *purposive sampling*. Berdasarkan metode *purposive sampling* diperoleh sebanyak 50 sampel dari 10 perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2014-2018. Terdapat data *outlier* dalam penelitian ini sehingga menyebabkan berkurangnya jumlah pengamatan pada penelitian yang semula berjumlah 50 sampel menjadi 37 sampel. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis faktor profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada industri sub sektor makanan dan minuman. Sementara itu, ukuran dewan komisaris memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada industri sub sektor makanan dan minuman.

Kata kunci : CSR, profitabilitas, *leverage*, ukuran dewan komisaris, ukuran perusahaan.

PENDAHULUAN

Perusahaan merupakan suatu bagian dari masyarakat dan lingkungan yang keberadaannya dianggap banyak memberikan keuntungan, seperti kesempatan kerja, memberi sumbangan, membayar pajak, menyediakan barang konsumsi, jasa dan lain-lain. Namun dibalik itu semua, keberadaan perusahaan juga tidak terlepas dari aktivitas

perusahaan yang bahkan dapat merugikan kepentingan pihak lain yang ternyata banyak menimbulkan berbagai persoalan sosial dan lingkungan, seperti polusi udara, kebisingan, pemaksaan, kesewenang-wenangan, keracunan, diskriminasi, produksi makanan haram serta bentuk *negative externalities* lain (Harahap, 2001). Menurut Elkington (dalam Putri, 2013), selain mengejar sebuah keuntungan, perusahaan harus bisa memperhatikan dan juga terlibat dalam memenuhi kesejahteraan masyarakat serta ikut memberikan kontribusi yang aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan. Hal tersebut mengindikasikan bahwa suatu perusahaan boleh berlanjut sebagai entitas pencetak laba sepanjang tidak merusak lingkungan dan sosial. Substansi keberadaan tanggung jawab sosial muncul dalam rangka memperkuat keberlanjutan perusahaan dengan membangun kerjasama antar *stakeholders* yang terkait. Tanggung jawab sosial terhadap para stakeholder tersebut yang memunculkan istilah tanggung jawab sosial perusahaan atau lebih dikenal dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR). CSR adalah konsep akuntansi yang dapat menyajikan transparansi dan mengantarkan perusahaan untuk dapat melakukan pengungkapan aktivitas sosial. Informasi yang diungkapkan merupakan informasi keuangan perusahaan dan dampak sosial maupun dampak lingkungan perusahaan. Jadi setiap perusahaan wajib mencantumkan laporan tanggung jawab sosial di dalam *Annual Report*.

Pada umumnya, laporan keuangan merupakan referensi utama bagi para investor atau calon investor dalam menilai kinerja perusahaan dan sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan perusahaan. Namun dalam beberapa terakhir ini, pelaporan tanggung jawab sosial mulai mendapat perhatian, khususnya dari kalangan investor. Bagi perusahaan, pelaporan tanggung jawab sosial bisa dijadikan sebagai alat untuk meyakinkan investor atau calon investor tersebut (Manurung, 2008 dan Nor Hadi, 2011). Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh perusahaan sesuai dengan isi Pasal 74 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT). Bahwa perusahaan dituntut untuk menjalankan dan memberikan hak hak masyarakat dan lingkungan yang diamanatkan Undang-Undang pada perusahaan.

Di Indonesia, penerapan CSR telah memberikan banyak perhatian yang besar. Hal tersebut dilatarbelakangi oleh berbagai kasus yang terjadi seperti keamanan produk, penyalahgunaan investasi, meningkatnya polusi dan limbah, buruknya kualitas produk dan lain-lain. Pemilihan sampel perusahaan makanan dan minuman oleh penulis karena perusahaan tersebut memiliki tingkat produksi yang tinggi. Alasan lainnya yaitu karena perusahaan makanan dan minuman dalam proses produksinya menyumbangkan limbah produksi terhadap lingkungan. Dampak dari kegiatan perusahaan yang ditimbulkan berbeda-beda meskipun jenis usahanya sama, sehingga berpengaruh terhadap CSR yang dilakukan perusahaan. Perbedaan tersebut dikarenakan suatu perusahaan memiliki karakteristik yang berbeda. Semakin kuat karakteristik yang dimiliki suatu perusahaan tersebut dalam menghasilkan dampak sosial bagi publik tentunya akan semakin kuat pula pemenuhan tanggung jawab sosialnya kepada publik (Veronica, 2010). Di antara karakteristik perusahaan yang dijadikan sebagai variabel independen dalam penelitian terdahulu adalah profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan dan ukuran dewan komisaris.

Profitabilitas merupakan rasio yang menggambarkan kinerja keuangan perusahaan dalam menghasilkan laba atau keuntungan. Rasio profitabilitas dapat diukur dengan menggunakan *Return On Assets* (ROA) yang merupakan perbandingan antara laba bersih dengan total aset pada akhir periode. *Return On asset* (ROA) adalah suatu ukuran efektifitas perusahaan yang menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aktiva atau aset yang dimilikinya. Hasil perhitungan ROA akan digunakan sebagai indikator kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba.

Leverage merupakan kemampuan perusahaan dalam memenuhi pembayaran semua kewajibannya, baik kewajiban jangka pendek maupun kewajiban jangka panjang. *Leverage* di

proksikan dengan menggunakan DER. *Debt to Equity Ratio* (DER) adalah rasio yang membandingkan total kewajiban dengan total aset. Ukuran dewan komisaris adalah anggota dewan direksi yang dianggap mempunyai pengaruh terhadap kemampuan untuk bertindak independen semata-mata demi keuntungan perusahaan (Komite nasional Kebijakan Governance, 2004). Pada ukuran dewan komisaris dilihat dari jumlah dewan komisaris yang ada di intern perusahaan. Ukuran perusahaan diukur dari total aset yang dimiliki perusahaan yang diperoleh dari laporan tahunan perusahaan untuk tahun 2014 - 2018. Ukuran perusahaan yang diukur dengan total aset akan ditransformasikan dalam logaritma untuk menyamakan dengan variabel lain karena total aset perusahaan nilainya relatif besar dibandingkan variabel-variabel lain dalam penelitian ini.

Berdasarkan uraian di atas mengenai karakteristik perusahaan, yang sebagaimana hal tersebut merupakan faktor-faktor yang mempunyai indikasi adanya hubungan dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dengan demikian, penulis ingin mengangkat faktor-faktor tersebut sebagai variabel independen dalam penelitian ini, antara lain yaitu faktor profitabilitas, *leverage*, ukuran dewan komisaris dan ukuran perusahaan (*size*). Beberapa penelitian yang dilakukan tersebut memberikan perbedaan sifat variabel dan alat analisis yang menyebabkan keragaman hasil dalam mengungkapkan tanggung jawab sosial. Atas dasar perbedaan tersebut, peneliti termotivasi untuk melakukan pengujian mengenai pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada industri sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Berdasarkan pada latar belakang penelitian yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia; (2) Apakah *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia; (3) Apakah ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia; (4) Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia; Berdasarkan rumusan masalah dapat dikemukakan tujuan penelitian sebagai berikut: (1) Untuk menguji pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia; (2) Untuk menguji pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia; (3) Untuk menguji pengaruh ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia; (4) Untuk menguji pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

TINJAUAN TEORITIS

Teori *Stakeholders*

Pada teori *stakeholder* ini menjelaskan bahwasannya suatu perusahaan tidak selalu berlangsung untuk kepentingannya sendiri, tetapi juga dapat memberikan keuntungan bagi *stakeholder*-nya. Dengan begitu kehadiran dan eksistensi perusahaan sangatlah penting untuk memberikan pengaruh dan dukungan yang diberikan oleh *stakeholders* tersebut (Chariri dan Ghazali, 2007). Menurut Wibisono (2007) menjelaskan bahwa *stakeholders* adalah sebagai seorang atau golongan yang mempunyai kepentingan baik langsung maupun tidak

langsung pada eksistensi atau aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan, karena pihak-pihak atau golongan tersebut dapat memberikan pengaruh dan juga dipengaruhi oleh perusahaan.

Dengan menggunakan sudut pandang berbeda, (Post *et al.*, 2002:10) membagi para pemangku kepentingan ke dalam dua kategori, yakni *primary stakeholders* dan *secondary stakeholders*. *Primary stakeholders* adalah berbagai pihak yang berinteraksi langsung dalam aktivitas bisnis perusahaan serta mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk melaksanakan tujuan utamanya yakni menyediakan barang dan jasa bagi masyarakat. *Primary stakeholders* meliputi: para pemegang saham (*stockholders*), karyawan (*employees*), pemasok (*supplier*), kreditur (*creditors*), pelanggan (*customers*) serta pedagang besar dan eceran (*wholesalers and retails*). Sedangkan yang dimaksud dengan *secondary stakeholders* adalah sekelompok orang dalam masyarakat yang dipengaruhi secara langsung maupun tidak langsung oleh berbagai aktivitas atau keputusan utama perusahaan. *Secondary stakeholders* meliputi: masyarakat, komunitas lokal, pemerintah pusat dan daerah, pemerintahan asing, kelompok aktivis sosial, media dan kelompok pendukung bisnis. Dari kedua jenis *stakeholders* di atas, *stakeholders* selaku pemangku kepentingan primer mempunyai hubungan yang sangat erat dalam meletakkan manajemen entitas bisnis dalam upaya pengungkapan *corporate social responsibility*.

Teori Agensi

Teori agensi menjelaskan bahwa terdapat hubungan kerja antara pihak yang memberikan wewenang atau *principal* yaitu investor dengan pihak yang menerima wewenang atau *agency* yaitu manajer entitas bisnis. Dalam kaitannya dengan keagenan yaitu perjanjian dimana seseorang atau lebih yang disebut prinsipal memberikan kepercayaan kepada orang lain yang disebut dengan agen untuk melaksanakan suatu tindakan atas nama prinsipal. Agen berkedudukan sebagai pengambil keputusan terbaik untuk prinsipal, sedangkan prinsipal bertugas sebagai pengawas yang memberikan evaluasi atas keputusan yang telah diambil oleh agen (Jensen dan Meckling, 1976).

Suatu perusahaan yang melakukan pengungkapan informasi *corporate social responsibility* bertujuan untuk membangun suatu image atau reputasi pada perusahaan dan mendapatkan perhatian dari masyarakat tersebut. Dalam rangka untuk memberikan informasi *corporate social responsibility*, perusahaan memerlukan biaya, dengan begitu keuntungan perusahaan yang terlapor dalam satu tahun berjalan menjadi lebih sedikit. Menurut penelitian Putra (2011) pada saat perusahaan dihadapkan oleh suatu biaya pengawasan dan biaya perjanjian yang rendah dan visibilitas politik yang cukup besar maka akan mengarah untuk mengungkap informasi tanggung jawab sosial.

Teori Legitimasi

Menurut Wardani (2013) menjelaskan bahwa suatu perusahaan dapat berada dalam lingkungan sekitar karena adanya suatu support dari masyarakatnya. Maka dari itu, bingkai pedoman yang ditetapkan masyarakat dalam menjalankan bisnis harus ada dalam perilaku perusahaan dan juga cara yang digunakan oleh perusahaan. Dalam kontrak sosial tersebut akan menjalani suatu pergantian yang sejalan dengan pergantian kondisi masyarakatnya.

Namun kontrak sosial tetap menjadi dasar bagi legitimasi bisnis apa pun perubahan yang terjadi. Di dalam kontrak perjanjian ini juga yang akan membuat sarana bagi perusahaan dalam menyelaraskan beberapa tujuan perusahaan dengan maksud masyarakat akan menjadi pengaktualan dalam bentuk tanggung jawab sosial perusahaan. Oleh karena itu, sebagai sistem yang selalu memprioritaskan keberpihakannya kepada *society*, kegiatan perusahaan harus sejalan dengan harapan masyarakat (Wardani, 2013).

Konsep Corporate Social Responsibility (CSR)

Pengertian *corporate social responsibility* atau CSR adalah mekanisme bagi suatu lembaga untuk suka rela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum (Darwin, 2004 dalam Putra, 2011). Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dapat dilihat pada laporan yang biasa disebut dengan laporan keberlanjutan atau *Sustainability Reporting*. Konsep CSR seringkali tumpang tindih dengan konsep-konsep lainnya karena konsep ini merupakan konsep yang sulit untuk diartikan. Tetapi konsep CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan ini sudah mengalami peningkatan dalam beberapa tahun terakhir, karena konsep CSR sudah membuat tertarik dunia dan ekonomi global.

Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)

Pengungkapan dalam arti ini ialah sebagai penyajian sejumlah informasi yang dibutuhkan untuk pengoperasian secara optimal pasar modal yang efisien. Tujuan dari pengungkapan tanggung jawab social ini adalah untuk mengungkapkan informasi pada laporan tahunan entitas bisnis dengan maksud memberikan dampak yang positif dan dilakukan jangka panjang bagi perusahaan walaupun masih dilakukan secara bebas atau sukarela. Model pelaporan perusahaan atau *Corporate Sustainability Reporting* terbagi menjadi tiga kategori yang biasa disebut aspek *Triple Bottom Line*, yang meliputi kinerja ekonomi, kinerja lingkungan dan kinerja sosial. Ketiga kategori tersebut mengisyaratkan bahwa terjadi konektivitas antara upaya mencapai laba, menjaga keseimbangan lingkungan dan kepedulian terhadap masyarakat.

Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR

Menurut Lang and Ludholm, 1993 (dalam Rosmasita, 2007) menyatakan karakteristik perusahaan dapat menjelaskan variasi luas dalam pengungkapan sukarela dalam laporan tahunan, karakteristik perusahaan merupakan predictor kualitas pengungkapan. Dalam penelitian ini karakteristik perusahaan yang mempengaruhi pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan yaitu: profitabilitas, *leverage*, ukuran dewan komisaris dan ukuran perusahaan (*size*).

Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk memperoleh keuntungan dengan tujuan untuk menaikkan nilai pemegang saham. Profitabilitas adalah suatu faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan juga fleksibel dalam menginformasikan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham, sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka cenderung akan semakin besar pengungkapan informasi sosial (Heinze, 1976; Gray, *et al.*, 1976; Sembiring, 2005 dalam Putra, 2011).

Leverage

Leverage merupakan rasio untuk mengukur besarnya aktiva yang dibiayai oleh utang atau proporsi total utang terhadap rata-rata ekuitas pemegang saham. Rasio *leverage* memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat resiko tak tertagihnya suatu utang. *Leverage* merupakan suatu alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan yang tergantung pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. Perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* tinggi berarti perusahaan tersebut sangat bergantung pada pinjaman luar dalam membiayai asetnya, sedangkan perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* lebih rendah maka perusahaan tersebut lebih banyak membiayai asetnya dengan modal sendiri. Rasio *leverage* dapat menunjukkan resiko finansial yang dihadapi perusahaan.

Ukuran Dewan Komisaris

Ukuran dewan komisaris adalah sebuah mekanisme pengendalian intern tertinggi, yang mempunyai tanggung jawab untuk memonitor tindakan manajemen puncak. Dewan komisaris terdiri dari inside dan outside director yang akan memiliki akses informasi khusus yang berharga dan sangat membantu dewan komisaris serta menjadikannya sebagai alat efektif dalam pengambilan keputusan pengendalian (Fama, 1983). Untuk mewujudkan akuntabilitas perusahaan, dewan komisaris dapat memberikan pengaruh yang cukup kuat untuk menekan manajemen dalam mengungkapkan informasi sosial yang lebih luas, sehingga perusahaan yang memiliki ukuran dewan komisaris yang lebih besar akan lebih banyak mengungkapkan informasi sosial.

Ukuran Perusahaan

Definisi ukuran perusahaan sebagai rata-rata total penjualan bersih untuk tahun yang bersangkutan sampai beberapa tahun. Ukuran perusahaan merupakan karakteristik suatu perusahaan dalam hubungannya dengan struktur perusahaan (Brigham dan Houston, 2006). Ukuran perusahaan diukur dari total aktiva yang dimiliki perusahaan. Definisi dari total aktiva sendiri adalah segala sumber daya yang dikuasai oleh perusahaan sebagai akibat dari transaksi masa lalu dan diharapkan akan memberikan manfaat ekonomi bagi perusahaan di masa yang akan datang. Perusahaan yang mempunyai aktiva dengan jumlah yang besar atau disebut sebagai perusahaan besar akan mendapatkan lebih banyak perhatian dari para investor, kreditor, pemerintah, maupun para analisis ekonomi dibandingkan dengan perusahaan kecil.

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan CSR

Hubungan antara pengungkapan *corporate social responsibility* dengan profitabilitas perusahaan yaitu untuk memberikan cara pandang bahwa manajerial dapat membuat perusahaan mendapatkan laba sesuai reaksi sosial. Menurut Saidi, 2004 (dalam Wardani, 2013) menjelaskan bahwa profitabilitas adalah suatu ketrampilan perusahaan dalam mendapatkan keuntungan sehingga dapat melihat keberadaan perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Dari penjelasan tersebut menunjukkan bahwa profitabilitas mempunyai pengaruh positif terhadap tanggung jawab sosial perusahaan.

H₁ : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR

Pengaruh Leverage terhadap Pengungkapan CSR

Leverage adalah proporsi total kewajiban terhadap total ekuitas pemegang saham. Rasio *leverage* ini digunakan sebagai gambaran dalam menyusun struktur modal yang dimiliki perusahaan. Sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang (Wardani, 2013). Manajemen perusahaan dengan tingkat leverage yang cukup tinggi akan mengurangi sebuah pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuat agar hal tersebut tidak menjadi sorotan dari para debtholders. Hasil yang ditunjukkan oleh *leverage* yaitu mempunyai pengaruh negatif terhadap tanggung jawab sosial perusahaan.

H₂ : *Leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR

Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris terhadap Pengungkapan CSR

Berdasarkan pada teori agensi, dijelaskan bahwa dewan komisaris dapat dianggap sebagai mekanisme tertinggi yang bertanggung jawab untuk memonitor tindakan manajemen puncak. Dengan wewenang yang dimiliki, dewan komisaris juga dapat memberikan pengaruh yang cukup kuat untuk menekan manajemen agar dapat mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial lebih banyak, sehingga dapat dijelaskan bahwa perusahaan yang memiliki ukuran dewan komisaris lebih besar akan lebih banyak

mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility*. Dalam hasil penelitian Sabeni (2002) menemukan bahwa dewan komisaris berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan sukarela yang dibuat perusahaan di Indonesia. Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility*.

H₃ : Ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR

Perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti oleh masyarakat luas, sehingga dengan adanya pengungkapan yang lebih banyak oleh entitas bisnis maka hal tersebut dapat sebagai bagian dari pengurangan biaya tekanan politis sebagai wujud tanggung jawab sosial entitas. Secara teoritis, perusahaan yang besar tidak akan lepas dari suatu tekanan, dan perusahaan besar dengan aktivitas operasi memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat yang mungkin akan memiliki seorang pemegang saham yang memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan, sehingga pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan akan semakin luas (Cowen *et al.*, 1987 dalam Sembiring, 2005). Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility*.

H₄ : Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu menekankan pada kegiatan mengklasifikasikan, menghitung, membandingkan, dan menganalisis data. Penelitian ini bertujuan untuk mencari pengaruh variable independen terhadap variable dependen. Dalam penelitian ini variable independen adalah profitabilitas perusahaan, *leverage*, ukuran dewan komisaris, dan ukuran perusahaan (*size*). Sedangkan variable dependen adalah pengungkapan *corporate social responsibility*. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2014 sampai dengan 2018. Periode tersebut dipilih karena merupakan data terbaru yang bisa diperoleh. Diharapkan dengan periode waktu 5 (lima) tahun akan diperoleh hasil yang baik dalam menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Fahrizqi, 2010). Dalam penelitian ini metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *purposive sampling* (BEI 2014 dan 2018).

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode *purposive sampling*, yaitu pemilihan sampel berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu. Adapun kriteria perusahaan yang dipilih adalah sebagai berikut: (1) perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2014 sampai dengan 2018; (2) perusahaan menyajikan data secara lengkap yang dibutuhkan dalam perhitungan nilai variabel penelitian; (3) perusahaan telah mengeluarkan laporan keuangannya dalam bentuk rupiah selama periode penelitian yaitu 2014 sampai dengan tahun 2018; (4) perusahaan yang tidak mengalami kerugian selama periode amatan dari tahun 2014 sampai dengan tahun 2018. Berdasarkan teknik sampling tersebut, maka diperoleh sebanyak 10 perusahaan yang sesuai dengan kriteria penelitian tersebut. Sehingga jumlah seluruh sampel penelitian jika dikalikan dengan periode penelitian adalah menjadi 50 sampel.

Teknik Pengumpulan Data

Jenis Data

Secara singkat suatu cara yang digunakan peneliti dalam proses pengumpulan data merupakan pengertian dari teknik pengumpulan data. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang merupakan data sekunder, berasal dari laporan keuangan tahunan (*annual report*) tahun 2014-2018 dengan cara menghitung, menganalisa, membandingkan, serta mengklarifikasi data-data yang berupa angka- angka yang dibuat sebagai dasar pengambilan keputusan. Data dalam penelitian ini diambil dari situs IDX (*Indonesia Stock Exchanges*) yang berasal dari website BEL, yaitu www.idx.co.id.

Sumber Data

Sumber data sekunder adalah data yang digunakan pada penelitian ini. Sumber data sekunder merupakan data yang didapat dan dikumpulkan peneliti dari berbagai sumber yang telah ada. Sumber data sekunder dalam penelitian ini didapat dari website Bursa Efek Indonesia yang dapat diakses di www.idx.co.id berupa laporan keuangan tahunan (*annual report*) perusahaan yang telah dipublikasi sejak tahun 2014 sampai dengan tahun 2018.

Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Variabel Dependen

Variabel dependen (variabel terikat) adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen (variabel bebas). Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah tingkat pengungkapan CSR yang diukur menggunakan *Corporate Social Responsibility Index* (CSRI). Instrumen pengukuran CSRI yang akan digunakan dalam penelitian ini mengacu pada instrumen yang digunakan oleh Darwin (2004), yang mengelompokkan informasi CSR ke dalam tiga kategori, yaitu: aspek kinerja ekonomi, aspek kinerja lingkungan, dan aspek kinerja sosial. Aspek kinerja sosial dibagi menjadi empat kategori, antara lain: praktek kinerja, hak manusia, sosial, dan tanggung jawab terhadap produk.

Pengukuran CSRI mengacu pada penelitian Haniffa *et al.*, 2005 (dalam Sayekti dan Wondabio, 2007) bahwa pendekatan ini pada dasarnya menggunakan pendekatan dikotomi, pendekatan dikotomi yaitu pada setiap kategori informasi pengungkapan CSR dalam instrumen penelitian diberi skor 1 jika kategori informasi yang diungkapkan ada dalam laporan tahunan, dan nilai 0 jika kategori informasi tidak diungkapkan di dalam laporan tahunan. Selanjutnya, skor dari setiap kategori informasi *Sustainability Reporting* ditambahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan. Pengukuran dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$CSRI_y = \frac{\sum X_{ky}}{6}$$

Keterangan:

CSRI_y : *Corporate Social Responsibility Indeks* perusahaan y

$\sum X_{ky}$: *Dummy variable* : 1 = jika kategori *Sustainability Reporting* k diungkapkan; 0 = jika kategori *Sustainability Reporting* k tidak diungkapkan.

Variabel Independen

Variabel independen (variabel bebas) adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen yaitu :

Rasio Profitabilitas

Profitabilitas merupakan rasio yang menggambarkan kinerja keuangan perusahaan dalam menghasilkan laba atau keuntungan. Rasio profitabilitas dapat diukur dengan

menggunakan *Return On Assets* (ROA) yang merupakan perbandingan antara laba bersih dengan total aset pada akhir periode. *Return On asset* (ROA) adalah suatu ukuran efektifitas perusahaan yang menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aktiva atau aset yang dimilikinya. Hasil perhitungan ROA akan digunakan sebagai indikator kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Rumus menghitung *Return On Assets* (ROA) adalah sebagai berikut :

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak} \times 100 \%}{\text{Total Asset}}$$

Rasio Leverage

Leverage merupakan kemampuan perusahaan dalam memenuhi pembayaran semua kewajibannya, baik kewajiban jangka pendek maupun kewajiban jangka panjang. *Leverage* di proksikan dengan menggunakan DER. *Debt to Equity Ratio* (DER) adalah rasio yang membandingkan total kewajiban dengan total aset. Rasio ini dapat di hitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

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

Ukuran Dewan Komisaris

Ukuran dewan komisaris adalah anggota dewan direksi yang dianggap mempunyai pengaruh terhadap kemampuan untuk bertindak independen semata-mata demi keuntungan perusahaan (Komite nasional Kebijakan Governance, 2004). Pada ukuran dewan komisaris dilihat dari jumlah dewan komisaris yang ada di intern perusahaan. Hasilnya berupa persentase yang dihitung dari rumus berikut:

$$\text{Ukuran Dewan Komisaris (UDK)} = \sum \text{Dewan Komisaris}$$

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan diukur dari total aset yang dimiliki perusahaan yang diperoleh dari laporan tahunan perusahaan untuk tahun 2014 - 2018. Ukuran perusahaan yang diukur dengan total aset akan ditransformasikan dalam logaritma untuk menyamakan dengan variabel lain karena total aset perusahaan nilainya relatif besar dibandingkan variabel-variabel lain dalam penelitian ini. Dengan menggunakan log natural, nilai yang sangat besar akan disederhanakan tanpa mengubah proporsi dari nilai asal yang sebenarnya. Maka diperoleh rumus sebagai berikut :

$$\text{Ukuran Perusahaan (size)} = \text{Logaritma natural dari total aktiva}$$

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan suatu metode atau cara untuk mengolah data dengan berpedoman pada data yang di dapatkan dari data sekunder berupa laporan keuangan menjadi informasi sehingga data bersangkutan menjadi mudah untuk dipahami dan bermanfaat untuk mencari solusi dari suatu permasalahan. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Analisis Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono (2014:206) statistik deskriptif merupakan suatu metode statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah dikumpulkan dan diperoleh tanpa bermaksud untuk membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Dalam penelitian ini analisis deskriptif kuantitatif merupakan analisis data yang dilakukan untuk mengetahui dan menjelaskan variabel yang diteliti yang berupa angka-angka sebagai dasar untuk

pengambilan keputusan dan memberikan gambaran mengenai kondisi perusahaan sampel selama periode penelitian.

Pengujian Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi dilakukan pengujian asumsi klasik. Adapun dalam penelitian ini menggunakan uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi.

Uji Normalitas

Tujuan dilakukan uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi yang normal. Dalam uji normalitas ini ada 2 (dua) cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik (Ghozali, 2009). Alat uji yang digunakan adalah dengan menggunakan analisis grafik histogram dan grafik *normal probability plot* dan uji statistik dengan *Kolmogorov-Smirnov Z (1-Sample K-S)*. Dasar pengambilan keputusan dengan analisis grafik *normal probability plot* adalah jika pada titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Sedangkan dasar pengambilan keputusan uji statistik dengan *Kolmogorov-Smirnov Z (1-Sample K-S)* adalah jika nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih dari 0,05, maka hal ini berarti data residual terdistribusi dengan normal.

Uji Multikolinearitas

Tujuan dilakukannya uji multikolinearitas adalah untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen) atau tidak (Ghozali, 2009). Uji Multikolinearitas dapat dilihat dengan cara menganalisis nilai VIF (*Variance Inflation Factor*), yaitu dengan nilai VIF tidak lebih dari 10 dan nilai tolerance tidak kurang dari 0,10 maka model tersebut dapat dikatakan terbebas dari multikolinearitas, begitupun sebaliknya (Ghozali, 2016:103).

Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dilakukan uji heteroskedastisitas adalah untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2009). Model regresi yang baik tidak terjadi Heteroskedastisitas. Untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat menggunakan uji Glejser. Uji Glejser adalah uji yang dilakukan dengan cara meregresi nilai absolut residual terhadap variabel independen. Apabila hasil uji Glejser tersebut menunjukkan tidak ada satupun variabel independen yang signifikansinya $> 5\%$, maka dapat disimpulkan model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Menurut Ghozali (2011), model regresi yang baik yaitu model regresi yang bebas dari autokorelasi. Untuk mengindikasikan ada atau tidaknya autokorelasi dapat menggunakan uji *Durbin-Watson (DW test)*, dimana hasil pengujian ditentukan berdasarkan nilai *Durbin-Watson (DW)*. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *Run Test*. Uji *run test* merupakan bagian dari statistik non-parametrik digunakan untuk menguji ada atau tidaknya korelasi antar residual. Apabila nilai *Asymp Sig. > 0,05* maka data terjadi secara random dan tidak terjadi autokorelasi antar nilai residual.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini bertujuan untuk mengindikasi arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif

atau negatif. Mengingat penelitian ini menggunakan empat variabel bebas yang terdiri dari profitabilitas, *leverage*, ukuran dewan komisaris dan ukuran perusahaan (*size*), maka hubungan antara karakteristik perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan diukur dalam bentuk persamaan linier berganda sebagai berikut :

$$\text{CSRI} = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan :

CSRI : Indeks pengungkapan CSR perusahaan

α : Konstanta

β_1 - β_4 : Koefisien variable bebas

X1 : Profitabilitas

X2 : *Leverage*

X3 : Ukuran Dewan Komisaris

X4 : Ukuran Perusahaan (*size*)

e : Standar *error*

Pengujian Hipotesis

Menurut Santoso (2009), uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisis regresi berganda. Dalam kasus regresi berganda terdapat satu variabel dependen dan lebih dari satu variabel independen. Setelah mendapatkan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan serangkaian tahap untuk menghitung dan mengolah data tersebut, agar dapat mendukung hipotesis yang telah diajukan. Dalam penelitian ini pengujian hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut :

Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai R^2 ialah digunakan untuk mengukur tingkat kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi berarti antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil merupakan kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati 1 (satu) berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Jadi semakin besar nilai R^2 atau semakin mendekati nilai 1 koefisien R^2 maka suatu regresi semakin baik, hal itu berarti bahwa variabel independen (X) secara keseluruhan mampu menerangkan variasi perubahan variabel dependen namun sebaliknya jika angka R^2 semakin kecil maka berarti kemampuan variabel independen (X) dalam menjelaskan variabel dependen (Y) sangat terbatas (Ghozali, 2009).

Uji Statistik F (Uji Kelayakan Model)

Menurut Ghozali (2009), pada dasarnya uji F mengungkapkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. Penentuan taraf signifikansi $\alpha = 5\%$, berdasarkan penelitian terdahulu. Adapun hipotesis yang dilakukan adalah sebagai berikut: (1) Jika nilai signifikansi $< \alpha = 5\%$ maka ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat, (2) Jika nilai signifikansi $> \alpha = 5\%$ maka tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Uji Statistik t (Signifikansi Parameter Individual)

Menurut Ghozali (2009), Uji t pada dasarnya mengungkapkan seberapa besar dampak satu variabel independen atau variabel bebas (X) secara individual menerangkan variasi variabel dependen atau variabel terikat (Y) terikat. Pengujian parsial regresi bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen atau variabel bebas (X) secara individual mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen atau variabel terikat (Y) dengan asumsi

variabel yang lain itu konstan. Menurut Ghozali (2011) uji t dapat dilakukan sebagai berikut: (1) Jika jumlah *degree of freedom* (df) adalah ≥ 20 pada derajat kepercayaan sebesar 5% dan nilai t lebih besar dari 2 (dalam nilai absolut), maka H_0 ditolak atau H_a diterima. Hal ini menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual memiliki pengaruh terhadap variabel dependen, (2) Jika nilai statistik t hitung lebih tinggi dibandingkan t tabel, maka H_0 ditolak atau H_a diterima.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Objek Penelitian

Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan industri sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2014 sampai dengan tahun 2018.

Data Outlier

Menurut Ghozali (2013) data *outlier* adalah data yang dianggap memiliki karakter unik, data terlihat berbeda jauh dari data lainnya dalam suatu rangkaian data. Data *outlier* sering dikaitkan dengan nilai ekstrem, nilai terlalu besar maupun data terlalu kecil. Data outlier pada penelitian ini sebanyak 13 sampel penelitian. Sehingga yang awalnya 50 sampel penelitian berubah menjadi 37 sampel penelitian.

Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif memberikan informasi dan gambaran berkaitan dengan karakteristik data penelitian melalui variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian. Informasi dan gambaran tersebut tersaji dari nilai minimum, nilai maksimum, nilai mean, dan nilai standar deviasi dari masing-masing variabel penelitian. Dalam penelitian ini variabel yang digunakan dalam perhitungan statistik deskriptif adalah profitabilitas, *leverage*, ukuran dewan komisaris, ukuran perusahaan (*size*) dan pengungkapan *corporate social responsibility*. Hasil analisis statistik deskriptif dapat dilihat pada Tabel 1 berikut:

Tabel 1
Hasil Analisis Statistik Deskriptif

	Descriptive Statistics				
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ROA	50	0,0090	0,5267	0,1265	0,1121
DER	50	0,0586	17,7227	1,5306	3,3559
KOMISARIS	50	3	9	4,820	1,9133
SIZE	50	14,5578	30,4984	24,1734	5,5368
CSRI	50	0,1666	0,8333	0,6166	0,1851
Valid N (listwise)	50				

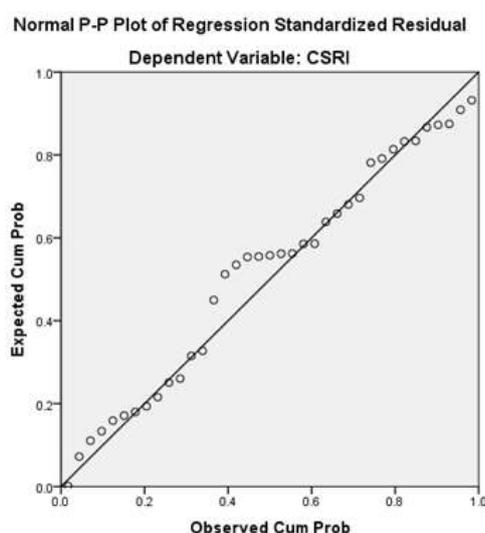
Sumber : Data sekunder diolah, 2020.

Berdasarkan Tabel 1 diatas dapat dilihat bahwa kolom minimum merupakan hasil terkecil dari data yang sudah diolah, sedangkan kolom maksimum merupakan hasil atau nilai terbesar dari data yang diolah diatas. Rata-rata adalah nilai rata-rata dari penjumlahan seluruh data yang dibagi dengan banyaknya data yang diolah dan pada kolom standar deviasi adalah akar dari jumlah kuadrat dari selisih nilai data dengan rata-rata dibagi banyaknya data yang diolah. Dengan deskripsi masing-masing variabel sebagai berikut: (1) Nilai maximum ROA 0,526 diperoleh dari PT. Multi Bintang Indonesia Tbk tahun 2017. Nilai minimum ROA 0,009 diperoleh dari PT. Sekar Bumi Tbk tahun 2018. Nilai mean atau rata-

rata ROA adalah 0,126. Sedangkan untuk standar deviasi ROA adalah 0,112; (2) Nilai maximum DER 17,722 diperoleh dari PT. Multi Bintang Indonesia Tbk tahun 2016. Nilai minimum DER 0,058 diperoleh dari PT. Sekar Bumi Tbk tahun 2017. Nilai mean atau rata-rata DER 1,530. Sedangkan standar deviasi DER adalah sebesar 3,355; (3) Nilai maximum ukuran dewan komisaris sejumlah 9 orang yang berasal dari PT. Multi Bintang Indonesia Tbk tahun 2014. Nilai minimum ukuran dewan komisaris sejumlah 3 orang yang diperoleh dari selain PT. Multi Bintang Indonesia Tbk tahun 2014. Nilai mean atau rata-rata ukuran dewan komisaris 4,820. Sedangkan standar deviasi ukuran dewan komisaris adalah sebesar 1,913; (4) Nilai maximum ukuran perusahaan (SIZE) sebesar 30,498 diperoleh dari PT. Mayora Indah, Tbk tahun 2018. Nilai minimum ukuran perusahaan (SIZE) sebesar 14,557 diperoleh dari PT. Multi Bintang Indonesia, Tbk tahun 2015. Nilai mean atau rata-rata ukuran perusahaan (SIZE) sebesar 24,173. Sedangkan standar deviasi ukuran perusahaan (SIZE) adalah sebesar 5,536; (5) Nilai maximum CSRI sebesar 0,833 diperoleh dari PT. Indofood CBP Sukses Makmur, Tbk dan PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk. Nilai minimum CSRI sebesar 0,166 diperoleh dari PT. Wilmar Cahaya Indonesia, Tbk. Nilai mean atau rata-rata CSRI sebesar 0,616. Sedangkan nilai standar deviasi CSRI adalah sebesar 0,185.

Pengujian Asumsi Klasik Uji Normalitas

Uji normalitas data digunakan untuk menguji apakah variabel pengganggu model regresi memiliki data normal atau mendekati normal. Uji asumsi normalitas dalam penelitian ini menggunakan analisis grafik dengan melihat normal probability plot (P-P Plot) yang bertugas membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal dan uji statistik. Hasil uji normalitas data probability plot (P-P Plot) disajikan sebagai berikut:



Gambar 1
Grafik Normal P-P Plot
Sumber : Data sekunder diolah, 2020.

Berdasarkan *output* pada Gambar 1 diatas dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar disekitar dan mengikuti garis diagonal. Maka dapat diambil kesimpulan dari Gambar 1 tersebut bahwa model regresi layak untuk dilakukan penelitian karena memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji ada tidaknya korelasi antar variabel independen di dalam model regresi. Jika nilai *tolerance* > 0,10 atau VIF < 10 maka dapat

disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas atau tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Hasil uji multikolinearitas pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 2 berikut ini:

Tabel 2
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	0,921	0,066		13,920	0,000		
	ROA	-0,408	0,054	-0,650	-7,593	0,000	0,532	1,881
	DER	-0,003	0,002	-0,106	-1,465	0,153	0,751	1,332
	KOMISARIS	0,013	0,005	-0,349	2,836	0,008	0,257	3,888
	SIZE	-0,009	0,002	-0,721	-5,207	0,000	0,203	4,922

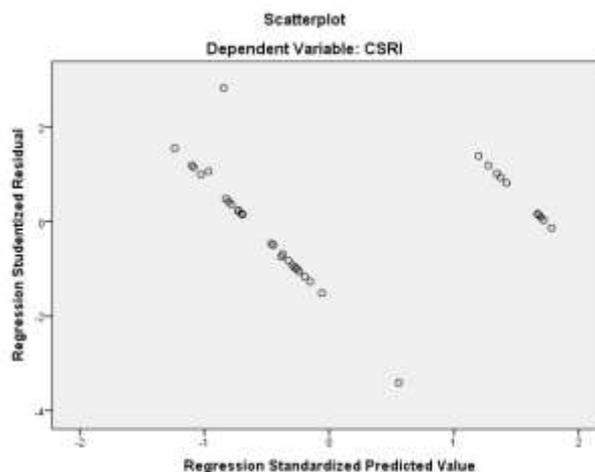
a. Dependent Variable: CSRI

Sumber: Data sekunder diolah, 2020.

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas yang terdapat pada Tabel 2 diatas, dapat dilihat bahwa nilai *tolerance* dari variabel independen dalam penelitian ini adalah $> 0,10$ dan VIF variabel independen < 10 sehingga kesimpulannya adalah variabel independen dalam penelitian ini tidak saling berkorelasi signifikan sehingga menunjukkan data dalam penelitian ini telah memenuhi asumsi multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui apakah ditemukan perbedaan varian dari antar residual pengamat. Uji heterokedaksitas dapat dilihat pada grafik scatterplot (titik yang menyebar secara acak) baik diatas atau dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y. Hasil uji heteroskedastisitas pada penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 2 sebagai berikut:



Gambar 2

Grafik hasil uji heteroskedastisitas

Sumber : Data sekunder diolah, 2020.

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas yang terdapat pada Gambar 2 diatas menunjukkan pola titik-titik plot menyebar dan tidak membentuk pola tertentu. Pola menyebar di atas maupun dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y. Untuk mengetahui ada atau tidaknya heterokedastisitas juga bisa menggunakan uji Glejser. Uji Glejser ialah

dilakukan dengan cara meregresi nilai absolut residual terhadap variabel independen. Jika hasil uji Glejser menunjukkan tidak ada satupun variable independen yang signifikansinya > 5%, maka dapat disimpulkan model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas (Ghozali, 2009). Berikut hasil uji glejser dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3
Hasil Uji Glejser

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	0,059	0,036			1,653	0,108
ROA	0,049	0,029	0,361		1,682	0,102
DER	-0,001	0,001	-0,256		-1,415	0,167
KOMISARIS	-0,003	0,002	-0,383		-1,241	0,224
SIZE	-0,001	0,001	-0,416		-1,198	0,240

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber : Data sekunder diolah, 2020.

Hasil uji heteroskedastisitas menggunakan uji glejser pada Tabel 3 diatas diketahui bahwa nilai signifikansi pada keempat variabel independent lebih dari 0,05% atau 5%. Uji glejser dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel independent dengan nilai absolut residualnya (ABS_RES). Dengan demikian kesimpulannya adalah data variabel dependen dalam penelitian ini terbebas dari heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Tujuan dilakukannya uji autokorelasi adalah untuk menguji ada atau tidaknya korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 yang sebelumnya telah dilakukan dalam model regresi. *Durbin-watson* (D-W test) dikatakan terbebas dari autokorelasi jika $dU < d < 4-dU$ maka data terjadi secara random dan tidak terjadi autokorelasi antar nilai residual. Hasil uji autokorelasi pada penelitian ini dapat dilihat dalam Tabel 4 berikut ini:

Tabel 4
Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,936 ^a	0,875	0,860	0,0281026521	1,087

a. Predictors: (Constant), ROA, DER, KOMISARIS, SIZE

a. Dependent Variable: CSRI

Sumber : Data sekunder diolah, 2020.

Tabel uji *Durbin-watson* di atas menunjukkan besarnya nilai *Durbin-watson* hasil uji autokorelasi adalah 1,087. Dengan 4 proksi variabel independen dan sampel berjumlah 37. Berdasarkan tabel *Durbin-Watson* n (jumlah sampel) adalah 37 dan k (jumlah variabel independen) maka diperoleh nilai dU dari tabel *Durbin-Watson* sebesar 1,7233 sedangkan nilai dL diperoleh dengan cara $4-dU$ sebesar 1,2489. Pengambilan keputusan dilakukan dengan ketentuan $dU < DW < 4-dU$. Data DW dari hasil uji autokorelasi tersebut berada antara

nilai dU dan 4-dU sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak mengandung atau terbebas dari autokorelasi dan layak untuk digunakan.

Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan analisis yang digunakan untuk memeriksa hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen. Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh profitabilitas yang diukur dengan menggunakan ROA, *leverage* diukur dengan menggunakan DER, ukuran dewan komisaris diukur dengan jumlah dewan komisaris di perusahaan, ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan *Size* (ukuran perusahaan) terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang termasuk dalam perusahaan sub sektor makanan dan minuman tahun 2014 - 2018. Hasil koefisien regresi disajikan pada Tabel 5 berikut ini:

Tabel 5
Analisis Regresi Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	0,921	0,066		13,920	0,000
	ROA	-0,408	0,054	-0,650	-7,593	0,000
	DER	-0,003	0,002	-0,106	-1,465	0,153
	KOMISARIS	0,013	0,005	-0,349	2,836	0,008
	SIZE	-0,009	0,002	-0,721	-5,207	0,000

a. Dependent Variable: CSRI

Sumber : Data sekunder diolah, 2020.

Berdasarkan Tabel 5 diatas dapat dilihat bahwa variabel terikat dengan model regresi linier yaitu pengungkapan *corporate social responsibility*, sedangkan variabel bebas yaitu profitabilitas, *leverage*, ukuran dewan komisaris dan ukuran perusahaan.

$$CSRI = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_4 + e$$

Model regresi menurut hasil analisis dari tabel 3 diatas dapat dilihat sebagai berikut:

$$CSRI = 0,921 - 0,408 ROA - 0,003 DER + 0,013 KOMISARIS - 0,009 SIZE + e$$

Hasil Pengujian Hipotesis Koefisien Determinasi (R²)

Uji R² atau uji determinasi menunjukkan besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Uji R² atau uji determinasi tersedia pada Tabel 6 berikut:

Tabel 6
Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,936 ^a	0,875	0,860	0,0281026521	1,087

a. Predictors: (Constant), ROA, DER, KOMISARIS, SIZE

b. Dependent Variable: CSRI

Sumber : Data sekunder diolah, 2020.

Hasil *output* SPSS terlihat bahwa *R Square* sebesar 0,875. Hal ini menunjukkan bahwa *variable independent* pengungkapan tanggung jawab social perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) yang dijelaskan oleh *variable independent* yaitu profitabilitas (*Return On Asset/ROA*), *leverage* (*Debt to Equity Ratio/DER*), ukuran dewan komisaris dan ukuran perusahaan (*Size*) sebesar 87,5% . Dan sisanya 100% - 87,5% = 12,5% dijelaskan oleh *variable* lain diluar penelitian.

Uji Statistik F (Uji Kelayakan Model)

Tujuan dilakukannya uji F dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah variabel independen *Return On Asset* (ROA) atau profitabilitas, *Debt To Equity Ratio* (DER) atau *leverage*, ukuran dewan komisaris atau jumlah dewan komisaris dan *Size* atau Ukuran Perusahaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen *Corporate Social Responsibility Index/CSRI*. Hasil uji pengaruh *variable independent* profitabilitas (*Return On Asset/ROA*), *leverage* (*Debt To Equity Ratio/DER*), ukuran dewan komisaris dan ukuran perusahaan (*size*) berpengaruh terhadap *variable dependent* pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dapat dilihat pada Tabel 7 dibawah ini:

Tabel 7
Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F)
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	0,177	4,00	0,044	56,166	0,000b
	Residual	0,025	32,00	0,001		
	Total	0,203	36,00			

a. Predictors: (Constant),ROA, DER, KOMISARIS, SIZE

b. Dependent Variable: CSRI

Sumber : Data sekunder diolah, 2020.

Berdasarkan Tabel 7 diatas diperoleh hasil uji ANOVA yang menghasilkan nilai F memperlihatkan hasil yang signifikan sehingga dapat disimpulkan bahwa profitabilitas (*Return On Asset/ROA*), *leverage* (*Debt to Equity Ratio/DER*), Ukuran dewan komisaris dan Ukuran perusahaan (*Size*) berpengaruh secara simultan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Sehingga model dikatakan layak. Karena hasil dari uji F hitung mempunyai nilai sebesar 56,166 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 maka dikatakan nilai signifikansi F lebih kecil dari $\alpha = 5\%$ atau $0,000 < 0,05$ sehingga hipotesis diterima. Disimpulkan bahwa minimal ada 1 (satu) *variable independent* yang berpengaruh pada variabel dependen.

Uji Statistik t (Signifikansi Parameter Individual)

Dalam penelitian ini uji t dilakukan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen mampu mempengaruhi variabel dependen secara signifikan atau tidak. Ketentuan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut: (a) Apabila nilai signifikansi uji $t \geq 0.05$, maka H_a ditolak. Artinya profitabilitas, *leverage*, ukuran dewan komisaris dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*; (b) Apabila nilai signifikansi uji $t < 0,05$, maka H_a diterima. Artinya profitabilitas, *leverage*, ukuran dewan komisaris dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Berdasarkan pengujian dari tabel 5 pada hasil uji linear berganda, maka pengaruh karakteristik perusahaan (profitabilitas, *leverage*, ukuran dewan komisaris dan ukuran perusahaan) terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* dapat dijelaskan sebagai berikut:

Profitabilitas (*Return On Asset/ROA*)

Berdasarkan hasil *output* pada Tabel 5 dapat diketahui bahwa variabel *Return On Asset/ROA* memiliki nilai koefisien regresi sebesar -0,408 dan nilai t sebesar -7,593. Sedangkan tingkat signifikansi lebih kecil dari tingkat signifikansi yang ditetapkan yaitu $0,000 < 0,05$. Kesimpulannya adalah *Return On Asset/ROA* tidak berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada industri sub sector makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2014-2018.

Leverage (*Debt to Equity Ratio/DER*)

Berdasarkan hasil *output* pada Tabel 5 dapat diketahui bahwa variabel *Debt to Equity Ratio/DER* memiliki nilai koefisien regresi sebesar -0,003 dan nilai t sebesar -1,465. Sedangkan tingkat signifikansi lebih besar dari tingkat signifikansi yang ditetapkan yaitu $0,153 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa *Debt to Equity Ratio/DER* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada industri sub sector makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2014-2018.

Ukuran Dewan Komisaris

Berdasarkan hasil *output* pada Tabel 5 dapat diketahui bahwa variabel ukuran dewan komisaris memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,013 dan nilai t sebesar 2,836. Sedangkan tingkat signifikansi lebih kecil dari tingkat signifikansi yang ditetapkan yaitu $0,008 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada industri sub sector makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2014-2018.

Ukuran Perusahaan (*Size*)

Berdasarkan hasil *output* pada Tabel 5 dapat diketahui bahwa variabel ukuran perusahaan (*size*) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,009 dan nilai t sebesar -5,207. Sedangkan tingkat signifikansi lebih kecil dari tingkat signifikansi yang ditetapkan yaitu $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada industri sub sector makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2014-2018.

Pembahasan

Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan CSR

Berdasarkan hasil analisis regresi menunjukkan bahwa *Return On Asset/ROA* memiliki nilai koefisien regresi bernilai negatif 0,408 dan nilai t sebesar negatif 7,593. Sedangkan tingkat signifikansi lebih kecil dari tingkat signifikansi yang ditetapkan yaitu $0,000 < 0,05$. Sehingga *Return On Asset/ROA* memperlihatkan pengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (*Corporate Social Responsibility Index/CSRI*). Dengan demikian hipotesis pertama ditolak pada penelitian ini.

Standar yang digunakan untuk mengukur besar atau kecilnya tingkatan *Return On Asset/ROA* menurut buku Brigham dan Houston (2006), yaitu dengan menggunakan standar rata-rata industri. Rata-rata industri yang telah ditetapkan adalah 9% atau 0,09. Jika hasil perhitungan rata-rata *Return On Asset/ROA* dalam uji statistik deskriptif melebihi 0,09 maka dapat dikatakan perusahaan tersebut memiliki profitabilitas yang tinggi. Dalam penelitian ini rata-rata *Return On Asset/ROA* menurut uji statistik deskriptif adalah 0,126537 itu artinya perusahaan sub sektor makanan dan minuman pada penelitian ini memiliki rata-rata *Return On Asset/ROA* cukup tinggi karena rata-rata yang diperoleh melebihi 0,09.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Fahry dan Etna (2014), Cowen *et al.*, (1987), Patten (1991), Hackson dan Milne (1996), Sembiring (2005), Anggraini (2006) dan Irianto (2009) yang menjelaskan bahwa ketika suatu perusahaan

perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, manajemen menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang keuangan perusahaan. Sebaliknya, pada saat tingkat profitabilitas rendah maka manajemen berharap para pengguna laporan akan membaca *goodnews* kinerja perusahaan, misalnya dalam lingkup sosial. Dengan demikian investor akan tetap berinvestasi di perusahaan tersebut. Dengan begitu dapat dikatakan bahwa profitabilitas mempunyai hubungan yang negative terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Pengaruh Leverage terhadap Pengungkapan CSR

Berdasarkan hasil analisis regresi menunjukkan bahwa *leverage* (*Debt to Equity Ratio/DER*) memiliki nilai koefisien regresi sebesar negatif 0,003 dan nilai t sebesar negatif 1,465. Sedangkan tingkat signifikansi lebih besar dari tingkat signifikansi yang ditetapkan yaitu $0,153 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Dengan demikian hipotesis kedua ditolak dalam penelitian ini.

Standar yang digunakan untuk mengukur besar atau kecilnya tingkatan *Debt to Equity/DER* menurut buku Brigham dan Houston (2006), yaitu dengan menggunakan standar rata-rata industri. Rata-rata industri yang telah ditetapkan adalah 9% atau 0,09. Jika hasil perhitungan rata-rata *Debt to Equity Ratio/DER* dalam uji statistik deskriptif melebihi 0,09 maka dapat dikatakan perusahaan tersebut memiliki tingkat hutang yang tinggi. Dalam penelitian ini rata-rata *Debt to Equity Ratio/DER* menurut uji statistic deskriptif adalah 1,530657 artinya perusahaan sub sektor makanan dan minuman pada penelitian ini memiliki rata-rata *Debt to Equity Ratio/DER* cukup tinggi karena rata-rata yang diperoleh lebih dari 0,09.

Menurut hasil uji regresi dari penelitian ini menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini didukung dengan penelitian yang dilakukan Sembiring (2005), Anggraini (2006), Arief dan Kurnia (2008) menyebutkan bahwa *leverage* tidak mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Menurut Maria Ulfah (2009), untuk melakukan *Corporate Social Responsibility* tidak tergantung pada tingkat *leverage* tetapi tergantung pada tingkat kepekaan perusahaan terhadap kepedulian sosial dan tanggung jawabnya terhadap lingkungan. Walaupun jumlah utang perusahaan besar namun jika perusahaan memiliki kepedulian dan tanggung jawab yang besar terhadap lingkungan sosialnya maka perusahaan tersebut akan tetap melakukan *Corporate Social Responsibility*. Hal ini berarti bahwa tinggi rendahnya tingkat *leverage* perusahaan tidak mempengaruhi luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris terhadap Pengungkapan CSR

Berdasarkan hasil analisis regresi menunjukkan bahwa ukuran dewan komisaris memiliki nilai koefisien regresi sebesar positif 0,013 dan nilai t sebesar positif 2,836. Sedangkan tingkat signifikansi pada penelitian lebih kecil dari tingkat signifikansi yang ditetapkan yaitu $0,008 < 0,05$. Hal ini menyatakan bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Dengan demikian hipotesis ketiga diterima pada penelitian ini.

Ukuran dewan komisaris dapat memberikan pengaruh yang cukup kuat untuk menekan manajemen agar dapat mengungkapkan informasi *Corporate Social Responsibility* lebih banyak, sehingga dapat dijelaskan bahwa perusahaan yang memiliki ukuran dewan komisaris lebih besar akan lebih banyak mengungkapkan *Corporate Social Responsibility*.

Menurut hasil uji regresi dari penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh positif dan signifikan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Coller dan Gregory (1999),

Sembiring (2005), Dwiwanda (2009) dan Mutrovina (2009) yang juga menemukan adanya hubungan dewan komisaris dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini berarti bahwa semakin banyak jumlah dewan komisaris dalam suatu perusahaan, maka pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuat perusahaan akan semakin luas.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR

Berdasarkan hasil analisis regresi menunjukkan bahwa ukuran perusahaan (*size*) memiliki nilai koefisien regresi sebesar negatif 0,009 dan nilai t sebesar negatif 0,5207. Sedangkan tingkat signifikansi dari penelitian ini lebih kecil dari tingkat signifikansi yang ditetapkan yaitu $0,000 < 0,05$. Hal ini menyatakan bahwa ukuran perusahaan (*size*) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Dengan demikian hipotesis keempat ditolak pada penelitian ini.

Menurut hasil uji regresi dari penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan (*size*) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan. Kesimpulan ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan Gray et al (2001) dan Sembiring (2005) bahwa perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung memiliki informasi yang lebih tinggi dibanding perusahaan yang berukuran lebih kecil. Dalam penelitian ini disimpulkan bahwa semakin besar perusahaan akan mengungkapkan tanggung jawab sosialnya lebih sedikit. Dari hasil penelitian diperoleh bahwa variabel ukuran perusahaan atau *size* berpengaruh negative terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, yang artinya bahwa perusahaan besar yang dinilai dengan tingkat aktiva yang besar dalam penelitian ini tidak mengungkapkan lebih banyak tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diambil beberapa simpulan diantaranya adalah: (1) Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*; (2) *Leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate sosial responsibility*; (3) Ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate sosial responsibility*; (4) Ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap *pengungkapan corporate sosial responsibility*.

Keterbatasan

Dalam penelitian ini terdapat keterbatasan-keterbatasan yang mungkin mempengaruhi penelitian. Keterbatasan tersebut adalah: (1) Dalam penelitian ini hanya berfokus untuk meneliti industri sub sektor makanan & minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2014 sampai dengan 2018 saja; (2) Dari penelitian hanya diperoleh 50 sampel sedangkan dari 50 sampel itu terdapat 13 data outlier sehingga hanya terdapat 37 sampel penelitian; (3) Dalam penelitian ini hanya menggunakan karakteristik perusahaan seperti profitabilitas, *leverage*, ukuran dewan komisaris dan ukuran perusahaan sebagai variabel independennya.

Saran

Berdasarkan hasil analisis pembahasan dan beberapa simpulan pada penelitian ini terdapat beberapa saran yang dapat menjadi masukan untuk penelitian yang selanjutnya: (1) Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas populasi dan sampel penelitian mencakup semua perusahaan yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) agar hasilnya dapat mencerminkan kondisi perusahaan secara umum; (2) Untuk penelitian selanjutnya dapat menggunakan atau menambahkan variabel penelitian lain yang tidak digunakan

dalam penelitian ini seperti kepemilikan publik, pengungkapan media, kategori BUMN/Non BUMN dan sebagainya untuk lebih menjelaskan pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan CSR. (3) Untuk penelitian selanjutnya dapat menggunakan cara pengukuran pengungkapan tanggung jawab sosial yang berbeda dengan pengukuran tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan oleh peneliti saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Amran, Azlan dan Susela Devi, 2008. The Impact of Government and Foreign Affiliate Influence on Corporate Social Reporting in Malaysia. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. 23(4): 386- 404.
- Anggraini, Fr. R. R. 2006. Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang Terdaftar Bursa Efek Jakarta). *Simposium Nasional Akuntansi IX*. Padang. IAI.
- Arif dan Kurnia. 2008. The Analysis Of Company Characteristic Influence Toward Csr Disclosure. *Empirical Evidence Of Manufacturing Companies Listed In Jsx*. 12(1): 25-35.
- Astrotama, G.A, 2009. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Pertanggungjawaban Sosial dalam Laporan Tahunan Perusahaan Manufaktur di BEI. Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Belkaouli, A. dan Karpik, P.G. 1989. Determinants of The Corporate Decision to Disclosure Social Information. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. 2: 36-51.
- Brigham, E.F, dan Houston, J.F. 2005. Dasar-Dasar Manajemen Keuangan. Jilid 2. Edisi Kesepuluh. Alih Bahasa: Erlangga. Salemba Empat. Jakarta
- Chariri, A dan Ghozali. 2007. Teori Akuntansi. Edisi 3: BP Universitas Diponegoro, Semarang.
- Coller, P. dan Gregory, A. 1999. Audit Committee Activity and Agency Costs. *Journal of Accounting and Public Policy*. 18 (4/5): 311-332.
- Cowen, S.S., Ferreri, L.B. and Parker, L.D. 1987. The impact of corporate characteristics on social responsibility disclosure: a typology and frequency-based analysis. *Accounting, Organizations and Society*. 12 (2): 111-22.
- Darwin, Ali. 2004. Penerapan Sustainability Reporting di Indonesia. Konvensi Nasional Akuntansi V. Program Profesi Lanjutan., 13-15 Desember. Yogyakarta
- Dwiwanda, M. A. 2009. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sosial Dalam Laporan Tahunan Perusahaan Manufaktur & Jasa di Bursa Efek Indonesia. *Skripsi S-1 Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi*. Universitas Islam Indonesia (Tidak dipublikasikan). Yogyakarta.
- Effendi, Muh. Arief. 2009. The Power of Good Corporate Governance: Teori dan Implementasi: Salemba Empat, Jakarta.
- Fahrizqi, A. 2010. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Laporan Tahunan Perusahaan. *Tesis Pascasarjana FE Undip: Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro*, Semarang.
- Fama, Eugene F. 1983. Agency Problems and the Theory of the Firm. *Journal of Political Economy*. 88 (2) April: 288-307.
- Gray, R., Kouhy R. Dan Lavers, S. 1995. Methodological Themes: Con- structing A Research Database of Social and Environmental Report- ing By UK Companies. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. 8: 79-101.
- Gray, R., Owen, D. dan Maunders, K. 1988. Corporate Social Reporting: Emerging Trends in Accountability and Social Contract. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*. 1 (1): 6-20.

- Gray, Nelson and Frielender. 2001. Corporate Social Reporting: Emerging Trend in Accountability and The Social Contract. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. 8(2): 47-77.
- Ghozali, Imam. 2007. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Imam. 2009. *Ekonometrika Teori dan Konsep dan Aplikasi dengan SPSS 17*: Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hackston, D. dan Milne, M.J. 1996. Some Determinant of Social and Environment Disclosure In New Zeland Companies. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. 9(1): 77-108.
- Hadi, Nor. 2011. *Corporate Social Responsibility*: Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Haniffa, R.M. dan Cooke, T.E. 2005. The Impact of Culture and Governance on Corporate Social Reporting. *Journal of Accounting and Public Policy*. 24: 391-430.
- Harahap, Sofyan Syafri. 2001. *Budgeting Penganggaran: Perencanaan Lengkap Untuk Membantu Manajemen*. Edisi Pertama. Cetakan Kedua. PT Indah Karya (Persero) Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Harahap, Sofyan Safri. 2002. *Analisis Krisis Atas Laporan Keuangan*: Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Heinze, D. C. 1976. Financial correlates of a social involvement measure. *Akron Business and Economic Review*. 7(1): 48-51.
- Irianto, A. 2009. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2005-2007. *Skripsi S-1 Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi*. Universitas Islam Indonesia (Tidak dipublikasikan), Yogyakarta.
- Jensen, Michael C. dan W.H. Meckling. 1976. Theory of The Firm: Managerial Behavior, Agency Cost and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*. 3(4): 305-360.
- Lang, Mark and Russell Lundholm. 1993. Cross Sectional Determinants of Analyst Ratings of Corporate Disclosures. *Journal of Accounting Research*. 31(2): 246-271. <http://www.jstor.org/stable/249127>.
- Manurung, I.S. 2008. Pengaruh Locus Of Control Dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Hubungan Partisipasi Anggaran Dan Kesenjangan Anggaran Dengan Kinerja Aparat Dinas Pendidikan Nasional Pemerintahan Kabupaten Simalungun. *Tesis*. Universitas Sumatera Utara, Medan.
- Maulana, Fahry dan Etna Nur Afri Yuyetta. 2014. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). *Diponegoro Journal of Accounting*. 3(2): 1-14.
- Mutrovina, R. 2009. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (Studi Empiris Pada perusahaan Jasa yang Terdaftar di BEI Tahun 2006-2007). *Skripsi S-1 Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi*. Universitas Islam Indonesia (Tidak dipublikasikan), Yogyakarta.
- Patten. 1991. Exposure, Legitimacy, and Social Disclosure. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. 8(2): 47-77.
- Patten, D.M. 1992. Intra-Industry Environmental Disclosures in Response to The Alaskan Oil Spill: A Note on Legitimacy Theory. *Accounting, Organizations and Societ*. 17: 471- 475.
- Post, J. E., Lawrence, A. T., dan Weber, J. 2002. *Business and Society: Corporate Strategy, Public Policy, Ethics*. New York: McGraw-Hill.
- Puspitasari, Apriani Daning. 2009. Faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR pada Laporan Tahunan Perusahaan di Indonesia. *Fakultas Ekonomi Univesitas Diponegoro*. Semarang.

- Putra, Eka Nanda. 2011. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. Semarang. Dipublikasikan.
- Putri, Tia Rahma. 2013. Pengaruh Kepemilikan Asing, Kinerja Lingkungan Dan Pengaruh Politik Terhadap Luas Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Sosial Ekonomi Pembangunan*. Pekanbaru.
- Roberts, R.W. 1992. Determinants Of Corporate Social Responsibility Disclosure: An Application Of Stakeholder Theory. *Accounting, Organisations and Society*. 17(6): 595-612.
- Rosmasita, H. 2007. Faktor- faktor yang mempengaruhi pengungkapan sosial (Social Disclosure) Dalam Laporan Keuangan Tahunan Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Jakarta. *Skripsi S-1 Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi*. Universitas Islam Indonesia (Tidak dipublikasikan), Yogyakarta.
- Sabeni, Arifin. 2002. An Empyirical Analysis of The Relation Between The Board of Director's Composition a n the level of Voluntary Disclosure. *Proceedings For The Fifth Indonesian Conference On Accounting*. 5: 46-57.
- Saidi. 2004. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Struktur Modal pada Perusahaan Manufaktur Go-Publik di BEJ Tahun 1997-2002. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*. 11(1): 44-58.
- Santoso, Singgih. 2009. Panduan Lengkap Menguasai Statistik dengan SPSS 17. Elex Media Komputindo. Jakarta
- Sayekti dan Wandabio. 2007. Pengaruh CSR Disclosure terhadap Earning Response Coefficient (Suatu Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta). *Simposium Nasional Akuntansi 10*.
- Scott, William R. 1997. *Financial Accounting Theory*. Prentice Hall. New Jersey
- 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*. IAI. Surakarta
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*: Alfabeta, Bandung.
- Sumedi, 2010. Pengaruh Karakteristik Perusahaan dan Regulasi Pemerintah Terhadap Pengungkapan CSR pada Laporan Tahunan di Indonesia. Fakultas Ekonomi. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40. Tahun 2007. Tentang Perseroan Terbatas.
- Utomo. 2000. Praktek Pengungkapan Sosial pada Laporan Tahunan perusahaan di Indonesia. *Proceedings Simposium Nasional Akuntansi III*. 99-122.
- Veronica, Theodora Martina. 2010. The Effect Of Company Characteristic On Disclosure Of Social Responsibility In Mining Corporate Sector Listed In Indonesia Stock Exchange. *Jurnal Akuntansi Keuangan*. 12(1). 2010.
- Wardani, Nurul Kusuma. 2013. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). *Diponegoro Journal of Accounting*. 117-131.
- Wibisono, Yusuf. 2007. *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*. Surabaya: Media Grapka.
- Zeghal, Daniel and Sadrudin A. Ahmed. 1990. Comparison of Social Responsibility Information Disclosure Media Used by Candian Firms. *Accounting, Auditing and Accountabilty Journal*. 3(1): 38-53.
- <http://www.idx.co.id>