

## FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

**Anisya Istifaroh**

*anisyaistifaroh@gmail.com*

**Anang Subardjo**

*anangsetro@gmail.com*

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

### ABSTRACT

*This research is meant to examine some factors which influence the corporate social responsibility disclosure of manufacturing companies which are listed in Indonesia Stock Exchange (IDX) and PROPER of the ministry of Environmental in 2011-2015. Some factors which are used in this research are profitability, leverage, board of commissioner size and environmental performance. The dependent variable which is used in this research is corporate social responsibility disclosure. The population of this research is 67 manufacturing companies which are listed in Indonesia Stock Exchange and PROPER of the ministry of Environmental in 2011-2015 periods. The sample collection technique has been done by using purposive sampling and 18 companies which have met the research criteria have been selected as samples. The analysis method has been carried out by using multiple linear regressions. The analysis method has been carried out by using multiple linear regressions analysis with the instrument of SPSS 23 version for windows. The result of this research shows that profitability has positive influence to the corporate social responsibility disclosure, leverage has positive influence to the corporate social responsibility disclosure, board of commissioner size has positive influence to the corporate social responsibility disclosure and environmental performance has positive influence to the corporate social responsibility disclosure.*

*Keywords: Profitability, leverage, board of commissioner size, environmental performance, corporate social responsibility disclosure.*

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan PROPER Kementerian Lingkungan Hidup pada tahun 2011 sampai 2015. Faktor-faktor yang digunakan dalam penelitian ini adalah profitabilitas, *leverage*, ukuran dewan komisaris dan kinerja lingkungan. Variabel dependen yang digunakan pada penelitian ini adalah pengungkapan *corporate social responsibility*. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan PROPER Kementerian Lingkungan Hidup selama tahun 2011-2015 yang berjumlah 67 perusahaan. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* menghasilkan 18 perusahaan yang memenuhi kriteria sampel penelitian. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS versi 23 *for windows*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, *leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* dan kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

**Kata Kunci:** Profitabilitas, *leverage*, ukuran dewan komisaris, kinerja lingkungan, pengungkapan *corporate social responsibility*.

### PENDAHULUAN

Fenomena perkembangan isu *Corporate Social Responsibility* (CSR) cukup populer di Indonesia dalam beberapa tahun ini. Di Indonesia, praktik CSR telah mendapat perhatian yang cukup besar. Hal ini dilatarbelakangi kasus yang timbul akibat dari perusahaan yang tidak memperhatikan aspek sosial dan mengedepankan tata kelola perusahaan yang sehat

seperti kasus pencemaran lingkungan akibat eksploitasi sumber daya alam secara besar-besaran, meningkatnya polusi dan limbah, buruknya kualitas produk dan keamanan produk, penyalahgunaan investasi, pelanggaran adat, maupun kesenjangan sosial dan ekonomi yang terjadi. Banyak beberapa perusahaan mulai antusias untuk melaksanakan aktivitas CSR. Dalam beberapa tahun terakhir dan beberapa dekade ke depan tekanan pelaku pasar dalam praktik bisnis kian menguat maka perusahaan sangat perlu untuk menginternalisasikan CSR. Setidaknya ada tiga kekuatan pasar yang akan memaksa perusahaan harus melaksanakan CSR dalam praktik bisnis dan pelaporannya yaitu kekuatan permintaan pasar, tekanan dari lembaga-lembaga internasional dan tekanan regulasi dari DPR dan pemerintah (Lako, 2011:75).

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dilandasi pemikiran bahwa tanggung jawab perusahaan tidak hanya berpijak pada *single bottom line* dimana dihadapkan pada kepentingan kepuasan para pemegang saham (*shareholder*) saja dengan tujuan mencapai laba (*profit*) yang sebesar-besarnya, tetapi perusahaan harus berpijak pada *triple bottom line* dimana sangat perlu untuk memperhatikan masalah sosial (*people*), laba (*profit*) dan lingkungan (*planet*) (Suartana, 2010:109). Keberlanjutan perusahaan akan terjamin apabila orientasi perusahaan bergeser dari yang semula bertitik tolak hanya pada ukuran kinerja ekonomi, kini juga harus bertitik tolak pada keseimbangan lingkungan dan masyarakat dengan memperhatikan dampak sosial (Hadi, 2011).

Pengungkapan tersebut bertujuan untuk menjalin hubungan komunikasi yang baik dan efektif antara perusahaan dengan publik dan *stakeholders* lainnya tentang bagaimana perusahaan telah mengintegrasikan CSR. Pengungkapan CSR yang tepat dan sesuai harapan *stakeholder* akan memberikan sinyal berupa *goodnews* yang diberikan oleh manajemen kepada publik bahwa perusahaan memiliki prospek yang bagus di masa depan dan memastikan terciptanya *sustainability development*.

Pemilihan sampel penelitian ini adalah perusahaan manufaktur. Dikarenakan perusahaan manufaktur lebih banyak memberikan pengaruh atau dampak terhadap lingkungan di sekitarnya akibat dari aktivitas yang dilakukan perusahaan dan memenuhi segala aspek pada tema pengungkapan CSR. Perusahaan manufaktur dipercaya membutuhkan *image* yang lebih baik dari masyarakat karena sangat rentan terhadap pengaruh politik dan kritikan dari aktivis-aktivis sosial, maka diasumsikan bahwa perusahaan manufaktur akan memberikan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang lebih luas.

Adanya profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* telah dibuktikan oleh Badjuri (2011). Sedangkan Sembiring (2005) menemukan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. *Leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR telah dibuktikan oleh Felicia dan Rasmini (2015). Sedangkan Sembiring (2005) yang menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR telah dibuktikan oleh Sembiring (2005). Sedangkan Badjuri (2011) menemukan hasil bahwa ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR dapat dibuktikan oleh Rakhimah dan Agustia (2009).

Motivasi penelitian ini karena adanya hasil dari penelitian-penelitian terdahulu yang berbeda atau tidak konsisten. Sehingga peneliti berkeinginan melakukan pengujian kembali mengenai faktor-faktor (profitabilitas, *leverage*, ukuran dewan komisaris, kinerja lingkungan) yang mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility*.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah profitabilitas, *leverage*, ukuran dewan komisaris dan kinerja lingkungan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan PROPER oleh Kementerian Lingkungan Hidup tahun 2011-2015. Penelitian ini

bertujuan untuk menguji apakah profitabilitas, *leverage*, ukuran dewan komisaris, kinerja lingkungan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya dalam hal jangka waktu pengambilan sampel yang lebih panjang yaitu antara 2011 sampai 2015 dan penambahan variabel independen yaitu kinerja lingkungan.

## TINJAUAN TEORITIS DAN HIPOTESIS

### Teori Agensi (*Agency Theory*)

Prinsip utama teori ini menyatakan adanya hubungan kerja (kontrak) antara pihak yang memberi wewenang (prinsipal) yaitu para pemegang saham dengan pihak yang menerima wewenang (agensi) yaitu manajer. Manajemen merupakan pihak yang dikontrak oleh pemegang saham untuk bekerja demi kepentingan pemegang saham. Karena mereka dipilih, maka pihak manajemen harus mempertanggungjawabkan semua pekerjaannya kepada pemegang saham.

Jansen dan Meckling (1976) menyatakan hubungan keagenan merupakan suatu kontrak dimana satu atau lebih orang (prinsipal) memerintah orang lain (agen) untuk melakukan suatu jasa atas nama prinsipal serta memberi wewenang kepada agen membuat keputusan yang terbaik bagi prinsipal.

Agen sebagai pihak yang memiliki dan menyediakan informasi kepada prinsipal dapat saja menghambat pengambilan keputusan prinsipal apabila agen tidak bersikap transparan. Selain itu agen dapat juga melakukan tindakan-tindakan yang tidak menguntungkan perusahaan untuk mencapai kepentingannya sendiri. Perbedaan kepentingan inilah yang disebut dengan konflik agensi (*Agency Conflict*). Penerapan *good corporate governance* diharapkan dapat menciptakan monitoring kerja yang efektif, karena semua pihak yang berkepentingan dengan perusahaan akan melakukan usahanya secara baik sesuai dengan hak dan kewajibannya sehingga dapat menurunkan biaya agensi (*agency cost*) (Wahyu dan Apriwenni, 2012:45).

Pihak prinsipal akan menanggung biaya pengawasan untuk memonitor perilaku agen yaitu mengamati, mengukur, dan mengontrol kinerja dan perilaku agen (manajemen). Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* merupakan salah satu komitmen manajemen untuk meningkatkan kinerjanya terutama dalam bentuk kinerja sosial. Dengan demikian, manajemen akan mendapatkan penilaian positif dari prinsipal.

### Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Teori legitimasi ini menyatakan bahwa organisasi secara terus-menerus mencoba untuk meyakinkan bahwa mereka melakukan kegiatan sesuai dengan batasan dan norma-norma masyarakat dimana mereka berada (Rawi dan Muchlis, 2010:15). Legitimasi masyarakat merupakan faktor strategis bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan ke depan. Hal itu, dapat dijadikan sebagai wahana untuk membangun strategi perusahaan, terutama terkait dengan upaya memposisikan diri ditengah lingkungan masyarakat yang semakin maju.

Wibisono, 2007 (dalam Hadi, 2011:92) menyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan (*social responsibility*) memiliki kemanfaatan untuk meningkatkan reputasi perusahaan, menjaga *image* dan strategi perusahaan.

### Teori Stakeholder (*Stakeholder Theory*)

Teori *stakeholder* adalah teori yang menggambarkan kepada pihak mana saja perusahaan bertanggung jawab. Menurut Harahap, 2002 (dalam Hadi, 2011:93) perusahaan tidak hanya sekedar bertanggung jawab terhadap para pemilik (*shareholder*) sebagaimana terjadi selama ini, namun bergeser menjadi lebih luas yaitu sampai pada ranah sosial kemasyarakatan (*stakeholder*), selanjutnya disebut tanggung jawab sosial (*social responsibility*). Fenomena

seperti itu terjadi, karena adanya tuntutan dari masyarakat akibat *negative externalities* yang timbul serta ketimpangan sosial yang terjadi. *Stakeholder* adalah semua pihak baik internal maupun eksternal yang memiliki hubungan baik bersifat mempengaruhi maupun dipengaruhi, bersifat langsung maupun tidak langsung oleh perusahaan. perusahaan hendaknya menjaga reputasinya yaitu dengan menggeser pola orientasi (tujuan) yang semula semata-mata diukur dengan *economic measurement* yang cenderung *shareholder orientation*, ke arah memperhitungkan faktor sosial (*social factors*) sebagai wujud kepedulian dan keberpihakan terhadap masalah sosial kemasyarakatan (*stakeholder orientation*). Untuk itu, *survival* perusahaan tergantung pada sejauhmana legitimasi *stakeholder* diberikan pada perusahaan (Meyer dan Rowan, 1997 dalam Hadi, 2011:112).

### **Definisi Corporate Social Responsibility (CSR)**

*Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak-dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatannya terhadap masyarakat dan lingkungan melalui perilaku transparan dan etis dengan memberikan kontribusi dalam bentuk pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat, mempertimbangkan harapan *stakeholder* sesuai dengan hukum yang berlaku dan konsisten dengan norma-norma perilaku internasional serta terintegrasi dengan organisasi secara menyeluruh (ISO 26000:2010 *Guidance on Social Responsibility*).

### **Prinsip-Prinsip Corporate Social Responsibility (CSR)**

Menurut Crowther David (2008) dalam Hadi (2011:59), menyatakan bahwa terdapat tiga prinsip dasar dari tanggung jawab sosial (*social responsibility*) yaitu:

- a. *Sustainability*, berkaitan dengan bagaimana perusahaan dalam melakukan aktivitas (*action*) tetap memperhitungkan keberlanjutan sumberdaya di masa depan.
- b. *Accountability*, merupakan upaya perusahaan terbuka dan bertanggungjawab atas aktivitas yang telah dilakukan. Akuntabilitas dibutuhkan, ketika aktivitas perusahaan mempengaruhi dan dipengaruhi lingkungan eksternal.
- c. *Transparency*, merupakan prinsip penting bagi pihak eksternal. Berperan untuk mengurangi asimetri informasi, kesalahpahaman, khususnya informasi dan pertanggungjawaban berbagai dampak lingkungan.

### **Manfaat Corporate Social Responsibility (CSR)**

Program *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan investasi jangka panjang yang berguna untuk meminimalisasi risiko sosial, serta berfungsi sebagai sarana meningkatkan citra perusahaan di mata publik. Banyak manfaat yang diperoleh perusahaan dengan pelaksanaan CSR, antara lain produk semakin disukai oleh konsumen, resistensi para *stakeholder* menjadi rendah, risiko-risiko perusahaan dapat diminimalisir dan perusahaan semakin diminati oleh investor. CSR dapat digunakan sebagai alat marketing baru bagi perusahaan apabila dilaksanakan secara berkelanjutan. Untuk melaksanakan CSR berarti perusahaan akan mengeluarkan sejumlah biaya.

Pada akhirnya biaya tersebut akan menjadi beban yang mengurangi pendapatan sehingga tingkat profit perusahaan akan turun. Akan tetapi dengan melaksanakan CSR, citra perusahaan akan semakin baik sehingga loyalitas konsumen akan semakin tinggi.

Manfaat CSR bagi perusahaan antara lain (Untung, 2008:6) yaitu sebagai berikut:

- a. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra merek perusahaan.
- b. Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial.
- c. Mereduksi resiko bisnis perusahaan.
- d. Melebarkan akses sumber daya bagi operasional perusahaan.
- e. Membuka peluang pasar yang lebih luas.
- f. Mereduksi biaya, misalnya terkait dampak pembuangan limbah.

- g. Memperbaiki hubungan dengan *stakeholders*.
- h. Memperbaiki hubungan dengan regulator.
- i. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan.
- j. Peluang mendapatkan penghargaan.

### **Pengungkapan *Corporate Social Responsibility***

Hendriksen dan Widjajant (1991:203) dalam Augustine (2014) mendefinisikan pengungkapan (*disclosure*) sebagai penyajian sejumlah informasi yang dibutuhkan untuk pengoperasian secara optimal pasar modal yang efisien. Tujuan pengungkapan adalah menyajikan informasi yang dipandang perlu untuk mencapai tujuan pelaporan keuangan dan melayani kebutuhan berbagai pihak yang mempunyai kepentingan yang berbeda-beda (Suwardjono, 2005).

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility disclosure* merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan terhadap masyarakat secara keseluruhan (Hackston dan Milne, 1996).

Berdasarkan peraturan Bapepam No. VIII.G.2 tentang laporan tahunan dan kesesuaian item pengungkapan untuk diaplikasikan di Indonesia maka dilakukan penyesuaian. Setelah disesuaikan menjadi tujuh puluh delapan item pengungkapan kemudian disesuaikan kembali dengan masing-masing sektor industri sehingga item pengungkapan yang diharapkan dari setiap sektor berbeda-beda (Sembiring, 2005:383). Tujuh puluh delapan item pengungkapan terbagi menjadi tujuh kategori yaitu: lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat, dan umum.

### **Profitabilitas**

Menurut Sugiyarso dan Winarni (2005:118) profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungan dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Dari definisi ini terlihat jelas bahwa sasaran yang akan dicari adalah laba perusahaan. Rasio profitabilitas merupakan rasio yang bertujuan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu dan juga memberikan gambaran tentang tingkat efektifitas manajemen dalam melaksanakan kegiatan operasinya. Efektifitas manajemen disini dilihat dari laba yang dihasilkan terhadap penjualan dan investasi perusahaan.

### **Leverage**

Menurut Harahap (2013) *leverage* adalah rasio yang menggambarkan hubungan antara utang perusahaan terhadap modal, rasio ini dapat melihat seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh utang atau pihak luar dengan kemampuan perusahaan yang digambarkan oleh modal. *Leverage* merupakan alat yang digunakan untuk mengukur pembiayaan asset perusahaan yang dibiayai oleh kreditur. Perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* tinggi berarti sangat bergantung pada pinjaman luar untuk membiayai asetnya. Sedangkan perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* lebih rendah lebih banyak membiayai asetnya dengan modal sendiri. Tingkat *leverage* perusahaan, dengan demikian menggambarkan risiko keuangan perusahaan.

### **Ukuran Dewan Komisaris**

Dewan komisaris merupakan wakil kepentingan dari para pemegang saham yang berbadan hukum perseroan terbatas yang memiliki pengetahuan yang dalam atas kinerja, keuangan, penguasaan pangsa pasar dari organisasi tersebut. Menurut Mulyadi (2001:173),

fungsi dewan komisaris adalah untuk melakukan pengawasan terhadap aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan.

### **Kinerja Lingkungan**

Menurut Suratno *et al.* (2006) kinerja lingkungan perusahaan adalah kinerja perusahaan dalam menciptakan lingkungan yang baik (*green*). Dari penilaian PROPER, perusahaan akan memperoleh citra/reputasi sesuai bagaimana pengelolaan lingkungannya. Pemberian penghargaan PROPER bertujuan mendorong perusahaan untuk taat terhadap peraturan lingkungan hidup dan mencapai keunggulan lingkungan (*environmental excellency*) melalui integrasi prinsip-prinsip pembangunan berkelanjutan dalam proses produksi dan jasa, penerapan sistem manajemen lingkungan, 3R, efisiensi energi, konservasi sumber daya dan pelaksanaan bisnis yang beretika serta bertanggung jawab terhadap masyarakat melalui program pengembangan masyarakat. Prof. Dr. Balthasar Kambuaya, MBA menegaskan bahwa pelaksanaan PROPER bertujuan untuk mendorong tingkat penataan perusahaan dalam pengelolaan lingkungan dan menjadikan isu lingkungan sebagai salah satu pendorong inovasi dan peningkatan daya saing perusahaan.

### **Penelitian Terdahulu**

Badjuri (2011) menggunakan variabel independen faktor fundamental yang digunakan rasio likuiditas, rasio *leverage*, ukuran perusahaan (*size*), rasio profitabilitas, variabel independen mekanisme *corporate governance* yaitu ukuran dewan komisaris, dewan komisaris independen, kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial, komite audit dengan variabel dependen yaitu pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hasilnya faktor fundamental yaitu variabel profitabilitas dan *size* dapat mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), sedangkan mekanisme *corporate governance* yang dapat mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah variabel komisaris independen.

Felicia dan Rasmini (2015) menggunakan variabel independen ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage* dan tipe perusahaan dan variabel dependen pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hasilnya bahwa tipe perusahaan, profitabilitas yang diprosikan dengan ROA, *size*, dan *leverage* positif berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

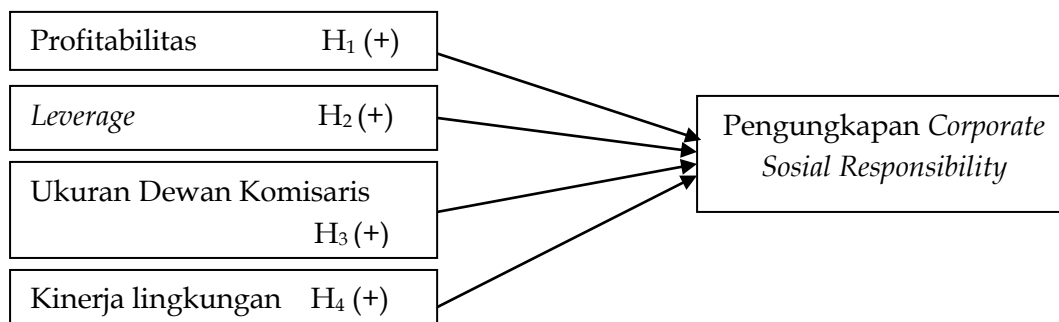
Pradnyani dan Sisdyani (2015) menggunakan variabel independen ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan ukuran dewan komisaris. Dan variabel dependennya pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas dan ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, sedangkan *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR

Rakhiemah dan Agustia (2009) menggunakan variabel independen kinerja lingkungan dan variabel dependennya menggunakan *Corporate Social Responsibility Disclosure* dan kinerja finansial. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh positif yang terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* tetapi kinerja lingkungan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja finansial perusahaan

### **Rerangka Pemikiran**

Perusahaan selain mempunyai tujuan jangka pendek juga mempunyai tujuan jangka panjang. Tujuan jangka pendek perusahaan yaitu mendapatkan laba (*profit*), sedangkan tujuan jangka panjangnya yaitu perlu meningkatkan nilai perusahaan secara berkelanjutan yaitu dengan memperhatikan masyarakat sekitar (*people*) dan lingkungan hidup (*planet*) sekitar perusahaan. Adanya teori agensi, teori legitimasi dan teori stakeholder mendorong manajer untuk terus-menerus memperbaiki kinerjanya supaya tujuan jangka pendek dan tujuan jangka panjang dapat tercapai secara berkelanjutan. Melalui laporan keuangan, laporan tahunan dan laporan PROPER dapat dilihat informasi kinerja dan perkembangan

perusahaan. Melalui laporan keuangan dapat dilihat profitabilitas dan *leverage* perusahaan, laporan tahunan dapat dilihat jumlah dewan komisaris dan CSR perusahaan, laporan PROPER dapat dilihat kinerja lingkungan perusahaan. Keempat variabel diatas diharapkan dapat mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.



Gambar 1  
Rerangka Model

### Pengembangan Hipotesis

#### Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Profitabilitas memiliki arti penting untuk mempertahankan kelangsungan bisnis perusahaan dalam jangka panjang, karena profitabilitas menunjukkan apakah entitas tersebut mempunyai prospek yang baik di masa yang akan datang atau tidak. Perusahaan dengan nilai ROA yang bagus menunjukkan bahwa perusahaan berada dalam kondisi kinerja yang baik dan memiliki posisi persaingan yang kuat. Hal ini akan memicu reaksi dari para *stakeholder* untuk mendorong perusahaan dalam melakukan pencapaian usaha perbaikan dan kepedulian terhadap masalah lingkungan dan sosial. Salah satu bentuk implementasi yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi perannya kepada pihak *stakeholder* adalah dengan melaksanakan CSR (Putri dan Baridwan, 2013). Maka hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah:

H<sub>1</sub>: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

#### Pengaruh *Leverage* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

*Leverage* merupakan ukuran yang dipakai dalam menganalisis laporan keuangan untuk memperlihatkan besarnya jaminan yang tersedia untuk kreditor. *Leverage* merupakan alat yang digunakan untuk mengukur pembiayaan asset perusahaan yang dibiayai oleh kreditor

Teori keagenan memprediksi bahwa perusahaan dengan rasio *leverage* yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi sosial perusahaan mereka, karena biaya keagenan perusahaan dengan struktur modal seperti itu lebih tinggi (Jensen dan Meckling, 1976) dalam Badjuri (2011:42). Biaya keagenan seperti biaya pengawasan terhadap kinerja manajemen supaya manajemen memberikan kinerja yang terbaik dan optimal salah satunya dorongan dalam mengungkapkan CSR yang lebih luas. Perusahaan akan lebih terdorong dalam mengungkapkan CSR yang lebih luas apabila memiliki rasio *leverage* yang tinggi yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan informasi kreditor (Hidayat, 2007) dalam Sriayu dan Mimba (2013:330). Dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang luas maka perusahaan akan memperoleh keyakinan yang memadai dari pihak kreditor. Maka hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah:

H<sub>2</sub> : *Leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

### **Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).**

Dewan komisaris merupakan suatu mekanisme untuk mengawasi dan memberikan petunjuk serta arahan pada pengelolaan perusahaan atau pihak manajemen. Dalam hal ini manajemen bertanggung jawab untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing perusahaan, sedangkan dewan komisaris bertanggung jawab untuk mengawasi manajemen (FCGI, 2002) dalam Badjuri (2011:43). Berdasarkan teori agensi, dewan komisaris dianggap sebagai mekanisme pengendalian intern tertinggi, yang bertanggung jawab untuk memonitor tindakan manajemen puncak. Dikaitkan dengan pengungkapan informasi oleh perusahaan, kebanyakan penelitian menunjukkan adanya hubungan positif antara berbagai karakteristik dewan komisaris dengan tingkat pengungkapan informasi oleh perusahaan. Dengan monitoring yang lebih baik maka diharapkan pengungkapan informasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat lebih luas karena meminimalkan kemungkinan informasi yang ditutupi (Badjuri, 2011:43). Maka hipotesis ketiga dalam penelitian ini adalah:

H<sub>3</sub>: Ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

### **Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).**

Menurut Suratno, *et al.* (2006) kinerja lingkungan perusahaan adalah kinerja perusahaan dalam menciptakan lingkungan yang baik (*green*). Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup (PROPER) merupakan instrumen yang digunakan oleh Kementerian Lingkungan Hidup (KLH) untuk mengukur tingkat ketaatan perusahaan berdasarkan peraturan yang berlaku. Perusahaan skor PROPER tinggi akan meningkatkan legitimasi dari masyarakat dan meningkatkan kegiatan perusahaan dalam mengelola lingkungan hidup yang dapat membuat perusahaan mampu meningkatkan citra positifnya di mata masyarakat. Kinerja perusahaan tidak hanya dilihat dari sisi kinerja keuangannya saja tetapi juga bagaimana perilaku perusahaan tersebut terhadap kondisi lingkungan sekitar. Dikaitkan dengan pengungkapan CSR, perusahaan yang mempunyai peringkat PROPER tertinggi maka perusahaan mendapatkan penilaian terbaik dari pihak stakeholder terhadap kinerja lingkungan perusahaan yang sangat membantu pengungkapan CSR perusahaan karena memenuhi aspek-aspek pengungkapan CSR kategori lingkungan. Maka hipotesis keempat dalam penelitian ini adalah:

H<sub>4</sub>: Kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

## **METODE PENELITIAN**

### **Populasi dan Sampel Penelitian**

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur di Indonesia yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) dan terdaftar mengikuti program penilaian peringkat kinerja perusahaan oleh Kementerian Lingkungan Hidup (KLH) selama tahun 2011 sampai dengan 2015. Jumlah sampel yang digunakan penelitian terdapat 18 perusahaan yang sudah dipilih dengan menggunakan metode purposive sampling yaitu pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan/kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Jenis data yang digunakan adalah data dokumenter, yaitu data penelitian yang berupa laporan-laporan. Sumber data penelitian ini data sekunder yaitu data yang diperoleh dari perusahaan manufaktur di Indonesia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2011-2015 serta tercantum di dalam Surat Keputusan Hasil Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan (SK PROPER) oleh Kementerian Lingkungan Hidup (KLH).



## Variabel dan Definisi Operasional Variabel

### Variabel Dependen

Variabel dependen atau terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel independen. Peneliti menggunakan variabel Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang diukur dengan *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* (CSRDI). Penghitungan CSRDI dilakukan dengan menggunakan pendekatan dikotomi, yaitu setiap *item* CSR dalam instrumen penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan, dan nilai 0 jika tidak diungkapkan. Selanjutnya, skor dari setiap *item* dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan. Rumus perhitungan CSRDI adalah sebagai berikut :

$$CSRDI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan :

CSRDI<sub>j</sub>: *Corporate Social Disclosure Index* perusahaan j

n<sub>j</sub> : Jumlah *item* untuk perusahaan j

$\sum X_{ij}$  : Total angka atau skor yang di terima oleh masing-masing perusahaan.

1 = jika *item* i diungkapkan; 0 = jika *item* i tidak diungkapkan

### Variabel Independen

Variabel Independen atau variabel bebas merupakan variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel dependen. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah profitabilitas, *leverage*, ukuran dewan komisaris dan kinerja lingkungan.

### Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, aset dan modal saham tertentu (Anggono dan Handoko, 2009). Semakin tinggi profitabilitas perusahaan mencerminkan bahwa semakin tinggi tingkat efisiensi perusahaan dalam menggunakan asetnya untuk memperoleh laba. Pada penelitian ini indikator yang digunakan untuk mengukur variabel profitabilitas perusahaan adalah *Return on Assets* (ROA), karena merupakan analisa keuangan yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba atas total aset yang dimiliki. Analisis ROA mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba dengan menggunakan total aset (kekayaan) yang dimiliki perusahaan setelah disesuaikan dengan biaya-biaya untuk mendanai aset tersebut. *Return On Assets* (ROA) diukur melalui perhitungan sebagai berikut :

$$Return\ On\ Assets: \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}}$$

### Leverage

Rasio *leverage* merupakan proporsi total hutang terhadap rata-rata ekuitas pemegang saham. Rasio tersebut digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki entitas, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu hutang. Rasio *leverage* dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan *Debt to Equity* (DER) adalah rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas. *Debt to Equity Ratio* (DER) diukur melalui perhitungan sebagai berikut :

$$Debt\ to\ Equity\ Ratio: \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

### Ukuran Dewan Komisaris

Ukuran Dewan Komisaris merupakan banyaknya dewan yang bertugas melakukan pengawasan dan memberi nasihat kepada direktur atau direksi. Adapun pengukurannya dengan menggunakan rumus :

Ukuran Dewan Komisaris (UDK) =  $\sum$  dewan komisaris perusahaan.

### Kinerja Lingkungan

Kinerja lingkungan diukur dari prestasi perusahaan dalam mengikuti PROPER yang merupakan salah satu upaya Kementerian Lingkungan Hidup (KLH) untuk mendorong penataan perusahaan dalam pengelolaan lingkungan hidup melalui instrumen informasi. Sistem peringkat kinerja PROPER dari hasil yang diberikan Kementerian Lingkungan Hidup mencakup pemeringkatan perusahaan dalam lima warna yaitu :

**Tabel 1**  
**Skor Peringkat PROPER**

Warna	Predikat	Skor
Emas	Sangat sangat baik	5
Hijau	Sangat baik	4
Biru	Baik	3
Merah	Buruk	2
Hitam	Sangat Buruk	1

Sumber: *www.menlh.go.id*.

### Teknik Analisis Data

#### Analisis Deskriptif

Pengujian statistik deskriptif merupakan pengujian pertama yang dilakukan untuk memberikan gambaran atau deskripsi suatu data variabel-variabel dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan variabel independen yaitu profitabilitas yang diproksikan dengan ROA, variabel *leverage* yang diproksikan dengan DER, ukuran dewan komisaris (UDK), kinerja lingkungan yang diproksikan dengan skor PROPER dan variabel dependen yaitu *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* (CSRDI).

#### Uji Asumsi Klasik

##### Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas dapat pula dilihat dari hasil uji normalitas dengan menggunakan analisis grafik yaitu dengan menggunakan *probabilty plot* menunjukkan bahwa grafik memberikan pola distribusi normal yang mendekati normal dengan titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan penyebarannya masih disekitar garis normal sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal serta hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* dimana jika pada hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan p-value lebih besar dari 0,05, maka data berdistribusi normal dan sebaliknya, jika p-value lebih kecil dari 0,05, maka data tersebut berdistribusi tidak normal.

##### Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2016:103) uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Adanya multikolinieritas dapat dilihat dari besaran *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *tolerance*, dengan ketentuan sebagai berikut:

- Jika *tolerance* < 0,1 dan nilai VIF > 10, terjadi multikolinieritas.
- Jika *tolerance* > 0,1 dan nilai VIF < 10, tidak terjadi multikolinieritas.

### Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan 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 dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2016:135). Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplots* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual. Dasar analisis :

- Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

### Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi (Ghozali, 2016:107). Cara mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi dalam suatu model regresi, secara umum bisa dilihat dari batas nilai Durbin-Watson dimana :

- Nilai DW yang besar atau diatas 2 berarti ada autokorelasi negatif.
- Nilai DW antara -2 sampai 2 berarti tidak ada autokorelasi atau bebas dari autokorelasi.
- Nilai DW yang kecil atau dibawah -2 berarti ada autokorelasi positif (Santoso, 2008).

### Analisis Model Regresi

Model persamaan regresi yang akan diuji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$\text{CSRDI} = \alpha + \beta_1 \text{ROA} + \beta_2 \text{DER} + \beta_3 \text{UDK} + \beta_4 \text{SKOR PROPER} + e$$

Keterangan:

CSRDI	= Corporate Social Responsibility Disclosure Index
$\alpha$	= Konstanta
$\beta$	= Koefisien Regresi
ROA	= Return On Assets
DER	= Debt to Equity Ratio
UDK	= Ukuran Dewan Komisaris
SKOR PROPER	= Skor Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan
$e$	= Error (variabel residual)

### Pengujian Hipotesis

#### Uji R<sup>2</sup> (Uji Regresi Berganda) atau Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) pada intinya mengukur kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah berkisar antara 0 sampai 1.

#### Uji Kelayakan Model (Uji Statistik F)

Uji statistik F dilakukan untuk menguji kelayakan model atau *goodness of fit* suatu model regresi. Model regresi yang layak adalah model yang dapat menjelaskan pengaruh antara variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Uji F dilakukan dengan melihat probabilitas signifikansi F pada *output* hasil regresi menggunakan SPSS 23.0 dengan *significance level* 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ). Jika probabilitas signifikansi lebih besar dari  $\alpha = 0,05$  maka

hipotesis ditolak, yang berarti model regresi tidak *fit*. Jika probabilitas signifikan lebih kecil atau sama dengan  $\alpha = 0,05$  maka hipotesis diterima, yang berarti bahwa model regresi *fit* atau layak.

### Uji Statistik t

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa besar pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2016:97). Uji t dilakukan dengan melihat signifikansi t masing-masing pada output hasil regresi menggunakan SPSS dengan *significance level* 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ). Kriteria pengambilan keputusannya adalah:

- Jika probabilitas signifikansi  $t \leq 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima (koefisien regresi signifikan). Ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel independen tersebut mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.
- Jika probabilitas signifikansi  $t > 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Analisis Deskriptif

Tabel 2  
Hasil Analisis Statistik Deskriptif  
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSRDI	90	,04	,71	,2873	,16146
ROA	90	,01	,72	,1448	,11596
DER	90	,15	2,26	,7682	,54170
UDK	90	3,00	11,00	5,678	1,9011
SKOR_PROPER	90	2,00	5,00	3,344	,7057
Valid N (listwise)	90				

Sumber : data sekunder diolah.

Berdasarkan tabel 2 diatas dapat diketahui bahwa jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 18 sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan PROPER oleh Kementrian Lingkungan Hidup dengan periode penelitian selama 5 tahun, maka  $N = 90$ .

Dengan melihat hasil analisis statistik deskriptif pada tabel 2 dapat disimpulkan bahwa pengungkapan *corporarate social responsibility* memiliki nilai *mean* (rata-rata hitung) sebesar 0,2873 dengan standar deviasi sebesar 0,16146, serta nilai minimum 0,04 dan nilai maksimum sebesar 0,71. Profitabilitas yang diproksikan dengan ROA (*Return On Asset*) memiliki *mean* sebesar 0,1448 dengan standar deviasi sebesar 0,11596, serta nilai minimum 0,01 dan nilai maksimum sebesar 0,72. *Leverage* yang diproksikan dengan DER (*Debt to Equity Ratio*) memiliki *mean* sebesar 0,7682 dengan standar deviasi sebesar 0,54170, serta nilai minimum 0,15 dan nilai maksimum sebesar 2,26. Ukuran dewan komisaris (UDK) memiliki *mean* sebesar 5,678 atau 6 dengan standar deviasi sebesar 1,9011, serta nilai minimum 3,00 dan nilai maksimum sebesar 11,00. Kinerja lingkungan yang diproksikan dengan skor PROPER memiliki *mean* sebesar 3,344 atau 3 dengan standar deviasi sebesar 0,7057, serta nilai minimum 2,00 dan nilai maksimum sebesar 5,00

### Uji Asumsi Klasik

**Uji Normalitas**, berdasarkan hasil uji normalitas dengan menggunakan analisis grafik yaitu dengan menggunakan grafik *probabilty plot* menunjukkan bahwa grafik memberikan pola distribusi normal yang mendekati normal dengan titik-titik menyebar disekitar garis

diagonal dan penyebarannya masih disekitar garis normal sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal. Sedangkan untuk uji normalitas dengan menggunakan *One Sampel Kolmogorov-Smirnov Test*, dapat dilihat bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,200 berarti hal tersebut menunjukkan bahwa variabel penelitian terdistribusi normal karena tingkat signifikansinya  $\geq 0,05$ .

**Uji multikolinieritas**, hasil pengujian multikolinieritas menunjukkan bahwa nilai *tolerance* variabel independen adalah  $>0,1$  dan VIF variabel independen  $< 10$ , maka dapat disimpulkan dari hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa model regresi terbebas dari multikolinieritas.

**Uji Heteroskedastisitas**, berdasarkan grafik *scatterplot* yang dihasilkan SPSS semua titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu serta tersebar di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y. Dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk interpretasi dan analisis lebih lanjut.

**Uji Autokorelasi**, berdasarkan hasil uji autokorelasi nilai Durbin-Watson pada persamaan sebesar 0,835. Nilai tersebut terletak antara -2 dan 2 ( $-2 \leq 0,835 \leq 2$ ). Dari hasil nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa model penelitian ini tidak terjadi autokorelasi atau bebas dari autokorelasi.

## Pengujian Hipotesis

### Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) disajikan pada tabel 3 sebagai berikut:

Tabel 3  
Hasil Analisis R Square  
Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,546 <sup>a</sup>	,319	,287	,13634	,835

a. Predictors: (Constant), SKOR\_PROPER, DER, ROA, UDK

b. Dependent Variable: CSRDI

Sumber : data sekunder diolah.

Tampilan output SPSS pada tabel 3 menunjukkan besarnya nilai  $R^2$  adalah 0,319 hal ini berarti 31,9 % variabel pengungkapan *corporate social responsibility* (CSRDI) dapat dijelaskan oleh variabel independen profitabilitas (ROA), *leverage* (DER), ukuran dewan komisaris (UDK), kinerja lingkungan (SKOR PROPER) sebesar 31,9%, sedangkan sisanya yaitu sebesar 68,1% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

### Uji Kelayakan Model (Uji Statistik F)

Hasil uji kelayakan model (Uji Statistik F) disajikan pada tabel 4 sebagai berikut:

Tabel 4  
Uji Statistik F  
ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,740	4	,185	9,954	,000 <sup>b</sup>
	Residual	1,580	85	,019		
	Total	2,320	89			

a. Dependent Variable: CSRDI

Predictors: (Constant), SKOR\_PROPER, DER, ROA, UDK

Sumber : data sekunder diolah.

Dari uji statistik F pada tabel 4, diperoleh nilai F hitung sebesar 9,954 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ , maka model regresi memenuhi kriteria *fit* (layak).

### Uji Statistik t

Hasil perhitungan dengan komputer menggunakan aplikasi program SPSS pada uji statistik t adalah sebagai berikut :

**Tabel 5**  
**Uji Statistik t**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		Koefisien Regresi	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-,167	,083		-2,014	,047
	ROA	,308	,131	,221	2,355	,021
	DER	,066	,029	,220	2,229	,028
	UDK	,036	,008	,420	4,233	,000
	SKOR_PROPER	,047	,022	,205	2,169	,033

a. Dependent Variable: CSRDI

Predictors: (Constant), SKOR\_PROPER, DER, ROA, UDK

Sumber : data sekunder diolah.

Berdasarkan tabel 5 diatas diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :  

$$\text{CSRDI} = -0,167 + 0,308 \text{ ROA} + 0,066 \text{ DER} + 0,036 \text{ UDK} + 0,047 \text{ SKOR PROPER} + e$$

Pada persamaan regresi ini digunakan untuk menjawab hipotesis pengaruh profitabilitas, *leverage*, ukuran dewan komisaris dan kinerja lingkungan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Hasil pengujian regresi hipotesis pertama menunjukkan bahwa pengaruh profitabilitas yang diprosikan dengan ROA terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* menghasilkan koefisien regresi sebesar 0,308 dan t hitung sebesar 2,355 dengan signifikansi  $0,021 \leq 0,05$ . Hasil penelitian ini menunjukkan variabel profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Dengan demikian  $H_0$  berhasil ditolak dan  $H_1$  dapat diterima.

Hal ini berarti semakin tinggi tingkat profitabilitas yang dihasilkan perusahaan maka pengungkapan CSR akan cenderung besar. Dengan demikian, semakin efektif perusahaan dalam mendapatkan laba dari operasi bisnisnya akan memberikan kontribusi terhadap peningkatan pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal ini mendukung teori agensi bahwa perolehan laba yang semakin besar akan membuat perusahaan mengungkapkan informasi sosial yang lebih luas. Perusahaan di Indonesia akan meningkatkan pengungkapan tanggung jawab sosial ketika memperoleh *profit* yang tinggi artinya bahwa perusahaan di Indonesia sudah mulai menganggap penting keberadaan pengungkapan tanggung jawab sosial (Badjuri, 2011:47).

Dikaitkan dengan teori stakeholder, eksistensi perusahaan tidak dapat terlepas dari pihak stakeholder sebagai pihak yang mempengaruhi dan dipengaruhi perusahaan. Jadi tujuan perusahaan tidak hanya berpijak kepuasan para pemegang saham (*shareholders*) dengan mencari keuntungan yang sebesar-besarnya tetapi perusahaan juga sangat perlu memperhatikan kesejahteraan masyarakat dan keseimbangan lingkungan di sekitar perusahaan.

Teori legitimasi menyatakan bahwa pengungkapan CSR yang luas merupakan upaya perusahaan secara terus-menerus meyakinkan masyarakat bahwa perusahaan dalam aktivitasnya sesuai dengan batasan dan norma-norma yang berlaku di masyarakat. Hal itu dapat dijadikan wahana untuk membangun strategi perusahaan terutama terkait dengan

upaya perusahaan memposisikan diri di tengah lingkungan masyarakat yang semakin maju. Dari situ reputasi dan citra perusahaan akan terdongkrak karena perusahaan mendapat legitimasi dari masyarakat. Dan terhindar dari resistensi masyarakat dan akan menjamin perusahaan tetap bertahan hidup (*going concern*). Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang sudah dilakukan oleh Rahajeng (2010), Fahrizqi (2010), Badjuri (2011), Santioso dan Chandra (2012), Pradnyani dan Sisdyani (2015) dan Felicia dan Rasmini (2015).

Hasil pengujian regresi hipotesis kedua menunjukkan bahwa pengaruh *leverage* yang diprosikan dengan DER terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* menghasilkan koefisien regresi sebesar 0,066 dan t hitung sebesar 2,229 dengan signifikansi  $0,028 \leq 0,05$ . Hasil penelitian ini menunjukkan variabel *leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Dengan demikian  $H_0$  berhasil ditolak dan  $H_2$  dapat diterima.

Hal ini berarti semakin tinggi tingkat *leverage* maka semakin besar pula pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSRDI). Dengan demikian hasil ini mendukung teori agensi. 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).

Perusahaan akan lebih terdorong dalam mengungkapkan CSR yang lebih luas apabila memiliki rasio *leverage* yang tinggi yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan informasi kreditur (Hidayat, 2007) dalam (Sriayu dan Mimba, 2013:330). Kreditur memerlukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai informasi untuk mengevaluasi risiko secara benar (Marie *et al.*, 2006) dalam (Sriayu dan Mimba, 2013:330). Karena perusahaan tersebut pantas diberi pinjaman dengan tingkat suku bunga yang rendah. Dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang luas maka perusahaan menjadi kredibel dan memperoleh keyakinan yang memadai dari pihak kreditur. Meskipun tingkat *leverage* tinggi yang dapat menyebabkan biaya bunga tinggi yang pada akhirnya akan menjadi beban yang mengurangi pendapatan sehingga tingkat profit perusahaan akan turun. Tetapi dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang luas dapat menurunkan resiko dan memudahkan perusahaan mendapatkan akses pendanaan dari para kreditur maupun investor (Lako, 2011:115). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Felicia dan Rasmini (2015), Purnasiwi (2011), dan Majidah dan Sihite (2014) juga menunjukkan *leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Hasil pengujian regresi hipotesis ketiga menunjukkan bahwa pengaruh ukuran dewan komisaris yang terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* menunjukkan probabilitas signifikansi t sebesar 0,000 dengan nilai t hitung sebesar 4,233. Dimana probabilitas signifikansi  $t \leq 0,05$  ( $0,000 \leq 0,05$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima. Koefisien regresi variabel ukuran dewan komisaris adalah 0,036 menunjukkan arah hubungan positif. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSRDI).

Hal ini berarti semakin besar jumlah anggota dewan komisaris yang dimiliki perusahaan maka semakin luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSRDI). *Agency theory* memandang bahwa manajemen perusahaan sebagai *agents* bagi para pemegang saham, akan bertindak dengan penuh kesadaran bagi kepentingannya sendiri, bukan sebagai pihak yang arif dan bijaksana serta adil terhadap pemegang saham. Berdasarkan teori agensi, dewan komisaris dianggap sebagai mekanisme pengendalian intern tertinggi, yang bertanggung jawab untuk memonitor tindakan manajemen puncak. Maka dengan monitoring yang lebih baik maka diharapkan pengungkapan informasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat lebih luas karena meminimalkan kemungkinan informasi yang ditutupi (Badjuri, 2011:43). Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat Coller dan Gregory (1999) yang menyatakan bahwa semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka akan semakin mudah untuk mengendalikan CEO dan monitoring yang dilakukan akan semakin efektif. Dikaitkan

dengan pengungkapan tanggung jawab sosial, maka tekanan terhadap manajemen juga akan semakin besar untuk mengungkapkannya. Hasil ini mendukung penelitian Terzaghi (2012), Fariati dan Segoro (2013), Dewi dan Priyadi (2013) dan Pradnyani dan Sisdyani (2015).

Hasil pengujian regresi hipotesis keempat menunjukkan bahwa pengaruh kinerja lingkungan yang diproksikan dengan skor Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup (PROPER) terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSRDI) menunjukkan probabilitas signifikansi sebesar 0,033 dengan nilai  $t$  hitung sebesar 2,169. Dimana probabilitas signifikansi  $t \leq 0,05$  ( $0,033 \leq 0,05$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_4$  diterima. Koefisien regresi variabel kinerja lingkungan adalah 0,047 menunjukkan arah hubungan positif. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSRDI).

Hal ini berarti perusahaan yang kinerja lingkungannya dengan skor PROPER yang tinggi maka perusahaan memiliki pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang tinggi atau luas, khususnya pada item indeks pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) kategori lingkungan karena penilaian aspek antara kinerja lingkungan (PROPER) dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terdapat pada aspek lingkungan yang keduanya sama-sama menilai tentang pengelolaan lingkungan mulai dari limbah B3, air, maupun udara. Dibuktikan dengan PT Unilever Indonesia Tbk pada tahun 2013 mendapatkan nilai tertinggi skor PROPER 5 serta pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki nilai tertinggi sebesar 0,71 atau 71%.

Para stakeholder sebagai pihak yang mempengaruhi dan dipengaruhi perusahaan dapat menyikapi secara aktif informasi tingkat penataan pengelolaan lingkungan ini, dan mendorong perusahaan untuk lebih meningkatkan kinerja pengelolaan lingkungannya.

Hasil ini mendukung teori legitimasi yang menganjurkan perusahaan untuk meyakinkan bahwa aktivitas dan kinerjanya dapat diterima oleh masyarakat. Menurut Hadi (2011), legitimasi masyarakat akan timbul apabila terjadi kesesuaian antara operasi perusahaan dengan pengharapan masyarakat. Senjangan legitimasi dapat dilakukan dengan jalan memperlebar strategi legitimasi, seperti 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 (Gary O'Donovan, 2002) dalam (Hadi 2011). Pengurang Jadi perusahaan akan mendapatkan legitimasi yang baik dari masyarakat, mendapatkan citra positif dari masyarakat dan mampu menciptakan simbiosis mutualisme antara perusahaan dan masyarakat.

Mereka lebih menyukai perusahaan atau produk yang ramah lingkungan dan dengan sendirinya tujuan perusahaan mencapai profit tercapai. Perusahaan yang kinerja lingkungannya tinggi dapat meningkatkan legitimasi dari masyarakat dan meningkatkan kegiatan perusahaan dalam mengelola lingkungan hidup yang dapat membuat perusahaan mampu meningkatkan citra positifnya di mata masyarakat. Dibuktikan dengan PT Unilever Indonesia Tbk pada tahun 2013 mendapatkan penghargaan peringkat emas dari dari Kementerian Lingkungan Hidup (KLH). Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sejalan dengan penelitian Rakhimah dan Agustia (2009), Rahmawati (2012), Permana (2012), Suratno *et al.*, (2006), serta Sudaryanto (2011).

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

1. Penelitian ini untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility*. Variabel independen dalam penelitian ini adalah profitabilitas yang diproksikan dengan *Return On Asset* (ROA), *leverage* yang diproksikan dengan *Debt to Equity Ratio* (DER), Ukuran Dewan Komisaris (UDK), kinerja lingkungan yang diproksikan dengan skor Program Penilaian Peringkat Kinerja



- Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup (PROPER) mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Dan perusahaan yang dijadikan sampel penelitian adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan mengikuti Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup (PROPER) selama tahun 2011 sampai dengan 2015.
2. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.
  3. *Leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.
  4. Ukuran Dewan Komisaris (UDK) berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.
  5. Kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

### Saran

Dengan melihat keterbatasan yang ada pada penelitian ini, maka diharapkan pada penelitian selanjutnya bisa mempertimbangkan beberapa faktor yaitu saran-saran yang diajukan peneliti. Saran-saran tersebut meliputi:

1. Pada sampel penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah sampel pengamatan, tidak hanya terbatas pada perusahaan manufaktur saja tetapi dapat menggeneralisasikan untuk semua jenis industri.
2. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan cara menentukan indeks pengukuran pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang berbeda atau menggunakan biaya kegiatan CSR, sehingga bisa terjadi keberagaman penelitian.
3. Penelitian selanjutnya dapat menambah variabel independen yang terkait dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR), seperti tipe industri, ukuran perusahaan, kepemilikan manajemen, kepemilikan institusional, ukuran dewan direksi, jumlah RUPS, umur perusahaan, profile perusahaan dan lain-lain. Mengingat 68,1% dari nilai variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

### DAFTAR PUSTAKA

- Agustine, I. 2014. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *FINESTA* 2(1): 42-47.
- Anggono, R.I. dan J. Handoko. 2009. Pengaruh Profitabilitas, Kepemilikan Institusional dan Kepemilikan Asing terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada Perusahaan Perambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi Kontemporer* 1(2): 73-98.
- Badjuri, A. 2011. Faktor-faktor Fundamental, Mekanisme Corporate Governance, Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Perusahaan Manufaktur dan Sumber Daya Alam di Indonesia. *Jurnal Dinamika Keuangan dan Perbankan* 3(1): 38-54.
- Bursa Efek Indonesia. Annual Report. [www.idx.go.id](http://www.idx.go.id). 19 November 2016 (19.00).
- Coller, P. dan A. Gregory. 1999. Audit Committee Activity and Agency Costs. *Journal of Accounting and Public Policy* 18(4-5): 311-332.
- Dewi, S.S. dan M.P. Priyadi. 2013. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya 3(2): 1-20.
- Fahrizqi, A. 2010. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Laporan Tahunan Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia). *Skripsi*. Universitas Diponegoro. Semarang.

- Fariati dan W. Segoro. 2013. Pengaruh Ukuran Entitas, Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Pada Entitas Industri Dasar dan Kimia Yang Terdaftar di BEI Periode 2010-2011. *Proceeding PESAT (Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitektur, & Teknik Sipil Bandung 5. 8-9 Oktober 2013. Universitas Gunadarma: 278-286.*
- Felicia, M. dan N.K. Rasmini. 2015. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di BEI. *E-Jurnal Akuntansi 12(2): 143-153.*
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program.* Edisi Kedelapan. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hackston, D. dan M.J. Milne. 1996. Some Determinants Of Social And Environmental Disclosures In New Zealand Companies. *Accounting, Auditing and Accountability Journal 9(1): 77-108.*
- Hadi, N. 2011. *Corporate Social Responsibility.* Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Harahap, S.S. 2013. *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan.* Cetakan Kesebelas. Penerbit Rajawali Pers. Jakarta.
- Jensen dan Meckling. 1976. The Theory Of The Firm: Manajerial Behavior, Agency Cost, and Ownership Stucture. *Journal of Financial and Economics 3: 305-360.*
- Kementrian Lingkungan Hidup. [www.menlh.go.id](http://www.menlh.go.id). 21 November 2016 (07:00).
- Lako, A. 2011. *Dekonstruksi CSR & Reformasi Paradigma bisnis & Akuntansi.* Penerbit Erlangga. Yogyakarta.
- Majidah dan S.A. Sihite. 2014. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Pada Perusahaan, Studi Kasus Pada Emiten Subsektor Makanan Dan Minuman Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2012. *Jurnal Akuntansi Universitas Telkom.* Bandung.
- Mulyadi. 2001. *Sistem Akuntansi.* Edisi ketiga. Cetakan Ketiga. Salemba Empat. Jakarta.
- Permana, V.A. (2012). Pengaruh Kinerja Lingkungan dan Karakteristik Perusahaan terhadap CSR Disclosure (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI). *Diponegoro Journal of Accounting 1(2): 1-12.*
- Pradnyani, I. dan E.A. Sisdyani. 2015. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage*, Dan Ukuran Dewan Komisaris Pada Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi 11(2): 384-397.*
- Purnasiwi, J. 2011. Analisis Pengaruh Size, Profitabilitas dan Leverage terhadap Pengungkapan CSR pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Skripsi.* Universitas Diponegoro. Semarang.
- Putri, R.W.E. dan Z. Baridwan. 2013. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Pada Tahun 2010-2012. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB 2(2).*
- Rahajeng, R.G. 2010. Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Sosial (Social Disclosure) dalam Laporan Tahunan Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal.* Universitas Diponegoro. Semarang.
- Rahmawati, A. 2012. Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Social Responsibility Disclosure Sebagai Variabel Intervening. *Skripsi.* Universitas Diponegoro. Semarang.
- Rakhiemah, A. N. dan D. Agustia. 2009. Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure dan Kinerja Finansial. *Symposium Nasional Akuntansi XIII.* Palembang.
- Rawi dan M. Muchlis. 2010. Kepemilikan manajemen, Kepemilikan Institusi, leverage, dan Corporate Social Responsibility. *Symposium Nasional Akuntansi XIII.* Purwokerto.

- Santioso, L. dan E. Chandra. 2012. Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Dewan Komisaris Independen Dalam Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi* 14(1): 17-30.
- Santoso, S. 2008. *Statistik Multivariat*. PT Gramedia. Jakarta.
- Sembiring, E. R. 2005. Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial : Studi Empiris pada Perusahaan yang Tercatat Di Bursa Efek Jakarta. *Simposium Nasional Akuntansi VIII*. Solo.
- Sriayu, G. A. P. W. dan N. P. S. H. Mimba. 2013. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure. *E-Jurnal Akuntansi* 5(2): 326-344.
- Suartana, I. W. 2010. Akuntansi lingkungan dan triple bottom line accounting: Paradigma baru akuntansi bernilai tambah. *Jurnal Bumi Lestari* 10(1): 105-112.
- Sudaryanto. 2011. Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Kinerja Finansial Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Variabel Intervening. *Skripsi*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Sugiyarso, G. dan F. Winarni. 2005. *Manajemen Keuangan (Pemahaman Laporan Keuangan, Pengelolaan Aktiva, Kewajiban dan Modal serta Pengukuran Kinerja Perusahaan)*. Media Pressindo. Yogyakarta.
- Suratno, I. Bondan, Darsono, dan S. Mutmainah. 2006. Pengaruh Environmental Performance Terhadap Environmental Disclosure Dan Economic Performance: Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Jakarta Periode 2001-2004. *Simposium Nasional Akuntansi 9*. Padang.
- Suwardjono. 2005. *Teori Akuntansi: Perekayasaan Pelaporan Keuangan*. Edisi Ketiga. BPFE Yogyakarta. Yogyakarta.
- Terzaghi, M.T. 2012. Pengaruh *Earning Management*, dan Mekanisme *Corporate Governance* Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi (JENIUS)* 2(1): 31-47.
- Untung, H. B. 2008. *Corporate Social Responsibility*. Grafika Offset. Jakarta.
- Wahyu, I. dan P. Apriwenni. 2012. Pengaruh Mekanisme *Corporate Governance*, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas Terhadap Luas Pengungkapan (CSR) Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) 2007-2009. *Jurnal Akuntansi* 1(1): 43-59.