

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGUNGKAPAN
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)
(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar
dalam Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2013)**

ARTIKEL ILMIAH



Oleh :

**NINA AGUSTINA WULANSARI
2009310139**

**SEKOLAH TINGGI EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2015**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGUNGKAPAN
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)
(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar
dalam Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2013)**

ARTIKEL ILMIAH



Oleh :

**NINA AGUSTINA WULANSARI
2009310139**

**SEKOLAH TINGGI EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2015**

PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Nina Agustina Wulansari
Tempat, Tanggal Lahir : Sidoarjo, 22 Agustus 1991
N.I.M : 2009.310.139
Jurusan : Akuntansi
Program Pendidikan : Strata 1
Konsentrasi : Akuntansi Manajemen
Judul : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan
Corporate Social Responsibility (CSR) (Studi
Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar
dalam Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2013)

Disetujui dan diterima baik oleh :

Dosen Pembimbing,

Tanggal, 16 - April - 2015



(Dr Sasongko B, M.Si., CA., CPA., CPMA, LIFA)

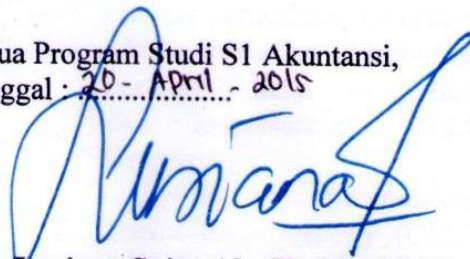
Co. Dosen Pembimbing,

Tanggal, 16 - April - 2015



(Nur'aini Rokhmania, SE.AK., M.Si)

Ketua Program Studi S1 Akuntansi,
Tanggal : 20 - April - 2015



(Dr. Luciana Spica Almilia SE., M.Si)

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)

(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2013)

Nina Agustina Wulansari
STIE Perbanas Surabaya
Email: 2009310139@students.perbanas.ac.id
Jl. Nginden Semolo 34-36 Surabaya

ABSTRACT

The research aimed to examine the influence of company size, profitability, leverage and board of commissioner on Corporate Social Responsibility (CSR) at manufacturing company listed in Indonesian Stock Exchange (BEI). Data used in this research is manufacturing company listed in Indonesian Stock Exchange (BEI) at 2010-2013. Testing tools used in this research is multiple linear regression test. The result of this research is that profitability influence Corporate Social Responsibility (CSR) and company size, leverage and board of commissioner do not have significant influence on Corporate Social Responsibility (CSR).

Keywords: Corporate Social Responsibility (CSR), company size, profitability, leverage, board of commissioner size.

PENDAHULUAN

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan suatu konsep akuntansi yang dapat membawa perusahaan agar melaksanakan tanggungjawabnya terhadap lingkungan dan masyarakat. *Corporate Social Responsibility* (CSR) timbul sebagai akibat dari keberadaan perusahaan-perusahaan yang aktivitasnya selain memberi banyak manfaat tetapi menimbulkan dampak negatif. Dampak negative tersebut dirasakan oleh masyarakat sekitar yang berada dengan perusahaan.

Di Indonesia empat tahun belakangan ini *Corporate Social Responsibility* (CSR) memang sedang menjadi trend. Pengungkapan informasi pelaksanaan kegiatan CSR diteloh dianjurkan dalam PSAK No.1 tahun 2012 tentang penyajian laporan keuangan menyatakan bahwa perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri

yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting.

Pada dasarnya tanggungjawab sosial sudah muncul pada saat operasi perusahaan dimulai. Sebagaimana diketahui bagaimanapun kelangsungan perusahaan sangat bergantung pada dukungan banyak pihak. Untuk itulah perlu selalu dijaga hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan lingkungannya. Misalnya, tanpa adanya pemasok, maka kelangsungan bahan baku bagi perusahaan menjadi tersendat-sendat, tanpa adanya konsumen, produk akan mubazir tidak ada yang membeli, tanpa adanya karyawan, maka operasi perusahaan menjadi terhambat, tanpa adanya perhatian terhadap masyarakat sekitar perusahaan, akan mengakibatkan keamanan dan kenyamanan perusahaan menjadi terganggu.

Pentingnya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah membuat banyak peneliti untuk melakukan penelitian dan diskusi mengenai praktik dan motivasi perusahaan melakukan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Beberapa penelitian

yang terkait dengan pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan telah banyak dilakukan. Seperti penelitian Anggraeni (2006) yang meneliti mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR. Diantara faktor-faktor yang menjadi variabel dalam penelitian tersebut adalah ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage* dan ukuran dewan komisaris.

Pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR tercermin dalam teori agensi yang menjelaskan bahwa perusahaan besar mempunyai biaya agensi yang besar. Perusahaan kecil mungkin tidak menunjukkan perilaku tanggungjawab sosial secara jelas, sebanyak yang dilakukan perusahaan besar, karena perusahaan yang berada dalam tahap dewasa dan tumbuh akan menarik lebih banyak perhatian dari lingkungan perusahaan. Perusahaan dengan aktivitas operasi yang besar, memiliki pengaruh yang besar di lingkungan perusahaan karena masyarakat akan memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan sehingga pengungkapan tanggungjawab sosial akan semakin besar.

Profitabilitas menurut (Ross, 2008) mengukur seberapa efisien perusahaan telah menggunakan aktivitya dan mengolah operasional perusahaan untuk menghasilkan laba. Secara umum, profitabilitas merupakan pengukuran dari keseluruhan efektivitas dan kinerja badan usaha yang menunjukkan efisiensi dan produktivitas dan usaha. Perusahaan yang profitabilitasnya tinggi dapat menarik investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut karena menunjukkan keberhasilan kinerja manajemen dalam mengolah operasional perusahaan.

Leverage memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang (Hardiningsih 2008). Perusahaan yang memiliki *leverage* tinggi karna lebih sedikit mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) supaya dapat melaporkan laba sekarang yang lebih tinggi. Keputusan untuk mengungkapkan informasi sosial akan mengikuti suatu pengeluaran untuk pengungkapan yang menurunkan pendapatan

(Sembiring 2005). Sesuai dengan teori keagenan maka manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggungjawab sosial yang dibuatnya.

Dewan komisaris dapat memberikan pengaruh yang cukup kuat untuk menekan manajemen untuk mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Sehingga perusahaan yang memiliki ukuran dewan komisaris yang lebih besar akan lebih banyak mengungkapkan CSR. Keberadaan para profesional yang tergabung dalam dewan komisaris juga menjadi pertimbangan manajemen perusahaan dalam penentuan keputusan terkait dengan kebijakan keuangan, pencitraan, dan aksi sosial perusahaan. Dewan komisaris merupakan pendukung utama dalam kegiatan CSR perusahaan (Sembiring, 2005)

RERANGKA TEORITIS YANG DIPAKAI DAN HIPOTESIS

Teori Stakeholder

Stakeholder adalah semua pihak baik internal maupun eksternal yang memiliki hubungan baik bersifat mempengaruhi maupun dipengaruhi, bersifat langsung maupun tidak langsung oleh perusahaan (Nor Hadi, 2011). Dengan demikian, *stakeholder* merupakan pihak internal maupun eksternal, seperti : pemerintah, perusahaan pesaing, masyarakat sekitar, lingkungan internasional, lembaga di luar perusahaan (LSM dan sejenisnya), dan sebagainya yang keberadaannya sangat mempengaruhi dan dipengaruhi perusahaan. (Saleh, 2010) menyatakan bahwa teori *stakeholder* berguna dalam menjelaskan CSR. Hal ini dikarenakan teori *stakeholder* mampu membedakan antara isu sosial dengan *stakeholder*.

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 (Darwis, 2009). Teori agensi mengasumsikan bahwa semua individu bertindak atas kepentingan mereka sendiri. Sehingga terjadi

konflik kepentingan antara pemilik dan agen karena kemungkinan agen tidak selalu berbuat sesuai dengan kepentingan prinsipal, sehingga memicu biaya keagenan (agency cost). Pemegang saham sebagai prinsipal diasumsikan hanya tertarik kepada hasil keuangan yang bertambah atau investasi mereka di dalam perusahaan.

Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholder*, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum (Anggraini, 2006). Tanggung jawab sosial dapat dikatakan sebagai timbal balik perusahaan kepada masyarakat dan lingkungan sekitar karena perusahaan telah mengambil keuntungan atas masyarakat dan lingkungan sekitar. Proses pengambilan keuntungan tersebut perusahaan seringkali menimbulkan kerusakan lingkungan dan dampak sosial.

Manfaat Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR)

Menurut (Suhandari, 2007) manfaat CSR bagi perusahaan antara lain :

- a. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra merek perusahaan.
- b. Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial.
- c. Mereduksi risiko bisnis perusahaan.
- d. Melebarkan akses sumber daya bagi operasi usaha.
- 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 (CSR)

Pengungkapan kegiatan tanggung jawab sosial yang telah dilaksanakan perusahaan,

merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan citra perusahaan di masyarakat pada umumnya dan investor pada khususnya. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang sering disebut sebagai *social disclosure*, *corporate social reporting*, *social accounting* merupakan proses mengkomunikasikan dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Hal ini menurut Gray *et al.* (1987) dalam Sembiring (2005) memperluas tanggung jawab organisasi (khususnya perusahaan), di luar peran tradisionalnya untuk menyediakan laporan keuangan kepada pemilik modal, khususnya pemegang saham.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap CSR

Secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan, dan perusahaan yang lebih besar mempunyai aktivitas operasi yang lebih banyak memberikan pengaruh lebih besar terhadap masyarakat (Sembiring 2005). Dalam teori agensi, perusahaan memiliki biaya agensi yang besar, hal ini dikarenakan banyaknya asset yang dimiliki perusahaan, sehingga perusahaan besar akan cenderung untuk mengungkapkan lebih banyak laporan daripada perusahaan kecil. Perusahaan besar memiliki sumber daya lengkap dan besar sehingga untuk melakukan pengungkapan dengan lengkap (laporan perusahaan) tidak perlu ada biaya tambahan yang besar untuk melakukan pengungkapan dengan lebih lengkap.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap CSR

Pada dasarnya, sebuah perusahaan menginginkan sebuah laba yang tinggi serta *image* perusahaan yang baik. Fahrizqi (2010) menemukan bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan, semakin besar pengungkapan informasi sosial yang dilakukan perusahaan. Perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi cenderung mengungkapkan lebih banyak karena ingin menunjukkan kepada public dan *stakeholders* bahwa perusahaan memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi

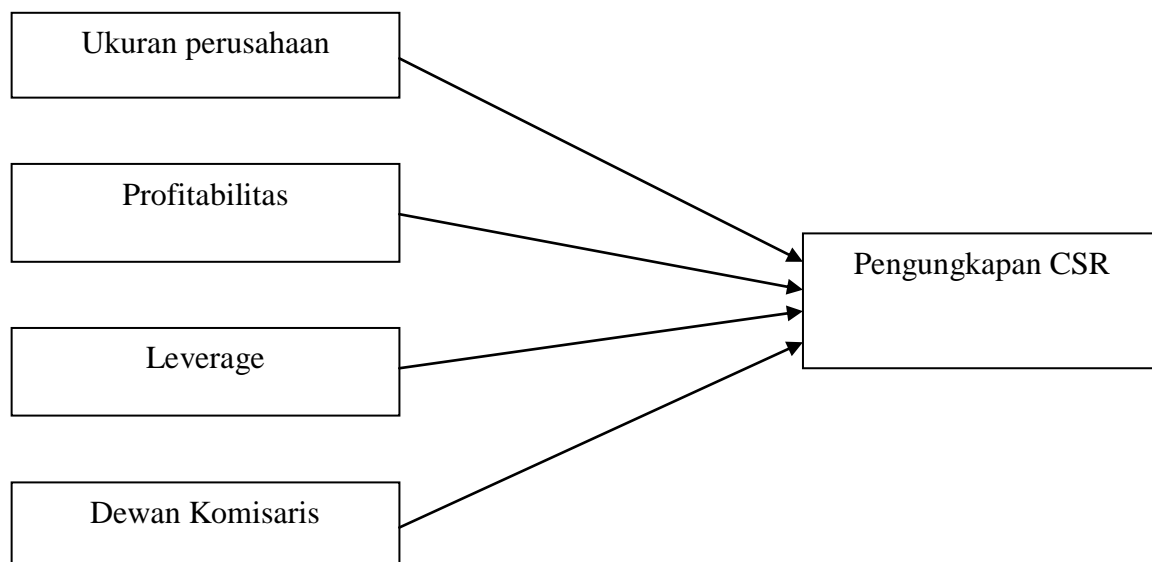
dibandingkan dengan perusahaan lain pada industri yang sama (Luciana, 2008).

Pengaruh Leverage Terhadap CSR

Leverage memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki sebuah perusahaan, sehingga hal ini dapat digunakan untuk melihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang. Jensen & Mekling (1976) dalam Anggraeni (2006) mengemukakan 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. Semakin tinggi rasio *leverage*, maka semakin tinggi perusahaan untuk mengingkari kontrak hutang. Manajer akan memilih metode akuntansi yang akan memaksimalkan laba sekarang. Kontrak hutang biasanya berisi tentang ketentuan bahwa perusahaan harus menjaga tingkat *leverage* tertentu (rasio/ekuitas), *interest coverage*, modal kerja dan ekuitas pemegang saham (Watt dan Zimmerman, 1990) dalam Anggraini 2006).

Pengaruh Dewan Komisaris Terhadap CSR

Dewan komisaris adalah wakil *shareholder* dalam entitas bisnis yang berfungsi mengawasi pengelolaan perusahaan yang dilaksanakan oleh manajemen dalam perusahaan (Mulyadi, 2002). Dengan wewenang yang dimiliki, dewan komisaris dapat memberikan pengaruh yang cukup kuat untuk menekan manajemen untuk mengungkapkan informasi tanggungjawab sosial lebih banyak, sehingga dapat dijelaskan bahwa perusahaan yang memiliki ukuran dewan komisaris lebih besar akan lebih banyak mengungkapkan informasi tanggungjawab sosial. Sebagai wakil dari principal di dalam perusahaan, dewan komisaris dapat mempengaruhi luasnya penguungkapan tanggungjawab sosial, karena dewan komisaris merupakan pelaksana tertinggi dalam entitas. Dengan mengungkapkan tanggungjawab sosial perusahaan, maka image perusahaan akan semakin baik (Gray et al., 1988 dalam Anggraini, 2006).



Gambar 1
Kerangka Pemikiran

Hipotesis untuk penelitian ini adalah :

H1 : Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR

H2 : Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR

H3 : *Leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR

H4 : Dewan Komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan CSR

METODE PENELITIAN

Klasifikasi Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar di BEI selama periode 2010-2013. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode purposive sampling. Purpose sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Agung, Febriana 2012). Adapun kriteria-kriteria yang digunakan dalam penelitian sampel adalah :

1. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2010-2013.
2. Perusahaan yang menerbitkan Annual Report di Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk setiap tahun penelitian.
3. Perusahaan yang mengungkapkan tanggungjawab sosial dalam laporan tahunan pada tahun 2010-2013.
4. Perusahaan yang memiliki laba bersih positif.

Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis data sekunder yang berasal dari BEI tahun 2010-2013, yaitu data yang diperoleh dalam bentuk jadi/data yang sudah diolah. Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun rapi dalam arsip yang dipublikasikan dan tidak dipublikasikan. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi dokumentasi, dengan mendapatkan data berupa laporan tahunan yang telah dikeluarkan oleh perusahaan. Data diperoleh melalui situs yang dimiliki oleh BEI, yakni www.idx.co.id.

Variabel Penelitian

Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini meliputi variabel dependen *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan variabel independen terdiri dari ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, ukuran dewan komisaris.

Definisi Operasional Variabel

Corporate social responsibility

Corporate social responsibility adalah pengungkapan informasi yang berkaitan dengan kegiatan sosial dan lingkungan yang tertuang dalam *sustainability report*. Untuk pengukuran nilai pengungkapan CSR menggunakan standar pengungkapan *sustainability report* yang dikeluarkan GRI.

$$CSRI = \frac{\sum xi}{n}$$

Keterangan :

CSRI : *Corporate Social Responsibility disclosure index*

n : jumlah item CSR, n = 79 item

Xi : 1 = jika item i diungkapkan; 0 = jika item i tidak diungkapkan

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan. Dalam penelitian ini ukuran perusahaan diukur dengan logaritma total asset perusahaan (Suaryana 2011). Adapun pengukurannya menggunakan rumus :
 $SIZE = \log \text{ total asset}$

Profitabilitas

Profitabilitas diartikan sebagai kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba atau profit dalam upaya meningkatkan nilai pemegang saham. Adapun pengukurannya dengan menggunakan sebagai berikut :

$$ROA = \frac{\text{laba bersih setelah pajak}}{\text{Total aktiva}}$$

Leverage

Leverage dapat diartikan sebagai tingkat ketergantungan perusahaan terhadap hutang dalam membiayai kegiatan operasionalnya, dengan demikian *leverage* juga mencerminkan tingkat resiko keuangan perusahaan, Sembiring (2005). Indikator yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur tingkat *leverage* adalah *Debt To Equity Ratio* (DER). Adapun pengukurannya dengan menggunakan rumus berikut :

$$DER = \frac{\text{Total Kewajiban}}{\text{Equitas pemegang saham}}$$

Dewan Komisaris

Ukuran Dewan Komisaris (UDK) yang dimaksud disini adalah banyaknya jumlah anggota dewan komisaris dalam suatu perusahaan, Sembiring (2005). Adapun pengukurannya dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$UDK = \sum \text{dewan komisaris perusahaan}$$

Alat Analisis

1. Menghitung variabel dependen dan independen dari laporan tahunan dan *sustainability report*. Menghitung pengungkapan tanggungjawab sosial, ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan ukuran dewan komisaris.
2. Melakukan analisis deskriptif yang bertujuan untuk memberikan gambaran atau deskripsi atas suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, maksimum, minimum, range.
3. Melakukan uji asumsi klasik dengan dengan pengujian regresi berganda dapat dilakukan setelah model dari penelitian memenuhi syarat-syarat lolos dari asumsi klasik. Syarat tersebut harus terdistribusi secara normal.
 1. Uji normalitas
Ghozali (2013 :160) Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik adalah data yang distribusi normal atau mendekati normal. Dalam penelitian ini untuk mendeteksi apakah data berdistribusi normal atau tidak menggunakan one sample *KolomogorovSmirnov*. Residual data terdistribusi normal jika signifikan *Kolomogorov Smirnov tes* >0,05 dan tidak terdistribusi normal jika signifikan *KolomogorovSmirnov tes* <0,05.
4. Melakukan uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

- Y = index pengungkapan CSR suatu perusahaan.
 α = konstanta.
 β_1, \dots, β_4 = koefisien regresi model.
X1 = ukuran perusahaan.
X2 = profitabilitas.
X3 = *leverage*.
X4 = jumlah dewan anggota komisaris.
e = *error term model* (variabel residual).

Tahapan-tahapan yang dilakukan dalam pengujian antara lain sebagai berikut :

- a. Merumuskan hipotesis
H0 : tidak ada pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan dewan komisaris terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).
H1 : ada pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan dewan komisaris terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).
- b. Menentukan taraf signifikansi
Taraf signifikansi pada penelitian ini adalah 5% ($\alpha = 0,05$)
- c. Uji simultan (Uji F)
Ghozali (2013 : 177) Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimaksud dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance level* 0,05 ($\alpha = 0.05$). ketentuan penerimaan atau penolakan hipotesis sebagai berikut :
H0 diterima jika signifikan F hitung > 0,05, artinya keempat variabel independen tidak mempunyai pengaruh signifikan.
H0 ditolak jika signifikan F hitung <0,05, artinya keempat variabel independen mempunyai pengaruh signifikan.
- d. Koefisien determinasi (R^2)
Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berada di antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel

independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Ghozali (2013 : 177) Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

e. Uji Parsial (Uji T)

Ghozali (2013 : 178) Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh masing-masing variabel independen dan variabel dependen.

a. Perumusan hipotesis

H0-1 < 0 : CSR tidak berpengaruh positif terhadap ukuran perusahaan.

H1-1 > 0 : CSR berpengaruh positif terhadap ukuran perusahaan.

H0-2 < 0 : CSR tidak berpengaruh positif terhadap profitabilitas.

H1-2 > 0 : CSR berpengaruh positif terhadap profitabilitas.

H0-3 < 0 : CSR tidak berpengaruh positif terhadap leverage.

H1-3 > 0 : CSR berpengaruh positif terhadap leverage.

H0-4 < 0 : CSR tidak berpengaruh positif terhadap ukuran dewan komisaris.

H1-4 > 0 : CSR berpengaruh positif terhadap ukuran dewan komisaris.

b. Menentukan level of signifikan ($\alpha = 5\%$).

c. Menentukan daerah penerimaan dan penolakan H0.

H0 diterima jika signifikansi t hitung > 0,05, artinya tidak adanya pengaruh CSR yang signifikan pada faktor-faktor pengungkapan perusahaan.

H0 ditolak jika signifikansi t hitung < 0,05, dan koefisien Beta (β) bernilai positif artinya ada pengaruh CSR yang signifikan pada faktor-faktor pengungkapan perusahaan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai variabel-variabel dalam penelitian ini, yaitu variabel *corporate social responsibility* (CSR), ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan dewan komisaris. Tabel 1 berikut adalah hasil uji deskriptif:

Tabel 1
Hasil Analisis Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviasi
CSR	75	0,0900	0,8000	0,308000	0,1781588
Size	75	11,00	14,33	12,2491	0,67654
Profit	75	0,0800	29,4200	8,459200	6,4633225
<i>Leverage</i>	75	0,0400	2,7400	0,907867	0,5790493
Ukw	75	2	10	4,39	1,958

Sumber : Data diolah

Berdasarkan pada tabel 1 *corporate social responsibility* (CSR) terendah 0,0900. Adapun *corporate social responsibility* (CSR) tertinggi yaitu 0,8000. Secara keseluruhan, rata-rata *corporate social responsibility* (CSR) dari sampel yang diteliti adalah 0,308000. Standar deviasi *corporate social responsibility* (CSR) adalah 0,1781588.

variabel ukuran perusahaan (size) nilai paling rendah atau yang paling sedikit dimiliki oleh perusahaan yang dijadikan sampel oleh peneliti adalah 11 dan yang paling tinggi 14,33. Sebagian besar data bernilai sebesar 0,308 dan dapat dilihat pula berdasarkan nilai simpangan baku (*standard deviation*) yang menunjukkan variasi atau keragaman data yang diperoleh bahwa

variabel ukuran perusahaan memiliki keragaman yang cukup tinggi sebesar 0,67.

Pada variabel profitabilitas menunjukkan bahwa nilai paling rendah 0,08 dan yang paling tinggi 29,42 , sebagian besar data bernilai sebesar 8,459 dan dapat dilihat pula berdasarkan nilai simpangan baku (*standard deviation*) yang menunjukkan variasi atau keragaman data yang diperoleh bahwa variabel profitabilitas memiliki keragaman yang cukup tinggi sebesar 6,463.

Pada variabel *leverage* menunjukkan bahwa nilai paling rendah 0,04 dan yang paling tinggi 2,74 , sebagian besar data bernilai sebesar 0,907 dan dapat dilihat pula

berdasarkan nilai simpangan baku (*standard deviation*) yang menunjukkan variasi atau keragaman data yang diperoleh bahwa variabel *leverage* memiliki keragaman yang cukup tinggi sebesar 0,579.

Pada variabel ukuran dewan komisaris menunjukkan bahwa nilai paling rendah 2 dan yang paling tinggi 10 , sebagian besar data bernilai sebesar 4,39 dan dapat dilihat pula berdasarkan nilai simpangan baku (*standard deviation*) yang menunjukkan variasi atau keragaman data yang diperoleh bahwa variabel ukuran dewan komisaris memiliki keragaman yang cukup tinggi sebesar 1,95.

Hasil Analisis dan Pembahasan

Tabel 2
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,766	,443		1,731	,088
1					
Size	-,049	,039	-,169	-1,277	,206
Profit	,006	,002	,332	2,799	,007
Leverage	,035	,036	,110	,969	,336
Ukw	,014	,013	,139	1,095	,277
R ²	0,130				
Adjusted R ²	0,080				
F Hitung	2,588				
F Tabel	2,606				
Sig. F	0,43				

Berdasarkan analisis yang dilakukan dapat disimpulkan :

- Pengujian hipotesis ini menunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar $0,206 > 0,05$. Hal ini berarti H₀ diterima yang artinya bahwa ukuran perusahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility*.
- Pengujian hipotesis ini menunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar $0,007 < 0,05$. Hal ini berarti H₀ ditolak yang artinya bahwa profitabilitas berpengaruh

signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility*.

- Pengujian hipotesis ini menunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar $0,336 > 0,05$. Hal ini berarti H₀ diterima yang artinya bahwa *leverage* berpengaruh tidak signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility*.
- Pengujian hipotesis ini menunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar $0,277 > 0,05$. Hal ini berarti H₀ diterima yang artinya bahwa ukuran dewan komisaris

berpengaruh tidak signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility*.

Pengaruh ukuran perusahaan terhadap *corporate social responsibility* (CSR)

Ukuran perusahaan merupakan variabel penduga yang banyak digunakan untuk menjelaskan variabel pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Ukuran perusahaan dalam penelitian ini diukur dengan total asset. Hasil pengujian yang dilakukan oleh spss 20.00 menunjukkan nilai sebesar 0.206. Hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Rita, Bambang dan Eko (2008) mengungkapkan hal yang sejalan dengan hasil penelitian ini bahwa ukuran perusahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Salah satu argumen penolakan hipotesis bahwa posisi ukuran perusahaan dalam perumusan strategi perusahaan terkait dengan formalitas dalam manajemen strategik. Formalitas sistem manajemen strategis berbeda-beda. Formalitas mengacu pada seberapa rinci tingkat tanggung jawab, wewenang dan keleluasaan pihak-pihak yang terlibat dalam pengambilan keputusan. Berbeda dengan hasil penelitian terdahulu Sontry dan Sry (2013) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR

Pengaruh profitabilitas terhadap *corporate social responsibility* (CSR)

Profitabilitas merupakan faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham. Pada penelitian ini diketahui bahwa variabel profitabilitas mempunyai nilai signifikan sebesar 0.007. Dari hasil tersebut terlihat bahwa profitabilitas yang diukur dengan ROA (*Return On Asset*) berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR karena tingkat signifikansinya kurang dari 0.05.

Nurul dan Indira (2013) mengungkapkan hal yang sejalan dengan hasil penelitian ini bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Profitabilitas yang tinggi maka perusahaan memiliki lebih banyak dana yang dapat dimanfaatkan untuk melakukan CSR. Berbeda dengan hasil penelitian terdahulu Maria Wijaya (2012) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Pengaruh *leverage* terhadap *corporate social responsibility* (CSR)

Leverage perusahaan dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan DER. Hasil pengujian yang mempunyai nilai signifikan sebesar 0.336 menunjukkan bahwa *leverage* suatu perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) penyebabnya adalah karena sudah terjadi hubungan yang baik antara perusahaan dengan *debtholder* yang mengakibatkan *debtholder* tidak terlalu memperhatikan rasio *leverage* perusahaan. Perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* tinggi, menganggap perlu memberikan laporan pengungkapan tanggungjawab social tentang kinerja perusahaan (Maria, 2012).

Pengaruh dewan komisaris terhadap *corporate social responsibility* (CSR)

Ukuran dewan komisaris dalam penelitian ini diukur dari jumlah anggota dewan komisaris dalam perusahaan. Dari hasil uji t diperoleh t hitung untuk variabel ukuran dewan komisaris sebesar 0.277. Hal ini menunjukkan bahwa ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR. Dewan komisaris dianggap sebagai pengendali interen tertinggi yang bertanggungjawab untuk memonitor tindakan manajemen puncak. Dikaitan dengan pengungkapan tanggungjawab perusahaan, dewan komisaris hanya bertugas untuk melakukan pengawasan dan memberikan nasihat kepada direktur. Dengan demikian dapat diketahui bahwa ukuran dewan

komisaris mempunyai fungsi pengawasan termasuk dalam penentuan program CSR, tetapi hanya direksi yang berwenang mengambil keputusan operasional perusahaan (Rita, 2008)

KESIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN

Berdasarkan metode analisis regresi berganda diperoleh hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel independen (Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage* dan Dewan Komisaris) dapat menjelaskan variabel dependen (*Corporate Social Responsibility*) hanya sebesar 8%.

Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage* dan Dewan Komisaris secara simultan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Berdasarkan hasil analisis linear berganda diperoleh hasil bahwa Profitabilitas mempunyai pengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Sedangkan Ukuran perusahaan, *Leverage* dan Ukuran Dewan Komisaris mempunyai pengaruh tidak signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Penelitian ini menggunakan sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2010-2013 dan paling banyak mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* adalah mengenai indikator aspek ekonomi sebanyak 9 item, aspek lingkungan sebanyak 30 item, aspek tenaga kerja & pekerjaan layak sebanyak 14 item, aspek hak asasi manusia sebanyak 9 item dan aspek tanggung jawab produk sebanyak 9 item, sedangkan aspek yang sedikit disebutkan mengenai aspek masyarakat sebanyak 8 item pengungkapan.

Penelitian ini mempunyai keterbatasan

- (1) Adanya data outlier sehingga ada pengurangan jumlah (n) data perusahaan dengan tujuan agar data dapat terdistribusi secara normal.
- (2) Pengungkapan CSR lebih banyak melihat pada laporan tahunan dibandingkan *sustainability report* dikarenakan banyak perusahaan yang tidak menerbitkan

laporan CSR pada *sustainability report* tetapi banyak yang menerbitkan pada laporan tahunan perusahaan, sehingga pengungkapan CSR lebih banyak secara subjektif.

- (3) Pada saat penelitian mungkin melewatkan beberapa informasi CSR dalam laporan tahunan perusahaan yang seharusnya dimasukkan dalam perhitungan indeks pengungkapan tanggung jawab sosial.

Saran-saran yang diberikan sehubungan dengan penelitian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut :

- (1) Penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan sampel keseluruhan pada BEI dan tidak hanya terbatas pada perusahaan manufaktur sehingga hasil yang diperoleh dapat lebih akurat.
- (2) Penelitian dapat menambahkan variabel independen yang terkait dengan pengungkapan CSR.
- (3) Penelitian selanjutnya sebaiknya menambah tahun penelitian agar pengukuran CSR menjadi lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Agatha Aprinda Kristi. 2013. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Publik Di Indonesia. Jurnal Ilmiah Mahasis FEB (Online), Vol 1, No 1: Semester Ganjil 2012/2013
- AnggaraFahrizqi. 2010. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Dalam Laporan Tahunan Perusahaan (Study Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI). Skripsi Universitas Diponegoro (Publikasi)
- Anggraini, Retno. 2006. Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial Dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang

- Terdaftar di Bursa Efek Jakarta).
Symposium Nasional Akuntansi
9.Padang
- AnifaIrawati 2011. Pengaruh karakteristik perusahaan terhadap luas pengungkapan tanggungjawab sosial (social disclosure) pada perusahaan real estate and property di Bursa Efek Indonesia. Skripsi Akuntansi tidak dipublikasikan, Universitas Brawijaya
- Imam Ghozali. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi.Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Imam Ghozali dan A. Chariri. 2007. *Teori Akuntansi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Global Reporting Index*, 2000-2006, Bahasa – Indonesia-G3 – Reporting-Guidelines. (www.globalreporting.org).
- Nor Hadi. 2011. Corporate Social Responsibility.Yogyakarta : Badan Penerbit Graha Ilmu
- Ikatan Akuntansi Indonesia. 2012. Standar Akuntansi Keuangan Per 1 Juni 2012. Jakarta.
- ISO 26000. 2010 www.csrindonesia.com
- Luciana Spica Almilia. 2008. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Sukarela “*Internet Financial*” And *Sustainability Reporting*. JAAI Volume 12 No. 2, Desember 2008
- Megawati Cheng dan YuliusJogiChristiawan. 2011. Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Abnormal Return. Jurnal Akuntansi dan Keuangan, vol 13, no. 1, Mei 2011
- Nursiam dan RinaGemitasari.2013.Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan.Proceding Seminar Nasiona dan Call for Papers Sancall
- RakhiemahArdila Noor dan Agustia Dian.2009 Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) Disclose dan kinerja Finansial Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.Simposium Nasional Akuntansi XII, Palembang.
- Solihin, Ismail. 2009. Pengantar Manajemen. Erlangga. Jakarta.
- SontriOktaviana dan Sri Rustiyaningsih, 2013 Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggungjawab Sosial pada Perusahaan Manufaktur Go Publik. Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi Vol.1 no.1, Februari
- Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas
- Wijaya Maria. 2012. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*Vol 1, No.1 Januari
- Yuliana, Purnomosidini, Sukoharsono, 2008 Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan Dampaknya Terhadap Reaksi Investor. Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia Volume 5 – Nomor 2, Desember