

**PENGARUH *LEVERAGE*, LIKUIDITAS, UKURAN PERUSAHAAN ,  
PROFITABILITAS DAN PENGUNGKAPAN MEDIA TERHADAP  
PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOSIAL RESPONSIBILITY* (CSR)**



**SKRIPSI**

**Disusun Oleh:**

**Nama : Irawan Sigit Rismanto**

**No. Mahasiswa: 13312174**

**JURUSAN AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
YOGYAKARTA  
2019**

**PENGARUH LEVERAGE, LIKUIDITAS, UKURAN  
PERUSAHAAN, PROFITABILITAS DAN PENGUNGKAPAN  
MEDIA TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL  
RESPONSIBILITY (CSR)**

SKRIPSI

Diajukan Oleh :

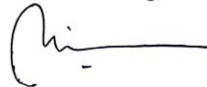
Nama : Irawan Sigit Rismanto

No. Mahasiswa : 13312174

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal 7 Februari 2019

Dosen Pembimbing,



(Dra. Isti Rahayu, M.Si., Ak.)

#### PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 8 Februari 2019

Penulis,  
  
(Irawan Sigit Rismanto)

**BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI**

SKRIPSI BERJUDUL

**PENGARUH LEVERAGE, LIKUIDITAS, UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS,  
DAN PENGUNGKAPAN MEDIA TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL  
RESPONSIBILITY (CSR)**

Disusun Oleh : **IRAWAN SIGIT RISMANTO**

Nomor Mahasiswa : **13312174**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari Senin, tanggal: 11 Maret 2019

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Isti Rahayu, Dra., M.Si, Ak, Cert, SAP

Penguji : Arif Rahman, SIP., SE., M.Com., Ph.D.



Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Islam Indonesia



Dika Sriyana, SE., M.Si, Ph.D.

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO**

“Tidak ada Kata Terlambat”

“Bahagia Itu Kita yang Ciptakan”

“Jangan Pernah Putus Asa Karena  
Semuanya Sudah Diatur Oleh Allah  
SWT”

“Jangan Pernah Puas dengan Ilmu yang  
Kamu dapatkan Saat Ini, Teruslah  
Belajar Menjadi Lebih Baik”

### **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

- ❖ Kedua Orang tua saya,
- ❖ Adik-adik saya
- ❖ Saudara-saudara saya
- ❖ Teman-teman saya

## KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim,

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb*

Alhamdulillah robbil 'alamin. Puji syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas Rahmat-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Leverage, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Pengungkapan Media terhadap Pengungkapan CSR. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat menyelesaikan studi jenjang Strata-1 (S1) pada Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

Selama proses penyusunan skripsi ini saya sebagai penulis mendapat bimbingan, arahan, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini saya sebagai penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Ketua Program Studi Akuntansi Dr. Mahmudi, SE., M.Si.,  
Ak.

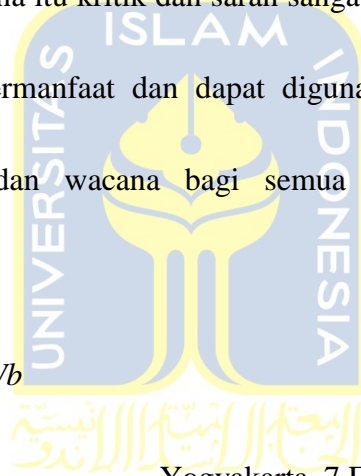
2. Dosen wali dan dosen pembimbing skripsi Dra. Isti Rahayu, M.Si., Ak.
3. Kedua orang tua tercinta, Indra Susmono dan Rina Marlina yang selalu memberikan dukungan secara moril maupun materiil, selalu sabar, doa yang tidak pernah putus dan kasih sayang yang tak terhingga kepada saya.
4. Adik saya Monadya Putri yang selalu mengingatkan.
5. Adik saya Bima, Syifa, dan Najwa.
6. Alm. H. Idris Seman selaku kakek saya.
7. Keluarga besar H. Idris Seman.
8. Kak Yudha dan Kak monik yang selalu menjadi panutan.
9. Kak Tasa dan Bima yang selalu mendukung dirumah.
10. Kak Boy yang selalu mengingatkan dari jauh.
11. Teman-teman kecil saya yang belum juga lulus Keke, Randi, Mbek, Rio, Alif.
12. Teman-teman nakal saya Wisnu, Rese, Koyer, Kadal, Dudi, Aryok
13. Teman-teman kampus yang selalu setia menunggu Tika, Icak, Rijak, Nanda.

14. Oksigen dan Kemuning yang selalu menyediakan tempat untuk mengerjakan.

15. Semua pihak yang membantu yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Pokoknya terimakasih banyak.

Saya menyadari dalam penulisan ini masih banyak keterbatasan dan kekurangan karena pengetahuan dan pengalaman. Oleh karena itu kritik dan saran sangat diharapkan. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi dan wacana bagi semua pihak yang membutuhkan.

*Wassalam Wr.Wb*



Yogyakarta, 7 Februari 2019

Penulis,

(Irawan Sigit Rismanto)



## DAFTAR ISI

MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	ii
MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1    Latar Belakang.....	1
1.2    Rumusan Masalah.....	8
1.3    Tujuan Penelitian .....	8
1.4    Manfaat penelitian .....	9
1.5.    Sistematika Penulisan .....	10
BAB II.....	12
TINJAUAN PUSTAKA .....	12
2.1    Landasan Teori.....	12
2.2    Penelitian Terdahulu .....	23
2.3    Hipotesis Penelitian .....	26
2.4    Kerangka Penelitian .....	33
BAB III .....	34
METODE PENELITIAN.....	34
3.1    Populasi dan Sampel Penelitian .....	34



3.2	Jenis dan Sumber Data.....	34
3.3	Variabel penelitian dan definisi operasional.....	35
3.4	Metode Analisis Data.....	40
BAB IV .....		47
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		47
4.1	Hasil.....	47
4.2	Pembahasan.....	63
BAB V .....		68
PENUTUP .....		68
5.1	Kesimpulan.....	68
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	69
5.3	Saran .....	70
Daftar Pustaka.....		71



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) telah menjadi isu perkembangan utama di suatu perusahaan. Rindawati (2015) menyatakan bahwa pada hakikatnya setiap manusia ataupun organisasi memiliki tanggung jawab sosial dan tanggung jawab lingkungan. Salah satu informasi yang perlu diungkapkan oleh suatu perusahaan adalah informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan. Sembiring (2005) menyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan dapat digambarkan sebagai ketersediaan informasi tentang keuangan dan non keuangan yang berkaitan dengan interaksi organisasi dengan lingkungan fisik dan lingkungan sosialnya, yang dapat dibuat dalam laporan tahunan perusahaan atau laporan sosial terpisah. Sedangkan, Janra (2015) menyatakan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial muncul karena adanya tuntutan dari masyarakat dan para pengguna laporan keuangan tentang dampak kegiatan bisnis perusahaan.

Pengungkapan tentang tanggung jawab sosial perusahaan merupakan sebuah gagasan yang menjadikan perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*. Tuntutan terhadap perusahaan untuk memberikan informasi yang transparan, akuntabel serta tata kelola perusahaan yang bagus (*good corporate governance*) semakin memaksa perusahaan untuk

memberikan informasi mengenai aktivitas sosialnya. Hal ini sangat penting, karena berkaitan dengan kesadaran atas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang dilandasi dengan pemikiran bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban ekonomi dan *legal* kepada para pemegang saham, tetapi juga kewajiban terhadap pihak-pihak lain yang berkepentingan (Wijaya, 2012).

Namun, kesadaran perusahaan atas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan masih sangat rendah. Untuk itu, langkah pemerintah dalam mengatasi masalah ini yaitu dengan mengeluarkan Undang-Undang No.40 Tahun 2007 tentang perseroan terbatas yang menyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan yang sebelumnya bersifat sukarela, sekarang menjadi suatu hal yang wajib dilaksanakan oleh seluruh perusahaan walaupun belum ada pedoman yang baku mengenai luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Pasal 74 ayat 1 menyatakan perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Selain itu, pada pasal 1 UU PT, tanggung jawab sosial dan lingkungan diartikan sebagai komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya. Berdasarkan kedua pasal itu, perusahaan dalam bentuk perseroan terbuka dilibatkan untuk menjaga kelestarian lingkungan dan juga ikut menyejahterakan komunitas setempat yang langsung terkait dengan perusahaan (stakeholder). Disamping itu, dalam aktifitas operasional perusahaan harus menyisihkan sebagian laba untuk melaksanakan tanggung jawab tersebut.

Pengungkapan laporan CSR merupakan suatu komitmen berkelanjutan dari perusahaan untuk bertanggung jawab secara ekonomi, sosial, dan lingkungan atau ekologis kepada masyarakat, lingkungan serta para pemangku kepentingan (*stakeholder*). Pengungkapan laporan CSR bagi pemilik perusahaan tetap menjadi bahan pertimbangan, karena menyangkut dengan biaya dan manfaat yang didapatkan setelah melakukan pengungkapan informasi sosial perusahaan. Jika perusahaan merasa manfaat yang diperoleh lebih besar dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan, maka perusahaan akan secara sukarela mengungkapkan informasi tersebut. Pengungkapan laporan CSR mempunyai tujuan yang bermanfaat bagi perkembangan perusahaan. Darwin (2004) mengungkapkan bahwa pengungkapan CSR bertujuan untuk menjalin hubungan komunikasi yang baik dan efektif antara perusahaan dengan publik dan *stakeholders* lainnya tentang kemampuan perusahaan dalam mengintegrasikan CSR, meluruskan visi, misi dan prinsip perusahaan terkait dengan praktik dan aktivitas bisnis internal perusahaan, mendorong perbaikan dan terus berkesinambungan sebagai wujud manajemen risiko serta untuk melindungi reputasi, serta untuk meraih *competitive advantage* dalam hal modal, tenaga kerja, *supplier* dan pangsa pasar. Banyaknya manfaat yang dihasilkan dengan pengungkapan laporan CSR, membuktikan bahwa CSR mempunyai peranan yang penting di dalam suatu perusahaan. Laporan CSR sangat dibutuhkan oleh berbagai pihak, seperti investor asing atau pun calon investor. Laporan ini digunakan sebagai sarana dalam memutuskan secara rasional tentang kemampuan perusahaan dalam beradaptasi dengan lingkungannya. Sehingga, investor memahami siklus hidup perusahaan ke depan. Selain itu, laporan CSR yang

disajikan secara lengkap, akurat, aktual serta tepat waktu dapat memungkinkan para investor untuk memutuskan perusahaan pilihan mereka, sehingga hasil yang akan diperoleh sesuai dengan yang diharapkan.

Indonesia telah menjadi basis produksi perusahaan manufaktur terbesar di ASEAN(<https://www.republika.co.id/berita/ekonomi/korporasi/18/02/12/p40ezo383pertumbuhan-manufaktur-indonesia-tertinggi-di-asean>). Hal ini membuat pemerintah semakin ingin mentransformasi ekonomi agar fokus terhadap pengembangan industry pengolahan nonmigas. Secara umum, perusahaan sektor industri manufaktur lebih mampu meningkatkan nilai tambah bahan baku dalam negeri. Selain itu, perusahaan manufaktur juga lebih mampu menyerap banyak tenaga kerja, menghasilkan devisa dari ekspor, serta penyumbang terbesar dari pajak dan cukai bagi pemerintah. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sampai dengan tahun 2017 telah berjumlah sebanyak 146 perusahaan. Industri manufaktur meliputi 3 sektor industri, yaitu 66 industri dasar dan kimia, 41 aneka industri, dan 38 industri barang konsumsi (<https://www.sahamok.com/saham-saham-sektor-industri-barang-konsumsi/>).

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat bahwa tingkat pertumbuhan produksi industri manufaktur besar dan sedang (IBS) mencapai 5,51 persen pada kuartal III tahun 2017. Angka ini tercatat lebih tinggi dibanding kuartal II/2017 yaitu 3,89 persen dan periode yang sama tahun lalu (2016) yaitu 4,87 persen.

Pelaporan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR banyak dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya yaitu leverage, dewan komisaris, dan ukuran perusahaan. *Leverage* memberikan gambaran mengenai

struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang. Menurut Scoot (2000) mengatakan bahwa semakin tinggi *leverage*, maka kemungkinan besar perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak utang. Hal ini dimungkinkan jika pihak manajer akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba dimasa depan. Perusahaan yang memiliki rasio *leverage* tinggi cenderung akan lebih sedikit mengungkapkan CSR supaya dapat melaporkan laba sekarang yang lebih tinggi. Namun, tidak semua penelitian mendukung hubungan antara *leverage* dengan luas pengungkapan CSR perusahaan. Hasil penelitian Sembiring (2003) menunjukan hasil bahwa variabel *leverage* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan, Fahrizqi (2010) menunjukan hasil yang berbeda yaitu variabel *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Kemampuan perusahaan dengan likuiditas tinggi akan berhubungan dengan pengungkapan sosial yang tinggi. Dengan likuiditas yang tinggi berarti perusahaan mempunyai kemampuan untuk membiayai dan melakukan kegiatan yang berkaitan dengan pengungkapan sosial (CSR). Sehingga perusahaan lebih mampu untuk mengungkapkan kegiatan sosial yang dilakukan dengan lebih luas. Penelitian Widianingsih (2011) menjelaskan dalam penelitiannya bahwa likuiditas mempengaruhi luas pengungkapan sukarela (CSR). Sejalan dengan penelitian Suta dan Laksito (2012) likuiditas berpengaruh negatif secara signifikan terhadap luas pengungkapan sukarela perusahaan. Bertolak belakang dengan Adhelia (2008), Prihastuti (2008), dan Badjuri (2011) menyatakan tidak berhasil menemukan

pengaruh yang signifikan antara tingkat likuiditas dengan pengungkapan sosial (CSR).

Pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR tercermin dalam teori agensi yang menjelaskan bahwa perusahaan besar mempunyai biaya agensi yang besar. Oleh karena itu, perusahaan besar cenderung akan lebih cenderung mengungkapkan informasi tanggung jawab sosialnya daripada perusahaan kecil. Akan tetapi, tidak semua penelitian mendukung hubungan antara ukuran perusahaan dengan luas pengungkapan CSR perusahaan. Hasil penelitian Hasibuan (2001) menunjukkan hasil yang berbeda, yaitu variabel ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan, hasil Robert (1992) dan Davey (1982) menunjukkan hasil bahwa variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Menurut Sudarmadji dan Sularto (2007) profitabilitas merupakan suatu indikator kinerja yang dilakukan manajemen dalam mengelola kekayaan perusahaan yang ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan. Secara garis besar, laba yang dihasilkan perusahaan berasal dari penjualan dan investasi yang dilakukan perusahaan. Secara umum, dalam menjabarkan penjualan menjadi laba menunjukkan prestasi profitabilitas perusahaan. Maka salah satu tujuan perusahaan yaitu mencapai keuntungan yang nantinya akan dapat meningkatkan kesejahteraan parapemegang saham. Penelitian Sari (2012) menyatakan bahwa profitabilitas perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, sedangkan penelitian Suhaenah (2012) menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap tanggung jawab sosial. Oleh sebab itu, profitabilitas digunakan dalam



salah satu variabel penelitian ini untuk menguji kembali apakah profitabilitas perusahaan berpengaruh terhadap *corporate social responsibility disclosure*.

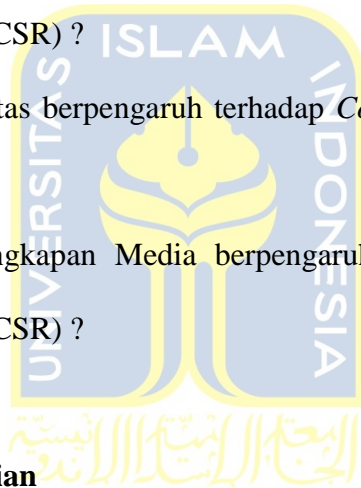
Pengungkapan media merupakan variabel yang masih jarang digunakan untuk menjelaskan pengaruhnya terhadap pengungkapan CSR. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Aulia (2011) dan Reverte (2008) menunjukkan bahwa pengungkapan media tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, akan tetapi hasil penelitian (Bansal and Clelland, 2004; Bansal and Roth, 2000; Bowen, 2000; Henriques and Sadosky, 1996) dalam Reverte (2008) menunjukkan bahwa pengungkapan media berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas dan hasil penelitian terdahulu yang selalu bertentangan (*gap research*), maka hal ini sangat menarik untuk dijadikan penelitian lebih lanjut. Oleh sebab itu, peneliti akan menggunakan beberapa faktor yang mempengaruhi penungkapan CSR, yaitu: leverage, likuiditas, ukuran perusahaan, profitabilitas, dan pengungkapan media. Selain itu, penelitian ini juga mengadopsi GRI (*Global Reporting Initiative*) versi 4.0 yang merupakan versi terbaru, sehingga berbeda dengan penelitian terdahulu. Sehingga, peneliti mengambil judul tentang **“Pengaruh Leverage, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Pengungkapan Media Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*”** (studi empiris pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2017)

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka beberapa rumusan permasalahan dalam penelitian ini terdiri dari :

1. Apakah *Leverage* berpengaruh terhadap *Corporate Spcial Responsibility* (CSR) ?
2. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap *Corporate Spcial Responsibility* (CSR) ?
3. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap *Corporate Spcial Responsibility* (CSR) ?
4. Apakah Likuiditas berpengaruh terhadap *Corporate Spcial Responsibility* (CSR) ?
5. Apakah Pengungkapan Media berpengaruh terhadap *Corporate Spcial Responsibility* (CSR) ?



## 1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan berdasarkan hal-hal yang dianggap perlu untuk diteliti lebih lanjut yang berhubungan dengan pengungkapan CSR dengan tujuan :

1. Untuk mengetahui pengaruh *Leverage* terhadap pengungkapan *Corporate Spcial Responsibility* (CSR).
2. Untuk mengetahui pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Spcial Responsibility* (CSR).
3. Untuk mengetahui pengaruh Profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Spcial Responsibility* (CSR).

4. Untuk mengetahui pengaruh Likuiditas terhadap pengungkapan *Corporate Spcial Responsibility* (CSR).
5. Untuk mengetahui pengaruh Pengungkapan Media terhadap pengungkapan *Corporate Spcial Responsibility* (CSR).

#### **1.4 Manfaat penelitian**

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat bagi beberapa pihak, antara lain:

##### **1. Bagi Akademi**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan dalam pengembangan ilmu ekonomi khususnya pada pada ilmu akuntansi. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi informasi dan referensi serta pembanding untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengungkapan CSR.

##### **2. Bagi Perusahaan**

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberi informasi dan referensi untuk pengambilan keputusan oleh perusahaan mengenai tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan keuangan yang disajikan.

##### **3. Bagi Investor**

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi tentang pengaruh dari *leverage*, dewan komisaris dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan laporan CSR perusahaan. Sehingga, dapat dijadikan acuan untuk pengambilan keputusan investasi.

#### **4. Bagi Masyarakat**

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi control atas perilaku perusahaan serta meningkatkan kesadaran masyarakat akan hak-hak yang harus dipenuhi oleh perusahaan, terutama pentingnya pengungkapan laporan tanggung jawab sosial suatu perusahaan.

#### **1.5. Sistematika Penulisan**

Penulisan ini menggunakan sistematika sebagai berikut:

##### **BAB I PENDAHULUAN**

Mencakup latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika pembahasan.

##### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Dalam bab ini akan dibahas tinjauan teori yang melandasi penelitian ini, penelitian terdahulu yang menjadi acuan penelitian ini, kerangka pemikiran, dan juga hipotesis penelitian.

##### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini meliputi rancangan penelitian, penentuan populasi dan sampel, variabel penelitian, klasifikasi variabel, definisi operasional variabel, jenis dan sumber data, model dan teknik analisis data.

##### **BAB IV ANALISIS HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini akan dibahas deskripsi objek penelitian, pembahasan hasil analisis berdasarkan alat dan metode yang digunakan.

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Terdiri atas kesimpulan, keterbatasan dan saran mengenai penelitian yang telah dilakukan.



## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **1. Teori Agency**

Teori keagenan menjelaskan hubungan antara agen (manajemen suatu usaha) dan prinsipal (pemilik usaha). Hubungan keagenan merupakan sebuah kontrak yang terjadi antara manajer (*agent*) dengan pemilik perusahaan (*principal*) (Jensen dan Meckling, 1976). Teori agensi mampu menjelaskan potensi konflik kepentingan diantara berbagai pihak yang berkepentingan dalam perusahaan tersebut. Konflik kepentingan ini terjadi dikarenakan perbedaan tujuan dari masing-masing pihak berdasarkan posisi dan kepentingan terhadap perusahaan. Sebagai agen, manajer bertanggungjawab secara moral untuk mengoptimalkan keuntungan para pemilik (*principal*), namun demikian manajer juga menginginkan untuk selalu memperoleh kompensasi sesuai dengan kontrak. Dengan demikian, terdapat dua kepentingan yang berbeda di dalam perusahaan di mana masing-masing pihak berusaha untuk mencapai atau mempertahankan tingkat kemakmuran yang dikehendaki.

Berdasarkan teori agensi, perusahaan yang menghadapi biaya pengawasan dan biaya kontrak yang rendah cenderung akan melaporkan laba bersih rendah atau dengan kata lain akan mengeluarkan biaya-biaya untuk kepentingan manajemen salah satunya biaya yang dapat meningkatkan reputasi perusahaan di mata masyarakat. Kemudian sebagai wujud pertanggungjawaban,

manajer sebagai agen akan berusaha memenuhi seluruh keinginan pihak principal dengan melakukan *corporate environmental disclosure* sebagai tindakan CSR. *corporate environmental disclosure* merupakan sinyal yang dapat mengalihkan perhatian pemegang saham dari pengawasan manipulasi laba atau isu-isu lainnya dan sebagai hasilnya harga saham di pasar modal akan meningkat seiring meningkatnya kepercayaan pemegang saham terhadap transparansi informasi yang diungkapkan oleh perusahaan.

## 2. Teori Sinyal

Teori sinyal adalah teori yang menjelaskan mengapa perusahaan mempunyai dorongan untuk memberikan informasi laporan keuangan kepada pihak eksternal (Sari dan Zuhrotun, 2006). Dorongan perusahaan untuk memberikan informasi adalah karena terdapat asimetri informasi antara perusahaan dan pihak luar karena perusahaan mengetahui lebih banyak mengenai perusahaan dan prospek yang akan datang daripada pihak luar (investor dan kreditor). Kurangnya informasi pihak luar mengenai perusahaan menyebabkan mereka melindungi diri mereka dengan memberikan harga yang rendah untuk perusahaan. Perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan mengurangi asimetri informasi.

Salah satu informasi yang diungkapkan oleh perusahaan adalah informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan melakukan pengungkapan CSR dengan harapan dapat meningkatkan reputasi dan nilai perusahaan (Rustiarini, 2010). Informasi tentang pengungkapan CSR merupakan suatu sinyal perusahaan untuk mengkomunikasikan kinerja perusahaan dalam jangka panjang, karena CSR

terkait dengan *acceptability* dan *sustainability*, yang artinya perusahaan diterima dan berkelanjutan untuk dijalankan di suatu tempat dalam jangka panjang (Adisusilo, 2011).

### **3. Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)**

Menurut Ghozali dan Chariri (2007) dalam Purnamawati (2012) menyatakan bahwa teori legitimasi dilandasi oleh adanya suatu kontrak sosial yang terjadi antara perusahaan dengan masyarakat, dimana perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber ekonomi. Menurut Guthrie dan Parker (1989) dalam Purnamawati (2012) teori legitimasi menjelaskan bahwa sebuah organisasi dalam melakukan kegiatan operasionalnya harus menunjukkan perilaku konsisten dengan nilai sosial. Menurut Lindblom (1994) menyatakan bahwa suatu organisasi mungkin menerapkan empat strategi legitimasi ketika menghadapi berbagai ancaman legitimasi. Teori legitimasi dalam bentuk umum memberikan pandangan yang penting terhadap praktek pengungkapan sosial perusahaan. Kebanyakan inisiatif utama pengungkapan sosial perusahaan bisa ditelusuri pada satu atau lebih strategi legitimasi yang disarankan oleh Lindblom (1994) salah satunya, yaitu kecenderungan umum bagi pengungkapan sosial perusahaan untuk menekankan pada poin positif bagi perilaku organisasi dibandingkan dengan elemen yang negatif. Selain itu, melakukan aktivitas dan pengungkapan CSR juga merupakan salah satu cara untuk mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap kegiatan operasional yang dilakukan perusahaan.



#### **4. Konsep Pelaporan *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

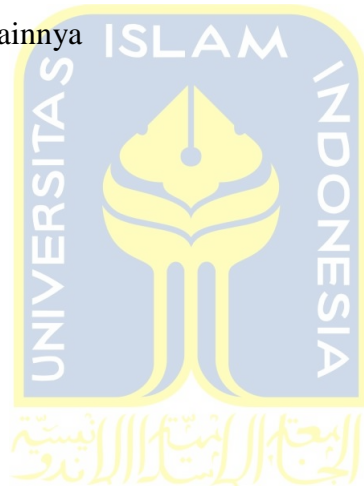
Laporan tanggung jawab sosial merupakan suatu laporan tentang segala aktivitas tanggung jawab sosial yang telah dilakukan oleh perusahaan dan berkaitan dengan perhatian masalah dampak sosial maupun lingkungan. Laporan ini menjadi bagian yang tak terpisahkan dengan laporan tahunan (*annual report*) perusahaan dan dipertanggungjawabkan oleh seluruh direksi di depan sidang Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS). Laporan ini berisi tentang laporan dari seluruh program-program sosial dan lingkungan perseroan yang telah dilaksanakan selama tahun buku berakhir (Nor Hadi, 2011:206).

Menurut Grey et al. (1995) mengatakan bahwa sifat dan volume pelaporan mengenai pertanggungjawaban sosial perusahaan bervariasi antar waktu dan antar negara. Hal ini disebabkan oleh isu-isu yang dipandang penting oleh satu negara mungkin akan menjadi kurang penting bagi negara lain. Sedangkan, menurut Lewis dan Unerman (1999) mengatakan bahwa variasi pelaporan tersebut disebabkan oleh budaya atau norma yang berlaku pada masing-masing negara yang berbeda satu sama lainnya.

Pengungkapan *corporate social responsibility* merupakan bagian dari pengungkapan yang bersifat *mandatory*. Hal tersebut dapat dilihat dari ketentuan Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 40 Tahun 2007 pasal 66 ayat (2) yang menjelaskan bahwa selain menyampaikan laporan keuangan, perusahaan juga melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan kepada para prinsipal. Fahrizqi (2010) menyatakan bahwa pengungkapan dikatakan berkaitan

dengan isu sosial dan lingkungan, jika pengungkapan tersebut berisi informasi yang dapat dikategorikan ke dalam kelompok-kelompok berikut ini:

1. Lingkungan
2. Energi
3. Praktik bisnis yang wajar
4. Sumber daya manusia
5. Keterlibatan masyarakat
6. Produk yang dihasilkan
7. Pengungkapan lainnya



Muliani, dkk (2014) menyatakan bahwa perusahaan semakin menyadari pentingnya menerapkan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai bagian dari strategi bisnisnya. Pelaporan dan pengungkapan CSR digunakan oleh para *stakeholders* dalam mengevaluasi hasil pelaksanaan CSR dan memberikan penghargaan/sanksi terhadap perusahaan sesuai hasil evaluasinya.

Konsep pelaporan CSR digagas dalam *Global Reporting Inisiative* (GRI). Dalam *GRI Guidelines* disebutkan bahwa perusahaan harus menjelaskan dampak aktivitas perusahaan terhadap ekonomi, lingkungan, dan sosial pada bagian *standard disclosures*. Tiga dimensi tersebut kemudian diperluas menjadi 6 dimensi, yaitu: ekonomi dan sosial, lingkungan, praktek tenaga kerja, hak asasi manusia, masyarakat, dan tanggungjawab produk, dimana di dalamnya terdapat penjelasan sejumlah 79 item. 79 item ini terdiri dari: ekonomi: 9 *item*, lingkungan: 30 *item*, sosial: 40 *item* (terbagi dalam praktek tenaga kerja: 14 *item*, hak asasi manusia: 9 *item*, masyarakat: 8, dan tanggung jawab produk: 9 *item*).

Wardoyo dan Veronica (2013:132) menyatakan pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan dalam laporan tahunan dapat diukur dengan cara menghitung indeks pengungkapan sosial. Variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan variabel *dummy*, yaitu:

- (1) Score 0 : Jika perusahaan tidak mengungkapkan item pada daftar pertanyaan.
- (2) Score 1: Jika perusahaan mengungkapkan item pada daftar pertanyaan.

Indeks pengungkapan sosial perusahaan dihitung melalui jumlah item yang sesungguhnya diungkapkan perusahaan dengan jumlah semua item yang mungkin diungkapkan. Indeks pengungkapan sosial perusahaan dapat dirumuskan sebagai berikut (Wardoyo dan Veronica, 2013:137) :

$$\text{Pengungkapan Sosial} = \frac{\text{Item yang diungkapkan oleh perusahaan}}{79 \text{ (item pengungkapan)}} \times 100\%$$

## 5. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Indeks Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

### a. *Leverage*

*Leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya aktiva yang dibiayai oleh utang atau proporsi total utang terhadap rata-rata ekuitas pemegang saham. Rasio *laverage* juga memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat resiko tak tertagihnya suatu utang. Oleh karena itu, perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi, maka akan memiliki kewajiban untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas daripada perusahaan dengan rasio *laverage* yang rendah. Hal ini sesuai dengan teori keagenan yang 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). Pendapat

lain mengatakan bahwa semakin tinggi *leverage*, besar kemungkinan perusahaan untuk melakukan pelanggaran terhadap kontrak utang. Sehingga, manajer akan melaporkan laba saat ini lebih tinggi dibandingkan laba masa depan (Scott, 2000). Dengan laba yang dilaporkan lebih tinggi akan mengurangi kemungkinan perusahaan melanggar perjanjian utang dan manajer akan memilih metode akuntansi yang akan memaksimalkan labanya di masa sekarang. Menurut Belkaoui dan Karpik (1989) menyatakan bahwa keputusan untuk mengungkapkan informasi sosial akan mengikuti suatu pengeluaran untuk pengungkapan yang menurunkan pendapatan.

#### **b. Likuiditas**

Rasio likuiditas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek. Rasio ini membandingkan kewajiban jangka pendek dengan sumber jangka pendek. Tingkat likuiditas mencerminkan kesehatan suatu perusahaan dan untuk indikatornya digunakan rasio lancar (*current ratio*). Likuiditas merupakan suatu indikator mengenai kemampuan perusahaan untuk membayar semua kewajiban finansial jangka pendek pada saat jatuh tempo dengan menggunakan aktiva lancar yang tersedia.

#### **c. Ukuran Perusahaan**

*Size* perusahaan merupakan variabel yang banyak digunakan untuk menjelaskan pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan

dalam laporan tahunannya. Secara umum, perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil. Secara teoritis, perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan politis, yaitu tekanan untuk melakukan pertanggungjawaban sosial. Pengungkapan sosial yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis bagi perusahaan (Hasibuan, 2001). Dengan mengungkapkan kepedulian pada lingkungan melalui pelaporan keuangan, maka perusahaan dalam jangka waktu panjang bisa terhindar dari biaya yang sangat besar akibat dari tuntutan masyarakat. Teori legitimasi memiliki alasan tentang hubungan ukuran perusahaan dan pengungkapan. Perusahaan yang lebih besar melakukan aktivitas yang lebih banyak sehingga memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat, memiliki lebih banyak pemegang saham yang punya perhatian terhadap program sosial yang dilakukan perusahaan dan laporan tahunan merupakan alat yang efisien untuk mengkomunikasikan informasi ini (Cowen *et. Al.*, 1987). Ada tiga alternatif proksi yang dapat digunakan untuk menentukan besarnya ukuran perusahaan, yaitu melalui ukuran aktiva, penjualan bersih, dan kapitalisasi pasar (*market capitalized*). Total aktiva lebih mencerminkan ukuran perusahaan, seperti yang diungkapkan oleh Fitriani (2001) menyatakan bahwa total aktiva lebih menunjukkan ukuran perusahaan dibandingkan kapitalisasi pasar.

#### d. Profitabilitas

Profitabilitas adalah suatu angka yang menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan aset, dan modal saham tertentu. Profitabilitas dapat digunakan sebagai salah satu indikator dalam penilaian prestasi perusahaan, selain itu juga merupakan elemen dalam penciptaan nilai perusahaan dimasa yang akan datang sehingga profitabilitas menjadi salah satu pertimbangan penting bagi investor dalam keputusan investasinya (Septiana, 2014:19).

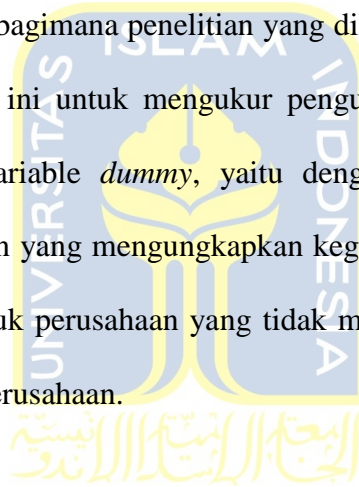
Penilaian prestasi suatu perusahaan dapat dilihat dari kemampuan perusahaan itu untuk menghasilkan laba. Laba perusahaan selain merupakan indikator kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban bagi para penyandang dananya, juga merupakan elemen dalam penciptaan nilai perusahaan yang menunjukkan prospek perusahaan di masa yang akan datang.

Amalia (2013:38) menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki kemampuan kinerja keuangan yang baik, akan identik dengan upaya-upaya untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas. Sedangkan perusahaan dengan kinerja yang tinggi maka akan meningkatkan nilai perusahaan dalam proses pembentukan *image* yang sangat berpengaruh untuk mendapatkan kepercayaan dari para *stakeholder*

Profitabilitas dapat diterapkan dengan menghitung berbagai tolak ukur yang relevan. Salah satu tolak ukur adalah dengan menggunakan rasio keuangan sebagai salah satu alat di dalam menganalisis kondisi keuangan hasil operasi dan tingkat profitabilitas suatu perusahaan. Sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial.

**e. Pengungkapan Media**

Sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Aulia(2010) dalam penelitian ini untuk mengukur pengungkapan media juga dilakukan dengan variable *dummy*, yaitu dengan memberikan nilai 1 untuk perusahaan yang mengungkapkan kegiatan CSR di *website* perusahaan dan 0 untuk perusahaan yang tidak mengungkapkan kegiatan CSR di *website* perusahaan.



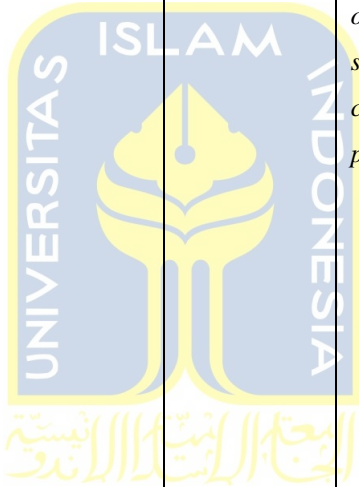


## 2.2 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian yang meneliti tentang CSR, memberikan beberapa hasil yang berbeda-beda, berikut ini penjelasannya:

No.	Nama	Judul	Variabel Dependen	Variabel Independen	Hasil Penelitian
1.	Ristanto Five Raharja (2017)	Faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial	Pengungkapan tanggung jawab sosial	Ukuran perusahaan, profitabilitas, <i>leverage</i> , kepemilikan manajerial, ukuran dewan komisaris, umur perusahaan, likuiditas	<ol style="list-style-type: none"> <li>Tidak terdapat pengaruh positif ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.</li> <li>Tidak terdapat pengaruh <i>leverage</i> terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.</li> <li>Terdapat pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial</li> </ol>
2.	Esti Rofiqkoh (2016)	Pengaruh profitabilitas, <i>leverage</i> , dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial	Pengungkapan tanggung jawab sosial	Profitabilitas, <i>leverage</i> , ukuran perusahaan	<ol style="list-style-type: none"> <li><i>Leverage</i> memiliki pengaruh signifikan terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial.</li> <li>Ukuran perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial.</li> </ol>
3.	Tita Detiana (2015)	Pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> pada perusahaan pertambangan	<i>Corporate social responsibility</i>	<i>Profitability, firm size, public ownership, market</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li><i>Firm size</i> dan <i>board of commissioner</i> mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap</li> </ol>

				<i>capitalization, board of commissioner, growth, leverage</i>	pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> . 2. <i>Leverage</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> .
4.	Gusti Ayu Putri Wiwik Sriayu dan Ni Putu Sri Harta Nimbe (2013)	Pengaruh karakteristik perusahaan terhadap <i>corporate social responsibility disclosure</i>	<i>Corporate social responsibility disclosure</i>	<i>Leverage, company size, foreign ownership, public ownership, size of board commissioner, profitability</i>	<i>Leverage</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>corporate social responsibility disclosure</i> . <i>Size company</i> memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap <i>corporate social responsibility disclosure</i> . 3. <i>Size of board commissioner</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>corporate social responsibility disclosure</i> .



5.	Rafika Anggraini Putri (2014)	Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Leverage terhadap Pengungkapan CSR	<i>Corporate social responsibility</i>	Profitabilitas, Likuiditas, dan Leverage	1)Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR;2)Likuiditas tidak berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR;3)Leverage tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.
6	Marzully Nur & Denies Priantinah (2012)	ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DI INDONESIA (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN BERKATEGORI HIGH PROFILE YANG LISTING DI BURSA EFEK INDONESIA)	<i>Corporate social responsibility</i>	Dewan komisaris dan leverage berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Adapun profitabilitas, ukuran perusahaan, kepemilikan saham publik, dewan komisaris, leverage dan pengungkapan media	1)Pengungkapan media tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR 2) Leverage yang diproksi dengan DER (Debt Equity Ratio)menunjukkan pengaruh yang signifikan dan negatif terhadap pengungkapan CSR

### 2.3 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan uraian di atas, maka akan dikembangkan beberapa hipotesis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, diantaranya yaitu:

#### 1. Pengaruh *Leverage* terhadap pengungkapan CSR

*Leverage* mencerminkan tingkat risiko keuangan perusahaan (Sembiring, 2005). Teori sinyal memprediksi bahwa perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi sosial, untuk menghilangkan keraguan dari para pengguna informasi seperti masyarakat, karyawan, konsumen, dan investor (Jensen and Meckling, 1976. Dalam Anggraini, 2006). Tambahan informasi diperlukan untuk menghilangkan keraguan pemberi hutang terhadap dipenuhinya hak-hak mereka sebagai kreditur (Purnasiwi, 2011).

Marzully dan Denies (2012:26) menjelaskan bahwa perusahaan dengan *leverage* yang tinggi membuat perusahaan perlu melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan secara luas. Hal ini karena perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi berusaha untuk mengurangi sorotan dari debitor sehingga perusahaan dituntut untuk aktif melakukan pengungkapan tanggung jawab sosialnya. Oleh karena itu, perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas dari pada perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah.

Seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh Rofiqoh (2016), yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial

perusahaan. Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

**H<sub>1</sub> : *Leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR**

## **2. Pengaruh Likuiditas terhadap pengungkapan CSR**

Penelitian yang dilakukan oleh Badjuri (2011) menyimpulkan bahwa perusahaan dengan rasio likuiditas rendah perlu memberikan informasi yang lebih rinci untuk menjelaskan lemahnya kinerja dibanding perusahaan yang mempunyai rasio likuiditas yang tinggi. Sedangkan Kartika (2010) menyimpulkan bahwa semakin rendah tingkat likuiditas perusahaan maka pengungkapan tanggung jawab sosial akan semakin tinggi pula. Likuiditas merupakan salah satu kinerja yang sering dijadikan tolok ukur investor dalam menilai perusahaan. Oleh dari itu ketika likuiditas yang dihasilkan rendah, perusahaan akan cenderung melakukan pengungkapan CSR makin banyak, hal ini seiring dengan teori sinyal karena dibandingkan investor, manajemen perusahaan lebih tahu mengenai kinerja internal perusahaan, sedangkan investor hanya melihat hasil akhir (rasio-rasio keuangan) sehingga ketika likuiditasnya rendah maka investor akan cenderung memberi nilai yang rendah pada perusahaan bahkan bisa mencabut investasinya sehingga perusahaan berusaha mengurangi asimetri informasi salah satunya dengan cara melakukan pengungkapan CSR. Informasi ini terkait dengan keberlangsungan hidup jangka panjang perusahaan sehingga diharapkan dengan adanya pengungkapan CSR yang banyak ketika likuiditas rendah investor tetap mempertahankan investasinya dengan asumsi perusahaan memiliki nilai sustainability

yang didapat atas informasi pengungkapan CSR tersebut. Likuiditas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR dikemukakan oleh Syahrir dan Suhendra (2010, dalam Kamil dan Herusetya, 2012). Perusahaan yang memiliki likuiditas tinggi akan lebih banyak melakukan kegiatan yang berhubungan dengan sosial sebagai sinyal kepada perusahaan lain bahwa perusahaannya memiliki kinerja yang lebih bagus. Argumen peneliti terkait ini, dengan makin banyaknya pengungkapan CSR yang dilakukan karena likuiditas perusahaan yang tinggi akan menarik investor untuk berinvestasi karena atas banyaknya pengungkapan CSR yang dilakukan akan menunjukkan bahwa perusahaan makin kredibel. Sesuai dengan teori signal, diduga bahwa perusahaan dengan likuiditas yang tinggi, cenderung akan lebih banyak melakukan kegiatan yang berhubungan dengan lingkungan sosial, sehingga akan memberi signal kepada perusahaan lain bahwa perusahaan mereka lebih baik daripada perusahaan lain. Signal tersebut dapat diwujudkan dengan melakukan pengungkapan CSR secara lebih luas. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Hussainey, et. al (2011) menemukan bukti bahwa terdapat hubungan positif antara likuiditas dan pengungkapan CSR, yaitu likuiditas mendorong keputusan pelaporan CSR di Mesir yang mana itu disebabkan perusahaan dengan tingkat likuiditas yang tinggi akan cenderung mengungkapkan tanggungjawab sosial yang makin banyak karena lebih berani mengambil keputusan yang terkategori "costly decision" yang mana salah satunya yaitu tindakan CSR serta pengungkapannya. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

**H<sub>2</sub>: Likuiditas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR**

### 3. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap pengungkapan CSR

Menurut Sudarmadji dan Sularto (2007), ukuran perusahaan dapat dinyatakan dalam total aktiva, penjualan dan kapitalisasi pasar. Semakin besar total aktiva, penjualan dan kapitalisasi pasar, maka semakin besar pula ukuran perusahaan itu. Semakin besar aktiva, maka semakin banyak modal yang ditanam, semakin banyak penjualan maka semakin banyak perputaran uang dan semakin besar kapitalisasi pasar maka semakin besar pula perusahaan dikenal masyarakat. Perusahaan besar lebih memiliki aktivitas yang lebih banyak, sehingga menimbulkan dampak sosial lingkungan yang lebih besar pula dibandingkan dengan perusahaan kecil. Menurut Sembiring (2005) menyatakan bahwa perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan dan perusahaan yang lebih besar dengan aktifitas operasi dan pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat mungkin akan memiliki pemegang saham yang memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan sehingga pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan akan semakin luas. Oleh karena itu, ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Pada penelitian Hasibuan (2001) yang mengaitkan dengan teori agensi dimana manajemen sebagai agen akan menyelenggarakan operasi perusahaan seperti yang diinginkan *principal* yang telah berkembang keseluruh *interest group* termasuk karyawan dan masyarakat.

Seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh Tita Detiana (2015), yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

**H<sub>3</sub> : Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR**

#### **4. Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan CSR**

Menurut Donovan dan Gibson (2000) dalam Sembiring (2005) hubungan antara profitabilitas dan pengungkapan CSR memiliki hubungan negatif karena perusahaan (manajemen) merasa tidak perlu mengungkapkan tanggung jawab sosial yang tinggi ketika perusahaan sedang memiliki tingkat profitabilitas tinggi karena perusahaan (manajemen) menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan. Sebaliknya, pada saat tingkat profitabilitas rendah, mereka berharap para pengguna laporan akan membaca "good news" kinerja perusahaan, misalnya dalam lingkup sosial, dan dengan demikian investor akan tetap berinvestasi di perusahaan tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Lungu, et. al (2011) menyatakan bahwa terdapat hubungan negatif signifikan antara profitabilitas dan pengungkapan CSR, hal demikian bahwa dalam jangka pendek perusahaan dengan perubahan yang lebih tinggi dalam pendapatan dan dengan pengembalian yang lebih tinggi atas ekuitas selama satu tahun, cenderung baik untuk memberikan yang lebih kecil perihal pentingnya CSR. Profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham, sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka akan semakin besar pula pengungkapan informasi sosialnya (Marbun, 2008 dalam Anugerah, Hutabarat, dan Faradilla, 2010). Dengan semakin meningkatnya profit suatu perusahaan, maka cadangan dana untuk melakukan



aktivitas pengungkapan CSR akan semakin besar, hal tersebut karena biaya untuk pelaksanaan pengungkapan CSR sudah tersedia. Dalam beberapa penelitian yang dilakukan oleh Sudana dan Arlindania (2011), dan Novrianto (2012) bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR, karena perusahaan mempunyai tingkat profitabilitas yang tinggi maka akan mengungkapkan informasi CSR yang telah dilakukannya. Selain itu, hubungan antara profitabilitas dan pengungkapan CSR juga didasari oleh teori legitimasi dimana pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dilakukan untuk mendapatkan nilai positif dan legitimasi dari masyarakat. Adanya mekanisme corporate governance dan profitabilitas memberikan keyakinan perusahaan untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Artinya, dengan mekanisme corporate governance dan profitabilitas yang mencukupi, perusahaan tetap akan mendapatkan keuntungan positif, yaitu mendapatkan legitimasi dari masyarakat yang pada akhirnya akan berdampak meningkatnya keuntungan perusahaan di masa yang akan datang. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

**H<sub>4</sub> : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR**

## **5. Pengaruh Pengungkapan Media terhadap Pengungkapan CSR**

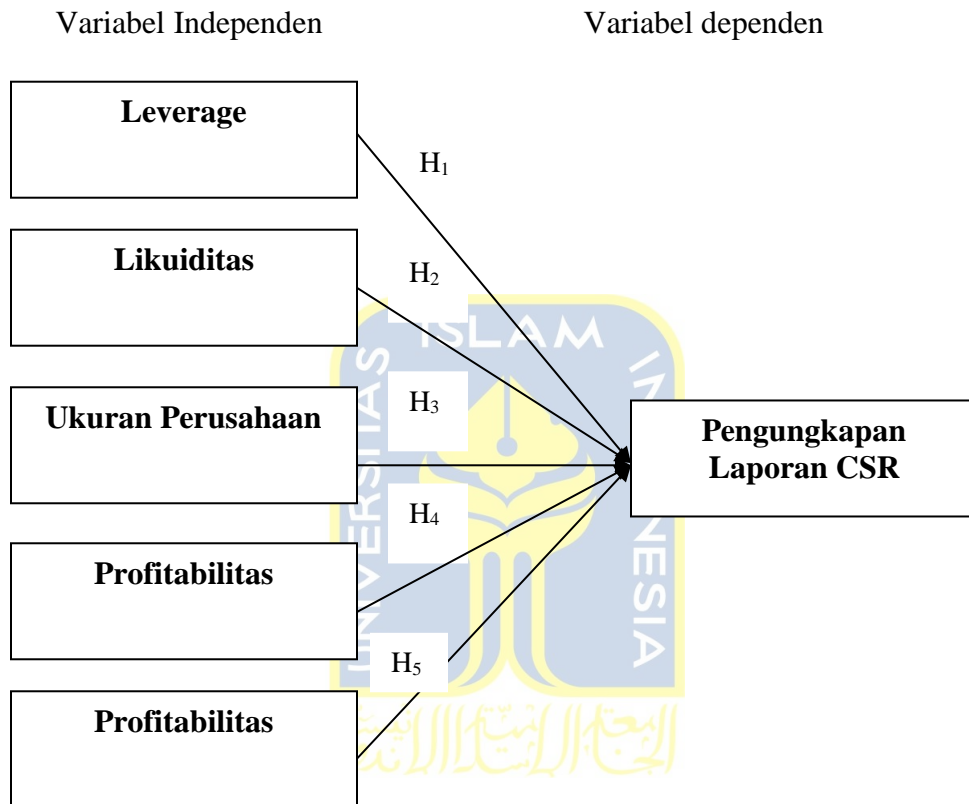
Jika perusahaan ingin mendapat kepercayaan dan legitimasi melalui kegiatan CSR, maka perusahaan harus mempunyai kapasitas untuk memenuhi kebutuhan pemangku kepentingan dan berkomunikasi dengan pemangku kepentingannya secara efektif. Fungsi komunikasi menjadi sangat pokok dalam

manajemen CSR. Pengkomunikasian CSR melalui media akan meningkatkan reputasi perusahaan di mata masyarakat. Pada pelaksanaannya, hal inilah yang menjadi bagian pada proses membangun institusi, membentuk norma yang diterima dan legitisasi praktik CSR. Penelitian teori legitisasi secara luas menguji peran yang dimainkan oleh berita media pada peningkatan tekanan yang diakibatkan oleh tuntutan publik terhadap perusahaan. Media mempunyai peran penting pada pergerakan mobilisasi sosial, misalnya kelompok yang tertarik pada lingkungan (Patten, 2002b dalam Reverte, 2008). Menurut Simon (1992) dalam Reverte (2008), media adalah sumber daya pada informasi lingkungan. Hasil penelitian (Bansal and Clelland, 2004; Bansal and Roth, 2000; Bowen, 2000; Henriques and Sadosky, 1996) dalam Reverte (2008) menunjukkan bahwa pengungkapan media berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Oleh karena itu konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Bansal and Clelland, 2004; Bansal and Roth, 2000; Bowen, 2000; Henriques and Sadosky, 1996 maka hipotesis berikut dikemukakan :

**H<sub>5</sub> : Pengungkapan Media berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.**

## 2.4 Kerangka Penelitian

Berdasarkan dari beberapa uraian di atas dan rancangan-rancangan hipotesis yang digunakan, maka penelitian ini dapat digambarkan kerangkanya sebagai berikut:



**Gambar 2.1** Kerangka Penelitian

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Populasi dan Sampel Penelitian**

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar (*listing*) di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2016-2017. Penelitian ini menggunakan periode penelitian tahun 2016-2017. Penelitian ini menggunakan metode *puposive sampling* di dalam pengambilan sampelnya. Teknik *pusposive sampling* yaitu teknik penetapan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2013). Adapun kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah

1. Perusahaan industri manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2016-2017.
2. Perusahaan industri manufaktur yang di dalam laporan keuangannya terdapat data dan informasi mengenai rasio *leverage*, likuiditas, profitabilitas, ukuran perusahaan (berdasarkan total aktiva), dan pengungkapan media selama periode 2016-2017.

#### **3.2 Jenis dan Sumber Data**

Penelitian ini menggunakan data sekunder. Data ini diperoleh dari laporan tahunan perusahaan di Bursa Efek Indonesia atau ICMD (*Indonesia Capital Market Directory*) pada tahun 2016-2017. Selain itu, data juga diperoleh dari Pusat Referensi

Pasar Modal Bursa Efek Indonesia, pojok BEI Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia

### **3.3 Variabel penelitian dan definisi operasional**

Variabel yang digunakan penelitian ini terdiri dari 2 (dua) jenis, yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengungkapan CSR. Sedangkan, variabel independen dalam penelitian ini adalah *Leverage*, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Pengungkapan Media.

#### **3.3.1 Variabel Dependen (Y)**

##### **1. Pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*)**

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada laporan tahunan (annual report) perusahaan atau corporate social reporting Index (CSRI). Pengungkapan merupakan informasi yang telah dikeluarkan untuk pihak-pihak yang berkepentingan. Pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan bertujuan agar suatu perusahaan dapat memberikan tanggung jawab sosialnya terhadap masyarakat yang dilaksanakan perusahaan dalam waktu periode tertentu.

Septiana (2014) Dalam interpretasi yang lebih luas, pengungkapan terkait dengan informasi baik yang terdapat dalam laporan keuangan maupun komunikasi tambahan yang terdiri dari catatan kaki, informasi tentang kejadian setelah tanggal

laporan, analisis manajemen atas operasi perusahaan dimasa datang, perkiraan keuangan operasi serta informasi lainnya.

Menurut Muliani, dkk (2014) menyatakan bahwa perusahaan semakin menyadari pentingnya menerapkan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai bagian dari strategi bisnisnya. Pelaporan dan pengungkapan CSR digunakan oleh para *stakeholders* dalam mengevaluasi hasil pelaksanaan CSR dan memberikan penghargaan/sanksi terhadap perusahaan sesuai hasil evaluasinya.

Konsep pelaporan CSR digagas dalam *Global Reporting Inisiatif* (GRI). Dalam *GRI Guidelines* disebutkan bahwa perusahaan harus menjelaskan dampak aktivitas perusahaan terhadap ekonomi, lingkungan, dan sosial pada bagian *standard disclosures*. Tiga dimensi tersebut kemudian diperluas menjadi 6 dimensi, yaitu: ekonomi dan sosial, lingkungan, praktek tenaga kerja, hak asasi manusia, masyarakat, dan tanggungjawab produk, dimana di dalamnya terdapat penjelasan sejumlah 79 item. 79 item ini terdiri dari: ekonomi: 9 *item*, lingkungan: 30 *item*, sosial: 40 *item* (terbagi dalam praktek tenaga kerja: 14 *item*, hak asasi manusia: 9 *item*, masyarakat: 8, dan tanggung jawab produk: 9 *item*).

Menurut Wardoyo dan Veronica (2013) menyatakan pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan dalam laporan tahunan dapat diukur dengan cara menghitung indeks pengungkapan sosial. Variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan variabel *dummy*, yaitu:

- (1) Score 0 : Jika perusahaan tidak mengungkapkan item pada daftar pertanyaan.
- (2) Score 1: Jika perusahaan mengungkapkan item pada daftar pertanyaan.

Indeks pengungkapan sosial perusahaan dihitung melalui jumlah item yang sesungguhnya diungkapkan perusahaan dengan jumlah semua item yang mungkin diungkapkan. Indeks pengungkapan sosial perusahaan dapat dirumuskan sebagai berikut (Wardoyo dan Veronica, 2013) :

$$\text{Pengungkapan Sosial} = \frac{\text{Item yang diungkapkan oleh perusahaan}}{79 \text{ (item pengungkapan)}} \times 100\%$$

### 3.3.2 Variabel independen (X)

#### 1. Leverage (X<sub>1</sub>)

*Leverage* dapat diartikan sebagai tingkat ketergantungan perusahaan terhadap hutang dalam membiayai kegiatan operasinya, dengan demikian *leverage* juga mencerminkan tingkat resiko keuangan perusahaan, Sembiring (2005). Dalam penelitian ini, indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat *leverage* adalah *Debt To Equity Ratio* (DER), berikut ini persamaannya (Subramanyam dan Wild, 2010)

:

$$DER = \frac{\text{Total Kewajiban}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$$

## 2. Likuiditas (X<sub>2</sub>)

Menurut Fahmi (2012, p. 53) rasio likuiditas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Rahardjo (2006, p. 110) rasio likuiditas bertujuan menaksir kemampuan keuangan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek dan komitmen pembayaran keuangannya. Semakin tinggi angka ratio likuiditas, akan semakin baik bagi investor. Perusahaan yang diminati investor adalah perusahaan yang mempunyai rasio likuiditas yang cukup tinggi untuk standar perusahaan sejenisnya.

$$\text{Likuiditas} = \frac{\text{asset lancar}}{\text{utang lancar}}$$

## 3. Ukuran Perusahaan (X<sub>3</sub>)

Ukuran perusahaan diukur dari total aset yang dimiliki perusahaan yang diperoleh dari laporan tahunan perusahaan untuk periode tahun 2015-2017. Skala pengukuran untuk ukuran perusahaan dengan logaritma natural. Dalam penelitian ini ukuran perusahaan diukur dengan total aktiva yang dimiliki perusahaan, kemudian akan ditransformasikan dalam logaritma natural untuk menyamakan nilai dengan variabel profitabilitas dan *leverage* dikarenakan total aktiva perusahaan nilainya besar dibandingkan variabel profitabilitas dan



*leverage* dalam penelitian ini dengan tujuan agar data total aset dapat terdistribusi dengan normal. (Oktariani dan Mimba, 2014) menggunakan rumus sebagai berikut:

Ukuran perusahaan = *Log natural* Total Aktiva perusahaan

#### 4. Profitabilitas (X4)

Profitabilitas merupakan suatu indikator kinerja yang dilakukan manajemen dalam mengelola kekayaan perusahaan yang ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan. Secara garis besar laba yang dihasilkan perusahaan berasal dari penjualan dan investasi yang dilakukan oleh perusahaan (Sudarmadji dan Sularto, 2007). Profitabilitas mengukur seberapa besar aktivitas perusahaan dalam menghasilkan laba bersih. Penelitian yang telah dilakukan oleh Sari (2012:132) rasio profitabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Return on Asset* (ROA). *Return on Asset* (ROA) merupakan rasio antara laba bersih terhadap total aset. (Fibrianti dan Wisada, 2015) menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total aset}}$$

## 5. Pengungkapan Media (X5)

Sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Aulia(2010) dalam penelitian ini untuk mengukur pengungkapan media juga dilakukan dengan variable *dummy*, yaitu dengan memberikan nilai 1 untuk perusahaan yang mengungkapkan kegiatan CSR di *website* perusahaan dan 0 untuk perusahaan yang tidak mengungkapkan kegiatan CSR di *website* perusahaan.

### 3.4 Metode Analisis Data

Analisis data merupakan proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang mudah dibaca dipahami dan diinterupsi. Data yang akan dianalisis merupakan data hasil pendekatan survei penelitian dari penelitian lapangan dan penelitian kepustakaan, kemudian dilakukan analisa untuk menarik kesimpulan.

#### 1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif didefinisikan merupakan suatu metode dalam mengorganisis dan menganalisis data kuantitatif, sehingga diperoleh gambaran yang teratur mengenai suatu kegiatan. Ukuran yang digunakan dalam deskripsi antara lain: frekuensi, tendensi sentral (*mean*, median dan modus), dispersi (standar deviasi dan varian) dan koefisien korelasi antara variabel penelitian. Ukuran yang digunakan dalam statistik deskriptif tergantung pada tipe skala pengukuran *construct* yang digunakan dalam penelitian (Ghozali, 2005).

## 2. Uji Asumsi Klasik

Model regresi yang baik harus memiliki distribusi data normal atau mendekati normal dan bebas dari asumsi klasik yang terdiri dari uji autokorelasi, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas. Setelah itu, data berhasil dikumpulkan, sebelum dilakukan analisis terlebih dahulu dilakukan pengujian terhadap penyimpangan asumsi klasik, dengan tahapan sebagai berikut :

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan menguji metode regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2005). Model regresi yang baik adalah data yang berdistribusi normal atau mendekati normal. Dalam penelitian ini untuk mendeteksi data berdistribusi normal atau tidak menggunakan analisis statistic, salah satunya adalah uji *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) (Ghozali, 2013). Pengambilan keputusannya, yaitu:

1. Jika nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* > 0,05, maka disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal.
2. Jika nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* < 0,05, maka disimpulkan bahwa data residual tidak berdistribusi normal.

### b. Uji Multikolinieritas

Multikolinearitas terjadi jika ada hubungan linear yang sempurna atau hampir sempurna antara beberapa atau semua variabel independen

dalam model regresi. Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas (Ghozali, 2005). Untuk menguji adanya multikolinearitas dapat dilakukan dengan menganalisis korelasi antar variabel dan perhitungan nilai *tolerance* serta *variance inflation factor* (*VIF*). Multikolinearitas terjadi jika nilai *tolerance* lebih kecil dari 0,1 yang berarti tidak ada korelasi antar variabel independen yang nilainya lebih dari 95%. Selain itu, nilai *VIF* kurang dari 10 agar dapat dikatakan bahwa variabel independen yang digunakan dalam model adalah dapat dipercaya dan objektif.

**c. Uji Heteroskedastisitas**

Menurut Ghozali (2005), uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual 1 pengamat ke pengamat yang lain. Jika *variance* dari residual 1 pengamat ke pengamat lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah model regresi homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran. Salah satu cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas, yaitu dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen yaitu *ZPRED* dengan residualnya *SRESID*. Deteksi ada atau tidaknya

heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya *pole* tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dengan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya) yang telah di-*studentized*.

### 3. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage dan ukuran dewan komisaris. Sedangkan variabel independennya adalah indeks pengungkapan CSR.

Adapun persamaan untuk menguji hipotesis secara keseluruhan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$$

Keterangan :

- Y = Pengungkapan CSR
- $\alpha$  = Konstanta
- $\beta_1$  = Koefisien regresi *leverage*
- $\beta_2$  = Koefisien regresi likuiditas
- $\beta_3$  = Koefisien regresi ukuran perusahaan
- $\beta_4$  = Koefisien regresi profitabilitas
- $\beta_5$  = Koefisien regresi pengungkapan media

- $X_1$  = Variabel Independen *Leverage*  
 $X_2$  = Variabel Independen Likuiditas  
 $X_3$  = Variabel Independen Ukuran Perusahaan  
 $X_4$  = Variabel Independen Profitabilitas  
 $X_5$  = Variabel Independen Pengungkapan Media  
 $e$  = *error term*

Uji interaksi atau sering disebut dengan *Moderated Regression Analysis* (MRA) merupakan aplikasi khusus regresi berganda linear, dimana dalam persamaan regresinya mengandung unsur interaksi (perkalian dua atau lebih variabel independen) (Ghozali, 2005).

#### 4. Pengujian Hipotesis

Analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen dengan satu atau lebih variabel independen, dengan tujuan untuk mengestimasi dan atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel yang diketahui (Ghozali, 2006). Menurut Ghozali (2006) ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat diukur dari *Goodness of fit*nya. Secara statistik, setidaknya ini dapat diukur dari nilai koefisien determinasi, nilai statistik F dan nilai statistik t. Perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah dimana

$H_0$  ditolak). Sebaliknya disebut tidak signifikan bila nilai uji statistiknya berada dalam daerah dimana  $H_0$  diterima.

**a. Koefisien Determinasi**

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka  $R^2$  pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu, banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai *Adjusted*  $R^2$  pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik. Tidak seperti  $R^2$ , nilai *Adjusted*  $R^2$  dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model.

### **b. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)**

Uji statistik t dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dasar pengambilan keputusannya adalah :

1. Jika signifikansi  $< \alpha$  dan arah koefisien regresi sesuai, maka variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Jika signifikansi  $> \alpha$ , maka variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Uji t dapat juga dilakukan dengan melihat nilai signifikansi t masing-masing variabel pada *output* hasil regresi menggunakan *SPSS* dengan *significance level* 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ). Jika nilai signifikansi lebih besar dari  $\alpha$  maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan), yang berarti secara individual variabel independen tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari  $\alpha$  maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan), berarti secara individual variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.



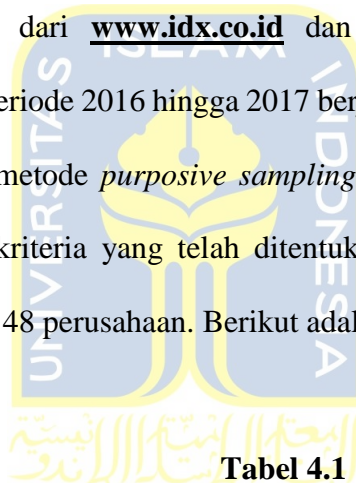
## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Hasil

##### 4.1.1 Deskriptif Data

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang berupa laporan tahunan perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia periode 2016 hingga 2017. Data penelitian ini diperoleh dari [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) dan website perusahaan. Populasi perusahaan manufaktur periode 2016 hingga 2017 berjumlah 143. Dalam penelitian ini objek diperoleh dengan metode *purposive sampling* berdasarkan kriteria yang telah ditentukan. Berdasarkan kriteria yang telah ditentukan pada bab sebelumnya maka diperoleh sampel sebesar 48 perusahaan. Berikut adalah data pemilihan sampel:



**Tabel 4.1**

#### Pemilihan sampel berdasarkan kriteria

No	Kriteria	Jumlah
1	Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016-2017.	143
2	Perusahaan Manufaktur yang tidak laporan keuangan dalam bentuk rupiah	49
3	Laporan tidak lengkap	34
4	Perusahaan Manufaktur yang tidak memiliki laba bersih positif	12
Perusahaan yang memenuhi kriteria		48

#### 4.1.2 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif memberikan suatu gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai minimum, maksimum, dan rata-rata(mean) dari setiap variabel penelitian. Berikut ini adalah hasil statistik deskriptif dari masing-masing variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini :

**Tabel 4.2**

**Hasil Uji Statistik Deskriptif**

**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean
DER	96	.08330	5.93980	.7712007
LIKUIDITAS	96	.05820	15.16000	2.6528735
SIZE	96	8.64293	13.27660	11.2022413
PROFITABILITAS	96	.00640	.98700	.1123851
CSR	96	.11392	.39241	.2486814
Valid N (listwise)	96			

*Sumber : Data Sekunder (2018)*

**Tabel 4.3**

**Hasil Uji Statistik Deskriptif-variabel dummy**

		Frequency	Percent	Valid Percent
MEDIA	0	26	27.1	27.1
	1	70	72.9	72.9
	Total	96	100	100

Sumber : Data Sekunder (2018)

Berdasarkan hasil uji statistik-deskriptif yang telah disajikan dalam Tabel 4.2 dan tabel 4.3, dapat diketahui gambaran dari variabel independen dan variabel dependen sebagai berikut :

**a. Leverage (DER)**

Berdasarkan Tabel 4.2 variabel *leverage* menunjukkan N sebesar 96, yang berarti jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 96 dari dua tahun periode penelitian. Berdasarkan Tabel 4.2 menunjukkan rata-rata variabel *leverage* sebesar 0.7676 yang berarti bahwa perusahaan manufaktur rata-rata memiliki hutang sebesar 76.76 % dari seluruh modal perusahaan. Nilai *Leverage* minimum sebesar 0.833 dimiliki oleh PT Industri dan Farmasi Jamu Sido Muncul TBK (SIDO) pada tahun 2016. nilai *Leverage* maksimum sebesar 5.939 dimiliki oleh PT Tirta Mahakam Resources Tbk pada tahun 2017.

**b. Likuiditas**

Berdasarkan tabel 4.2 variabel Likuiditas menunjukkan N sebesar 96, yang berarti jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 96 dari dua tahun periode penelitian. Berdasarkan Tabel 4.2 menunjukkan rata-rata variabel likuiditas sebesar 2.6528 yang berarti bahwa perusahaan manufaktur rata-rata memiliki *current* rasio 265.28 %. nilai likuiditas minimum sebesar 0.0582 dimiliki oleh PT Champion Pacific Indonesia Tbk pada tahun 2016. nilai likuiditas maksimum sebesar 15.160 dimiliki oleh PT Duta Pertiwi Nusantara Tbk pada tahun 2016.

**c. Ukuran perusahaan**

Berdasarkan Tabel 4.2 menunjukkan variabel ukuran perusahaan N sebesar 96, yang berarti jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 96 dari dua tahun periode penelitian. Berdasarkan Tabel 4.2 menunjukkan rata-rata variabel ukuran perusahaan sebesar 11.202. Nilai ukuran perusahaan minimum sebesar 8.642 dimiliki oleh PT Champion Pacific Indonesia Tbk pada tahun 2016. nilai ukuran perusahaan maksimum sebesar 13,276 dimiliki oleh Mandom Indonesia Tbk pada tahun 2017.

**d. Profitabilitas**

Berdasarkan Tabel 4.2 variabel Profitabilitas menunjukkan N sebesar 96, yang berarti jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 96 dari dua tahun periode penelitian. Berdasarkan Tabel 4.2 menunjukkan rata-rata variabel profitabilitas sebesar 0.11202 yang berarti bahwa perusahaan rata-rata memiliki laba bersih sebesar rata-rata 11.202% dari total aset yang dimiliki perusahaan. . Nilai profitabilitas minimum sebesar 0.0064 dimiliki oleh PT Tirta Mahakam Resources Tbk pada tahun 2016. nilai Profitabilitas maksimum sebesar 0.987 dimiliki oleh PT Surya Toto Indonesia Tbk

pada tahun 2017.

**e. Pengungkapan Media**

Berdasarkan tabel 4.3 menunjukkan variabel pengungkapan media N sebesar 96, yang berarti jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 72 dari dua tahun periode penelitian. Media dengan nilai 1 menunjukkan bahwa perusahaan manufaktur melakukan pengungkapan media terhadap tanggung jawab sosial perusahaan, sedangkan media dengan nilai 0 menunjukkan bahwa perusahaan manufaktur tidak melakukan pengungkapan media terhadap tanggung jawab sosial perusahaan. Total sampel perusahaan yang melakukan pengungkapan media terhadap tanggung jawab sosial perusahaan sebesar 72.9% dari total keseluruhan sampel perusahaan, sedangkan sampel perusahaan yang tidak melakukan pengungkapan media terhadap tanggung jawab sosial perusahaan sebesar 27.1%.

**f. Corporate Social Responsibility (CSR)**

Berdasarkan Tabel 4.2 statistik deskriptif variabel CSR menunjukkan N sebesar 96, yang berarti jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 97 dari dua tahun periode penelitian. Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan rata-rata variabel CSR sebesar 0.2486. Nilai CSR minimum sebesar 0,11392 dimiliki oleh Pt Ekadharma Internatioal Tbk pada tahun 2016. nilai CSR maksimum sebesar 0,3924 dimiliki oleh PT Unilever Indonesia Tbk pada tahun 2017.

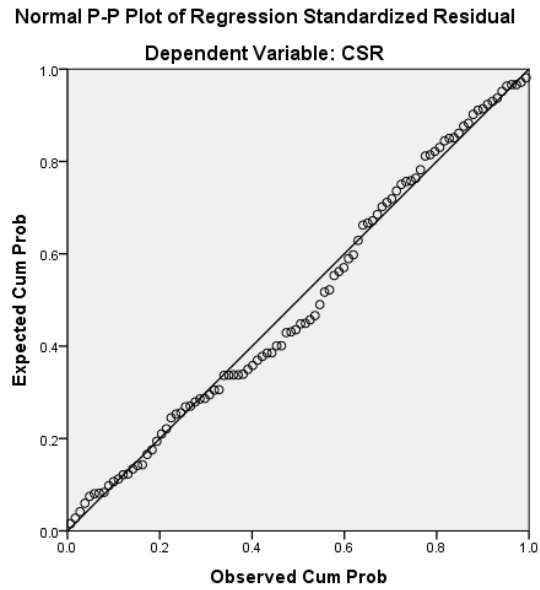
#### 4.1.3 Analisis Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik dilakukan agar data sampel yang akan diolah benar-benar dapat mewakili populasi secara keseluruhan. Uji asumsi klasik dalam penelitian ini terdiri dari uji normalitas, uji Multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Hasil uji asumsi klasik sebagai berikut:

##### a. Uji Normalitas

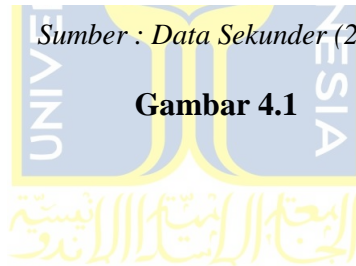
Uji normalitas dalam regresi berganda digunakan untuk menguji variabel terikat dan variabel bebas terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah dimana data penelitian terdistribusi secara normal. Uji normalitas di penelitian ini menggunakan analisis grafik normal *probability plot*, grafik histogram, dan analisis statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Hasil uji normalitas dapat dilihat dalam grafik *probability plot*, grafik histogram, dan tabel *Kolmogorov Smirnov* (K-S) berikut

## Grafik Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

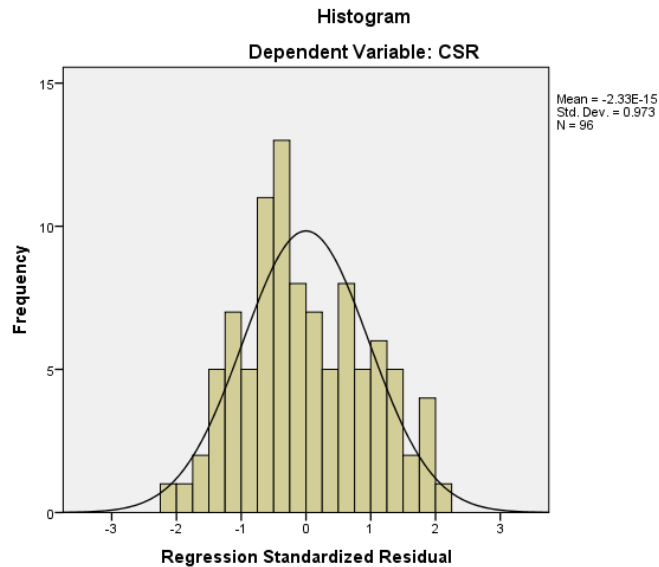


Sumber : Data Sekunder (2018)

**Gambar 4.1**



## Grafik Histogram



Sumber : Data Sekunder (2018)

**Gambar 4.2**

Berdasarkan Gambar 4.1, titik yang menyebar disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal, dapat diartikan bahwa penyebaran data terdistribusi secara normal dan memenuhi asumsi normalitas. Hal ini didukung dengan Gambar 4.2 yang menunjukkan pola distribusi normal.



**Tabel 4.4**

**Hasil Uji Kolmogorov-smirnov**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.06846023
Most Extreme Differences	Absolute	.076
	Positive	.076
	Negative	-.047
Kolmogorov-Smirnov Z		.748
Asymp. Sig. (2-tailed)		.630

*Sumber : Data Sekunder (2018)*

Pada tabel 4.4 menunjukkan bahwa nilai *asympt.sig* sebesar  $0.630 > 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa sebaran data terdistribusi secara normal.

**b. Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah di dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik tidak terdapat korelasi diantara variabel independen. Multikolinearitas dapat dilihat dengan membandingkan nilai *tolerance* dan variance inflation factor (VIF). Multikolinearitas terjadi jika nilai *Tolerance*  $< 0,10$  atau nilai VIF  $> 10$ . hasil uji multikolinearitas sebagai berikut:

**Tabel 4.5****Hasil Uji Multikolinearitas****Coefficients<sup>a</sup>**

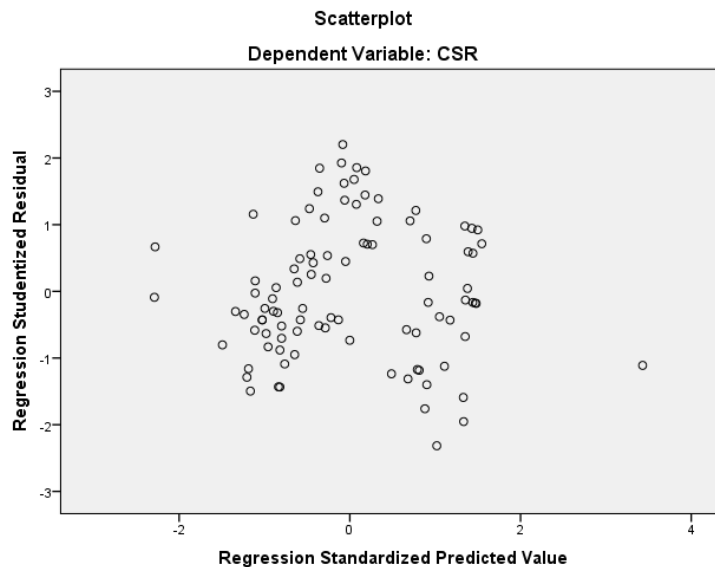
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	.017	.069		.242	.809		
DER	-.006	.009	-.078	-.734	.465	.834	1.199
LIKUIDITAS	-.004	.004	-.107	-.953	.343	.747	1.339
SIZE	.018	.006	.315	3.055	.003	.888	1.126
PROFITABILITAS	.101	.049	.206	2.077	.041	.965	1.036
LITAS MEDIA	.044	.017	.267	2.587	.011	.889	1.125

*Sumber : Data Sekunder (2018)*

Pada Tabel 4.5 dalam uji multikolinearitas menunjukkan semua variabel independen dalam penelitian ini memiliki nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10. disimpulkan bahwa semua variabel independen yang digunakan dalam model regresi penelitian ini adalah terbebas dari multikolinearitas atau dapat dipercaya dan obyektif.

**b. Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil uji Heteroskedastisitas dapat dilihat pada grafik berikut :



*Sumber : Data Sekunder (2018)*

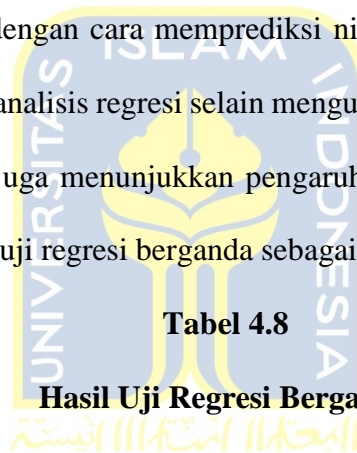
**Gambar 4.3**

Berdasarkan Grafik *Scatterplots* di atas terlihat bahwa titik-titik menyebar dan tidak membentuk pola tertentu yang jelas. Sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

#### 4.1.4 Uji Hipotesis

##### a. Uji Model regresi

Hasil analisis regresi adalah berupa koefisien untuk variabel independen. Koefisien ini diperoleh dengan cara memprediksi nilai variabel dependen dengan suatu persamaan. Dalam analisis regresi selain mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan pengaruh variabel independen dengan variabel dependen. Hasil uji regresi berganda sebagai berikut :



**Tabel 4.8**

**Hasil Uji Regresi Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	.017	.069		.242	.809
DER	-.006	.009	-.078	-.734	.465
LIKUIDITAS	-.004	.004	-.107	-.953	.343
SIZE	.018	.006	.315	3.055	.003
PROFITABILITAS	.101	.049	.206	2.077	.041
MEDIA	.044	.017	.267	2.587	.011

*Sumber : Data Sekunder (2018)*

### Persamaan Regresi

$$Y = 0,017 - 0,006 \text{ DER} - 0,004 \text{ LIKUIDITAS} + 0,018 \text{ SIZE} + 0,101 \text{ ROA} + 0,044$$

### MED

Arti dalam persamaan tersebut adalah:

1) Koefisien  $\beta_1 = -0,006$

Artinya variabel *leverage* mempunyai hubungan yang berlawanan dengan pengungkapan CSR. Hal ini mengandung arti bahwa setiap nilai variabel *leverage* yang dinyatakan dengan DER naik satu satuan maka pengungkapan CSR akan turun sebesar 0.006 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi tetap.

2) Koefisien  $\beta_2 = -0,004$

Artinya variabel likuiditas mempunyai hubungan yang berlawanan dengan pengungkapan CSR. Hal ini mengandung arti bahwa setiap nilai variabel likuiditas yang dinyatakan dengan *current ratio* naik satu satuan maka pengungkapan CSR akan turun sebesar 0.004 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi tetap.

3) Koefisien  $\beta_3 = 0,018$

Artinya bahwa setiap kenaikan variabel ukuran perusahaan satu satuan, maka pengungkapan CSR akan meningkat sebesar 0,018 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi tetap.

4) Koefisien  $\beta_4 = 0,101$

Artinya bahwa setiap kenaikan variabel profitabilitas yang dinyatakan dengan ROA

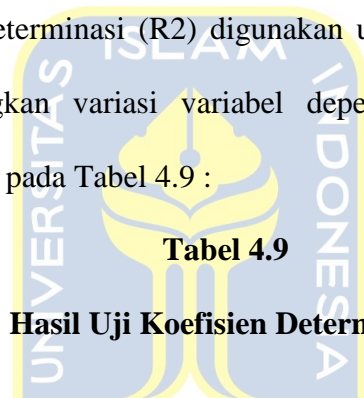
naik satu satuan, maka pengungkapan CSR akan meningkat sebesar 0,101 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi tetap.

5) Koefisien  $\beta_5 = 0,044$

Artinya bahwa setiap kenaikan variabel pengungkapan media satu satuan, maka pengungkapan CSR akan meningkat sebesar 0,044 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi tetap.

**b. Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Uji koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) digunakan untuk mengukur kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Hasil Uji Koefisien Determinasi dapat dilihat pada Tabel 4.9 :



**Tabel 4.9**

**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.386 <sup>a</sup>	.149	.101	.07033620

*Sumber : Data Sekunder (2018)*

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada Tabel 4.9 menunjukkan besar nilai *adjusted R<sup>2</sup>* sebesar 0,101 yang berarti bahwa variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen sebesar 10.1%. Nilai variabel independen sebesar 10.1% pengungkapan CSR perusahaan dipengaruhi oleh variabel *leverage*, likuiditas, ukuran perusahaan, profitabilitas dan pengungkapan media. Sisanya sebesar 89.9%

dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**c. Uji Koefisien Regresi Simultan ( Uji-f )**

Pengujian terhadap pengaruh semua variabel independen di dalam model dapat dilakukan dengan uji simultan (uji F). Uji statistik F pada dasarnya untuk menguji apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Pada taraf signifikansi 5%, apabila nilai signifikansi F kurang dari 5% maka model regresi data panel secara bersama-sama mampu mempengaruhi variabel dependen secara signifikan (Gujarati, 2003 dalam Verawati,2012). hasil Uji statistik F sebagai berikut:



**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Statistik F (F-test)**  
ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	.078	5	.016	3.143	.012 <sup>b</sup>
Residual	.445	90	.005		
Total	.523	95			

*Sumber : Data Sekunder (2018)*

Berdasarkan hasil uji statistik F (F-test) pada tabel 4.10 menunjukkan bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar 3.143 dengan nilai sig sebesar 0.012. Nilai  $\alpha$  (alpa) sebesar 5% atau 0,05 maka nilai sig (0,012) < nilai  $\alpha$  (0,05), dapat disimpulkan bahwa variabel *leverage*, likuiditas, ukuran perusahaan, profitabilitas, dan pengungkapan media secara bersama-sama (stimulan) berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

### 1) Pengujian Hipotesis Pertama (H1)

**H1: *Leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR**

Variabel *leverage* (DER) pada Tabel 4.11 memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar -0,734 dengan nilai sig 0,465. Nilai sig (0,465) > nilai  $\alpha$  (0,05), dapat disimpulkan bahwa variabel *leverage* tidak berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

### 2) Pengujian Hipotesis kedua (H2)

**H2: *Likuiditas* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR**

Variabel Likuiditas pada tabel 4.11 memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar -0.953 dengan nilai sig 0.343. nilai sig (0.343) > nilai  $\alpha$  (0,05), dapat disimpulkan bahwa variabel likuiditas tidak berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

### 3) Pengujian Hipotesis ketiga (H3)

**H3: *ukuran perusahaan* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR**



Variabel ukuran perusahaan pada tabel 4.11 memiliki  $t_{hitung}$  sebesar 3.055 dengan nilai sig 0.003. nilai sig (0.003) < nilai  $\alpha$  (0,05), dapat disimpulkan bahwa variabel ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

#### 4) Pengujian Hipotesis keempat (H4)

##### **H4: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR**

Variabel profitabilitas pada tabel 4.11 memiliki  $t_{hitung}$  sebesar 2.077 dengan nilai sig 0.041. nilai sig (0.041) < nilai  $\alpha$  (0,05), dapat disimpulkan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

#### 5) Pengujian Hipotesis Kelima (H5)

##### **H5: pengungkapan media berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR**

Variabel pengungkapan media pada tabel 4.11 memiliki  $t_{hitung}$  sebesar 2.587 dengan nilai sig 0.011. nilai sig (0.011) < nilai  $\alpha$  (0,05), dapat disimpulkan bahwa variabel pengungkapan media berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

## 4.2 Pembahasan

Penelitian ini menguji faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR yaitu *leverage*, likuiditas, ukuran perusahaan, profitabilitas, dan pengungkapan media. Hasil penjelasan sebagai berikut:

### 4.2.1 Pengaruh Leverage terhadap pengungkapan CSR

Berdasarkan hasil dari pengujian pengaruh variabel *leverage* terhadap pengungkapan CSR, dapat disimpulkan bahwa variabel *leverage* tidak berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Oleh karena itu, hipotesis pertama (H1) ditolak.

Tidak adanya pengaruh positif terhadap hubungan antara Leverage dan pengungkapan CSR, berarti dalam perusahaan yang mengungkapkan CSR tidak berpengaruh terhadap tinggi atau rendahnya tingkat Leverage, tetapi lebih kepada kepekaan suatu perusahaan terhadap kepedulian sosial dan lingkungan perusahaan tersebut. Jadi apabila perusahaan tersebut memiliki kepedulian dan tanggung jawab yang besar terhadap lingkungan sosialnya, maka perusahaan tersebut akan tetap melakukan *Corporate Social Responsibility* (Ulfa, 2009).

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Ristanto (2017) dan Tita Detiana (2015) yang menyebutkan bahwa Leverage tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR dan ini bertentangan dengan teori agensi yang memprediksi bahwa 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).

#### **4.2.2 Pengaruh Likuiditas terhadap pengungkapan CSR**

Berdasarkan hasil pengujian variable likuiditas terhadap pengungkapan CSR dapat disimpulkan bahwa variable likuiditas tidak berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Oleh karena itu hipotesis kedua (H2) ditolak.

Tidak adanya pengaruh positif terhadap hubungan antara likuiditas dan pengungkapan CSR, berarti kemampuan perusahaan membayar kewajiban jangka pendek dengan menggunakan aktiva lancar tidak mempengaruhi luas tidaknya pengungkapan CSR, namun lebih kepada kesadaran perusahaan terhadap lingkungan dan tuntutan dari masyarakat agar perusahaan tersebut menjadi lebih baik..

Hasil penelitian ini berbeda dengan apa yang diungkapkan Kartika (2015) yang menyimpulkan bahwa semakin rendah tingkat likuiditas maka pengungkapan CSR akan semakin tinggi. Namun, sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rafika (2014) yang menyebutkan bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Ini juga bertentangan dengan teori sinyal yang menganggap bahwa perusahaan dengan likuiditas yang tinggi cenderung akan melakukan kegiatan yang berhubungan dengan lingkungan sosial, sehingga akan memberi sinyal kepada perusahaan lain bahwa perusahaan mereka lebih baik.

#### **4.2.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap pengungkapan CSR**

Berdasarkan hasil pengujian variable ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR dapat disimpulkan bahwa variable ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Oleh karena itu hipotesis ketiga (H3) diterima.

Adanya pengaruh positif terhadap hubungan antara ukuran perusahaan dan pengungkapan CSR dapat diartikan bahwa semakin besar ukuran perusahaan maka cenderung meningkatkan pengungkapan CSR.

Hasil penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh Tita Detiana (2015) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Sesuai dengan apa yang diungkapkan teori legitimasi tentang ukuran perusahaan dan pengungkapan, perusahaan yang lebih besar melakukan aktivitas yang lebih banyak sehingga memiliki pengaruh yang lebih banyak terhadap masyarakat (Cowen, et. Al., 1987).

#### **4.2.4 Pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan CSR**

Berdasarkan hasil pengujian variable profitabilitas terhadap pengungkapan CSR dapat disimpulkan bahwa variable profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Oleh karena itu hipotesis keempat (H4) diterima.

Adanya pengaruh positif terhadap hubungan antara profitabilitas dan pengungkapan CSR dapat diartikan bahwa semakin tinggi rasio profitabilitas maka perusahaan akan cenderung mengungkapkan lebih banyak CSR.

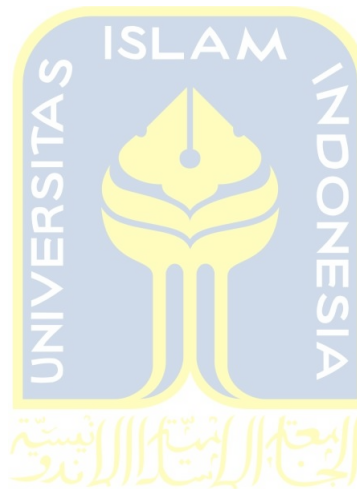
Dalam beberapa penelitian yang dilakukan oleh Sudana dan Arlindania (2011), dan Novrianto (2012) bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR, karena perusahaan mempunyai tingkat profitabilitas yang tinggi maka akan mengungkapkan informasi CSR yang telah dilakukannya. Selain itu, hubungan antara profitabilitas dan pengungkapan CSR juga didasari oleh teori legitimasi dimana pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dilakukan untuk mendapatkan nilai positif dan legitimasi dari masyarakat.

#### **4.2.5 Pengaruh pengungkapan media terhadap pengungkapan CSR**

Berdasarkan hasil pengujian variable pengungkapan media terhadap pengungkapan CSR dapat disimpulkan bahwa variable pengungkapan media berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Oleh karena itu hipotesis kelima (H5) diterima.

Adanya pengaruh positif antara variable pengungkapan media dan pengungkapan CSR dapat diartikan bahwa pengungkapan kegiatan CSR melalui website perusahaan berdampak pada citra perusahaan dimata masyarakat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Hasil penelitian ini sejalan dengan Plorensia dan hardiningsih (2015) yang menyatakan bahwa pengungkapan media akan meningkatkan reputasi perusahaan dimata masyarakat. Teori legitimasi secara luas menguji peran yang dimainkan oleh berita media pada peningkatan tekanan yang diakibatkan oleh tuntutan publik terhadap perusahaan. Media mempunyai peran penting pada pergerakan mobilisasi sosial, misalnya kelompok yang tertarik pada lingkungan (Patten, 2002b dalam Reverte, 2008).



## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk menguji faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pengungkapan corporate social responsibility (CSR) perusahaan dengan faktor leverage, likuiditas, ukuran perusahaan, profitabilitas dan pengungkapan media. Penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik purposive sampling dan diperoleh 48 perusahaan dengan periode dua tahun sehingga jumlah sampelnya 96. Berdasarkan hasil pengujian statistic dengan menggunakan regresi berganda, dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a. Variabel leverage tidak berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. artinya, tinggi rendahnya tingkat leverage tidak berpengaruh terhadap luas tidaknya pengungkapan CSR.
- b. Variabel likuiditas tidak berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. artinya, kemampuan perusahaan membayar kewajiban jangka pendek menggunakan aktiva lancar tidak mempengaruhi luasnya pengungkapan CSR.
- c. Variabel ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. artinya, semakin besar ukuran perusahaan tersebut maka perusahaan tersebut cenderung mengungkapkannya CSR lebih luas.

- d. Variabel profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. artinya, semakin tinggi rasio profitabilitas maka perusahaan akan mengungkapkan CSR lebih banyak.
- e. Variabel pengungkapan media berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. artinya, pengungkapan media melalui website berpengaruh terhadap citra perusahaan dimata masyarakat.

## **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini memiliki keterbatasan-keterbatasan yang dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi peneliti lainnya agar mendapat hasil yang lebih baik lagi.

- a. Terdapat unsur subjektivitas dalam menentukan indeks pengungkapan CSR. Hal ini dikarenakan tidak adanya ketentuan baku yang dapat dijadikan acuan sehingga penentuan indeks untuk indicator dalam kategori yang sama dapat berbeda untuk setiap peneliti.
- b. Perusahaan yang menjadi sampel penelitian hanya dari perusahaan manufaktur yang berjumlah 48 dengan periode penelitian tahun 2016-2017.

### 5.3 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan beberapa keterbatasan pada penelitian ini, maka saran yang dapat diberikan agar penelitian kedepannya lebih baik adalah sebagai berikut :

- a. Periode pengamatan sebaiknya diperpanjang untuk lebih dapat memprediksi penelitian jangka panjang.
- b. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan variable independent yang berbeda dalam menentukan pengungkapan CSR.





## Daftar Pustaka

- A. Chariri dan Imam Ghozali. 2007. “*Teori Akuntansi*”. Semarang: Badan Penerbit. Universitas Diponegoro.
- Aditya Taruna Wijaya. 2012. “ Pengaruh Karakteristik Komite Audit Terhadap Audit Report Lag”. *Skripsi*, Universitas Diponegoro Semarang.
- Anggita, Sari Rizkia. 2012. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta.
- Ardi Murdoko Sudarmadji dan Lana Sularto, 2007. “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, leverage, dan Tipe Kepemilikan Perusahaan Terhadap Luas Voluntary Disclosure Laporan Keuangan Tahunan”, Proceeding PESAT, Volume 2.
- Arfan, Muhammad dan Desry Wahyuni. 2010. Pengaruh *Firm Size, Winner/ Loser Stock, Dan Debt Equity Ratio* Terhadap Perataan Laba Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI. *Jurnal Telaah & Riset Akuntansi*. Vol. 3, No. 1. Hal 52-65.
- Ariyadi, Wijaya. 2012. *Pendidikan Matematika Realistik, Suatu Alternatif Pendekatan Pembelajaran Matematika*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Belkaoui, A. dan P. G. Karpik. 1989. *Determinants of the Corporate Decision to Disclose Social Information. Accounting, Auditing and Accountability Journal*. Vol. 2. No. 1. pp. 36-51
- Budiman, Nita Andriyani. 2015. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*. *Jurnal Riset Akuntansi Merubuana*. Vol. (1) No. 1.
- Carroll, A.B. 1991. *The Pyramid of Corporate Social Responsibility : Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders*. *Business Horizons*. Edisi Juli-Agustus 1991. Pp 39-48.

- Cecilia, dkk. 2015. Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Perkebunan Yang GO Publik Di Indonesia, Malaysia dan Singapura. Simposium Nasional Akuntansi (SNA) 18 Sumatera Utara, Medan 16-19 September 2015.
- Collier, P. dan A. Gregory, 1999, “Audit Committee Activity and Agency Costs”, *Journal of Accounting and Public Policy*, 18, Pp. 311–332.
- Cowen, S. Scott, Linda B. Ferreri, dan Lee D. Parker. 1987. *"The Impact of Corporate Characteristic on Social Responsibility Disclosure: A Typology and Frequency-Based Analysis"*. *Accounting, Organizations and Society*, Vol. 12, No. 2
- Dahlia, D. dan Siregar. 2008. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Skripsi*. Program S1 Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. Semarang.
- Darwin, Ali. 2004. *Corporate Social Responsibility (CSR), Standards & Reporting*. *Seminar Nasional Universitas Katolik Soegijapranata*.
- Deegan, C. 2004. *Financial Accounting Theory*. McGraw-Hill Book Company: Sidney.
- Deitiana Tita. 2015. *The Determinant of CSR Disclosure of Mining Industry Listed in Indonesia Stock Exchange*. *Journal Faculty of Economics and Business University of Padjadjaran*
- Fahrizqi, Anggara. 2010. *Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Laporan Tahunan Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI)*. *Skripsi*. Program Studi Akuntansi Universitas Diponegoro Semarang.
- Fitriani. 2001. “Signifikansi Perbedaan Tingkat Kelengkapan Pengungkapan Wajib dan Sukarela pada Laporan Keuangan Perusahaan Publik yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta“, *Simposium nasional Akuntansi IV*, Bandung.
- Five Raharja, Ristanto. 2017. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggungjawab Sosial (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2010-2015). *Jurnal Ilmiah*. Jurusan Akuntansi. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Pandanaran Semarang.

- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Cetakan Keempat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gray, et. al. 1995. *Corporate Social and Environmental Reporting: A Review of Literature and a Longitudinal Study of UK Disclosure*. *Accounting, Auditing, and Accountability Journal*, Vol.8 No 2: 47-76.
- Guthrie, J., and L.D. Parker. 1989. “ *Corporate social reporting: a rebuttal of legitimacy theory*”. *Accounting and Business Research*. Vol.19 No.76.pp. 343-52.
- Hackston, D. and M. J. Milne, 1996, *Some Determinants of Social and Environmental Disclosures in New Zealand Companies*, *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 9 no. 1:77-108.
- Hadi, Nor. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Hasibuan, Malayu S.P. 2001. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- Janra, Diyong Murdi. 2015. *Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Leverage, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Informasi Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2010-2013)*. Artikel. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. Padang.
- Jensen, M. C. and W. H. Meckling. 1976. *Theory of The Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure*. *Journal of Financial Economics* 3:305-360.
- Jayanti, Purnasiwi, 2011. Analisis Pengaruh Size, Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Pengungkapan CSR. *Tugas Akhir*. Semarang: Fakultas Ekonomi. Universitas Diponegoro.
- Lewis, Linda and Jeffrey Unerman. 1999. Ethical Relativism: A Reason for Differences in Corporate Social Reporting. *Critical Perspectives on Accounting*. Vol. 10, p. 521-547

- Linblom, C. K. 1994. *The Implications of Organizational Legitimacy for Corporate Social Performance and Disclosure*. New York: Critical Perspective on Accounting Conference
- Maureen Erna Marius dan Indah Masri. 2017. Pengaruh *Good Corporate Governance* dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan. Konferensi Ilmiah Akuntansi IV 2-3 Maret 2017. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pancasila, Jakarta.
- Muliani, Luh Eni, dkk. 2014. *Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dan Good Corporate Governance sebagai Variabel Pemoderasi*. E-Journal S1 Ak Universitas Pendidikan Ganesha Vol.2 No.1 tahun 2014.
- Mulyadi, 2002. *Auditing*, Buku Dua, Edisi Ke Enam, Penerbit : Salemba Empat, Jakarta.
- Nur, Marzully, dan Denies Priantinah. 2012. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility di Indonesia (Studi Empiris Pada Perusahaan Berkategori High Profile yang Listing di Bursa Efek Indonesia)*. Jurnal Nominal, Volume 1, No. 1, 22-34
- Permanasari, W.I. 2010. Pengaruh Kepemilikan Manajemen, Kepemilikan Institusional, dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan. *Skripsi*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Purnamawati, I Gusti Ayu, Gede Adi Yuniarta, dan Putu Ria Astria. 2012. *Good Corporate Governance* dan Pengaruhnya Terhadap Nilai Perusahaan Melalui *Corporate Sosial Responsibility Disclosure*. Jurnal Keuangan dan Perbankan, 21(2): 276–286, 2017. Departemen Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Ganesha.
- Purwanto, Agus. 2011. Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Terhadap Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi & Auditing*, 8 (1):1-94.
- Putu Wiwik Sriayu, Gusti Ayu dan Ni Putu Sri Harta Mimba. 2013. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Sosial Responsibility Disclosure*. E-Jurnal Universitas Udayana. Vol.5, NO.2, NOVEMBER 2013.

- Rindawati dan Asyik. 2015. *Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Kepemilikan Public Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)*. Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi. 4.6.
- Roberts, R.W, 1992, “*Determinants Of Corporate Social Responsibility Disclosure: An Application Of Stakeholder Theory*”, Accounting, Organisations and Society, Vol. 17, No. 6, pp. 595-612.
- Rofiqkoh, Esti. 2016. Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi* : Volume 5, Nomor 10, Oktober 2016. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
- Scoot, William R. 2000. *Financial Accounting Theory*. USA:Prentice-Hall
- Sekaran,Uma. 2006. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*, Edisi 4, Buku 1, Jakarta: Salemba Empat.
- Sembiring, Eddy Rismanda. 2005. *Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung jawab Sosial: Study Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta*. SNA VIII.
- Sembiring, Eddy Rismanda. 2003. Kinerja Keuangan, Political Visibility, Ketergantungan pada Hutang, dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Makalah disampaikan pada Simposium Nasional Akuntansi VI*. Surabaya. 16-17 Oktober 2003.
- Subramanyam, K R dan Wild, J John. 2010. *Analisis Laporan Keuangan*. Salemba Empat : Jakarta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suparno. 2010. *Corporate Sosial Responsibility Teori dan Praktik*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Ujiyantho dan Pramuka, 2007. *Mekanisme Corporate Governance, Manajemen Laba dan Kinerja Keuangan (Studi Pada Perusahaan go publik Sektor Manufaktur)*, Jurnal Simposium Nasional Akuntansi X. Makasar
- Ullman, A.A. 1985. *Data in Search of Theory: Critical Axamination of the Relationship Among Social Performance, Social Disclosure, and Economic*

*Performance of U.S Firms. Academy of Management Review, Vol.10, No.3:540-557.*

Wardoyo dan Veronica, T. R. 2013. Pengaruh *Good Corporate Governace, Corporate Social Responsibility & Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan. Jurnal Dinamika Manajemen. Vol. 4, No 2, pp:132-149.*

