

SKRIPSI

**PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN TERHADAP
PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
(CSR) PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG
TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA**

**AYU HASLINDA
105730499314**



**JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
2018**

**PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN TERHADAP
PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
(CSR) PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG
TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA**

AYU HASLINDA

105730499314

**Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Jurusan Akuntansi**

**JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR**

2018

MOTTO

“Sesungguhnya sesudah kesusahan ada kemudahan, maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain), dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap.”

(Al-Insyirah: 6-8)

“BERBAHAGIALAH! Orang yang dapat menjadi tuan bagi dirinya, menjadi pemandu untuk nafsunya, dan menjadi kapten untuk bahtera hidupnya. ”

(Ali Bin Abi Thalib)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada kedua Orang tua saya tercinta sebagai tanda bakti dan wujud terima kasih saya atas limpahan kasih sayang, doa yang tiada putus-putusnya, serta semua pengorbanan dan dukungan yang selama ini diberikan. Terima kasih Bapak Jamal dan Ibu Aisyah telah mengantarkan saya sampai titik yang saya cita-citakan ini. Alhamdulillah!



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

Jl. Sultan Alauddin no. 259 gedung iqra lt.7 Tel. (0411) 860 837 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Penelitian : "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia"

Nama Mahasiswa : Ayu Haslinda

No. Stambuk : 105730499314

Program Studi : Akuntansi

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

Menyatakan bahwa skripsi ini telah diperiksa dan diujikan di depan panitia penguji skripsi strata satu (S1) pada tanggal 31 Agustus 2018 pada fakultas ekonomi dan bisnis universitas muhammadiyah makassar

Makassar, 31 Agustus 2018

Menyetujui,

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Amril, SE., M.Si., Ak., CA
NIDN : 0020087606

Waode Rayyani, SE., M.Si., Ak., CA
NIDN : 0909047902

Mengetahui,

Dekan,

Ketua Program Studi,



Ismail Rasulong, SE., Mm
NBM. 903078

Ismail Badollahi, SE., M.Si., Ak., CA
NBM. 1073428



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt. 7 Tel. (0411) 866972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

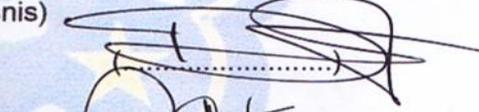
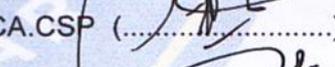
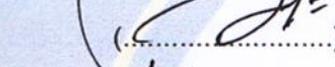
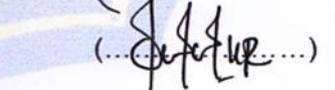
LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi atas nama **AYU HASLINDA**, NIM : **105730499314**, diterima dan disahkan oleh panitia ujian skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor : 0009/2018 M, Tanggal 19 Dzulhijjah 1439 H/ 31 Agustus 2018 M, sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi** pada Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

19 Dzulhijjah 1439H
Makassar,

31 Agustus 2018M

PANITIA UJIAN

1. Pengawas Umum : Dr. H. Abdul Rahman Rahim, SE., MM
(Rektor Unismuh Makassar) 
2. Ketua : Ismail Rasulong, SE., MM
(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis) 
3. Sekretaris : Dr. Agus Salim HR, SE., MM
(WD. 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis) 
4. Penguji : 1. Dr. Hj. Ruliaty, MM
2. Ismail Badollahi, SE, M.Si, Ak.CA.CSP 
3. Idrawahyuni, S.Pd., M.Si 
4. Mukminati Ridwan, SE., M.Si 

Disahkan oleh,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar


Ismail Rasulong, S.E., M.M

NBM: 909 078



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
Jl. Sultan Alauddin No.259 gedung iqra Lt.7 Tel.(0411) 866972 Makassar



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ayu Haslinda
Stambuk : 105730499314
Program studi : Akuntansi
Dengan Judul : "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia"

Dengan ini menyatakan bahwa :

Skripsi yang saya ajukan di depan tim penguji adalah ASLI hasil karya sendiri, bukan hasil jiplakan dan tidak dibuat oleh siapa pun.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan saya bersedia menerima sanksi apabila pernyataan ini tidak benar.

Makassar, Juni 2018

Yang membuat pernyataan



Ayu Haslinda

Diketahui Oleh :



Ismail Rasulong, SE.,MM
NBM : 903078

Ketua Program Studi Akuntansi



Ismail Badollahi, SE, M.Si, Ak. CA
NBM: 1073428

ABSTRAK

Ayu Haslinda, 2018. Pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia “Dibimbing oleh Bapak Amril dan Ibu Waode Rayyani” Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Makassar.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Metode analisis yang digunakan yaitu metode deskriptif dan analisis berganda kuantitatif dengan menggunakan data sekunder. Sampel penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2014 – 2016. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* merupakan variabel dependen dalam penelitian ini dan variabel independen yang diteliti antarlain profitabilitas, ukuran (*size*) perusahaan dan *leverage*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas, ukuran (*size*) perusahaan dan *leverage* sama-sama tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Kata kunci : Karakteristik perusahaan, profitabilitas. Ukuran perusahaan dan *leverage*, *Corporate Social Responsibility*.

ABSTRACT

Ayu Haslinda, 2018. The influence of corporate characteristics on the disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR) on manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange "Guided by Mr. Amril and Mrs. Waode Rayyani" Accounting Department Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Makassar.

This study aims to determine how the influence of corporate characteristics on the disclosure of Corporate Social Responsibility in manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange. The analytical method used is descriptive method and quantitative multiple analysis using secondary data. The sample of this study is a manufacturing company listed on the Indonesia Stock Exchange in 2014 - 2016. Disclosure of Corporate Social Responsibility is the dependent variable in this study and independent variables studied are profitability, size (size) of the company and leverage. The results showed that profitability, size (size) and leverage companies have no significant effect on disclosure of Corporate Social Responsibility at manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange.

Keywords: Corporate characteristics, profitability, company size and leverage, Corporate Social Responsibility

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT karena limpahan Rahmat dan Karunia-Nya sehingga skripsi yang berjudul **“Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.”** dapat diselesaikan. Pelaksanaan penelitian skripsi ini sedikit mengalami kesulitan dan hambatan, namun berkat kerja keras penulis dan adanya bimbingan dan bantuan dari beberapa pihak akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini dapat terselesaikan seperti sekarang ini berkat bantuan dari orang-orang yang selama ini telah membantu, mendukung dan membimbing penulis. Untuk itu penulis tak lupa menyampaikan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. H. Abd Rahman Rahim, SE.,MM selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Bapak Ismail Rasulong, SE., MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Bapak Ismail Badollahi, SE.,M.Si,Ak.CA selaku Ketua Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar
4. Bapak Amril, SE.,M.Si.,Ak.,CA dan Ibu Waode Rayyani SE.,M.Si.,Ak.,CA selaku Dosen Pembimbing I dan Pembimbing II

yang telah banyak membantu dengan penuh kesabaran memberikan petunjuk dan pengarahan sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.

5. Bapak dan Ibu Dosen jurusan akuntansi atas segala jerih payahnya membimbing dan memberikan bekal ilmu kepada penulis.
6. Seluruh pegawai akademik dan staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar atas perhatian dan pelayanan yang baik untuk kelancaran skripsi ini.
7. Bapak Jamal dan Ibu Aisyah, kedua orang tua saya atas segala kasih sayang, bimbingan, nasehat, doa yang tak putus-putusnya, dan menjadi motivator utama dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Sahabat-sahabat saya, Risky, Andin, Ulfa, Puspa, Indah, A.riska, Anita, Dilla dan semua teman-teman Akuntansi 9-2014. Terima kasih atas dukungan dan kebersamaan selama kuliah di Universitas Muhammadiyah Makassar.
9. Serta seluruh pihak-pihak tanpa terkecuali yang telah terlibat dalam penyusunan skripsi ini, terima kasih atas bantuan dan dukungannya kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir ini masih jauh dari unsur kesempurnaan, masih banyak terdapat kekeliruan dan kekurangan yang disebabkan oleh keterbatasan ilmu maupun minimnya pengalaman yang penulis miliki. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritikan dan saran yang bersifat membangun guna kesempurnaan tugas akhir ini.

Semoga segala bentuk bantuan yang penulis terima dari berbagai pihak dibalas oleh Allah SWT dan semoga tugas akhir ini dinilai ibadah di sisi-Nya dan bermanfaat bagi siapa saja yang membutuhkannya, khususnya pada lingkungan Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Akhir kata, semoga segenap aktivitas yang kita lakukan mendapat bimbingan dan Ridho dari-Nya. Aamiin.

Makassar, Juni 2018

Penulis

DAFTAR ISI

SAMPUL

HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
PERNYATAAN ORISINALITAS	vi
ABSTRAK BAHASA INDONESIA	vii
ABSTRACK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Landasan Teori.....	9
1. Teori Legitimasi.....	9
2. Teori Stakeholder.....	11
B. Corporate Social Responsibility	14

C. Pengungkapan Corporate Social Responsibility	16
D. Karakteristik Perusahaan.....	19
1. Profitabilitas	20
2. Ukuran Perusahaan	21
3. Leverage.....	22
4. Kepemilikan Manajemen.....	23
5. Tipe Industri	24
6. Ukuran Dewan Komisaris.....	24
7. Likuiditas.....	25
E. Penelitian Terdahulu.....	26
F. Kerangka Pikir	33
G. Hipotesis.....	33
BAB III METODE PENELITIAN.....	35
A. Jenis Penelitian	35
B. Sumber Data	35
C. Definisi Operasional dan Ukuran Variabel	35
D. Populasi dan Sampel.....	38
E. Teknik Pengumpulan Data	39
F. Teknik Analisis Data	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	45
B. Hasil penelitian	48
C. Pembahasan	54
BAB V PENUTUP	57
A. Kesimpulan.....	57
B. Saran	59
DAFTAR PUSTAKA.....	61
DAFTAR LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	31
Tabel 4.1	proses pemilihan sampel	46
Tabel 4.2	daftar perusahaan sampel	47
Tabel 4.3	Hasil statistic deskriptif	48
Tabel 4.4	Hasil asumsi multikolinearitas	51
Tabel 4.5	Hasil Uji heteroskedastisitas	51
Tabel 4.6	Hasil uji autokorelasi	52
Tabel 4.7	Hasil uji anova	53
Tabel 4.8	Hasil uji persial	53

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
Gambar 2.1	kerangka pikir	33
Gambar 4.1	grafik histogram	49

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Daftar perhitungan profitabilitas perusahaan manufaktur 2014-2016
- Lampiran 2 Daftar Perhitungan Ukuran Perusahaan Manufaktur 2014-1016
- Lampiran 3 Daftar perhitungan leverage perusahaan manufaktur 2014-2016
- Lampiran 4 Indikator pengungkapan CSR
- Lampiran 5 Daftar pengungkapan CSR perusahaan manufaktur 2014-2016
- Lampiran 6 Uji SPSS

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Corporate Social Responsibility (selanjutnya dinyatakan dengan CSR) merupakan manifestasi atau bentuk tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat. Hal tersebut disebabkan karena keberadaan perusahaan tidak dapat dipisahkan dengan masyarakat sebagai lingkungan eksternalnya. Perusahaan yang baik adalah perusahaan yang tidak hanya peduli terhadap upaya peningkatan ragam dan kualitas produknya saja, namun juga yang memiliki komitmen penuh dan tanggung jawab serta kepekaan terhadap lingkungan sosial dimana ia berada. Kepedulian tersebut direalisasikan melalui program pengungkapan CSR, yaitu sebuah konsep akuntansi yang menggambarkan suatu perusahaan untuk memiliki tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas lingkungan dalam segala aspek kegiatan operasional perusahaan (Ervina., 2017).

Di Indonesia sendiri pelaksanaan CSR telah mendapat perhatian yang cukup besar oleh masyarakat. Hal ini di latarbelakangi oleh berbagai kasus yang terjadi seperti masyarakat yang protes atas pencemaran lingkungan akibat meningkatnya polusi udara dan limbah industri yang dilepas ke lingkungan, penggundulan hutan, buruknya kualitas dan keamanan produk, eksploitasi sumber daya alam secara berlebihan dan lain-lain, sehingga hal tersebut dapat menyebabkan hubungan yang tidak harmonis antara perusahaan dengan lingkungan sosial (Ervina., 2017).

untuk itu masyarakat membutuhkan informasi mengenai sejauh mana perusahaan telah melaksanakan aktivitas sosialnya dengan diterbitkannya laporan tahunan perusahaan, sebab keterlibatan suatu perusahaan dalam aktivitas CSR dapat menggambarkan komitmen perusahaan kepada pihak-pihak yang berkepentingan (*stakeholder*).

Informasi yang diungkap dalam laporan tahunan perusahaan dikelompokkan menjadi dua yaitu, pengungkapan bersifat wajib (*mandatory*) yaitu pelaksanaannya sudah diatur oleh Undang-undang dan pengungkapan yang bersifat sukarela (*voluntary*) yaitu tidak sepenuhnya diatur oleh undang-undang (Dewi., 2015). Salah satu jenis informasi pengungkapan sukarela yang sering diminta untuk diungkapkan perusahaan saat ini adalah informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan (Guthrie dan Methews., 2014). Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan muncul karena adanya tuntutan dari masyarakat dan para pengguna laporan tahunan terhadap dampak kegiatan bisnis perusahaan. CSR dimaksudkan untuk mendorong dunia usaha agar dalam menjalankan aktivitasnya suatu perusahaan tidak melenceng dari etika dan norma-norma yang ada, sehingga tidak memberikan dampak yang buruk terhadap masyarakat dan lingkungannya (Ismail., 2014).

Konsep CSR ini mulai dikenal sejak awal 1970-an, yang secara umum diartikan sebagai kumpulan kebijakan dan praktek yang berhubungan dengan *stakeholder*, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat dan lingkungan serta komitmen dunia usaha untuk kontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan (Subiantoro., 2015). Pemikiran yang menjadi landasan adanya CSR adalah perusahaan tidak hanya

memiliki tanggung jawab kepada para pemegang saham (*shareholder*), tetapi juga memiliki tanggung jawab kepada pihak-pihak yang berkepentingan (*stakeholder*) (Dewi., 2015). Pihak-pihak yang berkepentingan dalam sebuah perusahaan adalah pelanggan, pegawai, komunitas, pemilik atau investor, supplier dan juga competitor (Ismail., 2014).

Ikatan Akuntansi Indonesia (IAI) dalam pernyataan standar akuntansi keuangan (PSAK) No.1 (Revisi 2009) paragraf 9, menyatakan bahwa : “Perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri-industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting”. Dari pernyataan PSAK tersebut, telah menunjukkan kepedulian akuntansi akan masalah-masalah lingkungan sosial yang merupakan pertanggungjawaban sosial perusahaan.

Melalui pengungkapan CSR yang merupakan bagian dari akuntansi pertanggungjawaban sosial akan mengkomunikasikan informasi sosial kepada *stakeholder*, maka dalam hal ini akuntansi sebagai alat pertanggungjawaban sosial mempunyai fungsi sebagai alat kendali perusahaan terhadap aktivitas suatu unit usaha. Fenomena CSR sendiri bukan merupakan fenomena baru, melainkan merupakan akibat dari semakin meningkatnya isu lingkungan di akhir tahun 1980-an (Rosmina., 2010).

Perusahaan yang menjalankan bisnisnya dengan berpijak pada prinsip-prinsip etika bisnis dan manajemen pengelolaan sumber daya alam yang *strategic* dan *sustainable* akan dapat menimbulkan citra positif serta mendapatkan kepercayaan dan dukungan dari masyarakat (Wakid et al., 2012). Keberadaan sebuah perusahaan dalam masyarakat dapat memberikan dua aspek penting yang harus diperhatikan, yang pertama adalah terciptanya kondisi sinergis untuk membawa perubahan kearah yang lebih baik dan yang kedua adalah meningkatkan taraf hidup masyarakat (Ervina., 2017).

Suatu perusahaan memang tidak lepas dari tanggung jawab sosial terhadap masyarakat dan lingkungannya. Bahkan pada masa sekarang ini banyak perusahaan yang seakan berlomba-lomba menunjukkan diri dalam kegiatan sosial seperti, AQUA dengan program “1=10 Liter” dan PT. Unilever Indonesia dengan program “*Lifebouy Hand Washing Campaign*” serta masih banyak lagi program sosial tentang CSR yang beragam. Namun masih banyak pula perusahaan yang belum peduli dengan kesejahteraan masyarakat (Dewi., 2015). Oleh karena itu pemerintah mengeluarkan peraturan yang mendorong praktik pengungkapan CSR di Indonesia. Salah satunya Undang-Undang perseroan Terbatas Nomor 40 Tahun 2007 pasal 66 dan 74. Pasal 66 ayat (2) bagian c berisi bahwa selain menyampaikan laporan keuangan, perusahaan juga diwajibkan melaporkan tanggungjawab sosial dan lingkungan. Pada pasal 74 (ayat 1) Undang-Undang perseroan terbatas berisi tentang perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang atau berkaitan dengan segala sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

CSR diharapkan dapat membawa perusahaan agar melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat dan lingkungan serta perusahaan bisa lebih peka terhadap lingkungan sekitarnya karena peran perusahaan tidak hanya untuk memperoleh keuntungan saja, tetapi juga harus menjaga hubungan yang baik dengan masyarakat sekitar (Wakid et al., 2012). Semakin hari perhatian masyarakat semakin besar pada pentingnya tanggung jawab sosial perusahaan, oleh karena itu perusahaan diwajibkan untuk mengungkapkan kondisi perusahaannya secara transparan. Pengungkapan CSR pada perusahaan berbeda-beda sesuai dengan karakteristik yang ada dalam perusahaan tersebut. Semakin tinggi dampak sosial yang dihasilkan oleh suatu perusahaan maka semakin tinggi pula pemenuhan tanggung jawab sosial (Dewi.,2015).

Beberapa penelitian mengungkapkan mengenai karakteristik perusahaan dan CSR seperti yang dilakukan oleh Subiantoro (2015), Aini (2015) dan Mukti (2015). Penelitian Subiantoro mengungkapkan bahwa penggunaan CSR sebagai variabel dependen dan variabel independen yang berupa profitabilitas, tipe industri, ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, *lverage*, likuiditas, dan kepemilikan manajemen. Subiantoro menyimpulkan bahwa profitabilitas, tipe industri, ukuran perusahaan dan kepemilikan manajemen tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR sedangkan ukuran dewan komisaris memiliki pengaruh terhadap pengungkapan. Namun perbedaan hasil ditemukan dalam penelitian Aini dan Mukti yang dimana profitabilitas, ukuran perusahaan dan kepemilikan manajemen memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR sedangkan

tipe industri, *leverage*, likuiditas tidak memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Dilihat dari beberapa penelitian terdahulu masih terdapat ketidak konsistenan hasil dari kedua variabel. Beberapa karakteristik yang sering digunakan dalam penelitian seperti ukuran perusahaan (*size*), Likuiditas, profitabilitas, kepemilikan manajemen, umur perusahaan, *leverage*, dan tipe industri. Terdapat tiga karakteristik yang sering menunjukkan hasil yang tidak konsisten dan berbeda dari beberapa penelitian, ketiga karakteristik yang dimaksud adalah profitabilitas, ukuran perusahaan (*size*), dan *leverage*. Ketiganya belum menunjukkan hasil yang signifikan sehingga penulis tertarik untuk menganalisis dan menguji ulang dengan sampel dan periode yang berbeda. Pengujian ulang pada penelitian ini ditunjukkan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh karakteristik perusahaan khususnya pada profitabilitas, ukuran perusahaan (*size*) dan *leverage* terhadap pengungkapan CSR.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penelitian ini mengambil judul “Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2014-2016”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian masalah dari latar belakang yang telah dikemukakan diatas maka dalam penelitian ini dapat di peroleh rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR ?
2. Apakah *size* (ukuran perusahaan) berpengaruh terhadap pengungkapan CSR ?
3. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka dalam penelitian ini tujuan yang ingin dicapai adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan CSR !
2. Untuk mengetahui pengaruh (*size*) ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR !
3. Untuk mengetahui pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan CSR !

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti

Penelitian ini memberikan tambahan ilmu pengetahuan dan pengalaman yang berkaitan dengan pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan CSR dalam meningkatkan informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan sehingga dapat diperoleh kesesuaian data yang ada dilapangan dengan teori yang dipelajari.

2. Bagi Mahasiswa/Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber referensi maupun tambahan informasi serta bahan acuan bagi penelitian selanjutnya dalam bidang ilmu akuntansi khususnya pada pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan khususnya perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.

3. Bagi Almamater

Diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan serta memberikan bahan referensi tentang ilmu akuntansi yang berkaitan dengan CSR.

4. Bagi instansi/Perusahaan

Penelitian ini dapat memberikan tambahan pengetahuan mengenai pentingnya pengungkapan tanggung jawab sosial dalam laporan tahunan dan dapat dijadikan pertimbangan bagi pembuat kebijakan perusahaan terkait tanggung jawab sosialnya.

5. Bagi Bursa Efek Indonesia (BEI)

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan saran dalam meningkatkan kebijakan mengenai pengungkapan CSR pada bursa efek indonesia.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

Ada beberapa teori yang melandasi munculnya pengungkapan CSR. Adapun teori yang dimaksud adalah sebagai berikut :

1. Teori Legitimasi

Teori legitimasi merupakan faktor strategis bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan kedepan. Hal itu dapat dijadikan sebagai wahana untuk mengonstruksi strategis perusahaan, terutama terkait dengan upaya memposisikan diri di tengah lingkungan masyarakat yang semakin maju (Subiantoro., 2015). Legitimasi dapat dikatakan sebagai suatu keadaan psikologis keberpihakan orang dan kelompok yang sangat peka terhadap gejala lingkungan sekitarnya baik itu berupa fisik maupun non fisik (Hadi., 2010).

Teori legitimasi menganjurkan perusahaan untuk meyakinkan bahwa aktivitas dan kinerjanya dapat diterima oleh masyarakat. Perusahaan menggunakan laporan tahunan mereka untuk menggambarkan kesan tanggung jawab lingkungan, sehingga mereka di terima oleh masyarakat. Dengan adanya penerimaan dari masyarakat tersebut diharapkan dapat meningkatkan nilai perusahaan sehingga peningkatan laba perusahaan semakin meningkat pula (Subiantoro., 2015). Dengan demikian legitimasi merupakan Manfaat dan sumber daya potensial bagi perusahaan untuk mempertahankan hidup.

Legitimasi dapat diperoleh manakala terdapat kesesuaian antara keberadaan (perusahaan) tidak mengganggu atau sesuai dengan eksistensi sistem nilai yang ada dalam masyarakat dan lingkungan. Ketika terjadi pergeseran yang menuju ketidaksesuaian, maka pada saat itu legitimasi perusahaan dapat terancam (Deegan et al., 2000).

Adapun yang melandasi teori legitimasi adalah kontrak sosial yang terjadi antara perusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber ekonomi (Ervina., 2015). Dalam legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Kontrak sosial antara perusahaan dengan masyarakat berisi sejumlah hak dan kewajiban. Kontrak sosial akan mengalami perubahan sejalan dengan perubahan kondisi masyarakat. Namun, apapun perubahan yang terjadi di dalam kontrak sosial tersebut tetaplah merupakan dasar bagi legitimasi bisnis perusahaan. Kontrak sosial akan menjadi wahana bagi sebuah perusahaan untuk menyesuaikan berbagai tujuan perusahaan dengan tujuan-tujuan masyarakat yang pelaksanaannya dimanifestasikan dalam bentuk tanggung jawab sosial perusahaan.

Di masa sekarang ini perkembangan tingkat kesadaran dan peradaban masyarakat membuka peluang meningkatnya tuntutan terhadap kesadaran kesehatan lingkungan (Carroll et al., 2003). Lebih lanjut dinyatakan, bahwa legitimasi perusahaan dimata *stakeholder* dapat dilakukan dengan integritas pelaksanaan etika dalam berbisnis serta meningkatkan tanggung jawab sosial perusahaan. (Wibisono., 2010)

menyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan memiliki kemanfaatan untuk meningkatkan reputasi perusahaan, menjaga *image* dan strategi perusahaan.

Kegiatan perusahaan dapat menimbulkan dampak sosial dan lingkungan, sehingga praktik pengungkapan CSR merupakan alat manajerial yang digunakan perusahaan untuk menghindari konflik sosial dan lingkungan. Legitimasi perusahaan dapat ditingkatkan melalui tanggung jawab sosial perusahaan atau disebut juga dengan pengungkapan CSR. Pengungkapan CSR perusahaan sangat diperlukan untuk mendapatkan nilai positif dan legitimasi dari masyarakat, agar tidak terjadi konflik sosial dan lingkungan (Ervina., 2015).

2. Teori *Stakeholder*

Teori *stakeholder* muncul pada pertengahan tahun 1980-an yang dilatabelakangi oleh keinginan untuk membangun suatu kerangka kerja yang responsif terhadap masalah yang dihadapi para manajer saat itu yaitu perubahan lingkungan (Rokhlinasari., 2015). Teori *stakeholder* artinya kumpulan kebijakan dan praktik yang berhubungan dengan *stakeholder*, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat dan lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk kontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan (Meinawati., 2015). *Stakeholder* merupakan semua pihak yang keberadaanya sangat mempengaruhi dan dipengaruhi perusahaan, seperti karyawan, masyarakat, perusahaan pesaing dan pemerintah (Purwanto., 2011).

Stakeholder dapat dibagi menjadi dua berdasarkan karakteristiknya yaitu *stakeholder* primer dan *stakeholder* sekunder. *Stakeholder* primer adalah seseorang atau kelompok yang tanpanya perusahaan tidak dapat bertahan untuk *going concern*, yang meliputi *shareholder*, investor, karyawan, konsumen dan pemasok, sedangkan *stakeholder* sekunder didefinisikan sebagai mereka yang mempengaruhi atau dipengaruhi perusahaan, namun mereka tidak berhubungan dengan transaksi dengan perusahaan dan tidak esensial kelangsungannya (Rokhlinsari., 2015).

Batasan *stakeholder* mengisyaratkan bahwa perusahaan hendaknya memperhatikan *stakeholder* karena mereka adalah pihak yang mempengaruhi dan dipengaruhi baik secara langsung maupun tidak langsung atas aktivitas serta kebijakan yang diambil dan dilakukan perusahaan, jika perusahaan tidak memperhatikan *stakeholder* kemungkinan akan menuai protes dan dapat mengeliminasi legitimasi *stakeholder* (Susanti., 2014). Teori *stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan *stakeholder* kepada perusahaan tersebut (Rosiana et al., 2013).

Selain mengambil keputusan, dalam pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan juga seharusnya tidak hanya terbatas pada tindakan memaksimalkan laba untuk pemegang saham semata, namun lebih menitikberatkan pada kesejahteraan yang diciptakan perusahaan

untuk kepentingan pemegang saham juga untuk kepentingan *stakeholder*, yaitu semua pihak yang mempunyai keterkaitan atau kaitan terhadap perusahaan (Untung., 2008)

Menurut (Rokhlinasari., 2015) teori *stakeholder* mengasumsikan bahwa eksistensi perusahaan memerlukan dukungan *stakeholder*, sehingga aktivitas perusahaan juga mempertimbangkan persetujuan dari *stakeholder*. Semakin kuat *stakeholder* maka perusahaan harus semakin beradaptasi dengan *stakeholder* sehingga Pengungkapan sosial dan lingkungan kemudian dipandang sebagai dialog antara perusahaan dengan *stakeholder*. Berikut beberapa alasan yang dikemukakan oleh (Rokhlinasari., 2015) yang mendorong perusahaan perlu memperhatikan kepentingan stakeholder yaitu :

1. Isu lingkungan melibatkan kepentingan berbagai kelompok dalam masyarakat yang dapat mengganggu kualitas hidup mereka.
2. Dalam era globalisasi telah mendorong produk-produk yang diperdagangkan harus bersahabat dengan lingkungan.
3. Para investor dalam menanamkan modalnya cenderung untuk memilih perusahaan yang memiliki dan mengembangkan kebijakan dan program lingkungan.
4. LSM dan pecinta lingkungan makin vokal dalam mengkritik perusahaan-perusahaan yang kurang peduli terhadap lingkungan.

Dengan demikian tujuan utama dari teori *stakeholder* adalah untuk membantu manajer memahami lingkungan *stakeholder* mereka dan melakukan pengelolaan dengan lebih efektif diantara keberadaan

hubungan-hubungan di lingkungan perusahaan mereka. Namun tujuan yang lebih luas dari teori *stakeholder* adalah untuk menolong manajer dalam meningkatkan nilai dari dampak aktivitas-aktivitas mereka, dan meminimalkan kerugian bagi *stakeholder*. Pada kenyataannya, inti keseluruhan teori *stakeholder* terletak pada apa yang akan terjadi ketika perusahaan dan *stakeholder* menjalankan hubungan mereka dengan baik.

B. Corporate Sosial Responsibility (CSR)

Pengertian CSR dibagi dalam dua pengertian yaitu dalam pengertian luas dan dalam pengertian sempit. CSR dalam pengertian luas, berkaitan erat dengan tujuan mencapai kegiatan ekonomi berkelanjutan. Keberlanjutan kegiatan ekonomi bukan hanya terkait soal tanggung jawab sosial tetapi juga menyangkut tentang akuntabilitas (*accountability*) perusahaan terhadap masyarakat dan bangsa serta dunia internasional (Kotler et al., 2012).

CSR dalam pengertian sempit dipahami dari beberapa peraturan yang dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Pengertian CSR dalam UUPT No.40 Tahun 2007 pasal 1 angka 3 menyebutkan Tanggung jawab sosial lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perusahaan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

2. CSR yang diatur pada pasal 15 huruf b UUPM 2007 menjelaskan bahwa tanggung jawab sosial merupakan tanggung jawab yang melekat pada setiap perusahaan penanaman modal untuk tetap menciptakan hubungan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat. Tampak bahwa UUPM 2007 mencoba memisahkan antara tanggung jawab sosial dan tanggung jawab lingkungan yang mengarah pada CSR sebagai sebuah komitmen perusahaan terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan dalam upaya meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan.
3. Sedangkan pengertian CSR menurut *European Union* hanya menggambarkan CSR sebagai suatu konsep perusahaan yang berusaha mengintegrasikan aspek sosial dan lingkungan serta *stakeholders* atas dasar *voluntary* dalam melakukan aktivitas usahanya. Pengintegrasian tersebut tidak hanya berkisar antara kerelaan berinvestasi kedalam pengembangan manusia, lingkungan, dan hubungan dengan *stakeholder*.

Dari beberapa uraian pengertian yang telah dipaparkan diatas maka dapat diketahui bahwa CSR adalah suatu tanggung jawab yang berhubungan dengan pihak *internal* dan *eksternal* perusahaan. pada umumnya CSR berkisar tentang peranan, tanggung jawab dan sebuah kewajiban perusahaan untuk peduli dan membantu mengatasi masalah sosial dan lingkungan yang semakin hari krisis kemanusiaan semakin meningkat.

Akuntansi sosial secara umum bertujuan untuk mengukur dan mengungkapkan untung rugi dan biaya sosial yang ditimbulkan oleh kegiatan

perusahaan tersebut di masyarakat. Biaya sosial ini umumnya berkaitan dengan ketenagakerjaan, konsumen dan produk atau barang/jasa yang dihasilkan kemasyarakatan dan lingkungan hidup disekitar perusahaan. Prinsip dasar CSR mengharuskan perusahaan untuk memberikan laporan bukan hanya kepada pemegang saham, calon investor, kreditur, dan pemerintah semata tetapi juga kepada karyawan dan masyarakat.

Ruang lingkup CSR sangat luas sehingga dibutuhkan pedoman yang memudahkan pemahaman dan implementasinya pada perusahaan. CSR sendiri merupakan komitmen perusahaan terhadap kepentingan para *stakeholder* dalam arti luas daripada sekedar kepentingan perusahaan saja. Dengan kata lain meskipun perusahaan mengejar keuntungan namun bukan berarti perusahaan dibenarkan mencapai keuntungan tersebut dengan mengorbankan kepentingan-kepentingan pihak lain yang terkait. Setiap perusahaan bertanggung jawab atas tindakan dan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan tersebut (Subiantoro., 2015).

C. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Pengungkapan CSR adalah pengungkapan sebagai penyajian sejumlah informasi yang dibutuhkan untuk mengoperasikan secara optimal pasar modal yang efisien (Sumedi., 2012). Definisi pengungkapan tersebut ditujukan pada tanggung jawab sosial perusahaan, dimana pengungkapan informasi CSR pada laporan tahunan entitas bisnis memberikan dampak positif, yaitu manfaat jangka panjang bagi perusahaan kedepannya. Pengungkapan CSR merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial

dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa akuntansi pertanggung jawaban sosial merupakan suatu proses komunikasi terhadap dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi yang dilihat dari laporan tahunan perusahaan terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan masyarakat secara keseluruhan.

Pengungkapan informasi dalam laporan tahunan perusahaan dikelompokkan menjadi dua yaitu pengungkapan wajib dan pengungkapan sukarela. Pengungkapan wajib adalah pengungkapan minimum yang harus diungkapkan sedangkan pengungkapan sukarela dapat diartika perusahaan bebas memilih jenis informasi yang akan diungkap dan sekiranya dapat mendukung dalam pengambilan keputusan. Adapun salah satu jenis pengungkapan informasi sukarela adalah pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan (Dewi., 2015). Di Indonesia peraturan yang mengatur tentang pengungkapan adalah keputusan BAPEPAM No. Kep-38/PM/1996. Pengungkapan CSR muncul karna adanya kesadaran masyarakat tentang lingkungan sekitar.

Undang-undang No.40 tahun 2007 pasal 66 ayat 2 tentang perseroan terbatas mewajibkan perusahaan untuk mengungkapkan aktivitas tanggung jawab sosialnya dalam laporan tahunan. Namun demikian item-item CSR yang diungkapkan masih bersifat sukarela. Tujuan adanya pengungkapan CSR adalah :

1. Untuk meningkatkan *image* perusahaan,
2. Untuk memberikan informasi kepada investor,

3. Untuk meningkatkan akuntabilitas suatu organisasi dengan asumsi bahwa terdapat kontrak sosial antara organisasi dengan masyarakat,
4. Untuk memberikan informasi kepada investor,
5. Untuk memahami apakah perusahaan telah mencoba mencapai kinerja sosial terbaik sesuai dengan yang diharapkan.

Menurut (Gray et al., 2010) ada dua pendekatan yang secara signifikan berbeda dalam melakukan penelitian tentang pengungkapan tanggung jawab perusahaan. Pertama pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan mungkin diperlukan sebagai suplemen dari aktivitas akuntansi konvensional. Pendekatan ini secara umum akan menganggap masyarakat keuangan sebagai pemakai utama pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan cenderung membatasi persepsi tentang tanggung jawab sosial yang di laporkan. Pendekatan alternatif kedua, yaitu dengan meletakkan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada suatu pengujian peran informasi dalam hubungan masyarakat dan organisasi. Pandangan yang lebih luas ini telah menjadi sumber utama kemajuan dalam pemahaman tentang pengungkapan CSR dan sekaligus merupakan sumber kritik yang utama terhadap pengungkapan CSR perusahaan.

Namun dalam pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada masyarakat ini terjadi pro dan kontra, ada yang mendukung pengungkapan CSR ini dan disisi lain ada pula yang menentang. Menurut (Harahap., 1993) alasan-alasan yang dikemukakan oleh para pendukung pengungkapan CSR adalah sebagai berikut :

- a. Pengungkapan CSR merupakan respon terhadap keinginan dan harapan masyarakat terhadap peranan perusahaan. Dalam jangka panjang hal ini akan sangat menguntungkan perusahaan
- b. Meningkatkan nama baik perusahaan dan akan menimbulkan simpati pelanggan, karyawan, investor, dan lain-lain.
- c. Dapat menunjukkan respon positif perusahaan terhadap norma dan nilai yang berlaku dalam masyarakat sehingga mendapat simpati masyarakat.
- d. Membantu kepentingan nasional seperti konservasi alam, pemeliharaan barang-barang seni budaya, peningkatan pendidikan rakyat, lapangan kerja dan sebagainya.
- e. Mengurangi rasa kebencian masyarakat terhadap perusahaan yang kadang-kadang sulit diatasi oleh perusahaan.

Sedangkan alasan yang dikemukakan oleh para penentang pengungkapan CSR adalah sebagai berikut :

- a. Mengalihkan perhatian perusahaan dari tujuan utamanya yaitu untuk mencari laba dan hal ini dinilai akan menimbulkan keborosan.
- b. Akan menimbulkan dana dan tenaga kerja yang cukup besar yang tidak dapat di penuhi oleh dana perusahaan terbatas, yang dapat menimbulkan kebangkrutan dan menurunkan tingkat pertumbuhan perusahaan.
- c. Memungkinkan keterlibatan perusahaan terhadap permainan kekuasaan atau politik secara berlebihan yang sebenarnya bukan bagiannya.

D. Karakteristik Perusahaan

Jika berbicara tentang karakteristik perusahaan maka akan di temui beberapa karakteristik dalam perusahaan yang berpengaruh terhadap pengungkapan CSR yaitu diantaranya sebagai berikut :

1. Profitabilitas

Profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur tingkat efektifitas pengelolaan (manajemen) perusahaan yang ditunjukkan oleh jumlah keuntungan yang dihasilkan dari penjualan dan investasi. Rasio profitabilitas merupakan rasio utama dalam seluruh laporan keuangan, karena tujuan utama perusahaan adalah hasil operasi/keuntungan. Keuntungan adalah hasil akhir dari kebijakan dan keputusan yang diambil manajemen. Rasio keuntungan akan digunakan untuk mengukur keefektifitasan operasi perusahaan sehingga menghasilkan keuntungan pada perusahaan (Pitoyi., 2016).

Rasio profitabilitas sangat penting bagi semua pengguna laporan tahunan khususnya investor ekuitas dan kreditor. Bagi investor ekuitas, laba merupakan satu-satunya faktor penentu perubahan nilai efek/sekuritas. Pengukuran dan peramalan laba merupakan pekerjaan paling penting bagi investor ekuitas. Bagi kreditor, laba dan arus kas operasi umumnya merupakan sumber pembayaran bnga pokok. Jadi intinya adalah penggunaan rasio ini menunjukkan efesiensi suatu perusahaan (Dewi., 2015).

Hubungan antara pengungkapan CSR dengan profitabilitas perusahaan telah dipostulasikan untuk merefleksikan pandangan bahwa kepekaan sosial membutuhkan gaya managerial yang sama sebagaimana yang diperlukan untuk dapat membuat perusahaan untung (Subiantoro.,2015). Terdapat beberapa ukuran yang digunakan untuk menentukan profitabilitas perusahaan diantaranya *return of equity* (Heckston dan Milne., 1996), *return on assets* (Belkaoui dan Karpik

1989), *earning per share* (Heckston dan Milne) dan *netprofit margin* (Angreani., 2006). Namun dalam penelitian belakangan ini ukuran yang banyak digunakan untuk profitabilitas adalah menggunakan rasio *return of equity* (ROE). Digunakannya ROE sebagai alat ukur profitabilitas karena ROE menggambarkan keuntungan yang diperoleh dengan modal sendiri. Hal ini berarti informasi ROE dapat digunakan oleh investor dalam menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan atas investasi yang dilakukan, selain itu ROE dihitung dari laba bersih, besarnya keuntungan yang dihitung, sudah mempertimbangkan biaya sosial yang dikeluarkan oleh perusahaan.

2. Ukuran Perusahaan (Size)

Ukuran perusahaan (*Size*) merupakan salah satu variabel independen yang banyak digunakan untuk menjelaskan mengenai variasi pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan. Dimana ukuran perusahaan adalah suatu skala atau nilai untuk mengklasifikasikan besar kecilnya suatu perusahaan berdasarkan indikator tertentu, antara lain total aktiva, *log size*, nilai saham, jumlah tenaga kerja, penjualan dan kapitalisasi pasar (wakid et al., 2015).

Ukuran perusahaan menunjukkan seberapa besar informasi yang terdapat didalamnya, sekaligus mencerminkan kesadaran dari pihak manajemen mengenai pentingnya informasi, bagi eksternal perusahaan maupun internal perusahaan. Semakin besar perusahaan, makin banyak pula informasi yang terkandung di dalam perusahaan dan makin besar pula tekanan untuk mengelola informasi tersebut, sehingga pihak manajemen perusahaan akan memiliki kesadaran yang lebih tinggi

mengenai pentingnya informasi dalam mempertahankan eksistensi perusahaan (Maiyarni et al., 2014).

Pengaruh ukuran perusahaan (*size*) terhadap pengungkapan CSR tercermin dalam teori agensi, yang muncul karena adanya ketidakpercayaan atau asimetri informasi antara dua belah pihak yang saling berkepentingan dalam satu perusahaan. Manajer yang mempunyai kewajiban untuk memaksimalkan kesejahteraan para pemegang saham, namun disisi lain manajer juga mempunyai kepentingan untuk memaksimalkan atau meningkatkan nilai perusahaan. Penyatuan kepentingan pihak-pihak tersebut yang seringkali menimbulkan masalah (Ervina., 2017).

3. Leverage

Leverage merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. *Laverage* mencerminkan tingkat resiko keuangan perusahaan. Keputusan untuk mengungkapkan CSR akan mengikuti suatu pengeluaran untuk pengungkapan yang menurunkan pendapatan (Wardani., 2013). perusahaan dengan rasio *laverage* yang tinggi akan mengakibatkan pengawasan yang tinggi pula oleh *debtholder* terhadap aktivitas perusahaan. Berdasarkan teori *signaling* bahwa perusahaan dengan *rasio laverage* yang lebih tinggi akan mengungkapkan sedikit informasi, hal ini menjadi sorotan para *debtholder*.

4. Kepemilikan Manajemen

Menurut Faizal., (2014), kepemilikan manajemen adalah persentase kepemilikan saham yang dimiliki oleh direksi, manajer dan dewan komisaris. Dengan adanya kepemilikan manajemen dalam sebuah perusahaan akan menimbulkan dugaan yang menarik bahwa nilai perusahaan meningkat sebagai akibat kepemilikan manajemen yang meningkat.

Manajer perusahaan akan mengungkapkan informasi sosial dalam rangka untuk meningkatkan *image* perusahaan, meskipun ia harus mengorbankan sumber daya untuk aktivitas tersebut (Gray et.,al 1198). Semakin besar kepemilikan manajemen di dalam perusahaan, maka manajer perusahaan akan semakin banyak mengungkapkan informasi sosial dan lingkungan dari kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan dalam program pengungkapan CSR. Manajemen perusahaan yang sadar dan memperhatikan masalah lingkungan juga akan memajukan kemampuan yang diperlukan untuk menggerakkan kinerja keuangan pada perusahaan (Faizal., 2014).

Kepemilikan manajemen yang besar akan sangat berpengaruh dan berdampak pada keputusan manajemen yang akan diambil dalam sebuah perusahaan. Salah satu keputusan tersebut adalah pengungkapan CSR sebagai transparansi kepada *stakeholder*. Hal ini dikarenakan adanya kepemilikan manajemen yang besar akan menyebabkan tekanan terhadap manajemen untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan secara lebih luas (Dewi., 2015).

5. Tipe Industri (*profile*)

Tipe industri mendeskripsikan perusahaan berdasarkan ruang lingkup operasi, resiko perusahaan serta kemampuan dalam menghadapi tantangan bisnis. Sifat dari industri perusahaan telah diidentifikasi sebagai suatu faktor yang mempengaruhi praktek pengungkapan sosial perusahaan. Tipe industri diukur dengan membedakan industri *high profile* dan *low profile*, perusahaan-perusahaan *high profile* pada umumnya merupakan perusahaan yang memperoleh sorotan dari masyarakat karena aktivitas operasinya memiliki potensi untuk bersinggungan dengan kepentingan luas. Sedangkan, perusahaan-perusahaan *low profile* adalah perusahaan yang tidak terlalu memperoleh sorotan luas masyarakat manakala operasi yang mereka lakukan mengalami kegagalan atau kesalahan pada aspek tertentu (Subiantoro., 2015).

Kegiatan suatu perusahaan tidak terlepas dari kegiatan ekonomi yang mempengaruhi lingkungan, seperti industri *extractive* yang dimana industri ini lebih suka mengungkapkan informasi tentang pengaruh terhadap lingkungan dibandingkan dengan industri lain. Perusahaan yang berorientasi pada konsumen diduga akan memberikan perhatian yang lebih besar dengan menunjukkan tanggungjawab sosial mereka, karena hal ini akan menambah *image* perusahaan dan akan mempengaruhi penjualan (Sari., 2012).

6. Ukuran Dewan Komisaris

Dewan komisaris adalah wakil *shareholder* dalam perusahaan yang berbeda hukum perseroan terbatas yang berfungsi mengawasi

pengelolaan perusahaan yang dilaksanakan oleh manajemen (direksi), dan bertanggung jawab untuk menentukan apakah manajemen memenuhi tanggung jawab mereka dalam mengembangkan dan menyelenggarakan pengendalian intern perusahaan. Semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka semakin mudah untuk mengendalikan CEO dan pengawasan yang dilakukan akan semakin efektif. Dikaitkan dengan pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan, maka tekanan terhadap manajemen juga akan semakin besar untuk mengungkapkannya. Selain itu dewan komisari dapat mempengaruhi luasnya pengungkapan CSR karna dewan komisaris merupakan pelaksana tertinggi dalam perusahaan (Mulyadi., 2012).

7. Likuiditas

Likuiditas merupakan suatu indikator mengenai kemampuan perusahaan dalam membayar semua kewajiban keuangan jangka pendek pada saat jatuh tempo dengan menggunakan aktiva lancar yang tersedia (Munawir., 2014). Likuiditas juga dapat dikatakan sebagai kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi kewajibannya yang harus dipenuhi, atau kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangan pada saat ditagih.

Menurut Kasmir., (2010) likuiditas atau yang sering disebut modal kerja digunakan untuk mengukur seberapa likuidnya suatu perusahaan. Likuiditas menganalisa dan menginterpretasikan posisi keuangan jangka pendek, tapi juga sangat membantu bagi manajemen untuk mengecek efisiensi modal kerja yang digunakan dalam perusahaan, juga penting bagi kreditor jangka panjang dan pemegang

saham yang akhirnya atau setidaknya ingin mengetahui prospek dari deviden dan pembayaran bunga dimasa yang akan datang.

Dari uraian diatas dapat dipahami bahwa likuiditas menunjukkan kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya atau kewajiban yang segera jatuh tempo dengan sumber jangka pendeknya. Semakin tinggi likuiditas maka semakin tinggi kemampuan perusahaan untuk membayar hutang-hutang jangka pendeknya.

Namun dalam penelitian ini penulis tertarik untuk menganalisis dan mengkaji lebih lanjut tentang pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan (*size*), dan *leverage* terhadap pengungkapan CSR. Jika dilihat dari penelitian-penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh beberapa orang, ketiga karakteristik tersebut masih belum signifikan terhadap pengungkapan CSR dan terdapat adanya perbedaan hasil penelitian dari beberapa orang tersebut.

E. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini dilakukan atas dasar penelitian terdahulu yang meneliti tentang pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan (*size*) dan *leverage* terhadap pengungkapan CSR. Berikut ini adalah penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Adapun penelitian-penelitian terdahulu yang diambil adalah sebagai berikut :

1. Subiantoro dan Mildawati (2015)

Peneliti melakukan penelitian tentang pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan CSR. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan

CSR. variable dependennya yaitu pengungkapan CSR dalam variabel profitabilitas, tipe industri, ukuran dewan komisaris dan ukuran perusahaan, sampel penelitian yaitu perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2010-2013 dengan pemilihan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria sebagai berikut :

- a. Perusahaan dikelompokkan kedalam jenis perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dalam laporan tahunan periode 2010-2013.
- b. Perusahaan manufaktur yang melaporkan keuangannya dinyatakan dalam mata uang rupiah
- c. Perusahaan tidak mengalami kerugian secara berturut-turut.

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa profitabilitas, tipe industri dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, sedangkan variabel ukuran dewan komisaris menunjukkan adanya pengaruh terhadap pengungkapan CSR.

2. Aini (2015)

Penelitian ini meneliti tentang pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan yang terdaftar di indeks LQ45 Bursa Efek Indonesia Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis hubungan antara karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan CSR yang terdiri dari variabel kepemilikan saham, *leverage*, *profitabilitas*, tipe industri dan likuiditas. Sampel penelitian menggunakan perusahaan-perusahaan yang terdaftar di indeks LQ45 BEI periode agustus 2014 yang mempublikasikan laporan tahunannya selama periode 2008-2013. Indeks saham LQ45 merupakan 45 perusahaan yang memiliki saham paling likuid, yaitu mampu melunasi kewajiban-kewajiban

financial perusahaan pada saat jatuh tempo dengan menggunakan aktiva lancar yang tersedia. Teknik pemilihan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria sebagai berikut :

- a. Perusahaan yang terdaftar di indeks LQ45 pada periode agustus 2014 yang tidak melibatkan laporan tahunan.
- b. Perusahaan yang terdaftar di indeks LQ45 pada periode agustus 2014 yang tidak memberikan informasi tentang variabel yang dibutuhkan dalam penelitian.
- c. Perusahaan yang terdaftar di indeks LQ45 periode agustus 2014 yang tidak menerbitkan laporan keuangan dalam satuan mata uang rupiah.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas dan *lverage* memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR sedangkan kepemilikan saham publik, likuiditas, pertumbuhan perusahaan dan tipe industri tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR.

3. Mukti (2015)

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh profitabilitas, profil, ukuran perusahaan, dan ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan CSR. Populasi dalam penelitian ini mengungkapkan perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di BEI selama periode 2010-2013 dalam teknik pengambilan sampelnya menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria sebagai berikut :

- a. Perusahaan yang terdaftar di BEI selama tahun 2010-2013 secara berturut-turut.

- b. Perusahaan yang dikelompokkan kedalam jenis *food and beverages* yang terdaftar di BEI dan masih tercatat sebagai emiten sampai tanggal 31 desember 2013 dan laporan keuangan telah diaudit.
- c. Memiliki data yang terkait dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian.
- d. Perusahaan *food and beverages* yang sahamnya masih aktif di perdagangan di BEI tahun 2010-2013 sehingga dapat diketahui perkembangan laba, deviden, utang, dan putaran aset yang dibagikan perusahaan tersebut dari tahun ke tahun.

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas, tipe industri (*profile*), ukuran perusahaan, dan *laverage* memiliki pengaruh yang positif terhadap pengungkapan CSR sedangkan ukuran dewan komisaris berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR.

4. Munsaidah dkk (2016)

Penelitian ini meneliti tentang pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, *profile*, *leverage* dan *growth* perusahaan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan *property* dan *real estate* yang terdaftar di BEI pada tahun 2010-2014. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, umur, *laverage* dan *profile* perusahaan terhadap pengungkapan CSR. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan data uji asumsi klasik sedangkan untuk pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi berganda dengan bantuan SPSS. Populasi penelitian adalah perusahaan *property* yang terdaftar di BEI tahun 2010-2014 dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dalam pemilihan

sampelnya. Dari 49 perusahaan yang terdaftar ternyata 30 perusahaan yang memenuhi kriteria sampel penelitian yang telah ditetapkan. Hasil dari penelitian ini yaitu menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, umur, profitabilitas, *profile*, dan *leverage* secara simulatif berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR, sedangkan pertumbuhan perusahaan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR.

5. Farah diba (2012)

Dalam penelitian ini yang dilakukan mengenai pengaruh karakteristik perusahaan dan regulasi pemerintah terhadap pengungkapan CSR. Dalam penelitian ini pengungkapan CSR sebagai variabel dependen. Sedangkan Kepemilikan saham asing, regulasi pemerintah, tipe industri, ukuran perusahaan dan profitabilitas sebagai variabel independen. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria sebagai berikut :

- a. Perusahaan dikelompokkan kedalam jenis perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dalam laporan tahunan periode 2010-2013.
- b. Menerbitkan laporan keuangan dengan corporate social responsibility secara berturut-turut selama periode penelitian.
- c. Perusahaan yang menyediakan data-data lengkap sesuai dengan variabel yang dibutuhkan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Variabel kepemilikan saham pemerintah, kepemilikan saham asing, regulasi pemerintah, ukuran perusahaan dan profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan CSR sedangkan tipe industri memiliki pengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

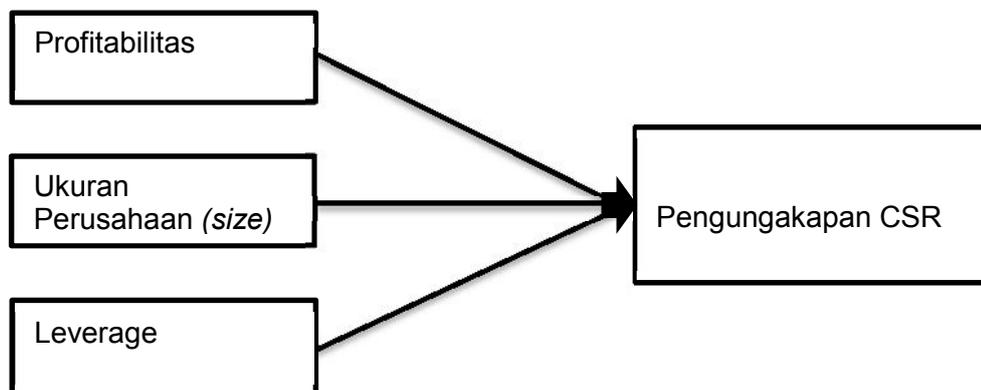
No.	Nama peneliti	Variabel penelitian	Hasil penelitian
1.	Subiantoro dan Mildawati (2015)	Profitabilitas, tipe industri (<i>profile</i>), ukuran perusahaan, dan ukuran dewan komisaris	Profitabilitas, tipe industri (<i>profile</i>) dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, sedangkan variabel ukuran dewan komisaris menunjukkan adanya pengaruh terhadap pengungkapan CSR
2.	Aini (2015)	Profitabilitas, <i>laverage</i> , kepemilikan saham, likuiditas, tipe industri dan pertumbuhan perusahaan.	Profitabilitas dan <i>lavarege</i> menunjukkan adanya pengaruh terhadap pengungkapan CSR, sedangkan kepemilikan saham, likuiditas, tipe industri, dan pertumbuhan perusahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan.
3.	Mukti (2015)	Profitabilitas, tipe industri (<i>profile</i>),	Profitabilitas, tipe industri, ukuran perusahaan dan

		ukuran perusahaan, leverage dan ukuran dewan komisaris	leverage memiliki pengaruh yang positif terhadap pengungkapan CSR, sedangkan ukuran dewan komisaris memiliki pengaruh yang negatif terhadap pengungkapan CSR.
4.	Munsaidah dkk (2015)	Ukuran perusahaan, umur perusahaan, profitabilitas, tipe industri, <i>leverage</i> dan pertumbuhan perusahaan	Ukuran perusahaan, umur, profitabilitas, <i>profile</i> , dan leverage secara simulatif berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, sedangkan pertumbuhan perusahaan berpengaruh negatif
5.	Farah Diba (2012)	Kepemilikan saham asing, regulasi pemerintah, tipe industri, ukuran perusahaan dan profitabilitas.	Variabel kepemilikan saham asing, regulasi pemerintah, ukuran perusahaan, dan profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan tipe industri memiliki pengaruh negatif.

Dilihat dari beberapa penelitian terdahulu diatas terdapat ketidakkonsistenan hasil penelitian dari kedua variabel. Penelitian yang dilakukan oleh Subiantoro dan Mildawati (2015) terlihat bahwa karakteristik perusahaan seperti profitabilitas, ukuran perusahaan (*size*), dan *leverage* tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR, sedangkan hal berbeda ditunjukkan oleh penelitian Aini (2015), Mukti (2015), Munsaidah dan kawan-kawan (2015), dan Farah Diba (2012) yang menunjukkan hasil bahwa profitabilitas, ukuran perusahaan (*size*) dan *leverage* memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR. Ketidakkonsistenan beberapa hasil penelitian terdahulu disebabkan oleh sampel yang digunakan beberapa peneliti berbeda begitu pula dengan kriteria untuk menentukan sampel.

F. Kerangka Pikir

Adapun kerangka pikir dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2.2
Kerangka Pikir

Alur kerangka pikir dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan CSR, untuk mengetahui ukuran perusahaan (*size*) terhadap pengungkapan CSR, dan untuk mengetahui pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan CSR

G. Hipotesis

a. Hubungan profitabilitas perusahaan terhadap pengungkapan CSR

Profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggung jawaban sosial kepada pemegang saham, selain itu tingkat profitabilitas dapat menunjukkan seberapa baik pengelolaan manajemen perusahaan, oleh sebab itu semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu perusahaan maka cenderung semakin luas pula pengungkapan CSR. Dikaitkan dengan teori agensi, perolehan laba yang semakin besar akan membuat perusahaan mengungkapkan informasi sosial yang lebih luas. Mukti (2015) dalam penelitiannya juga menemukan adanya hubungan yang signifikan antara profitabilitas perusahaan terhadap pengungkapan CSR.

H1 : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

b. Hubungan ukuran perusahaan (*size*) terhadap pengungkapan CSR

Menurut (sitepu., 2010) perusahaan besar mempunyai kemampuan untuk merekrut karyawan yang ahli, serta adanya tuntutan dari pemegang saham dan analisis, sehingga perusahaan besar memiliki insentif untuk melakukan pengungkapan yang lebih besar dari perusahaan kecil.. Jika dikaitkan dengan teori legitimasi dan berbagai peneliti seperti Nurkhin (2010) dalam hasil penelitiannya ini tidak ditemukan pengaruh yang signifikan anatara ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR,

namun berbeda dengan Udaya sankar (2010) dan Yuliani (2013), dalam penelitiannya ini keduanya menemukan hubungan yang signifikan terhadap kedua variabel tersebut. Berdasarkan uraian tersebut, maka diuraikan hipotesis sebagai berikut :

H2 : Ukuran perusahaan (*size*) berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

c. Hubungan *leverage* dengan pengungkapan CSR

Penelitian Nasir abdullah (2014) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. yang menemukan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap luas pengungkapan CSR. Namun ketidakkonsistenan hasil ditunjukkan oleh penelitian said et all (2009) yang menemukan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Maka hipotesis dari penelitian ini adalah :

H3 : *leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kasual komparatif yaitu suatu jenis penelitian deskriptif yang ingin mencari jawaban secara mendasar tentang sebab akibat, dan menganalisis faktor-faktor penyebab terjadinya ataupun munculnya fenomena tertentu (Nazir., 2005). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Karakteristik perusahaan khususnya profitabilitas, ukuran perusahaan (*size*) dan *leverage* digolongkan dalam variabel independen sedangkan pengungkapan CSR perusahaan digolongkan ke dalam variabel dependen. Jenis penelitian ini tergolong dalam metode kuantitatif.

B. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder adalah sumber data yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat pihak lain) yang berkaitan dengan penelitian. Data yang digunakan berupa laporan tahunan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2014-2016. Data diperoleh melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id), pojok BEI Universitas Muhammadiyah Makassar.

C. Definisi Operasional dan Ukuran Variabel

1. variabel independen

Variabel independen dalam penelitian ini adalah profitabilitas, ukuran perusahaan (*size*), dan *leverage*.

a. Profitabilitas

Profitabilitas diartikan sebagai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dalam upaya meningkatkan nilai pemegang saham (Dewi., 2015). Rasio profitabilitas dalam penelitian ini menggunakan ukuran *return on asete* (ROA) yang merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur efektifitas perusahaan di dalam menghasilkan keuntungan pada jumlah aset tertentu. Rasio ini juga merupakan rasio terpenting untuk mengetahui profitabilitas suatu perusahaan. Berikut rumusnya sebagai berikut :

$$\text{Profitabilitas (ROA)} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total Asset}}$$

b. Ukuran Perusahaan (*size*)

Ukuran perusahaan adalah total *asset* yang dimiliki perusahaan yang meliputi *asset* tetap, *asset* tak berwujud dan *asset-asset* lain yang dimiliki perusahaan sampai dengan tahun pelaporan keuangan (Premana., 2011). Ukuran perusahaan yang diukur dengan total asset akan ditransformasikan dalam logaritma natural untuk menyamakan nilai dengan variabel lain karena total asset perusahaan lainnya lebih besar dibandingkan dengan variabel-variabel lain dalam penelitian ini. Adapun pengukurannya dengan menggunakan rumus adalah :

$$\text{Ukuran Perusahaan (size)} = \text{Log Total Aset Perusahaan}$$

c. *Lverage*

Lverage menunjukkan struktur pendanaan perusahaan. *Lverage* dapat diartikan sebagai tingkat ketergantungan perusahaan terhadap hutang dalam membiayai kegiatan operasinya, dengan demikian *Lverage* juga mencerminkan tingkat resiko keuangan perusahaan, Sembiring (2005). Dalam penelitian ini, indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat *Lverage* adalah *Debt To Equity Ratio* (DER). Cara menghitung variabel *lverage* ini adalah total kewajiban dibagi dengan total ekuitas. Adapun pengukurannya dengan menggunakan rumus:

$$KM = \frac{\text{Total Kewajiban}}{\text{Total Ekuitas}}$$

2. Variabel dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang dilihat dari laporan tahunan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Berdasarkan peraturan BAPEPAM No. VIII.G.2 tentang laporan tahunan ada 12 item dari 90 item pengungkapan yang tidak sesuai untuk diterapkan dengan kondisi di Indonesia. Selanjutnya dilakukan penyesuaian dengan cara menghapuskan 12 item pengungkapan tersebut, sehingga yang tersisa hanya 78 item pengungkapan. Item pengungkapan tersebut kemudian dinyatakan dalam bentuk indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang kemudian digolongkan lagi dalam 5 indikator.

Pengukuran variabel ini dilakukan dengan cara mengamati ada atau tidak adanya suatu item informasi yang ditentukan dalam laporan tahunan.

D. Populasi Dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan subjek atau totalitas subjek suatu penelitian yang dapat berupa orang, benda atau suatu hal yang didalamnya dapat memberikan informasi (data) penelitian (Ismiyanto 2012). Sedangkan sampel adalah sebagian dari populasi yang merepresentasikan seluruh karakteristik yang ada pada populasi, oleh karena itu ukuran sampel selalu lebih sedikit atau sama dengan populasi (Dahlan., 2017).

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2014-2016. Dalam penelitian ini metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* yaitu suatu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu atau seleksi khusus (Harahap., 2010). Alasan digunakannya *purposive sampling* karna tidak semua perusahaan manufaktur dapat digunakan sebagai sampel. Adapun kriteria untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut :

1. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada periode 2014-2016.
2. Perusahaan manufaktur yang menerbitkan laporan tahunan perusahaannya pada periode 2014-2016.
3. Informasi pengungkapan tanggung jawab sosial diungkapkan pada laporan keberlanjutan perusahaan yang bersangkutan selama periode 2014-2016.

E. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pengumpulan data dokumenter. Metode dokumenter adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mencatat, mempelajari dan menganalisis catatan-catatan atau dokumentasi sesuai dengan data yang diperlukan (Harahap., 2010). Data dalam penelitian ini berupa laporan tahunan perusahaan (*annual report*) manufaktur yang terdaftar di BEI. Keunggulan metode ini adalah kemungkinan diperolehnya jumlah sampel yang lebih besar.

F. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan analisis regresi berganda. Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel yang ada dalam penelitian, sedangkan analisis regresi berganda bertujuan untuk menguji hubungan antara variabel dependen dan variabel independen.

a. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif adalah alat yang digunakan untuk menggambarkan dan mendeskripsikan rata-rata, median, maksimum, minimum, dan standar deviasi. Dalam statistik parametrik data harus terdistribusi secara normal, maka dalam statistik deskriptif *skewnes* dan *kurtosis* digunakan sebagai alat analisis. *Skewnes* mengukur kemencengan dari data dan *kurtosis* mengukur puncak dari distribusi data (Ghosali., 2009).

b. Analisis regresi berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh beberapa variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah profitabilitas (X_1), ukuran perusahaan (*size*) (X_2), dan *leverage* (X_3) sedangkan variabel dependen adalah pengungkapan CSR perusahaan (Y).

Bila diterapkan ke dalam model penelitian ini, nampak sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \epsilon$$

Keterangan :

Y = Pengungkapan CSR perusahaan

X_1 = profitabilitas

X_2 = ukuran perusahaan (*size*)

X_3 = leverage

α = Konstanta

$\beta_1 - \beta_3$ = Koefisien Regresi

ϵ = Error atau sisa (Residual)

a. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik harus dilakukan terlebih dahulu untuk mengetahui apakah data memenuhi asumsi klasik atau tidak. Tujuannya untuk menghindari terjadinya estimasi yang bias, karena tidak semua data dapat diterapkan regresi. Pengujian meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi.

1. Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen, variabel independen atau keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Deteksi normalitas dilakukan dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal. Dasar pengambilan keputusan untuk uji normalitas yaitu:

- a. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

2. Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Ghosali., 2009). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas didalam model regresi dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan lawannya *variance inflation factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya

3. Heteroskedastisitas

Uji asumsi heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Dan jika varians berbeda, disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

4. Autokolerasi

Adanya autokolerasi dalam model regresi berarti adanya kolerasi antara anggota sampel yang diurutkan berdasarkan waktu. Regresi yang terdeteksi autokolerasi dapat berakibat pada biasanya interval kepercayaan dan ketidaktepatan penerapan uji F dan uji t. Autokolerasi dapat dicegah melalui pendekatan terhadap statistik Durbin-Waston. Apabila nilai DW ini menghasilkan nilai tidak mendekati dua (2) maka dapat dipastikan terjadi autokolerasi, namun bila nilai DW mendekati angka dua (2), maka dapat tidak dipastikan terjadi autokolerasi pada hitungan regresi tersebut.

c. Pengujian Hipotesis

Adapun metode analisi yang akan digunakan dalam upaya pemecahan masalah yang telah dikemukakan dan untuk membuktikan validitas hipotesis adalah sebagai berikut:

1. Uji F atau Uji Simultan

Uji F dimaksudkan untuk menguji signifikan pengaruh variabel-variabel independen (X_1) secara simultan terhadap variabel dependen (Y). Langkah-langkah yang dilakukan sebagai berikut:

- a) Menghitung koefisien determinasi (R^2). Koefisien determinasi (R^2) adalah koefisien determinasi yang terletak antara $0 < R^2 < 1$. Jika variabel independen yang digunakan lebih dari dua variabel maka untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel independen terhadap variabel dependennya dapat dilihat Adjusted R Square.
- b) Jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ pada tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0.05$) maka terbukti semua variabel independen yang diamati secara simultan berpengaruh nyata terhadap variabel dependen.
- c) Jika $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ pada tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0.05$) akan membuktikan bahwa semua variabel independen yang diamati secara serempak (simultan) tidak memberikan pengaruh yang nyata terhadap variabel dependen.

Adapun formulasi uji F sebagai berikut:

$$\text{Uji F} = \frac{R^2 / k - 1}{(1 - R^2) / (n - k)}$$

Keterangan:

F = Dari table distribusi F

R^2 = Koefisien determinasi gandak

k = Jumlah variabel independen

n = Banyaknya sampel

2. Uji t atau Uji Parsial

Uji t dimaksudkan untuk menguji signifikan pengaruh masing-masing variabel independen (X_i) secara parsial terhadap variabel dependen (Y). Adapun formulasi uji t adalah :

$$\text{Uji t} = \frac{bt}{S_{bt}}$$

Keterangan :

t = Dari daftar tabel distribusi

b = Parameter estimasi dari X_i

Sb = Standar error dari X_i

Apabila $F_{\text{-hitung}} > F_{\text{-tabel}}$ pada tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0.05$) maka variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, apabila $F_{\text{-hitung}} < F_{\text{-tabel}}$ pada tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0.05$), maka variabel independen secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Bursa Efek Indonesia (BEI) atau *Indonesia Stock Exchange* (IDX) merupakan bursa hasil penggabungan dari Bursa Efek Jakarta (BEJ) dengan Bursa Efek Surabaya (BES). Demi efektifitas operasional transaksi, pemerintah memutuskan untuk menggabung Bursa Efek Jakarta sebagai pasar saham dengan Bursa Efek Surabaya sebagai pasar obligasi dan derivatif. Bursa hasil penggabungan ini mulai beroperasi pada 1 Desember 2007. Manufaktur adalah perusahaan yang bergerak dibidang pengolahan barang mentah menjadi barang siap pakai. Perusahaan manufaktur ini berkembang sangat pesat setiap tahunnya baik dari segi laporan keuangan maupun saham yang telah go publik. Prospek bisnis dibidang manufaktur juga terbukti sangat menguntungkan setiap tahunnya yang nantinya akan menarik para investor untuk menanamkan modalnya kepada perusahaan tersebut. Saham perusahaan manufaktur juga setiap tahunnya mengalami kenaikan karena banyak investor yang tertarik menanamkan modalnya disektor perusahaan ini untuk keperluan investasi guna memenuhi kebutuhan dimasa yang akan datang.

Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) khususnya sektor industri barang konsumsi periode tahun 2014-2016. Penelitian dilakukan dengan menggunakan laporan tahunan (*annual report*)

di BEI. Penelitian menggunakan laporan tahunan perusahaan karena laporan tahunan perusahaan menyajikan berbagai macam laporan yang lengkap dan mendetail terkait dengan perusahaan. Selain itu penelitian ini mengambil data pada BEI dikarenakan BEI merupakan satu-satunya bursa Efek di Indonesia yang memiliki data yang lengkap serta terorganisasi dengan baik.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan cara purposive sampling. Berdasarkan beberapa kriteria yang telah ditentukan maka diperoleh sebanyak 30 perusahaan dengan total 90 sampel. Sampel tersebut diambil dari sektor industri barang konsumsi yang terbagi dalam beberapa sub sektor industri antara lain :

1. Sub sektor industri makanan dan minuman.
2. Sub sektor industri rokok.
3. Sub sektor industri farmasi.
4. Sub sektor industri kosmetik peralatan rumah tangga.

Table 4.1

Proses Pemilihan Sampel

Kriteria Sampel	Keterangan
Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sektor industri barang konsumsi tahun 2014-2016	38
Perusahaan manufaktur yang menerbitkan laporan tahunan perusahaan	31
Perusahaan yang mengungkapkan kegiatan CSR	30
Jumlah perusahaan	30
Jumlah sampel	90

Tabel 4.2

Daftar perusahaan sampel penelitian

No	Nama Perusahaan	Kode
1.	Tiga pilar sejahtera food Tbk	AISA
2.	Tri banyan tirta Tbk	ALTO
3.	Cahaya kalbar Tbk	CEKA
4.	Delta Djakarta Tbk	DLTA
5.	Indofood CBP sukss makmur Tbk	ICBP
6.	Indofood sukses makmur Tbk	INDF
7.	Mayora indah Tbk	MYOR
8.	Prashida aneka niaga Tbk	PSDN
9.	Nippon indosari corporindo Tbk	ROTI
10.	Sekar bumi Tbk	SKBM
11.	Sekar laut Tbk	SKLT
12.	Ultra jaya milk industry and trading company Tbk	ULTJ
13.	Darya varia laboratoria Tbk	DVLA
14.	Indofarma Tbk	INAF
15.	Kimia farma Tbk	KAEF
16.	Kalbe farma Tbk	KLBF
17.	Merck Tbk	MERK
18.	Pyridam farma Tbk	PYFA
19.	Industri jamu dan farmasi sido muncul Tbk	SIDO
20.	Tempo scan pasific Tbk	TSPC
21.	Akasha wira international Tbk	ADES

22.	Kinno indonesia Tbk	KINO
23.	Martina berto Tbk	MBTO
24.	Unilever indonesia Tbk	UNVR
25.	Chitose international Tbk	CINT
26.	Langgenh makmur industry Tbk	LMPI
27.	Gudang garam Tbk	GGRM
28.	Hanjaya mandala sampoerna Tbk	HMSP
29.	Bentoel international investama Tbk	RMBA
30.	Wismilak inti makmur Tbk	WIIM

Sumber: Annual report

B. Hasil Penelitian

a. Statistik deskriptif

Dalam penelitian ini terdapat variabel penelitian yaitu profitabilitas, ukuran perusahaan, leverage dan pengungkapan CSR. Empat variabel tersebut dapat kita ketahui nilai rata-rata dan standar deviasi setiap variabel dalam tabel berikut ini :

Tabel 4.3
Hasil uji statistik deskriptif

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
CSR	18321,30	4334,299	90
Profitabilitas	113787,07	141061,878	90
Size	5965543,97	1728942,685	90
Leverage	942674,14	1137103,413	90

Sumber: IBM.SPSS

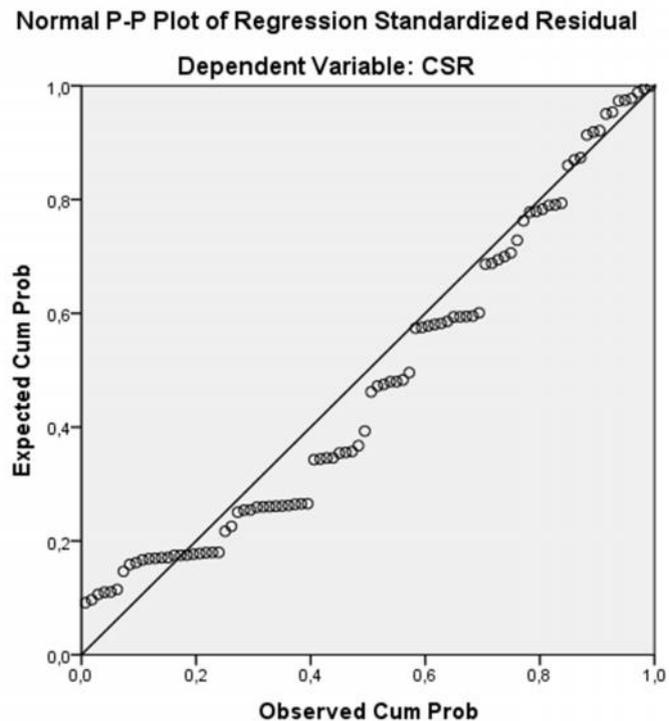
Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan bahwa jumlah pengamatan yang diteliti yaitu sebanyak 90 pengamatan yang terdiri dari perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di bursa efek indonesia selama tahun 2014-2016. Indeks CSR secara keseluruhan diperoleh nilai rata-rata (*mean*) sebesar 18321,30 dengan nilai deviasi standar sebesar 4334,229. Profitabilitas secara keseluruhan diperoleh nilai rata-rata sebesar 113787.07 dengan nilai deviasi standar sebesar 141061,878. Size secara keseluruhan diperoleh nilai rata-rata sebesar 5965543,97 dengan nilai deviasi standar sebesar 1728942,685 dan leverage secara keseluruhan diperoleh nilai rata-rata sebesar 942674,14 dengan nilai deviasi standar sebesar 1137103,413.

b. Uji asumsi klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk melihat apakah asumsi-asumsi yang diperlukan dalam regresi linear terpenuhi. Uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi.

1. Uji normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel dependen, variabel independen atau keduanya berdistribusi normal atau tidak. Data yang terdistribusi dengan normal akan memperkecil terjadinya bias. pada gambar berikut terlihat bahwa data destribusi nilai residu menunjukkan distribusi normal. Dengan demikian model regresi memenuhi asumsi normalitas. Berikut hasil uji normalitas dengan grafik histogram pada gambar berikut ini :



Gambar 4.1

Hasil uji normalitas

2. Uji multikolinearitas

Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Jika terjadi korelasi, maka terdapat multikolinieritas. Multikolinieritas juga dapat dilihat dengan membandingkan nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF). Apabila nilai $VIF > 10$, terjadi multikolinieritas dan sebaliknya jika nilai $VIF < 10$ maka tidak terjadi multikolinieritas. Berdasarkan tabel berikut nilai VIF dari semua variabel bebas menunjukkan di bawah 1,0 dengan demikian asumsi multikolinearitas terpenuhi.

Tabel 4.4
Hasil uji multikolinieritas

Model		Collinearity statistics	
		Tolerance	VIF
1	Constant		
	Profitabilitas	,971	1,030
	Size	,878	1,139
	Leverage	,896	1,116

Sumber: IBM.SPSS

3. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk apakah data mempunyai varian yang sama atau data mempunyai varian yang tidak sama. Berdasarkan Tabel berikut menunjukkan bahwa nilai koefisien uji glejser untuk semua variabel bebas di atas 0,05 (5%), sehingga tidak ada permasalahan heterokedastisitas. Dengan demikian asumsi diterima. Berikut hasil Uji heteroskedastisitas :

Tabel 4.5**Hasil Uji heteroskedastisitas**

Model	T	sig
1 Constant		
profitabilitas	,168	867
size	,188	851
lverage	,622	536

Sumber: IBM.SPSS

1. Uji autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linear ada korelasi antara residual pada periode t dengan residual pada periode t-1. Apabila nilai Durbin-Waston (DW) menghasilkan nilai tidak mendekati 2 maka dapat dipastikan terjadi autokorelasi, namun jika nilai DW mendekati angka 2 maka dapat dipastikan tidak terjadi autokorelasi pada hitungan regresi. Berdasarkan tabel berikut, dapat dilihat bahwa nilai DW sebesar 1.668 yang terletak diantara -2 dan +2 atau terletak didaerah tidak ada autokorelasi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa asumsi non autokorelasi terpenuhi.

Tabel 4.6**Hasil uji autokorelasi**

Model	Durbin-Waston
1	1.668

Sumber: IBM.SPSS

c. pengujian hipotesis

1. Uji F

Uji statistik F atau *Analysis Of Variance* (ANOVA) digunakan untuk menguji hubungan variabel independen dengan variabel dependen.

Berikut tabel hasil uji F yang telah dilakukan:

Tabel 4.7

Hasil uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	8199145,149	3	2733048,383	,141	,935 ^b
Residual	1663768027,751	86	19346139,858		
Total	1671967172,900	89			

Sumber: IBM.SPSS

Berdasarkan hasil uji anova atau uji F pada tabel dapat dilihat bahwa nilai sebesar ,141 dan nilai signifikan sebesar 0,935. Nilai probabilitas lebih besar dari batas nilai signifikansi ($\alpha = 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen yaitu ukuran perusahaan, leverage, profitabilitas, secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

2. Uji t (uji persial)

Uji t dimaksudkan untuk menguji secara signifikan pengaruh masing-masing variabel independen secara persial terhadap variabel dependen. Berikut hasil dari uji t (uji persial).

Tabel 4.8

Hasil uji t (persial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	sig
	B	Std. Error	Beta		
Constant	17679,596	2023,775		8,736	,000
Profitabilitas	,001	,003	,018	,168	,867
Size	5,425E-5	,000	,022	,188	,851
Leverage	,000	,000	,071	,622	,536

Sumber: IBM.SPSS

Berdasarkan tabel diatas, variabel ukuran perusahaan p value 0,867 > 0,05 atau tidak signifikan. Karena nilai signifikan uji t lebih besar dari batas nilai signifikansi ($\alpha = 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Variabel size perusahaan memiliki p value 0,851 > 0,05 atau tidak signifikan. Karena nilai signifikan uji t lebih besar dari batas nilai signifikansi ($\alpha = 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa size perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Variabel *leverage* memiliki p value 0,536 > 0,05 atau tidak signifikan. Karena nilai signifikan uji t lebih besar dari batas nilai signifikansi ($\alpha = 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa leverage tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

C. Pembahasan

1. Pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan CSR

Berdasarkan hasil pengujian pengaruh variabel profitabilitas terhadap pengungkapan CSR (CSRI), dapat diketahui bahwa variabel profitabilitas mempunyai nilai t sebesar 0.168 dengan probabilitas signifikansi sebesar 0,867. Dengan tingkat probabilitas signifikansi yang lebih dari batas nilai signifikansi ($\alpha = 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hal ini berarti bahwa besar kecilnya profitabilitas perusahaan tidak akan mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan, dimungkinkan karena laba yang dimiliki perusahaan diprioritaskan untuk kepentingan operasional, sehingga pemanfaatan untuk aktivitas sosial lebih sedikit. Oleh karena itu, dapat dinyatakan bahwa hipotesis pertama (H1) ditolak.

Penelitian ini tidak berhasil mendukung teori legitimasi yang dikemukakan oleh Guthrie., 1997 yang menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas maka semakin besar pula tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan untuk menggambarkan kinerja perusahaan sehingga perusahaan dapat diterima oleh masyarakat. Hasil ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Subiantoro (2015) yang menemukan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

2. Pengaruh ukuran perusahaan (*size*) terhadap pengungkapan CSR

Berdasarkan hasil pengujian pengaruh variabel ukuran perusahaan (*size*) terhadap pengungkapan CSR (CSRI), dapat diketahui bahwa variabel ukuran perusahaan mempunyai nilai t

sebesar 0,188 dengan probabilitas signifikansi sebesar 0,851. Dengan tingkat probabilitas signifikansi yang lebih dari batas nilai signifikansi ($\alpha = 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR. Artinya bahwa besar kecilnya ukuran perusahaan tidak mempengaruhi luas pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Perusahaan yang memiliki asset yang besar belum tentu memperhatikan atau memperlihatkan *performance* yang baik melalui kepeduliannya terhadap lingkungan sosial. Tidak berpengaruhnya ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial bisa jadi karena kesadaran manajemen perusahaan yang masih kurang terhadap lingkungan sosial. Oleh karena itu, dengan pengujian ini dapat dinyatakan bahwa hipotesis kedua (H2) ditolak.

Penelitian ini tidak berhasil mendukung teori legitimasi yaitu perusahaan besar akan mengungkapkan tanggung jawab sosial lebih tinggi agar perusahaan tetap mendapatkan respon yang positif dari pihak lain, sehingga aktivitas usaha dapat berjalan dengan lancar. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan Udaya sankar (2010) dan Yuliana (2013) yang menunjukkan hubungan positif antara ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan.

3. Pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan CSR

Berdasarkan hasil pengujian pengaruh variabel *leverage* terhadap pengungkapan CSR (CSRI), dapat diketahui bahwa variabel *leverage* mempunyai nilai t sebesar 0,622 dengan probabilitas signifikansi sebesar

0,536. Dengan tingkat probabilitas signifikansi yang lebih dari batas nilai signifikansi ($\alpha = 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa *leverage* tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hal ini berarti bahwa tinggi rendahnya tingkat leverage perusahaan tidak mempengaruhi luas pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Hal ini berarti meskipun jumlah hutang sebuah perusahaan itu besar, tetapi jika perusahaan tersebut memiliki kepedulian dan tanggung jawab yang besar terhadap lingkungan sosialnya, maka perusahaan tersebut akan tetap melakukan *corporate social responsibility*. Oleh karena itu dengan hasil pengujian ini dapat dinyatakan bahwa hipotesis ketiga (H2) ditolak. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian Aini (2015) dan Mukti (2015) yang menemukan hubungan antara tingkat *leverage* perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan (*size*), leverage terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penentuan sampel dilakukan dengan teknik purposive sampling dan akhirnya didapat 30 perusahaan dengan periode penelitian sebanyak 3 (tiga) tahun dari tahun 2014 sampai tahun 2016, sehingga total sampelnya adalah 90 sampel. Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan regresi linier berganda sebagaimana dijelaskan sebelumnya didapatkan bahwa model yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah layak (*fit*) dan berhasil menunjukkan sebagai model yang baik.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hal ini berarti bahwa besar kecilnya profitabilitas perusahaan tidak akan mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan, dimungkinkan karena laba yang dimiliki perusahaan diprioritaskan untuk kepentingan operasional, sehingga pemanfaatan untuk aktivitas sosial lebih sedikit. Variabel ukuran perusahaan (*size*) tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR. Artinya bahwa besar kecilnya ukuran perusahaan tidak mempengaruhi luas pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Perusahaan yang memiliki asset yang besar belum tentu memperhatikan atau memperlihatkan *performance* yang baik melalui

kepeduliannya terhadap lingkungan sosial. Variabel *Leverage* perusahaan tidak mempengaruhi luas pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Hal ini berarti meskipun jumlah hutang sebuah perusahaan itu besar, tetapi jika perusahaan tersebut memiliki kepedulian dan tanggung jawab yang besar terhadap lingkungannya, maka perusahaan tersebut akan tetap melakukan *Corporate Social Responsibility*.

Alasan lain karakteristik perusahaan khususnya profitabilitas, ukuran perusahaan dan *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan yang jadi sampel dalam penelitian ini sebagian besar merupakan perusahaan yang sudah mendapatkan kepercayaan dari konsumen sehingga perusahaan tidak terlalu memperhatikan pengungkapan tanggung jawab sosialnya.
2. Berdasarkan dari laporan tahunan perusahaan terlihat bahwa laba yang dihasilkan perusahaan diprioritaskan untuk kepentingan operasional perusahaan sehingga pengungkapan tanggung jawab sosial hanya sedikit.
3. Perhatian dan kesadaran manajemen yang masih kurang terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Hal ini dapat dilihat dari laporan tahunan perusahaan yang pengungkapan CSRnya masih sedikit dan terbatas.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu seperti yang dilakukan oleh Aini (2015), Mukti (2015), Munsaidah dkk, (2015) dan Farah diba (2012) adalah ketiga karakteristik perusahaan khususnya profitabilitas,

ukuran perusahaan (*size*) dan *leverage* memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR, sedangkan dalam penelitian ini ketiga karakteristik tersebut sama-sama tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR namun hasil ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Subiantoro dan Mildawati (2015) yang menemukan bahwa profitabilitas, ukuran perusahaan (*size*) dan *leverage* juga tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini tidak terlepas dari keterbatasan-keterbatasan yang perlu diperbaiki maupun dikembangkan dalam penelitian-penelitian berikutnya. Keterbatasan dalam penelitian ini dijelaskan sebagai berikut :

1. Penelitian ini hanya menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI sebagai sampel sehingga hasil penelitian tidak dapat mewakili kondisi seluruh perusahaan.
2. Sulit mencari laporan keuangan perusahaan yang lengkap sehingga penelitian ini mengasumsikan bahwa data perusahaan yang tidak ada diasumsikan tidak mengeluarkan pengungkapan sosial. Hal ini karena tidak semua perusahaan mengungkapkan *annual report* mereka di website BEI. Dalam hal ini sumber data yang digunakan oleh peneliti hanya berasal dari BEI.
3. Terdapat unsur subyektivitas dalam menentukan indeks CSRD karena tidak ada ketentuan baku dalam penentuan standar.

B. Saran

Berdasarkan keterbatasan dalam penelitian ini, maka penulis mengajukan beberapa saran untuk penelitian selanjutnya, adapun sarannya adalah sebagai berikut :

1. Peneliti selanjutnya dapat memperluas sampel tidak hanya menggunakan sampel perusahaan manufaktur tetapi dapat mencakup seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Peneliti selanjutnya sebaiknya tidak hanya menggunakan laporan tahunan (*annual report*) saja dalam memperoleh data terkait CSR yang dilakukan perusahaan, tetapi dapat juga memperluas cakupan dengan melihat dari laporan yang ada di website perusahaan, media cetak dan elektronik.
3. Dalam penelitian selanjutnya disarankan juga dapat menambah atau mengganti objek penelitian selain perusahaan manufaktur. Sehingga pengungkapan tanggung jawab sosial dapat digunakan tidak hanya pada industri sektor manufaktur saja.
4. Peneliti selanjutnya juga perlu mengikuti perkembangan dan memperbaharui item-item yang dapat digunakan dalam menilai CSR.
5. Peneliti selanjutnya dapat menggunakan atau menambahkan variabel penelitian lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini seperti umur perusahaan, kepemilikan publik, ukuran dewan komisaris, pengungkapan media, dan sebagainya untuk lebih menjelaskan pengaruh karakteristik perusahaan terhadap CSR.

DAFTAR PUSTAKA

- Angriani Fr Reni R 2010. Pengungkapan Informasi Sosial Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial Dalam Laporan Tahunan (Studi Empris Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Jakarta. *Jurnal Simposium Nasional Akuntansi IX*. Padang 23-26 Agustus 2010.
- Bapepam 2010 *Laporan Tahunan/Annual Report Perusahaan Pembiayaan*. Biro Pembiayaan Dan Penjaminan Badan Pengawas Pasar Modal Dan Lembaga Keuangan Kementerian Keuangan Republik Indonesia.
- Deegan, et al. 2002. *Introduction the Legitimising Effect of Social and Environmental Disclosure a Theoretical Foundation. Accounting, Auditing and Accountability Journal*. Vol. 15 No. 3 pp. 282-311.
- Dewi S. N. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. *Jurnal* 4(4) 20-25.
- Ervina 2015. *Corporate Governance dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Go Public Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan* 4(1): 41-57.
- Hadi, N. 2010. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ikatan Akuntansi Indonesia 2007. *Standar Akuntansi Keuangan*. Jakarta Salemba Empat.
- Lucyanda, J Dan L. G. P. Siagian 2012 *The Influence Of Company Characteristics Toward Corporate Social Responsibility Disclosure The 2012 International Confrence On Busines And Management*.
- Nadiyah 2014 Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal* 5(2). 23-35.
- Subiantoro O.H. 2012 *Jurnal Nominal* 1(1). 10-5 Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Tesis S2 Magister Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Surabaya.
- Sari R. A. 2012. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal* 5 1(1). 14-27.
- Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas Bab V Pasal 74.

Wibisono, Yusuf. 2010. *Membedah Konsep dan Aplikasi Corporate Social Responsibility*. FACSHO Publishing. Gresik.

www.google.co.id

www.idx.co.id

BIOGRAFI PENULIS



Ayu Haslinda, lahir di Desa Carima Kec. Kahu Kab. Bone pada tanggal 14 november 1996, penulis adalah anak tunggal dari pasangan suami istri Bapak **Jamal** dan Ibu **Aisyah**. Pendidikan yang telah ditempuh oleh penulis yaitu

SD INPRES 12/79 Carima Desa Carima Kecamatan Kahu Kabupaten Bone dan lulus pada Tahun 2008, SMP Negeri 1 Kahu dan lulus pada Tahun 2011, SMA Negeri 1 Kahu dan lulus Tahun 2014 dan pada Tahun 2014 penulis terdaftar sebagai salah satu mahasiswi Perguruan Tinggi Swasta di Makassar, mengambil Jurusan Akuntansi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar, dan Alhamdulillah dapat selesai tepat waktu yaitu pada tahun 2018.

Berkat petunjuk dan pertolongan Allah SWT, usaha dan disertai dengan doa kedua orangtua dalam menjalani aktivitas akademik di Perguruan Tinggi Universitas Muhammadiyah Makassar, Alhamdulillah Penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia”.

LAMPIRAN

Daftar Perhitungan Profitabilitas Perusahaan Manufaktur 2014-2016

No	Kode	Tahun	Laba Bersih Setelah Pajak	Total Asset	ROA
			1	2	1 : 2 = 3
1.	AISA	2014	377.903	7.373.868	0.051.248
		2015	373.750	9.060.980	0.041.248
		2016	719.228	9.254.539	0.077.716
2	ALTO	2014	10	1.236	0.008.090
		2015	24	1.180	0.020.338
		2016	26	1.165	0.022.317
3	CEKA	2014	41.001	1.284.150	0.031.928
		2015	106.549	1.485.826	0.071.710
		2016	249.697	1.425.964	0.175.107
4	DLTA	2014	288.499	997.443	0.289.238
		2015	192.045	1.038.322	0.184.957
		2016	254.509	1.197.797	0.212.480
5	ICBP	2014	2.574.2	25.029.5	0.102.846
		2015	2.923.2	25.560.6	0.114.363
		2016	3.631.3	28.901.9	0.125.642
6	INDF	2014	5.229.5	96.077.2	0.054.430
		2015	3.709.5	91.831.5	0.040.394
		2016	5.266.9	82.174.5	0.064.094
7	MYOR	2014	409.619	10.297.997	0.039776
		2015	1.250.233	11.342.716	0.110.223
		2016	1.388.676	12.922.422	0.107.462
8	PSDN	2014	-27.666	622.508	0.044.443
		2015	-42.620	620.399	0.068.697
		2016	-36.662	653.797	0.056.014
9	ROTI	2014	188.648	2.142.894	0.088.034
		2015	270.539	2.706.324	0.099.965
		2016	279.777	2.919.641	0.101.990

10	SKBM	2014	90.09	652.98	0.137.964
		2015	40.15	764.48	0.052.506
		2016	22.55	1.001.66	0.022.512
11	SKLT	2014	16.9	336.9	0.050.163
		2015	20.1	337.1	0.059.626
		2016	20.6	568.2	0.036.254
12	ULTJ	2014	283.061	2.918.134	0.097.000
		2015	523.101	3.539.997	0.147.768
		2016	709.826	4.239.200	0.167.443
13	DVLA	2014	152.083.440	925.293.721	0.164.362
		2015	107.894.430	1.043.830.034	0.103.363
		2016	81.597.761	1.068.967.094	0.076.333
14	INAF	2014	1.165	1.248.344	0.000.933
		2015	6.566	1.533.709	0.004.281
		2016	17.367	1.381.633	0.012.569
15	KAEF	2014	251.836	3.012.779	0.073.317
		2015	265.550	3.434.879	0.772.219
		2016	271.598	4.612.563	0.058.882
16	KLBF	2014	2.066	12.439.267	0.000.166
		2015	2.004	13.696.417	0.000.146
		2016	2.300	15.226.009	0.000.151
17	MERK	2014	182.147	711.056	0.256.164
		2015	142.545	614.647	0.231.913
		2016	153.843	743.935	0.205.452
18	PYFA	2014	2.661	172.557	0.015.420
		2015	3.087	159.951	0.019.299
		2016	9.146	167.063	0.054.745
19	SIDO	2014	417.511	2.820.273	0.148.039
		2015	437.475	2.796.111	0.199.204
		2016	480.535	2.987.614	0.160.830
20	TSPC	2014	585.791	5.609.557	0.104.427
		2015	529.219	6.284.729	0.084.207
		2016	545.494	6.585.907	0.082.827

21	ADES	2014	31.072	502.990	0.061.786
		2015	32.839	653.224	0.050.272
		2016	55.951	767.479	0.072.902
22	KINO	2014	104.160	1.863.381	0.055.898
		2015	262.981	3.211.235	0.081.894
		2016	181.110	3.284.504	0.055.140
23	MBTO	2014	4.210	623.002	0.006.757
		2015	14.057	648.899	0.021.166
		2016	8.814	709.959	0.012.414
24	UNVR	2014	5.927	14.281	0.415.026
		2015	5.852	15.730	0.372.027
		2016	6.391	16.746	0.381.643
25	CINT	2014	525.152.125	370.186.989.798	0.001.418
		2015	575.164.325	382.807.494.765	0.001.502
		2016	3.556.050.742	399.336.626.636	0.008.904
26	LMPI	2014	35.160	808.892	0.043.466
		2015	43.173	793.093	0.054.436
		2016	32.791	810.365	0.040.464
27	GGRM	2014	5.432.667	58.234.278	0.093.289
		2015	6.452.834	63.505.413	0.101.610
		2016	6.672.682	62.951.634	0.105.996
28	HMSP	2014	13.805	28.381	0.846.416
		2015	14.048	38.011	0.369.577
		2016	16.020	42.508	0.376.870
29	RMBA	2014	2.251	10.821	0.208.021
		2015	1.639	12.667	0.129.391
		2016	2.086	13.471	0.154.851
30	WIIM	2014	112.523	1.334.545	0.084.315
		2015	130.905	1.342.700	0.097.493
		2016	106.159	1.353.634	0.078.425

Sumber: Annual Report BEI

Daftar Perhitungan Ukuran Perusahaan Manufaktur 2014-1016

No	Kode	Tahun	Total Aset	Log Total Asset
1.	AISA	2014	7.373.868	6.867.695
		2015	9.060.980	6.957.175
		2016	9.254.539	6.966.354
2	ALTO	2014	1.236	3.092.018
		2015	1.180	3.071.882
		2016	1.165	3.066.325
3	CEKA	2014	1.284.150	6.108.615
		2015	1.485.826	6.171.967
		2016	1.425.964	6.154.108
4	DLTA	2014	997.443	5.998.452
		2015	1.038.322	6.016.332
		2016	1.197.797	6.078.383
5	ICBP	2014	25.029.5	4.398.620
		2015	25.560.6	4.424.237
		2016	28.901.9	4.460.926
6	INDF	2014	96.077.2	4.982.620
		2015	91.831.5	4.962.991
		2016	82.174.5	4.914.737
7	MYOR	2014	10.297.997	7.012.752
		2015	11.342.716	7.054.717
		2016	12.922.422	7.111.343
8	PSDN	2014	622.508	5.794.144
		2015	620.399	5.792.671
		2016	653.797	5.815.442
9	ROTI	2014	2.142.894	6.331.000
		2015	2.706.324	6.432.379
		2016	2.919.641	6.465.329

10	SKBM	2014	652.98	4.814.899
		2015	764.48	2.883.366
		2016	1.001.66	3.000.720
11	SKLT	2014	336.9	2.527.501
		2015	337.1	2.527.758
		2016	568.2	2.754.501
12	ULTJ	2014	2.918.134	6.365.138
		2015	3.539.997	6.549.002
		2016	4.239.200	6.627.283
13	DVLA	2014	925.293.721	8.966.279
		2015	1.043.830.034	9.018.629
		2016	1.068.967.094	9.028.964
14	INAF	2014	1.248.344	6.096.334
		2015	1.533.709	6.185.742
		2016	1.381.633	6.140.392
15	KAEF	2014	3.012.779	6.478.967
		2015	3.434.879	6.535.911
		2016	4.612.563	6.663.942
16	KLBF	2014	12.439.267	7.094.794
		2015	13.696.417	7.145.178
		2016	15.226.009	7.182.586
17	MERK	2014	711.056	5.851.903
		2015	614.647	5.807.296
		2016	743.935	5.871.534
18	PYFA	2014	172.557	5.236.932
		2015	159.951	5.203.986
		2016	167.063	5.222.880
19	SIDO	2014	2.820.273	6.450.291
		2015	2.796.111	6.446.554
		2016	2.987.614	6.475.324
20	TSPC	2014	5.609.557	6.748.928
		2015	6.284.729	6.798.286
		2016	6.585.907	6.818.615

21	ADES	2014	502.990	5.701.559
		2015	653.224	5.815.062
		2016	767.479	5.885.006
22	KINO	2014	1.863.381	6.270.301
		2015	3.211.235	6.506.672
		2016	3.284.504	6.516.469
23	MBTO	2014	623.002	5.794.489
		2015	648.899	5.812.177
		2016	709.959	5.851.010
24	UNVR	2014	14.281	4.154.758
		2015	15.730	4.196.728
		2016	16.746	4.223.911
25	CINT	2014	370.186.989.798	11.568.421
		2015	382.807.494.765	11.582.980
		2016	399.336.626.636	11.601.339
26	LMPI	2014	808.892	5.907.890
		2015	793.093	5.899.324
		2016	810.365	5.908.680
27	GGRM	2014	58.234.278	7.765.178
		2015	63.505.413	7.802.810
		2016	62.951.634	7.799.007
28	HMSP	2014	28.381	4.452.027
		2015	38.011	4.579.909
		2016	42.508	4.628.470
29	RMBA	2014	10.821	4.034.267
		2015	12.667	4.102.673
		2016	13.471	4.129.399
30	WIIM	2014	1.334.545	6.125.333
		2015	1.342.700	6.127.978
		2016	1.353.634	6.131.501

Sumber: Annual Report BEI

Daftar Perhitungan Leverage Perusahaan Manufaktur 2014-2016

No	Kode	Tahun	Total liabilitas	Total Ekuitas	EDR
			1	2	1 : 2 = 3
1.	AISA	2014	3.787.932	3.585.936	1.056.330
		2015	5.094.073	3.966.907	1.284.142
		2016	4.990.139	4.264.400	1.170.185
2	ALTO	2014	706	532	1.327.067
		2015	673	506	1.330.039
		2016	648	480	1.35
3	CEKA	2014	746.598	537.551	1.422.372
		2015	845.932	639.893	1.321.989
		2016	538.044	887.920	0.605.959
4	DLTA	2014	237.047	752.812	0.314.882
		2015	188.700	849.621	0.222.099
		2016	185.423	1.012.374	0.183.156
5	ICBP	2014	10.445.2	14.584.3	0.716.194
		2015	10.173.7	18.500.8	0.549.905
		2016	10.401.1	16.386.9	0.634.720
6	INDF	2014	45.803.0	40.274.2	1.137.278
		2015	48.709.9	43.121.6	1.129.593
		2016	38.233.1	43.941.4	0.870.092
7	MYOR	2014	6.220.961	4.007.036	1.552.509
		2015	6.148.256	5.194.460	1.183.617
		2016	6.657.166	6.265.256	1.062.552
8	PSDN	2014	250.785	371.723	0.674.655
		2015	296.080	324.319	0.912.928
		2016	373.512	280.285	1.332.615
9	ROTI	2014	1.189.311	953.583	1.247.202
		2015	1.517.789	1.180.535	1.285.678

		2016	1.476.889	1.442.752	1.023.661
10	SKBM	2014	345.36	307.62	1.122683
		2015	420.40	344.09	1.221773
		2016	633.27	368.39	1.719020
11	SKLT	2014	199.6	137.3	1.453750
		2015	225.1	152.3	1.478003
		2016	272.1	296.2	0.918636
12	ULTJ	2014	644.827	2.273.307	0.283651
		2015	742.490	2.797.507	0.264411
		2016	749.966	3.489.234	0.214937
13	DVLA	2014	293.785.055	947.454.725	0.310078
		2015	402.760.903	973.517.334	0.413717
		2016	451.785.946	1.079.579.612	0.418486
14	INAF	2014	656.380	591.963	1.107130
		2015	941.000	592.709	1.587625
		2016	805.876	575.757	1.399680
15	KAEF	2014	1.291.780	1.721.079	0.750564
		2015	1.378.320	2.056.560	0.670206
		2016	2.341.155	2.271.409	1.030706
16	KLBF	2014	2.675.166	9.764.101	0.273979
		2015	2.758.131	10.938.286	0.252153
		2016	2.762.162	12.463.847	0.221613
17	MERK	2014	166.811	544.245	0.306499
		2015	168.104	473.543	0.354992
		2016	161.262	582.673	0.276762
18	PYFA	2014	75.461	97.097	0.777171
		2015	58.729	101.222	0.580199
		2016	61.554	105.509	0.583400
19	SIDO	2014	195.093	2.625.180	0.074316
		2015	197.797	2.598.314	0.076125
		2016	229.726	2.757.885	0.083297
20	TSPC	2014	1.527.429	4.082.128	0.374174
		2015	1.947.588	4.337.141	0.449048

		2016	1.950.534	4.635.273	0.420802
21	ADES	2014	210.845	292.145	0.721713
		2015	324.855	328.369	0.989298
		2016	383.091	384.338	0.996755
22	KINO	2014	1.200.996	662.385	1.813138
		2015	1.434.606	1.776.629	0.807487
		2016	1.332.432	1.952.076	0.682571
23	MBTO	2014	180.110	442.892	0.406667
		2015	214.686	434.214	0.494424
		2016	269.032	440.927	0.610150
24	UNVR	2014	9.534	4.747	2.008426
		2015	10.903	4.827	2.258752
		2016	12.042	4.704	2.599948
25	CINT	2014	52.150.455.612	304.032.235.122	0.171529
		2015	67.734.182.851	315.073.311.914	0.214979
		2016	72.906.787.680	326.429.838.956	0.223345
26	LMPI	2014	413.238	395.654	1.044442
		2015	391.881	401.212	0.976742
		2016	402.193	408.172	0.985351
27	GGRM	2014	25.099.875	33.134.403	0.757517
		2015	25.497.504	38.007.909	0.670847
		2016	23.387.406	39.564.228	0.591125
28	HMSP	2014	14.883	13.498	1.102607
		2015	5.995	32.016	0.187250
		2016	8.333	34.175	0.243833
29	RMBA	2014	12.102	1.281	9.447306
		2015	15.817	3.150	5.021269
		2016	4.030	9.441	0.426861
30	WIIM	2014	488.154	846.590	0.576612
		2015	398.991	943.709	0.422790
		2016	362.541	991.093	0.365799

Sumber: Annual Report BEI

Indikator Pengungkapan CSR

No.	Indikator
	Lingkungan :
1.	Pengendalian polusi kegiatan operasi : pengeluaran riset dan pengembangan untuk pengurangan polusi.
2.	Pernyataan yang menunjukkan bahwa operasi perusahaan tidak mengakibatkan polusi atau memenuhi ketentuan hukum dan peraturan polusi.
3.	Pernyataan yang menunjukkan bahwa polusi operasi telah atau akan dikurangi.
4.	Pencegahan atau perbaikan kerusakan lingkungan akibat pengolahan sumber daya alam.
5.	Konservasi sumber alam, misalnya mendaur ulang kaca, besi, minyak, air dan kertas.
6.	Penggunaan material daur ulang.
7.	Merancang fasilitas yang harmonis dengan lingkungan.
8.	Pengelolaan limbah.
9.	Kontribusi dalam pemugaran bangunan sejarah.
	Energi
10.	Penggunaan Bahan; diperinci berdasarkan berat atau volume.
11.	Persentase penggunaan bahan daur ulang.
12.	Penggunaan energi langsung dari sumberdaya energi primer.
13.	Pemakaian energi tidak langsung berdasarkan sumber primer.
14.	Penghematan energi melalui konservasi dan peningkatan efisiensi.
15.	Inisiatif untuk mendapatkan produk dan jasa berbasis energi efisien atau energi yang dapat diperbaharui, serta pengurangan persyaratan kebutuhan energi sebagai akibat dari inisiatif tersebut.
16.	Inisiatif untuk mengurangi konsumsi energi tidak langsung dan pengurangan yang dicapai.
17.	Total pengambilan air per sumber
18.	Sumber air yang terpengaruh secara signifikan akibat pengambilan air.
19.	Persentase dan total volume air yang digunakan kembali dan didaur ulang.
20.	Lokasi dan ukuran tanah yang dimiliki, disewa, dikelola oleh organisasi pelapor yang berlokasi di dalam, atau yang berdekatan dengan daerah yang diproteksi (dilindungi) atau daerah-daerah yang memiliki nilai keanekaragaman hayati yang tinggi di luar daerah yang diproteksi.
21.	Uraian atas berbagai dampak signifikan yang diakibatkan oleh aktivitas,

	produk, dan jasa organisasi pelapor terhadap keanekaragaman hayati di daerah yang diproteksi (dilindungi) dan di daerah yang memiliki keanekaragaman hayati bernilai tinggi di luar daerah yang diproteksi (dilindungi).
22.	Perlingungan dan pemulihan habitat.
23.	Strategi, tindakan, dan rencana mendatang untuk mengelola dampak terhadap keanekaragaman hayati.
24.	Jumlah spesies berdasarkan tingkat risiko kepunahan yang masuk daftar merah dan yang masuk daftar konservasi nasional dengan habitat di daerah-daerah yang terkena dampak operasi.
25.	Jumlah emisi gas rumah kaca yang sifatnya langsung maupun tidak langsung dirinci berdasarkan berat.
26.	Emisi gas rumah kaca tidak langsung lainnya diperinci berdasarkan berat.
27.	Inisiatif untuk mengurangi emisi gas rumah kaca dan pencapaiannya.
28.	Emisi bahan kimia yang merusak lapisan ozon diperinci berdasarkan berat.
29.	Nox, Sox dan emisi udara signifikan lainnya yang diperinci berdasarkan jenis dan berat.
30.	Jumlah buangan air menurut kualitas dan tujuan.
31.	Jumlah berat limbah menurut jenis dan metode pembuangan.
32.	Jumlah dan volume tumpahan yang signifikan.
33.	Berat limbah yang diangkut, diimpor, diekspor, atau diolah yang dianggap berbahaya menurut lampiran konvensi Basel I, II, III, dan VIII, dan persentase limbah yang diangkut secara internasional.
34.	Identitas, ukuran, status proteksi dan nilai keanekaragaman hayati badan air serta habitat terkait yang secara signifikan dipengaruhi oleh pembuangan dan limpasan air organisasi pelapor.
35.	Inisiatif untuk mengurangi dampak lingkungan produk dan jasa dan sejauh mana dampak pengurangan tersebut.
36.	Persentase produk terjual dan bahan kemasannya yang ditarik menurut kategori.
37.	Nilai moneter denda yang signifikan dan jumlah sanksi nonmoneter atas pelanggaran terhadap hukum dan regulasi lingkungan.
38.	Dampak lingkungan yang signifikan akibat pemindahan produk dan barang-barang lain serta material yang digunakan untuk operasi perusahaan, dan tenaga kerja yang memindahkan.
39.	Jumlah pengeluaran untuk proteksi dan investasi lingkungan menurut jenis.
	Tenaga kerja :
40.	Jumlah angkatan kerja menurut jenis pekerjaan, kontrak pekerjaan, dan wilayah.

41.	Jumlah dan tingkat perputaran karyawan menurut kelompok usia, jenis kelamin, dan wilayah.
42.	Manfaat yang disediakan bagi karyawan tetap (purna waktu) yang tidak disediakan bagi karyawan tidak tetap (paruh waktu) menurut kegiatan pokoknya.
43.	Persentase karyawan yang dilindungi perjanjian tawar-menawar kolektif tersebut.
44.	Masa pemberitahuan minimal tentang perubahan kegiatan penting, termasuk apakah hal itu dijelaskan dalam perjanjian kolektif tersebut.
45.	Persentase jumlah angkatan kerja yang resmi diwakili dalam panitia Kesehatan dan Keselamatan antara manajemen dan pekerja yang membantu memantau dan memberi naskhat untuk program keselamatan dan kesehatan jabatan.
46.	Tingkat kecelakaan fisik, penyakit karena jabatan, hari-hari yang hilang, dan ketidakhadiran, dan jumlah kematian karena pekerjaan menurut wilayah.
47.	Program pendidikan, pelatihan, penyuluhan/bimbingan, pencegahan, pengendalian risiko, setempat untuk membantu para karyawan, anggota keluarga dan anggota masyarakat, mengenai penyakit berat/bahaya.
48.	Masalah kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian resmi dengan serikat karyawan
49.	Rata-rata jam pelatihan tiap tahun tiap karyawan menurut kategori/kelompok karyawan.
50.	Program untuk pengaturan keterampilan dan pembelajaran sepanjang hayat yang menunjang kelangsungan pekerjaan karyawan dan membantu mereka dalam mengatur akhir karier.
51.	Persentase karyawan yang menerima peninjauan kinerja dan pengembangan karier secara teratur.
52.	Komposisi badan pengelola/penguasa dan perincian karyawan tiap kategori/kelompok menurut jenis kelamin, kelompok usia, keanggotaan kelompok minoritas, dan kenakearagaman indikator lain.
53.	Perbandingan/rasio gaji dasar pria terhadap wanita menurut kelompok/kategori karyawan.
54.	Persentase dan jumlah perjanjian investasi signifikan yang memuat klausal HAM atau telah menjalani proses skrining/filtrasi terkait dengan aspek hak asasi manusia.
55.	Persentase pemasok dan kontraktor signifikan yang telah menjalani proses skrining/filtrasi atas aspek HAM.
56.	Jumlah waktu pelatihan bagi karyawan dalam hal mengenai kebijakan serta prosedur terkait dengan aspek HAM yang relevan dengan kegiatan organisasi, termasuk persentase karyawan yang telah menjalani pelatihan.
57.	Jumlah kasus diskriminasi yang telah terjadi dan tindakan yang

	diambil/dilakukan.
58.	Segala tindakan berserikat dan berkumpul yang teridentifikasi dapat menimbulkan risiko yang signifikan serta tindakan yang diambil untuk mendukung hak-hak tersebut.
59.	Kegiatan yang identifikasi mengandung risiko yang signifikan dapat menimbulkan terjadinya kasus pekerja anak, dan langkah-langkah yang diambil untuk mendukung upaya penghapusan pekerja anak
60.	Kegiatan yang teridentifikasi mengandung risiko yang signifikan dapat menimbulkan kasus kerja paksa atau kerja wajib, dan langkah-langkah yang telah diambil untuk mendukung upaya penghapusan kerja paksa atau kerja wajib.
61.	Persentase personel penjaga keamanan yang terlatih dalam hal kebijakan dan prosedur organisasi terkait dengan aspek HAM yang relevan dengan kegiatan organisasi.
62.	Jumlah kasus pelanggaran yang terkait dengan hak penduduk asli dan langkah-langkah yang diambil.
	Masyarakat :
63.	Sifat dasar, ruang lingkup, dan keefektifan setiap program dan praktek yang dilakukan untuk menilai dan mengelola dampak operasi terhadap masyarakat, baik pada saat memulai, pada saat beroperasi, dan pada saat mengakhiri.
64.	Persentase dan jumlah unit usaha yang memiliki risiko terhadap korupsi.
65.	Persentase pegawai yang dilatih dalam kebijakan dan prosedur antikorupsi
66.	Tindakan yang diambil dalam menanggapi kejadian korupsi.
67.	Kedudukan kebijakan publik dan partisipasi dalam proses melobi dan pembuatan kebijakan publik.
68.	Nilai kontribusi finansial dan natura kepada partai politik, politisi, dan institusi terkait berdasarkan negara di mana perusahaan beroperasi.
69.	Jumlah tindakan hukum terhadap pelanggaran ketentuan antipersaingan, anti-trust, dan praktek monopoli serta sanksinya.
70.	Nilai uang dari denda signifikan dan jumlah sanksi nonmoneter untuk pelanggaran hukum dan peraturan yang dilakukan.
	Produk :
71.	Tahapan daur hidup dimana dampak produk dan jasa yang menyangkut kesehatan dan kemanan dinilai untuk penyempurnaan, dan persentase dari kategori produk dan jasa yang penting yang harus mengikuti prosedur tersebut.
72.	Jumlah pelanggaran terhadap peraturan dan etika mengenai dampak kesehatan dan keselamatan suatu produk dan jasa selama daur hidup per produk

73.	Jenis informasi produk dan jasa yang dipersyaratkan oleh prosedur dan persentase produk dan jasa yang signifikan yang terkait dengan informasi yang dipersyaratkan tersebut.
74.	Jumlah pelanggaran peraturan dan voluntary codes mengenai penyediaan informasi produk dan jasa serta pemberian label, per produ
75.	Praktek yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan termasuk hasil survei yang mengukur kepuasan pelanggan.
76.	Program-program untuk ketaatan pada hukum, standar dan voluntary codes yang terkait dengan komunikasi pemasaran, termasuk periklanan, promosi, dan sponsorship.
77.	Jumlah pelanggaran peraturan dan voluntary codes sukarela mengenai komunikasi pemasaran termasuk periklanan, promosi, dan sponsorship, menurut produknya
78.	Jumlah keseluruhan dan pengaduan yang berdasar mengenai pelanggaran keluasaan pribadi (privacy) pelanggan dan hilangnya data pelanggan

Sumber: GRI

Daftar Pengungkapan CSR Perusahaan Manufaktur Tahun 2014-2016

No	Kode	Tahun	Luas Pengungkapan					Jumlah	Item CSR	CSR
			I	II	III	IV	V			
1.	AISA	2014	1	4	2	3	5	15	78	0.19230
		2015	1	4	2	5	5	17	78	0.21794
		2016	0	6	4	6	5	21	78	0.26923
2	ALTO	2014	0	4	2	2	3	11	78	0.14102
		2015	0	5	2	2	3	12	78	0.15384
		2016	0	5	2	3	3	13	78	0.16666
3	CEKA	2014	1	3	2	5	2	13	78	0.16666
		2015	1	4	4	6	4	15	78	0.19230
		2016	1	4	6	7	4	22	78	0.28205
4	DLTA	2014	0	4	3	4	3	14	78	0.17948
		2015	0	4	3	4	3	14	78	0.17948
		2016	0	4	3	5	3	15	78	0.19230
5	ICBP	2014	0	4	3	4	4	15	78	0.19230
		2015	1	5	3	5	5	18	78	0.23076
		2016	1	5	3	7	7	23	78	0.29487
6	INDF	2014	0	3	2	3	3	11	78	0.14102
		2015	0	5	3	3	4	15	78	0.19230
		2016	0	6	3	5	5	19	78	0.24358
7	MYOR	2014	1	2	3	3	2	11	78	0.14102
		2015	0	2	5	2	2	11	78	0.14102
		2016	0	2	8	5	2	17	78	0.21794
8	PSDN	2014	0	2	3	2	5	12	78	0.15384
		2015	1	5	3	2	5	16	78	0.20512
		2016	1	6	4	2	7	20	78	0.25641
9	ROTI	2014	0	5	2	1	5	13	78	0.16666
		2015	0	5	2	1	5	13	78	0.16666
		2016	0	7	4	1	7	19	78	0.24358
10	SKBM	2014	0	4	2	1	4	11	78	0.14102
		2015	0	4	2	1	5	12	78	0.15384
		2016	0	5	4	1	5	15	78	0.19230
11	SKLT	2014	2	4	4	3	4	17	78	0.21794
		2015	2	5	5	3	5	20	78	0.25641
		2016	4	5	5	3	7	24	78	0.20769
12	ULTJ	2014	1	3	3	2	4	13	78	0.16666
		2015	1	3	4	2	6	15	78	0.19230

		2016	1	3	5	2	6	17	78	0.21794
13	DVLA	2014	0	3	3	2	4	12	78	0.15384
		2015	0	4	4	2	5	15	78	0.19230
		2016	0	5	4	2	7	18	78	0.23076
14	INAF	2014	0	4	3	2	2	11	78	0.14102
		2015	0	4	4	2	3	13	78	0.16666
		2016	0	5	5	2	3	15	78	0.19230
15	KAEF	2014	1	3	5	2	2	13	78	0.16666
		2015	2	3	6	4	2	17	78	0.21794
		2016	2	3	6	4	2	17	78	0.21794
16	KLBF	2014	1	2	3	3	3	12	78	0.15384
		2015	1	3	3	4	3	14	78	0.17948
		2016	1	3	3	5	4	16	78	0.20512
17	MERK	2014	0	3	4	2	3	12	78	0.15384
		2015	0	3	4	2	5	14	78	0.17948
		2016	0	3	5	2	5	15	78	0.19230
18	PYFA	2014	0	3	2	3	3	11	78	0.14102
		2015	0	5	3	3	3	11	78	0.14102
		2016	0	5	3	7	4	19	78	0.24358
19	SIDO	2014	1	2	3	2	3	11	78	0.14102
		2015	1	2	3	2	3	11	78	0.14102
		2016	2	2	3	2	3	12	78	0.15384
20	TSPC	2014	0	3	3	1	3	10	78	0.12820
		2015	0	3	3	1	4	11	78	0.14102
		2016	0	3	4	1	4	12	78	0.15384
21	ADES	2014	0	4	1	2	3	10	78	0.12820
		2015	0	4	2	2	3	11	78	0.14102
		2016	0	5	2	2	4	13	78	0.16666
22	KINO	2014	1	3	1	1	4	10	78	0.12820
		2015	1	3	1	3	5	13	78	0.16666
		2016	2	4	1	5	5	17	78	0.21794
23	MBTO	2014	1	3	2	1	3	10	78	0.12820
		2015	1	3	3	1	3	11	78	0.14102
		2016	1	5	3	1	4	14	78	0.17948
24	UNVR	2014	1	3	2	2	2	10	78	0.12820
		2015	1	3	2	3	2	11	78	0.14102
		2016	1	3	2	3	3	12	78	0.15384
25	CINT	2014	0	4	1	2	4	11	78	0.14102
		2015	0	5	1	3	5	14	78	0.17948
		2016	0	7	1	3	5	16	78	0.20512

26	LMPI	2014	0	3	1	3	3	10	78	0.12820
		2015	0	4	1	3	4	12	78	0.15384
		2016	0	4	1	3	4	12	78	0.15384
27	GGRM	2014	0	5	3	3	5	16	78	0.20512
		2015	0	7	4	4	6	21	78	0.26923
		2016	0	8	4	6	7	25	78	0.32051
28	HMSP	2014	1	4	3	2	2	12	78	0.15384
		2015	1	4	3	4	3	15	78	0.19230
		2016	1	4	4	4	3	16	78	0.20512
29	RMBA	2014	2	4	3	3	4	16	78	0.20512
		2015	2	4	4	4	5	19	78	0.24358
		2016	2	6	4	4	5	21	78	0.26923
30	WIIM	2014	0	3	2	3	3	11	78	0.14102
		2015	1	3	2	3	3	12	78	0.15384
		2016	1	3	2	3	3	12	78	0.15384

Sumber: Annual Report BEI

UJI SPSS

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
CSR	18321,30	4334,299	90
Profitabilitas	113787,07	141061,878	90
Size	5965543,97	1728942,685	90
Leverage	942674,14	1137103,413	90

Correlations

		CSR	Profitabilitas	size	leverage
Pearson Correlation	CSR	1,000	,021	-,004	,065
	Profitabilitas	,021	1,000	-,167	,085
	Size	-,004	-,167	1,000	-,320
	leverage	,065	,085	-,320	1,000
Sig. (1-tailed)	CSR	.	,423	,485	,271
	Profitabilitas	,423	.	,058	,213
	Size	,485	,058	.	,001
	leverage	,271	,213	,001	.
N	CSR	90	90	90	90
	Profitabilitas	90	90	90	90
	size	90	90	90	90
	leverage	90	90	90	90

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	leverage, Profitabilitas, size ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: CSR

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					F	Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. Change		
1	,070 ^a	,005	-,030	4398,425	,005	,141	3	86	,935	1,668	

a. Predictors: (Constant), leverage, Profitabilitas, size

b. Dependent Variable: CSR

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
	(Constant)	17679,596	2023,775				8,736	,000		
Profitabilitas	,001	,003	,018	,168	,867	,021	,018	,018	,971	1,030
size	5,425E-5	,000	,022	,188	,851	-,004	,020	,020	,878	1,139
leverage	,000	,000	,071	,622	,536	,065	,067	,067	,896	1,116

a. Dependent Variable: CSR

Coefficient Correlations^a

Model		leverage	Profitabilitas	size	
1	Correlations	Leverage	1,000	-,034	,311
		Profitabilitas	-,034	1,000	,148
		Size	,311	,148	1,000
	Covariances	Leverage	1,875E-7	-4,919E-8	3,882E-8
		Profitabilitas	-4,919E-8	1,125E-5	1,430E-7
		Size	3,882E-8	1,430E-7	8,284E-8

a. Dependent Variable: CSR

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions			
				(Constant)	Profitabilitas	size	lverage
1	1	2,928	1,000	,01	,04	,01	,04
	2	,547	2,314	,00	,44	,00	,56
	3	,495	2,433	,01	,45	,04	,23
	4	,030	9,877	,98	,06	,95	,18

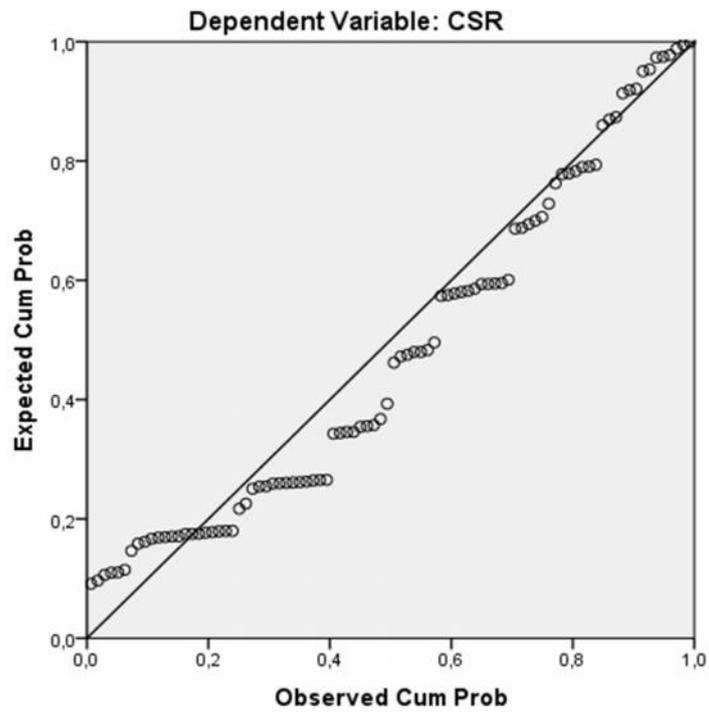
a. Dependent Variable: CSR

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	17858,59	20559,27	18321,30	303,521	90
Std. Predicted Value	-1,524	7,373	,000	1,000	90
Standard Error of Predicted Value	485,459	3575,166	798,779	473,575	90
Adjusted Predicted Value	17481,44	20651,31	18320,23	406,332	90
Residual	-5860,177	13729,273	,000	4323,658	90
Std. Residual	-1,332	3,121	,000	,983	90
Stud. Residual	-1,383	3,159	,000	1,000	90
Deleted Residual	-6311,400	14065,830	1,070	4482,369	90
Stud. Deleted Residual	-1,390	3,341	,006	1,015	90
Mahal. Distance	,095	57,813	2,967	7,254	90
Cook's Distance	,000	,095	,009	,017	90
Centered Leverage Value	,001	,650	,033	,082	90

a. Dependent Variable: CSR

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Histogram

