PENGARUH KARAKTERISTIK DAN KINERJA PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN CSR PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI BEI

JURNAL

Disusun oleh :

Nama : Fira Sani Syarifah

Nomor Mahasiswa : 14311089

Jurusan : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Keuangan

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2018

PENGARUH KARAKTERISTIK DAN KINERJA PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN CSR PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI BEI

JURNAL

Disusun oleh :

Nama	: Fira Sani Syarifah
Nomor Mahasiswa	: 14311089
Jurusan	: Manajemen
Bidang Konsentrasi	: Keuangan

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2018

PENGARUH KARAKTERISTIK DAN KINERJA PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN CSR PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI BEI

Nama	: Fira Sani Syarifah
Nomor Mahasiswa	: 14311089
Jurusan	: Manajemen
Bidang Konsentrasi	: Keuangan

Yogyakarta, 14 Februari 2018

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,

Dr. Zaenal Arifin, M.Si

PENGARUH KARAKTERISTIK DAN KINERJA PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN CSR PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI BEI

Fira Sani Syarifah[1], Zaenal Arifin[2]
[1]firasani11@gmail.com, [2]zaenal_uii@yahoo.com
[1,2]Universitas Islam Indonesia

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dari karakteristik dan kinerja perusahaan yang digambarkan dengan variabel ukuran perusahaan, tipe perusahaan, ROA dan DER terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan yang terdaftar di BEI. Pengungkapan CSR dihitung menggunakan *Corporate Social Disclosure Index* (CSDI) dengan menggunakan indikator *Global Reporting Initiative* (GRI) generasi 4 atau GRI G4. Sampel yang menjadi objek dalam penelitian adalah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Total sampel penelitian adalah 100 perusahaan yang terdaftar di BEI pada tahun 2016. Penelitian ini menggunakan metode *random sampling*. Analisis data dilakukan dengan uji asumsi klasik, pengujian hipotesis dengan metode regresi linear, dan variabel pendukung adalah analisis dummy. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan, tipe perusahaan dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Sementara variabel leverage tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Kata kunci : *Corporate Social Responsibility (CSR), Ukuran Perusahaan, Tipe Perusahaan, Profitabilitas, Leverage.*

ABSTRACT

The purpose of this study is to know and analyze the influence of the characteristics and performance of the company described by the variable size of the company, type of company, ROA and DER to the disclosure of CSR on companies listed on the Stock Exchange. CSR disclosures are calculated using the Corporate Social Disclosure Index (CSDI) using the 4th Global Reporting Initiative (GRI) indicator or GRI G4. The sample that became the object of the research is a company listed on the Indonesia Stock Exchange (BEI). Total sample of research is 100 companies listed in BEI in 2016. This research use random sampling method. Data analysis was done with classical assumption test, hypothesis test with linear regression method, and supporting variable is dummy analysis. The results of this study indicate that firm size, company type and profitability variables significantly influence CSR disclosure. While the leverage variable has no effect on CSR disclosure.

Keywords: *Corporate Social Responsibility (CSR), Company Size, Company Type, Profitability, Leverage.*

1. PENDAHULUAN

Dalam menjaga keberlangsungan usahanya, perusahaan tidak terlepas dari interaksi hubungan perusahaan dengan masyarakat. Untuk itu perlunya menjaga hubungan baik antara perusahaan dengan masyarakat, sehingga mereka saling memberikan timbal balik yang positif baik bagi perusahaan maupun masyarakat. Untuk menjaga hubungan tersebut maka lahirlah suatu konsep dengan nama Corporate Social Responsibility (CSR).

Budimanta, et al (2008) mengartikan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan komitmen yang dimiliki perusahaan untuk membangun kualitas kehidupan yang lebih baik bersama dengan para pihak yang terkait, terutama masyarakat di sekelilingnya dan lingkungan sosial dimana perusahaan tersebut berada, yang dilakukan secara terpadu dengan kegiatan usahanya yang berkelanjutan.

Dalam pelaksanaannya tanggung jawab sosial harus sesuai dengan konsep triple bottom lines dimana terdiri dari profit, people dan planet. Perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya akan menghasilkan laba, dimana laba tersebut akan digunakan untuk mendanai kegiatan CSR. Kemudian kegiatan CSR perusahaan juga harus dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat. Selain itu kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan juga harus dapat untuk menjaga kelestarian lingkungan hidup.

Perusahaan di Indonesia sudah banyak yang menerapkan kegiatan CSR, ini karena pemerintah telah mengeluarkan UU No.40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (PT) pasal 1 point 3 yang menjelaskan bahwa PT yang menjalankan usahanya berkaitan dengan sumber daya alam maka wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Pada kenyataannya saat ini bukan hanya perusahaan yang menjalankan usahanya yang berkaitan dengan sumber daya alam saja melainkan rata-rata semua industri sudah menjalankan kegiatan CSR. Hal ini dikarenakan perusahaan menyadari akan pentingnya melakukan kegiatan CSR agar kegiatan bisnisnya dapat berjalan dengan baik dan juga sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan atas aktivitas operasi perusahaannya.

Pengukuran pengungkapan CSR mengacu pada Global Reporting Initiative (GRI). Dimana saat ini GRI telah memiliki generasi yang ke-4 atau lebih dikenal dengan GRI G4. Pengukuran pengungkapan CSR menurut GRI G4 yang terdiri dari beberapa indikator yakni indikator ekonomi (9 item), lingkungan (34 item), ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja (16 item), hak asasi manusia (12 item), kemasyarakatan (11 item), tanggung jawab atas produk (9 item) sehingga seluruhnya berjumlah 91 item.

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan akan memberikan beberapa manfaat bagi perusahaan seperti : meningkatkan citra perusahaan, harga saham perusahaan akan meningkat, mempermudah akses investasi. Perusahaan yang telah melaksanakan pengungkapan CSR akan menyadari bahwa dalam menjalankan usahanya bukan hanya memiliki dimensi ekonomi saja, namun juga ada dampak sosial yang perlu diperhatikan untuk keberlanjutan perusahaan jangka panjang.

Perusahaan satu dengan perusahaan yang lainnya tentu saja memiliki karakteristik yang berbeda. Karakteristik perusahaan merupakan ciri khas yang dimiliki dari perusahaan tersebut. Disini yang termasuk dalam karakteristik perusahaan antara lain tipe perusahaan, ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan bagian dari karakteristik perusahaan yang digunakan untuk membedakan antara perusahaan yang besar dan perusahaan yang kecil. Karakteristik ukuran perusahaan yang berbeda

tentunya akan memberikan pengungkapan informasi tanggung jawab sosial yang berbeda juga antara perusahaan dengan ukuran yang besar dengan perusahaan dengan ukuran relatif lebih kecil. Perusahaan dengan ukuran yang besar akan lebih luas dalam melakukan pengungkapan CSR karena perusahaan memiliki tanggung jawab yang lebih besar atas aset-aset yang dimiliki. Teori yang berkaitan dengan ukuran perusahaan adalah teori agensi, dimana perusahaan dengan ukuran yang besar memiliki biaya agensi yang lebih besar sehingga perusahaan akan mengungkapkan CSR lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan. Kamil dan Herusetya (2012) menjelaskan bahwa perusahaan dengan ukuran perusahaan yang lebih besar memiliki sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan maka akan semakin memerlukan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial yang lebih luas. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Oktafia (2013), Dewi dan Priyadi (2013), Nur dan Priatinah (2012), yang menjelaskan bahwa terdapat pengaruh yang positif antara ukuran perusahaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial. Namun tidak sejalan dengan penelitian Kurnianingsih (2013) yang menjelaskan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Karakteristik perusahaan selanjutnya adalah tipe perusahaan, dimana tipe perusahaan memiliki fungsi untuk membedakan antara perusahaan yang dikategorikan sebagai *high profile* dengan perusahaan kategori *low profile*. Tipe perusahaan yang berbeda tentunya akan mempengaruhi pengungkapan CSR. Perusahaan dengan kategori *high profile* akan lebih banyak mengungkapkan CSR karena perusahaan memberikan dampak yang lebih besar terhadap masyarakat serta lingkungan sekitar perusahaan akibat dari kegiatan operasi perusahaan. Sedangkan perusahaan dengan kategori *low profile* akan lebih sedikit mengungkapkan kegiatan CSR karena perusahaan memberikan dampak yang tidak begitu besar akibat dari kegiatan operasi perusahaannya kepada masyarakat serta lingkungan sekitar perusahaan. Menurut Mukti dan Kurnia (2015) perusahaan dengan kategori *high profile* diukur menggunakan indikator lingkungan, memiliki tingkat sensitifitas yang tinggi terhadap lingkungan. Sehingga perusahaan dengan dampak yang besar terhadap lingkungan dan masyarakat akan mengungkapkan informasi sosial lebih banyak. Namun hal tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan Yuliana dan Wahidahwati (2013) yang menjelaskan bahwa tipe perusahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan CSR. Perusahaan dengan kategori *high profile* belum tentu lebih luas dalam mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial karena bisa saja perusahaan dengan kategori *low profile* akan jauh lebih banyak mengungkapkan CSR.

Kinerja keuangan adalah elemen dasar yang penting di dalam perusahaan, dimana para investor akan melihat kinerja perusahaan dan menilai baik atau tidaknya berdasarkan kinerja keuangannya yang diungkapkan pada laporan keuangan perusahaan. Investor tentu saja akan tertarik pada perusahaan yang memiliki kinerja keuangan yang baik, dengan begitu investor akan menanamkan dananya pada perusahaan tersebut. Kinerja keuangan dapat diukur menggunakan rasio profitabilitas yang diproksi dengan *Return on Asset* (ROA). Perusahaan dengan kinerja keuangan yang baik akan menghasilkan laba yang positif. Sedangkan perusahaan dengan kinerja yang kurang baik akan menghasilkan laba yang negatif. Penelitian mengenai profitabilitas yang diproksi dengan *Return on Asset* (ROA) dilakukan oleh Fadlillah dan Andayani (2014). Dimana penelitian terebut menjelaskan bahwa profitablitas berpengaruh positif terhadap CSR, sehingga perusahaan dengan tingkat profitabilitas

tinggi cenderung memberikan pengungkapan sosial yang semakin besar. Namun penelitian tersebut tidak sejalan dengan Nur dan Priatinah (2012) yang menjelaskan bahwa profitabilitas yang diproksi dengan ROA menunjukkan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Leverage adalah perbandingan antara hutang yang dimiliki dengan ekuitas yang dimiliki perusahaan. Semakin tinggi leverage dalam perusahaan akan memiliki kemungkinan untuk perusahaan mengurangi pengungkapan CSR karena dengan mengurangi pengungkapan CSR maka tidak akan menjadi sorotan oleh *debtholders*. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Nur dan Priatinah (2012) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh negatif leverage terhadap pengungkapan CSR. Namun penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Priyadi (2013) menunjukkan hasil bahwa leverage tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian ini akan mengevaluasi mengenai pengaruh karakteristik dan kinerja perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Karakteristik dan kinerja perusahaan dipilih karena dapat menjelaskan lebih luas lagi mengenai pengungkapan CSR. Penelitian ini akan menguji ulang mengenai pengaruh karakteristik perusahaan dan kinerja perusahaan terhadap pengungkapan CSR karena terdapat hasil penelitian yang berbeda. Oleh karena itu perlu adanya penelitian lanjutan untuk memastikan apakah hasilnya berpengaruh signifikan positif, negatif atau tidak signifikan.

2. KAJIAN PUSTAKA

2.1 Tanggung Jawab Sosial

Steiner (1971) menyatakan sebuah bisnis harus tetap fundamental sebagai lembaga ekonomi, namun disisi lain bisnis juga harus memiliki tanggung jawab untuk membantu masyarakat mencapai tujuan dasar, oleh karena itu perusahaan memiliki tanggung jawab sosial. Semakin besar sebuah perusahaan, semakin besar tanggung jawab sosialnya**.** Selain itu Budimanta, et al (2008) mengartikan CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan merupakan komitmen yang dimiliki perusahaan untuk membangun kualitas kehidupan yang lebih baik bersama dengan para pihak yang terkait, terutama masyarakat di sekelilingnya dan lingkungan sosial dimana perusahaan tersebut berada, yang dilakukan secara terpadu dengan kegiatan usahanya yang berkelanjutan. Jadi, kegiatan CSR merupakan kegiatan yang memperhatikan keinginan dari semua stakeholder yang dilakukan untuk keberlangsungan perusahaan itu sendiri.

Dalam pelaksanaannya tanggung jawab perusahaan harus sesuai dengan konsep triple bottom lines yang meliputi :

a. Profit

Pada saat perusahaan melaksanakan program CSR, perusahaan juga harus tetap berorientasi untuk mencari keuntungan yang sebanyak-banyaknya agar perusahaan dapat terus beroperasi. Dengan keuntungan yang didapatkan oleh perusahaan maka akan dapat menggunakan dana tersebut untuk melakukan kegiatan CSR.

b. People

Program CSR ini salah satu tujuannya untuk meningkatkan masyarakat atau orang disekitar perusahaan. Perusahaan dapat berkontribusi pada masyarakat sekitar dengan berbagai cara, salah satunya dengan menggunakan tenaga kerja lokal sekitar perusahaan agar masyarakat sekitar perusahaan dapat memperbaiki perekonomian mereka.

c. Plannet

Program CSR selain bertanggung jawab dengan masyarakat sekitar tetapi juga harus memperhatikan kondisi lingkungan sekitar serta menjaga lingkungan hidup dengan baik. Perusahaan akan mengantisipasi atas dampak yang diberikan akibat aktivitasnya operasi perusahaannya dengan melakukan kegiatan CSR yang berbasis lingkungan. Dengan perusahaan melakukan kegiatan CSR yang berbasis lingkungan maka perusahaan ikut andil dalam menjaga kelestarian lingkungan.

2.2 Teori-teori yang Melandasi Pemikiran Tentang Tanggung Jawab Sosial

Terdapat beberapa teori yang melandasi adanya pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, diantara adalah :

1. Teori Keagenan (Agency Theory)

Teori agensi memiliki pandangan bahwa dalam suatu perusahaan terdapat dua pihak yang saling terkait satu sama lain yaitu principal (pemilik) dan manajer. Perusahaan dalam mengungkapkan CSR memiliki tujuan untuk membangun citra yang baik. Dalam memberikan informasi mengenai pengungkapan CSR tentu saja perusahaan memerlukan biaya, sehingga laba yang dilaporkan akan menjadi lebih rendah. Ketika sebuah perusahaan memiliki biaya pengawasan dan biaya kontrak yang rendah dan juga tekanan politis yang tinggi maka akan perusahaan cenderung untuk memberikan informasi pertanggungjawaban sosial menurut Subiantoro dan Mildawati (2015).

2. Teori Legitimasi

Teori legitimasi mengungkapkan bahwa perusahaan harus memiliki keyakinan bahwa aktivitas dan kinerja perusahaannya selama ini dapat diterima oleh masyarakat. Perusahaan menggunakan laporan tahunan untuk menginformasikan bahwa perusahaan telah melakukan tanggung jawab sosial agar aktivitas perusahaan dapat diterima oleh masyarakat. Ketika aktivitas perusahaan dapat diterima oleh masyarakat maka perusahaan berharap nilai perusahaan dapat meningkat sehingga laba perusahaan yang diterima juga akan meningkat menurut Subiantoro dan Mildawati (2015).

3. Teori Stakeholder

Teori stakeholder merupakan keinginan untuk membangun sebuah kerangka kerja yang responsif terhadap masalah yang dihadapi oleh manajer, misalnya perubahan lingkungan. Kegiatan CSR merupakan salah satu strategi perusahaan untuk dapat memuaskan para stakeholder. Apabila perusahaan dapat memuaskan para stakeholder dengan baik maka mereka akan memberikan dukungannya kepada perusahaan sehingga perusahaan dapat meningkatkan kinerja dan laba perusahaan menurut Aini (2015).

2.3 Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Menurut Sari (2012) pengungkapan merupakan pemberian informasi yang diberikan kepada semua pihak yang memiliki kepentingan dengan perusahaan. Pengungkapan CSR didefinisikan sebagai salah satu usaha perusahaan untuk menginformasikan mengenai tanggung jawab perusahaan yang telah dilakukan selama satu tahun kemudian dilaporkan kepada publik melalui laporan tahunan

Dalam melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial dalam laporan keuangan dikelompokkan menjadi dua bagian yakni yang pertama yang sifatnya wajib dan sifatnya sukarela. Pengungkapan yang sifatnya wajib yakni pengungkapan yang

harus diikuti oleh semua perusahaan sesuai dengan standar yang berlaku. Sedangkan pengungkapan yang sifatnya sukarela adalah pengungkapan yang belum memiliki standar baku, sehingga pengungkapan bergantung pada kebijakan perusahaan.

Preston dan O'Bannon (1997) mengemukakan bahwa salah satu pengukuran CSR dapat dilakukan dengan mengukur setiap elemen individual *Corporate Sustainable Performance* (CSP), dan yang lainnya adalah untuk mengukur semua elemen CSP kolektif (Waddock dan Graves 1997). Namun ada beberapa kesulitan dalam mengukur semua elemen CSP kolektif. Skala kolektif CSP cenderung akan terpengaruh oleh perbedaaan yang disebabkan oleh industri. Metode lain adalah dengan menggunakan metode yang digunakan oleh *Global Reporting Initiative* (GRI) yang menjadi panduan dan standarisasi mengenai tanggung jawab sosial yang telah disesuaikan dengan pelaksanaan CSR di Indonesia. Pada saat ini GRI sudah memiliki generasi ke 4 atau dikenal dengan nama GRI G4. Indikator dalam pengukuran metode GRI diantaranya seperti :

1. Indikator kinerja ekonomi, mencakup kinerja ekonomi, keberadaan pasar, dampak ekonomi tak langsung.
2. Indikator kinerja lingkungan, meliputi bahan atau material, energi, air, keanekaragaman hayati, emisi, efluen dan limbah, produk dan jasa, kepatuhan, transportasi, keselarasan, asesmen pemasok atas lingkungan, mekanisme pengaduan masalah lingkungan.
3. Indikator ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja meliputi kepegawaian, hubungan industrial, kesehatan dan keselamatan kerja, pelatihan dan pendidikan, keberagaman dan kesetaraan peluang, kesetaraan dan remunerasi perempuan dan laki-laki, asesmen pemasok terkait praktik ketenagakerjaan, mekanisme pengaduan masalah ketenagakerjaan.
4. Indikator hak asasi manusia meliputi investasi, non diskriminasi, kebebasan berserikat dan perjanjian kerja bersama, pekerja anak, pekerja paksa atau wajib kerja, praktik pengamanan, hak masyarakat, asesmen, asesmen pemasok atas hak asasi manusia, mekanisme pengaduan masalah hak asasi manusia.
5. Indikator kemasyarakatan, terdiri dari masyarakat lokal, anti korupsi, kebijakan publik, anti persaingan, kepatuhan, asesmen pemasok atas dampak terhadap masyarakat, mekanisme pengaduan terhadap dampak masyarakat.
6. Indikator tanggung jawab produk, meliputi kesehatan dan keselamatan pelanggan, pelabelan produk dan jasa, komunikasi pemasaran, privasi pelanggan, dan kesesuaian.

2.4 Pengembangan Hipotesis

2.4.1 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR

Teori agensi yang secara umum menyatakan bahwa semakin besar ukuran perusahaan maka pengungkapan CSR yang akan dilakukan akan semakin luas. Teori ini menjelaskan bahwa semakin besar suatu perusahaan maka biaya keagenannya pun besar. Perusahaan dengan ukuran yang besar cenderung akan mengungkapkan informasi yang lebih banyak daripada perusahaan yang relatif kecil. Hal ini karena perusahaan besar akan menghadapi risiko yang lebih besar dibanding perusahaan kecil. Secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan politis, yaitu tekanan untuk melakukan pertanggungjawaban sosial.

Hasil penjelasan teori diatas didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Oktafia (2013) yang menjelaskan bahwa terdapat pengaruh yang positif antara ukuran perusahaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial. Penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Priyadi (2013) juga menyatakan bahwa ukuran perusahaan mempunyai pengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab perusahaan sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nur dan Priatinah (2012). Namun tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kurnianingsih (2013) yang menjelaskan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Selain itu Subiantoro dan Mildawati (2015) juga menjelaskan bahwa ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR oleh perusahaan. Berdasarkan penjelasan diatas maka hipotesisnya adalah :

H1 : Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR

2.4.2 Pengaruh Tipe Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR

Teori legitimasi menyatakan bahwa manajemen akan berusaha meraih legitimasi dari masyarakat. Legitimasi masyarakat dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada organisasi atau perusahaan sebagai sesuatu yang diinginkan perusahaan dari masyarakat. Perusahaan yang termasuk kategori *high profile* sering menjadi sorotan dari masyarakat sehingga mendorong perusahaan mengungkapkan CSR lebih luas lagi untuk memperoleh legitimasi dari masyarakat demi keberlanjutan usahanya. Perusahaan yang termasuk *high profile* akan lebih banyak disorot masyarakat dibandingkan perusahaan *low profile* karena opersaional perusahaan high profile lebih banyak memberikan dampak secara langsung kepada lingkungan dan masyarakat sekitar.

Teori diatas didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Mukti dan Kurnia (2015) yang menjelaskan bahwa tipe perusahaan memiliki pengaruh signifikan yang positif terhadap pengungkapan CSR. Namun tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Sari (2012) yang menjelaskan bahwa tipe industri atau perusahaan memiliki pengaruh yang negatif terhadap pengungkapan CSR. Penelitian yang dilakukan oleh Yuliana dan Wahidawati (2013), Subiantoro dan Mildawati (2015) dan Amalia (2013) juga menjelaskan bahwa tipe perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan penjelasan diatas maka hipotesisnya adalah :

H2 : Tipe perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR

2.4.3 Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan CSR

Hubungan profitabilitas dengan pengungkapan CSR dapat dikaitkan dengan teori keagenan dimana ketika perusahaan memperoleh laba yang tinggi maka perusahaan tersebut akan melakukan pengungkapan CSR yang lebih luas. Profitabilitas perusahaan merupakan indikator pengelolaan manajemen perusahaan yang baik sehingga manajemen akan cenderung mengungkapkan lebih banyak informasi ketika ada peningkatan profitabilitas perusahaan. Ini karena pengungkapan CSR yang lebih luas merupakan salah satu upaya untuk meyakinkan pihak eksternal bahwa perusahaan berada dalam persaingan yang kuat dan juga memperlihatkan kinerja perusahaan yang baik pada saat itu.

Teori diatas didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Fadlillah dan Andayani (2014) yang menjelaskan bahwa profitablitas berpengaruh positif terhadap CSR, sehingga perusahaan dengan tingkat profitabilitas tinggi cenderung memberikan

pengungkapan sosial yang semakin besar. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yuliana dan Wahidahwati (2013), Indraswari dan Astika (2014), dan Sari (2012). Namun Nur dan Priatinah (2012) menjelaskan bahwa profitabilitas yang diproksi dengan ROA menunjukkan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Kamil dan Herusetya (2012), Subiantoro dan Mildawati (2015) juga menjelaskan bahwa tidak adanya pengaruh antara profitabilitas dengan pengungkapan CSR. Berdasarkan penjelasan diatas maka hipotesisnya adalah :
H3 : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

2.4.4 Pengaruh Leverage terhadap Pengungkapan CSR

Hubungan antara leverage dengan pengungkapan CSR dapat dikaitkan dengan teori agensi dimana manajemen perusahaan dengan tingkat leverage yang tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial. Hal ini karena perusahaan dengan rasio leverage yang tinggi akan mengakibatkan pengawasan yang tinggi dilakukan oleh *debtholders* terhadap aktivitas perusahaan. Oleh karena itu manajemen akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab perusahaan agar tidak menjadi sorotan para *debtholders*.

Teori diatas didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan Nur dan Priatinah (2012) yang menjelaskan bahwa leverage yang diproksi dengan DER memiliki pengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Giannarakis (2014) yang menyatakan bahwa leverage memiliki pengaruh yang negatif terhadap pengungkapan CSR. Namun tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Priyadi (2013), Fadlillah dan Andayani (2014), Mukti dan Kurnia (2015), Subiantoro dan Mildawati (2015) juga menyatakan bahwa tidak adanya pengaruh antara leverage terhadap pengungkapan CSR. Maka hipotesisnya adalah :
H4 : Leverage berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR

3. METODE PENELITIAN

Populasi dari penelitian ini adalah perusahaan go public yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sampel dari penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016. Total perusahaan yang akan diteliti sebanyak 100 perusahaan dengan metode *random sampling*.

Dalam penelitian ini menggunakan 5 variabel yakni yang pertama ukuran perusahaan yang diukur menggunakan logaritma natural total asset. Kedua, variabel profitabiltas yang diukur dengan rasio laba bersih setelah pajak dengan total asset. Ketiga, variabel leverage yang diukur dengan rasio total hutang dengan total ekuitas. Keempat, yakni tipe perusahaan dan yang kelima adalah pengungkapan CSR. Untuk tipe perusahaan memiliki aturan yakni nilai 1 akan diberikan kepada perusahaan *high profile* dan nilai 0 akan diberikan untuk perusahaan *low profile*. Hackston dan Milne (1996), dalam Amalia (2013) mengklasifikasikan kelompok industri *high profile* dan *low profile* sebagai berikut :

High Profile	Low Profile
1. Perminyakan dan pertambangan	1. Bangunan
2. Kimia	2. Keuangan dan perbankan

3. Hutan 4. Kertas 5. Otomotif 6. Penerbangan 7. Agrobisnis 8. Tembakau dan rokok 9. Produk makanan dan minuman 10. Media dan komunikasi 11. Listrik (energi) 12. Engineering 13. Kesehatan 14. Transportasi dan pariwisata	3. Supplier peralatan medis 4. Properti 5. Retailer 6. Tekstil dan produk tekstil 7. Produk personal 8. Produk rumah tangga

Untuk variabel Pengungkapan CSR diukur dengan menggunakan Corporate Social Disclosure Index (CSDI) dimana pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini mengadopsi Global Report Initiative (GRI) yang telah disesuaikan dengan pelaksanaan CSR di Indonesia. Pengukuran dilakukan dengan memberi score 1 terhadap perusahaan yang mengungkapan laporan pertanggungjawaban sosial dan memberi score 0 terhadap perusahaan yang tidak mengungkapkan sesuai dengan item yang ada di daftar GRI. Untuk mengukur pengungkapan CSR menggunakan GRI (Global Reporting Initiative) generasi ke4 atau lebih dikenal dengan GRI G4.

$$\textbf{CSDI} = \frac{\textbf{Jumlah item yang sesungguhnya diungkapan oleh perusahaan}}{\textbf{Jumlah item yang diharapkan diungkapkan oleh perusahaan}}$$

Dalam penelitian ini menggunakan beberapa uji yakni Uji Multikolinearitas dimana uji ini bertujuan untuk membuktikan atau menguji ada atau tidaknya hubungan yang linear (multikolinearitas) antara variabel bebas satu dengan variabel bebas yang lain. Uji Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah didalam suatu model regresi linear terdapat korelasi antara periode t dengan periode sebelumnya (t-1). Uji Heteroskedasticitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya (Ghozali, 2007). Uji Regresi Linear Berganda dimana analisis ini digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, dan leverage perusahaan terhadap indeks praktik pengungkapan CSR suatu perusahaan. Model persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$\textbf{CSDI} = \alpha + \beta 1\ \textbf{SIZE} + \beta 2\ \textbf{PROFILE} + \beta 3\ \textbf{ROA} + \beta 4\ \textbf{DER} + e$$

Keterangan :

α	= Konstanta
β1, β2, β3, β4	= Koefisien Regresi
CSDI	= Indeks Corporate Social Disclosure
SIZE	= Ukuran Perusahaan
PROFILE	= Tipe Perusahaan
ROA	= Profitabilitas dengan indikator *Return on Asset*
DER	= Leverage dengan indikator *Debt to Equity Ratio*
e	= Kesalahan (data error)

4. HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif dilakukan untuk menjelaskan deskripsi variabel penelitian. Analisis ini juga mendeskripsikan mengenai variabel yang akan diteliti dengan menggunakan nilai minimum, maximum, mean dan standar deviasi. Variabel dependen dalam peneilitian ini adalah pengungkapan CSR, sedangkan untuk variabel independen adalah ukuran perusahaan, tipe perusahaan, profitabilitas dan leverage. Hasil analisis stastistik deskriptif ditunjukkan pada tabel berikut ini :

Tabel 1
Analisis Statistik Deskriptif

Variabel	Minimum	Maximum	Mean	SD
CSDI	0.032967	0.494505	0.207473	0.091825
CSDI Indikator Ekonomi	0.111111	0.777778	0.462222	0.152887
CSDI Indikator Lingkungan	0.000000	0.529412	0.120000	0.103052
CSDI Indikator Ketenagakerjaan	0.000000	0.750000	0.333125	0.152073
CSDI Indikator Hak Asasi Manusia	0.000000	0.500000	0.147500	0.125269
CSDI Indikator Masyarakat	0.000000	0.454545	0.154545	0.114483
CSDI Indikator Produk	0.000000	0.777778	0.204444	0.161611
SIZE	10.83496	1.938.330	1.489.096	1.459255
PROFILE	0.000000	1.000000	0.640000	0.482418
ROA	-0.248768	0.381650	0.048243	0.076662
DER	-6.929.927	16.74882	1.283.405	2.212.393

Sumber : Hasil olah data, 2018

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa *Corporate Social Disclosure Index* (CSDI), memiliki nilai minimum sebesar 0.032967, nilai maximum sebesar 0.494505, nilai rata-rata sebesar 0.207473 dan standar deviasi sebesar 0.091825. Nilai rata-rata tersebut dapat diartikan bahwa tingkat pengungkapan CSR sebesar 0.207473. Standar deviasi sebesar 0.091825 menunjukkan variasi yang terdapat dalam tingkat pengungkapan CSR. Dari hasil tersebut, standar deviasi menunjukkan bahwa memiliki nilai yang lebih rendah dari nilai rata-rata tingkat pengungkapan CSR yang berarti bahwa data tersebut memiliki hasil yang cukup baik karena standar deviasi tersebut menunjukkan bahwa penyimpangan data yang dimiliki dengan tingkat yang rendah.

Pada tabel diatas menunjukkan CSDI dengan indikator ekonomi, memiliki nilai minimum 0.111111, nilai maximum sebesar 0.777778, nilai rata-rata sebesar 0.462222 dan standar deviasi sebesar 0.152887.

Pada tabel diatas menunjukkan CSDI dengan indikator lingkungan, memiliki nilai minimum 0.000000, nilai maximum sebesar 0.529412, nilai rata-rata sebesar 0.120000 dan standar deviasi sebesar 0.103052.

Pada tabel diatas menunjukkan CSDI dengan indikator ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja, memiliki nilai minimum 0.000000, nilai maximum sebesar 0.750000, nilai rata-rata sebesar 0.333125 dan standar deviasi sebesar 0.152073.

Pada tabel diatas menunjukkan CSDI dengan indikator hak asasi manusia, memiliki nilai minimum 0.000000, nilai maximum sebesar 0.500000, nilai rata-rata sebesar 0.147500, dan standar deviasi sebesar 0.125269.

Pada tabel diatas menunjukkan CSDI dengan indikator kemasyarakatan, memiliki nilai minimum 0.000000, nilai maximum sebesar 0.454545, nilai rata-rata sebesar 0.154545, dan standar deviasi sebesar 0.114483.

Pada tabel diatas menunjukkan CSDI dengan indikator tanggung jawab atas produk, memiliki nilai minimum 0.000000, nilai maximum sebesar 0.777778, nilai rata-rata sebesar 0.204444, dan standar deviasi sebesar 0.161611.

Pada variabel Size (ukuran perusahaan), memiliki nilai minimum 10.83496, nilai maximum sebesar 19.38330, nilai rata-rata sebesar 14.89096 dan standar deviasi sebesar 1.459255.

Pada variabel Profile (tipe perusahaan), memiliki nilai minimum 0.000000, nilai maximum sebesar 1.000000 , nilai rata-rata sebesar 0.640000 dan standar deviasi sebesar 0.482418. Hal ini menunjukkan bahwa 0.482418 dikategorikan dikategorikan *high profile* dan 0.517582 dikategorikan perusahaan *low profile*.

Pada variabel Profitabilitas diukur menggunakan *Return on Asset* (ROA), memiliki nilai minimum -0.248768 , nilai maximum sebesar 0.381650, nilai rata-rata sebesar 0.048243 dan standar deviasi sebesar 0.076662. Hasil tersebut menjelaskan bahwa nilai rata-rata perusahaan dalam mengahasilkan keuntungan atau laba sebesar 0.048243.

Pada variabel Leverage diukur menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER), memiliki nilai minimum -6.929927, nilai maximum sebesar 16.74882, nilai rata-rata sebesar 1.283405 dan standar deviasi sebesar 2.212393. Hasil tersebut menjelaskan bahwa rata-rata nilai perusahaan yang menggunakan hutang sebesar 1.283405.

4.2 Hasil Uji Hipotesis

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk membuktikan atau menguji ada atau tidaknya hubungan yang linear (multikolinearitas) antara variabel bebas satu dengan

variabel bebas yang lain. Data dikatakan tidak ada masalah multikolinearitas ketika nilai korelasinya ≤ 0.8. Penelitian ini menunjukkan hasil *Size-Profile* memiliki nilai korelasi sebesar 0.038150 yang hasilnya ≤ 0.8 maka Ha ditolak dan Ho diterima. *Size-Return on Asset* memiliki korelasi 0.130802 yang hasilnya ≤ 0.8 maka Ha ditolak dan Ho diterima. *Size-Debt to Equity Ratio* memiliki korelasi sebesar 0.181005 yang hasilnya ≤ 0.8 maka Ha ditolak dan Ho diterima. *Profile-Return on Asset* memiliki korelasi sebesar 0.048390 yang hasilnya ≤ 0.8 maka Ha ditolak dan Ho diterima. *Profile-Debt to Equity Ratio* memiliki korelasi sebesar -0.084074 yang hasilnya ≤ 0.8 maka Ha ditolak dan Ho diterima. *Return on Asset-Debt to Equity Ratio* memiliki korelasi sebesar -0.057029 yang hasilnya ≤ 0.8 maka Ha ditolak dan Ho diterima. Dari hasil korelasi tersebut, maka data dalam penelitian ini tidak terjadi Multikolinearitas. Untuk Uji autokorelasi dengan menggunakan uji Durbin-Watson, menunjukkan hasil nilai D-$W_{statistik}$ sebesar 2.133804. Dengan n=100, k=4, dan alpha (α) = 0.05, maka nilai dL = 1.5922 dan dU = 1.7582. Sehingga nilai 4-dL = 2.4008 dan 4-dU = 2.2418. Karena nilai D-$W_{statistik}$ berada diantara nilai dU dan 4-dU, maka tidak terdapat masalah autokorelasi. Kemudian untuk Uji Heteroskedastisitas menggunakan uji *Breusch-Pagan-Godfrey*. Hasil dari uji tersebut menunjukkan besarnya probabilitas adalah 0.4405 ≥ 0.05. Maka hasilnya tidak signifikan dan artinya tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh ukuran perusahaan, tipe perusahaan, profitabiltas, dan leverage perusahaan terhadap pengungkapan CSR. Hasil uji regresi linear berganda ditunjukkan pada tabel berikut :

Dependent Variable: CSDI
Method: Least Squares
Date: 02/14/18 Time: 18:06
Sample: 1 100
Included observations: 100

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-0.128630	0.081441	-1.579421	0.1176
SIZE	0.018364	0.005520	3.326971	0.0012
PROFILE	0.075666	0.016324	4.635376	0.0000
ROA	0.205308	0.103446	1.984695	0.0501
DER	0.003362	0.003626	0.927315	0.3561

R-squared	0.309227	Mean dependent var	0.207473
Adjusted R-squared	0.280142	S.D. dependent var	0.091825
S.E. of regression	0.077908	Akaike info criterion	-2.217861
Sum squared resid	0.576622	Schwarz criterion	-2.087603
Log likelihood	115.8931	Hannan-Quinn criter.	-2.165143
F-statistic	10.63178	Durbin-Watson stat	2.133804
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber : Hasil olah data, 2018

Nilai konstanta tersebut sebesar -0.128630 yang berarti bahwa variabel dependen yaitu tingkat pengungkapan CSR memiliki nilai -0.128630 jika semua variabel independennya yakni Size, Profile, ROA dan DER dianggap nol (0) maka besarnya tingkat pengungkapan CSR sebesar -0.128630.

Nilai koefisien regresi untuk variabel ukuran perusahaan sebesar 0.018364 menunjukkan bahwa setiap kenaikan ukuran perusahaan sebesar 1, maka besarnya pengungkapan CSR naik sebesar 0.018364 dengan asumsi variabel lain konstan. Variabel tipe perusahaan menunjukkan nilai *high profile* sebesar 0.075666 yang berarti setiap kenaikan pada variabel ukuran perusahaan sebesar 1, maka akan meningkatkan besarnya pengungkapan CSR sebesar 0.075666 dengan asumsi variabel lain konstan. Variabel ROA sebesar 0.205308 menunjukkan bahwa setiap kenaikan *Return on Asset* sebesar 1, maka besarnya pengungkapan CSR naik sebesar 0.205308 dengan asumsi variabel lain konstan. Variabel DER sebesar 0.003362 menunjukkan bahwa setiap kenaikan *Debt to Equity Ratio* sebesar 1, maka besarnya pengungkapan CSR naik sebesar 0.003362 dengan asumsi variabel lain konstan.

Hasil Uji T diperoleh nilai probabilitas ukuran perusahaan sebesar 0.0012 dimana hasil tersebut < α = 0.05, maka menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR dengan tingkat kesalahan 1%. Oleh karena itu, hipotesis diterima. Untuk variabel tipe perusahaan diperoleh nilai probabilitas sebesar 0.0000 dimana hasil tersebut < α = 0.05, maka terdapat pengaruh positif dan signifikan antara tipe perusahaan terhadap pengungkapan CSR. Oleh karena itu, hipotesis diterima. Variabel profitabilitas diperoleh nilai probabilitas sebesar 0.0501 dimana hasil tersebut < α = 0.05, maka terdapat pengaruh signifikan antara ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR dengan tingkat kesalahan 10%. Oleh karena itu, hipotesis diterima. Variabel leverage diperoleh nilai probabilitas sebesar 0.3561 dimana hasil tersebut > α = 0.05, maka tidak terdapat pengaruh signifikan antara ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR. Oleh karena itu, hipotesis ditolak.

Uji f digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen (ukuran perusahaan, tipe perusahaan, profitabilitas dan leverage) berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (pengungkapan CSR). Hasil dari analisis regresi berganda, besarnya nilai Prob (F-statistic) adalah 0.000000 dimana nilai tersebut < 0.05 maka dikatakan hasilnya signifikan.

4.3 Pembahasan Hasil Penelitian

4.3.1 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR

Hasil regresi linear berganda menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR dengan probabilitas 0.0012 dengan tingkat kesalahan 1%. Hasil penelitian ini memiliki arti bahwa perusahaan yang besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan yang relatif lebih kecil. Hal ini dikarenakan, perusahaan besar memiliki tekanan politis yakni tekanan untuk melakukan kegiatan CSR lebih besar dibandingkan perusahaan yang relatif lebih kecil. Perusahaan dengan ukuran besar juga akan lebih banyak disorot oleh para investor yang memungkinkan mereka akan memperhatikan mengenai pertanggungjawaban sosial sehingga perusahaan akan menginformasikan seluruh kegiatan CSR perusahaannya. Hal ini sejalan dengan teori agensi dimana semakin besar suatu perusahaan maka biaya keagenanya pun nesar sehingga perusahaan akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Oktafia (2013), yang menjelaskan bahwa terdapat pengaruh yang positif antara ukuran perusahaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh

Amalia (2013) menjelaskan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan CSR. Namun penelitian yang dilakukan oleh Kurnianingsih (2013) mengatakan sebaliknya, dimana ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

4.3.2 Pengaruh Tipe Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR

Pengukuran tipe perusahaan menggunakan pengukuran analisis dummy. Dimana perusahaan dengan kategori *high profile* akan diberi nilai 1 sedangkan perusahaan *low profile* diberi nilai 0. Hasil regresi linear berganda menunjukkan bahwa tipe perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR dengan probabilitas 0.0000. Perusahaan dengan kategori *high profile* akan jauh lebih luas mengungkapkan CSR daripada perusahaan dengan kategori *low profile*. Hal ini karena perusahaan dengan kategori *high profile* memiliki dampak lebih besar pada lingkungan dan masyarakat atas aktivitas operasi perusahaan daripada perusahaan dengan kategori *low profile*. Perusahaan dengan kategori *high profile* memiliki kaitan yang erat dengan konsumen dan juga memiliki tingkat kompetisi yang tinggi dengan kompetitornya sehingga perusahaan *high profile* akan meningkatkan pengungkapan CSR. Hal ini sesuai dengan teori legitimasi karena manajemen akan berusaha meraih legitimasi dari masyarakat salah satunya dengan mengungkapkan informasi sosial lebih luas. Hasil penelitian tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Mukti dan Kurnia (2015) menjelaskan bahwa tipe perusahaan memiliki pengaruh signifikan yang positif terhadap pengungkapan CSR. Namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan Yuliana dan Wahidawati (2013) menjelaskan bahwa tipe perusahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan CSR.

4.3.3 Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan CSR

Hasil regresi linear berganda menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR dengan probabilitas 0.0501 dengan tingkat kesalahan sebesar 10%. Perusahaan dengan kinerja yang baik maka akan meningkatkan kinerja keuangan sehingga manajemen dalam perusahaan tersebut akan mengungkapkan lebih banyak informasi mengenai CSR. Semakin besar profitabilitas yang dimiliki perusahaan maka akan semakin besar juga informasi yang diberikan mengenai pengungkapan CSR. Hal ini sejalan dengan teori agensi dimana laba atau profit yang didapatkan perusahaan akan membuat perusahaan lebih besar memberikan informasi mengenai tanggung jawab sosial. Profit yang dimiliki perusahaan tentunya akan digunakan untuk meningkatkan kegiatan CSR, oleh karena itu perusahaan juga akan meningkatkan mengenai pengungkapan informasi tanggung jawab sosialnya. Hasil penelitian tersebut didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Fadlillah dan Andayani (2014) menjelaskan bahwa profitablitas berpengaruh positif terhadap CSR, sehingga perusahaan dengan tingkat profitabilitas tinggi cenderung memberikan pengungkapan sosial yang semakin besar. Selain itu penelitian Yuliana dan Wahidahwati (2013) menjelaskan bahwa ROA terbukti berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR sejalan dengan penelitian Sari (2012). Penelitian Mukti dan Kurnia (2015) menjelaskan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh signifikan yang positif terhadap pengungkapan CSR. Namun tidak sejalan dengan Nur & Priatinah (2012) yang menjelaskan bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR.

4.3.4 Pengaruh Leverage terhadap Pengungkapan CSR

Hasil regresi linear berganda menunjukkan bahwa leverage yang diukur dengan *Debt to Equity Ratio* (DER) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR dengan probabilitas 0.3561. Dimana perusahaan dengan nominal hutang yang besar maupun kecil tidak akan mempengaruhi pengungkapan CSR. Hal ini dikarenakan para *debtholders* sudah percaya akan kinerja dari perusahaan tersebut sehingga mereka ini tidak terlalu memperhatikan mengenai leverage dari perusahaan tersebut ketika akan memberikan dana. Hutang yang dimiliki perusahaan dengan nominal yang besar belum tentu mencerminkan perusahaan tersebut memiliki kinerja yang buruk, karena hutang tersebut bisa digunakan perusahaan untuk meningkatkan kinerja perusahaannya. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Sari (2012) menjelaskan bahwa laverage tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Mukti dan Kurnia (2015) juga menjelaskan bahwa leverage tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR. Namun hasil tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nur dan Priatinah (2012) yang menjelaskan bahwa leverage yang diproksi dengan DER memiliki pengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR.

5. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Hal ini sesuai dengan hipotesis 1 yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Semakin besar ukuran perusahaan, maka akan semakin besar tanggung jawab yang dimiliki atas aktivitas perusahaannya.
2. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa tipe perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Hal ini sesuai dengan hipotesis 2 yang menyatakan bahwa tipe perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Perusahaan dengan kategori *high profile* memiliki tanggung jawab lebih besar karena memiliki dampak yang lebih besar kepada lingkungan dan masyarakat sekitar perusahaan dibandingkan dengan perusahaan dengan kategori *low profile*. Dengan demikian perusahaan dengan kategori *high profile* akan semakin luas dalam melakukan pengungkapan CSR.
3. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan CSR. Hal ini sesuai dengan hipotesis 3 yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Semakin besar profitabilitas yang dimiliki perusahaan maka akan semakin luas pengungkapan CSR. Manajemen akan memberikan informasi sosial lebih luas karena perusahaan menggunakan profit yang dimiliki untuk mendanai kegiatan tanggung jawab sosial.
4. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa tingkat leverage tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan CSR. Hal ini tidak sesuai dengan hipotesis 4 yang menyatakan bahwa leverage berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR. Tingkat leverage yang dimiliki perusahaan baik besar maupun kecil tidak menjadi

sorotan para pemegang saham dan *debtholders* ketika mereka percaya akan kinerja perusahaan yang baik. Dengan demikian leverage perusahaan tidak mempengaruhi pengungkapan CSR perusahaan tersebut.

5.2 Saran

Dengan memperhatikan beberapa kesimpulan, maka saran-saran yang diberikan kepada perusahaan, investor dan juga untuk peneliti selanjutnya sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan, agar meningkatkan pengungkapan CSR yang lebih luas lagi karena hal tersebut akan meningkatkan nilai perusahaan.
2. Bagi investor, agar memperhatikan mengenai pengungkapan CSR perusahaan. Karena pengungkapan CSR bisa menjadi informasi untuk menentukkan investasi mana yang akan dipilih sehingga akan menghasilkan return yang maksimal.
3. Untuk penelitian selanjutnya, agar dapat menggunakan variabel-variabel yang lebih mempengaruhi dalam pengungkapan CSR. Selain itu perusahaan yang diteliti diharapkan lebih banyak lagi dan periode ditambah lagi karena terdapat perusahaan yang tidak terlalu detail dalam melakukan pengungkapan sehingga informasi yang didapatkan terbatas.

6. DAFTAR PUSTAKA

Aini, A. Kurratul, (2015), Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) Pada Perusahaan yang Terdaftar di Indeks LQ45 Bursa Efek Indonesia (BEI), **Kinerja**, Nomor 1, Volume 12, pp. 1-11.

Amalia, Dewi, (2013), Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure di Bursa Efek Indonesia, **Media Riset Akuntansi**, Nomor 1, Volume 3, pp. 34-47.

Anas, Rashid dan Annuar, (2015), The Effect of Award on CSR Disclosures in Annual Reports of Malaysian PLCs, **Social Responsibility Journal**, Nomor 4, Volume 11, pp. 831-852.

Dewi, S. Safitri dan M. P. Priyadi, (2013), Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI, **Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi,** Nomor 3, Volume 2, pp. 1-20.

Esa, E. Dan Ghazali N. A. Mohd, (2012), Corporate Social Responsibility and Corporate Governance in Malaysian Government-Linked Companies, **Corporate Governance**, Nomor 3, Volume 12, pp. 292-305

Fadlillah, R. Nur dan Andayani (2014), Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia), **Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi,** Nomor 5, Volume 3, pp. 1-15.

Giannarakis, Grigoris, (2014), Corporate Governance and Financial Characteristic Effect on The Extent of Corporate Social Responsibility Disclosure, **Social Responsibility Journal**, No 4, Volume 10, pp 569-590.

Giannarakis, Grigoris, (2014), The Determinants Influencing The Extent of CSR Disclosure, **International Journal of Law and Management**, Volume 56, Nomor 5, Pp 393-416.

Habbash, Murya, (2016), Corporate Governance and Corporate Social Responsibility Disclosure: Evidence From Saudi Arabia, **Social Responsibility Journal**, Nomor 4, Volume 12, pp. 740-754.

Indraswari, G. A. Dyah dan I.B.P. Astika, (2014), Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Kepemilikan Saham Publik Pada Pengungkapan CSR, **E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana**, Nomor 3, Volume 9, pp. 816-828.

Kamil, Ahmad dan A. Herusetya (2012), Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan Kegiatan Corporate Social Responsibility, **Media Riset Akuntansi**, Nomor 1, Volume 2, pp. 1-17.

Kiptoo, Soi dan Chepsergon, (2017), Effect of Firm Size and Board Gender on Corporate Social Responsibility Investment of Firms Listed in Nairobi Security Exchange in Kenya, **International Journal of Economics, Commerce and Management**, Nomor 11, Volume 5, pp. 725-737.

Kurnianingsih, H. Triastuti, (2013), Pengaruh Profitabilitas dan Size Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility, **Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis**, Nomor 1 Volume 13, pp. 93-111.

Mardikanto, Totok. (2014), CSR (Corporate Social Responsibility) (Tanggung Jawab Sosial Korporasi), ALFABETA, Bandung.

Mukti, Achmad dan Kurnia, (2015), Pengaruh Karakteristik Perusahaan dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility, **Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi**, Nomor 12, Volume 4, pp. 1-17

Nawaiseh, M. Ebrahim, (2015), Do Firm Size and Financial Performance Affect Corporate Social Responsibility Disclosure: Employees' and Environmental Dimensions?, **American Journal of Applied Sciences**, Nomor 12, Volume 12, pp. 967-981.

Nur, Marzully dan D. Priatinah, (2012), Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility Di Indonesia (Studi Empiris Pada Perusahaan Berkategori High Profile Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia), **Jurnal Nominal,** Nomor 1, Volume, pp. 22-34.

Oktafia, Yufenti, (2013), Pengaruh Manajemen Laba Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dengan Corporate Governance sebagai Variabel Moderasi, **Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika,** Nomor 2, Volume 2, pp. 676-704.

Puspaningrum, Yustisia, (2014), ***Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Pada***

Perusahaan Pertambangan Di Bursa Efek Indonesia), Skripsi, Program Studi Akuntansi, Universitas Negeri Yogyakarta.

Rahman, Zain dan Al-Haj, (2011), CSR Disclosures and Its Determinants: Evidence From Malaysian Government Link Companies, **Social Responsibility Journal**, Nomor 2, Volume 7, pp. 181-201.

Sari, Rizkia Anggita, (2012). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia, **Jurnal Nominal**, Nomor 1, Volume 1, pp. 124-140.

Sari, Handayani dan Nuzula, (2016), Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan dan Nilai Perusahaan (Studi Komparatif pada Perusahaan Multinasional yang Terdaftar di Bursa Efek di Indonesia dan Bursa Malaysia Tahun 2012-2015), **Jurnal Administrasi Bisnis (JAB),** Nomor 2, Volume 39, pp. 74-83.

Sayekti, Yosefa, Strategic Corporate Social Responsibility (CSR), ***Company Financial Performance, and Earning Response Coefficient : Emprical Evidence on Indonesian Listed Company***, Prociding, 2nd Global Conference on Business and Social Science-2015, GCBSS-2015, 17-18 September 2015, Bali, Indonesia.

Subiantoro, O. Hendro dan T. Mildawati (2015), Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, **Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi**, Nomor 9, Volume 4, pp. 1-21.

Tan, Benni, dan Liani, (2016), Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure and Investor Reaction, **International Journal of Economics and Financial Issues**, Volume 6, pp. 11-17.

Tufail, Kamran, Ahmad dan Anwar, (2017), Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure in Plantation & Consumer Products Industry in Pakistan, **International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences**, Nomor 2, Volume 7, pp. 54-63.

Yuliana, F. Indah dan Wahidahwati, (2013), Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility*, Dan Dampaknya Terhadap Nilai Perusahaan, **Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi**, Nomor 1, Volume 2, pp. 1-19.

Zarlia, Jessika dan Salim, (2014), Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan : Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013, **Jurnal Manajemen**, Volume 11, Nomor 2, pp. 38-55.

Laporan Tahunan Perusahaan bersumber dari www.idx.com

Pengelompokkan Sektor Industri bersumber dari www.sahamok.com

Prinsip-prinsip Pelaporan dan Pengungkapan Standar bersumber dari www.globalreporting.org/resourcelibrary/Bahasa-Indonesian-G4-Part-One.pdf