

**PENGARUH KEPEMILIKAN MANAJEMEN, PROFITABILITAS, LEVERAGE,
UKURAN DEWAN KOMISARIS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP
PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PADA
PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI BEI TAHUN 2011-2013**

***EFFECT OF OWNERSHIP OF MANAGEMENT, PROFITABILITY, LEVERAGE,
BOARD SIZE AND THE SIZE OF THE MANUFACTURING COMPANIES IN THE
STOCK EXCHANGE IN 2011-2013***

ERNA SETYOWATI

Universitas Dian Nuswantoro Semarang Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Abstract

This study aims to determine the effect of the ownership management, profitability, leverage, board size, the size of the companies on the disclosure of corporate social responsibility in the company's annual report companies listed on the stock exchange Indonesia 2011-2013. The sampling technique used in this research is purposive sampling method by taking samples of predetermined based on the intent of this study. Data analysis technique used is multiple linear regression, data testing performed using SPSS 17.

The results of this study show that (1) The ownership management not significant effect on the disclosure of corporate social responsibility (2) Profitability no significant effect on the disclosure of corporate social responsibility (3) Leverage significant positive effect on the disclosure of corporate social responsibility (4) The Board size significant effect on the disclosure of corporate social responsibility (5) The size of the company a significant effect on the disclosure of corporate social responsibility

Key words: ownership management, profitability, leverage, board size, the size of the company, the disclosure of corporate social responsibility.

1. PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG MASALAH

Kegiatan bisnis yang memanfaatkan sumber daya alam baik secara langsung maupun tidak langsung tentu memberikan dampak bagi lingkungan dan masyarakat sekitar seperti polusi, limbah, keamanan produk dan tenaga kerja. Tanggung jawab perusahaan bukan sekedar menjalankan

kegiatan ekonomi atau menciptakan profit, tetapi juga sebagai bentuk tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan. Tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan penting untuk mengurangi dampak-dampak kegiatan bisnis perusahaan. Saat ini tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan (*Corporate Social Responsibility* atau CSR) dilakukan oleh perusahaan karena

dapat digunakan untuk menyelaraskan produk dan *image* perusahaan atau bisa digunakan sebagai strategi bisnis perusahaan. Selain itu, perusahaan juga bisa menggunakan CSR sebagai motivasi untuk meningkatkan kepercayaan publik terhadap pencapaian usaha perbaikan lingkungan di sekitar perusahaan. Sebagai contoh, perusahaan rokok dapat melakukan program kemitraan dengan para petani tembakau dan program sosial lainnya untuk masyarakat sekitar perusahaan (Hapsoro, 2012).

Corporate Social Responsibility adalah *basis teory* tentang perlunya sebuah perusahaan membangun hubungan yang harmonis dengan masyarakat dan lingkungan tempat beroperasi. *Corporate Social Responsibility* merupakan bentuk tanggung jawab yang dilakukan perusahaan didalam memperbaiki kesenjangan sosial dan kerusakan-kerusakan lingkungan yang terjadi sebagai akibat dari aktivitas operasional yang dilakukan perusahaan, terutama komunitas atau masyarakat disekitar wilayah kerja. Parameter keberhasilan suatu perusahaan dalam sudut pandang CSR adalah mengedepankan prinsip moral dan etis, yakni menggapai suatu hasil terbaik tanpa merugikan kelompok masyarakat (Febrina dan Suaryana, 2011).

Sejak tanggal 23 September 2007, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*CSR disclosure*) mulai diwajibkan melalui UU Perseroan Terbatas Nomor 40 tahun 2007, khususnya untuk perusahaan-perusahaan yang hidup dari ekstraksi sumber daya alam. Dalam Pasal 74 Undang-Undang tersebut diatur tentang kewajiban pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan. Sehingga, tidak ada lagi sebutan pengungkapan tanggungjawab sosial yang sukarela, namun pengungkapan yang wajib hukumnya. Sementara itu, perkembangan CSR diluar

negeri sudah sangat populer. Bahkan dibeberapa negara, CSR digunakan sebagai salah satu indikator penilaian kinerja sebuah perusahaan dengan dicantumkannya informasi CSR didalam catatan laporan keuangan perusahaan yang bersangkutan (Utami, 2010).

Beberapa penelitian sebelumnya mengemukakan beberapa variabel berbeda yang merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Berbagai penelitian sebelumnya tersebut juga menunjukkan keanekaragaman hasil. Diantaranya, Indah Utami Dewi dan Rahmawati (2010) menyatakan ukuran perusahaan, ukuran dewan dan komisaris dan kepemilikan konstitusional, kepemilikan asing dan umur perusahaan bersama-sama berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Mutia Evi dkk (2011) meneliti mengenai ukuran perusahaan, profitabilitas dan ukuran dewan komisaris secara bersama-sama berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Djuitaningsih dan Marsyah (2012) mengemukakan mekanisme *corporate governance* yang diukur ukuran dewan komisaris, proporsi dewan komisaris independen, kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional dan ukuran komite audit tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility disclosure*. Sedangkan manajemen laba dan jumlah rapat komite audit memiliki pengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility disclosure*. Nur Marzully dan Denies (2012) mengemukakan profitabilitas, kepemilikan saham, pengungkapan media tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR sedangkan dewan komisaris dan leverage menunjukkan

pengaruh yang signifikan dan negatif terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian ini merupakan sintesis dari penelitian Evi Mutia dkk (2011) dan penelitian Rawi dan Muchlis (2011). Dari penelitian ini terdapat persamaan dengan penelitian Evi Mutia dkk (2011), yaitu penelitian ini mengenai pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur, persamaan pengambilan data yaitu dengan metode *purposive sampling*, dan persamaan variabel independen yang digunakan yaitu ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris dan profitabilitas. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu tahun data yang diteliti.

Penelitian ini menambahkan variabel independen kepemilikan manajemen dan *leverage* dari penelitian Rawi dan Muchlis (2011). Peneliti menambahkan variabel independen tersebut karena nilai koefisien korelasi (R) pada penelitian Evi Mutia dkk (2011) sebesar 0,438 (lebih kecil 0,50) dan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,192 dapat diartikan bahwa 0,808 dari nilai koefisien determinasi masih dipengaruhi variabel lain. Peneliti menambahkan variabel kepemilikan manajemen untuk mengetahui adanya pengaruh kepemilikan manajemen yang dilihat dari perbandingan jumlah kepemilikan lembar saham dengan total lembar saham. Sedangkan penambahan variabel independen *leverage* untuk mengetahui besarnya rasio yang dimiliki perusahaan atas perbandingan besarnya kewajiban yang menjadi tanggungan perusahaan dengan besarnya ekuitas. Atas dasar penelitian tersebut, maka penulis berinisiatif mengambil judul **“Pengaruh Kepemilikan Manajemen, Profitabilitas, Leverage, Ukuran Dewan Komisaris dan Ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social***

***Responsibility* pada perusahaan manufaktur di BEI tahun 2011-2013.”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka permasalahan yang akan diuji dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kepemilikan manajemen berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2011-2013?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2011-2013?
3. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2011-2013?
4. Apakah ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2011-2013?
5. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2011-2013?

1.3 Tujuan penelitian

Sesuai dengan permasalahan tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui adanya pengaruh kepemilikan manajemen terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2011-2013
2. Untuk mengetahui adanya pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan

corporate social responsibility pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2011-2013.

3. Untuk mengetahui adanya pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2011-2013.
4. Untuk mengetahui adanya pengaruh ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2011-2013.
5. Untuk mengetahui adanya pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2011-2013.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Stakeholder

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 oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut (Chariri dan Ghazali, 2007). Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut.

2.1.2 Teori Legitimasi

Konsep legitimasi berhubungan dengan bagaimana peran legitimasi dalam kehidupan sosial, khususnya pada terbentuk dan bertahannya wewenang. Dalam pengertian secara mendasar, legitimasi adalah tentang hubungan sosial tertentu yang dikukuhkan sebagai hal yang benar dan tepat

secara moral. Legitimasi adalah status atau kondisi yang terjadi ketika sistem nilai suatu entitas adalah sama dan sebangun dengan masyarakat.

Teori *legitimacy* menegaskan bahwa perusahaan terus berupaya untuk memastikan bahwa mereka beroperasi dalam bingkai dan norma yang ada dalam masyarakat atau lingkungan dimana perusahaan berada, dimana mereka berusaha untuk memastikan bahwa aktifitas mereka (perusahaan) diterima oleh pihak luar sebagai suatu yang “sah” (Deegan, 2004).

2.1.3 Teori Agensi

Adanya pemisahan kepemilikan antara prinsipal dan agen ini dalam praktiknya kadangkala menimbulkan berbagai perbedaan kepentingan diantara pihak-pihak tersebut. Agen sebagai pihak yang memiliki dan menyediakan informasi kepada prinsipal dapat saja menghambat pengambilan keputusan prinsipal apabila agen tidak bersikap transparan. Selain itu agen dapat juga melakukan tindakan-tindakan yang tidak menguntungkan perusahaan untuk mencapai kepentingannya sendiri. Perbedaan kepentingan inilah yang disebut dengan konflik agensi (*Agency Conflict*) (Wahyu, dkk. 2012).

2.1.4 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

CSR merupakan klaim agar perusahaan tidak hanya beroperasi untuk kepentingan para pemegang saham, tetapi juga untuk kepentingan pihak *stakeholders* dalam praktik bisnis, yaitu para pekerja, komunitas lokal, pemerintah, lembaga swadaya masyarakat, konsumen dan lingkungan atau yang disebut dengan *profit, people* dan *planet* (3P), yaitu tujuan bisnis tidak hanya mencari laba (*profit*), tetapi juga menyejahterakan orang (*people*) dan menjamin keberlanjutan hidup planet ini (*planet*). CSR semakin kritis dan mampu

melakukan kontrol sosial terhadap dunia usaha. (Heslin and Ochoa, 2008 dalam Hapsoro, 2012). Sejak era reformasi bergulir, masyarakat semakin kritis dan mampu melakukan kontrol sosial terhadap dunia usaha. Perubahan tingkat kesadaran masyarakat tersebut memunculkan kesadaran baru tentang pentingnya melaksanakan CSR (Daniri, 2008).

2.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

2.2.1 Kepemilikan manajemen

Ada berbagai kebijakan yang dapat diterapkan oleh para pemegang saham dalam mengatur distribusi modalnya atau kebijakan dalam membentuk struktur kepemilikan perusahaan yang mereka miliki. Ada sebagian perusahaan yang mengambil kebijakan kompensasi perusahaan bagi para manajernya dengan cara memberikan hak kepada para manajer untuk memiliki sebagian saham perusahaan (Ratnaningsih dan Hartono, 2001 dalam Rawi, 2008). Secara khusus kepemilikan manajer terhadap perusahaan atau yang biasa dikenal dengan istilah *Insider Ownership* ini didefinisikan sebagai persentase suara yang berkaitan dengan saham dan option yang dimiliki oleh manajer dan direksi suatu perusahaan (Mathiesen, 2004 dalam Rawi, 2008). Kepemilikan manajer (*insider ownership*) tersebut dapat menyebabkan munculnya *benefit* maupun *cost* bagi perusahaan, karena *insider ownership* tersebut kemudian memberikan dampak pada perilaku pihak manajemen (Jensen, 1992 dalam Rawi, 2008).

2.2.2 Profitabilitas

Rasio profitabilitas merupakan rasio yang melihat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Rasio ini menunjukkan daya untuk menghasilkan laba atas investasi yang dilihat dari sisi ekuitas para pemegang

saham. Rasio profitabilitas terdiri atas dua jenis yaitu rasio yang menunjukkan profitabilitas dalam kaitannya dengan penjualan dan rasio yang menunjukkan profitabilitas dalam kaitannya dengan investasi (Horne and John, 2007).

2.2.3 Leverage

Leverage merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* tinggi berarti sangat bergantung pada pinjaman luar untuk membiayai asetnya. Sedangkan perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* lebih rendah lebih banyak membiayai asetnya dengan modal sendiri. Tingkat *leverage* perusahaan, dengan demikian menggambarkan risiko keuangan perusahaan. teori keagenan memprediksi bahwa perusahaan dengan rasio *leverage* yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi, karena hanya keagenan perusahaan dengan struktur modal seperti itu lebih tinggi.

2.2.4 Ukuran dewan komisaris

Ukuran dewan komisaris adalah jumlah anggota dewan komisaris. Dewan komisaris adalah mekanisme pengendalian intern tertinggi bertanggung jawab untuk mengelola perusahaan secara efektif. Dewan komisaris terdiri dari *inside* dan *outside director* yang akan memiliki akses informasi khusus yang berharga dan sangat membantu dewan komisaris serta menjadikannya sebagai alat efektif dalam keputusan pengendalian. Sedangkan fungsi dari dewan komisaris itu sendiri adalah 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 (Mulyadi, 2002).

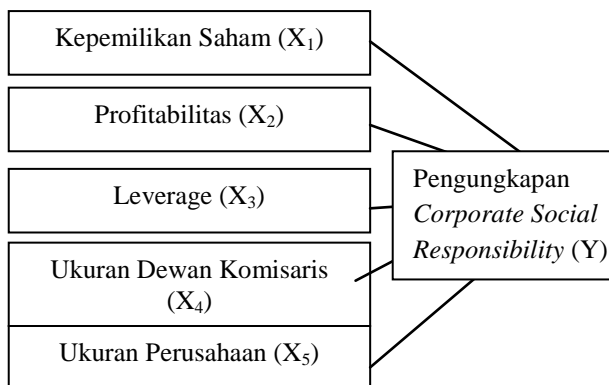
2.2.5 Ukuran perusahaan

Menurut UU No.25 tahun 2008 kategori perusahaan dapat dilihat dari kekayaan bersih perusahaan, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

2.3 Penelitian terdahulu

Penelitian ini merupakan sintesa dari dua penelitian terdahulu yang digunakan sebagai referensi penelitian ini, adapun variabel dalam penelitian terdahulu tersebut adalah profitabilitas, ukuran dewan komisaris dan ukuran perusahaan. sedangkan penambahan variabel dari penelitian terdahulu yaitu variabel kepemilikan manajemen dan leverage. Untuk itu dalam penelitian ini, peneliti menggunakan variabel kepemilikan manajemen (x_1), profitabilitas (x_2), leverage(x_3), ukuran dewan komisaris(x_4) dan ukuran dewan komisaris(x_5).

2.4 Kerangka Konseptual



2.5 Hipotesis Penelitian

2.5.1 Kepemilikan Manajemen

H1: Kepemilikan manajemen berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur.

2.5.2 Profitabilitas

H2: Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate*

Social Responsibility pada perusahaan manufaktur.

2.5.3 Leverage

H3: Leverage berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur.

2.5.4 Ukuran dewan komisaris

H4: Ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur

2.5.5 Ukuran perusahaan

H5: Ukuran perusahaan berppengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur

2.5.6 Metode Penelitian

Pada metode penelitian ini akan membahas tentang variabel penelitian dan definisi operasional, penentuan populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode pengumpulan data.

3.1 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang dapat diberi berbagai macam nilai. Teori mengekspresikan fenomena-fenomena secara sistematis melalui pernyataan hubungan antar variabel (Indirantoro, 2009).

3.1.1 Variabel Independen

Variabel Independen adalah variabel yang mempengaruhi variable dependen, baik pengaruhnya positif maupun yang pengaruhnya negatif (Ferdinand, 2006). Variabel independen dalam penelitian ini adalah kepemilikan manajemen, leverage, profitabilitas, ukuran dewan komisaris, dan ukuran perusahaan.

3.1.2 Variabel Dependen

Varibel dependen adalah varibel yang menjadi pusat perhatian penelitian

(Ferdinand, 2006). Variabel dependen yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* merupakan data yang diungkap oleh perusahaan berkaitan dengan aktivitas sosialnya yang meliputi kepedulian terhadap lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, produk, serta keterlibatan masyarakat dan umum.

3.1.3 Definisi operasional

Definisi operasional adalah penentuan construct sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Definisi operasional menjelaskan cara tertentu yang digunakan oleh peneliti dalam mengoperasionalkan construct, sehingga memungkinkan bagi peneliti yang lain untuk melakukan replikasi pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran construct yang lebih baik (Indriantoro, 2009).

1. Kepemilikan manajemen

Kepemilikan manajemen dalam penelitian ini diukur dengan prosentase saham yang dimiliki pengelola perusahaan atau manajemen yang dilihat dari laporan keuangan tahunan (*annual report*).

2. Profitabilitas

Profitabilitas dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan rumus ratio profitabilitas yang kaitannya dengan laba atas saham (*Earning Per Shares*).

3 Leverage

Leverage dihitung dengan rumus *debt to asset ratio* atau rasio utang terhadap total aktiva yang datanya dapat dilihat dari ICMD (*Indonesian Capital Market Directory*) dan Laporan keuangan tahunan yaitu *leverage ratio*.

4 Ukuran dewan komisaris

Ukuran dewan komisaris dalam penelitian ini diukur dengan jumlah anggota dewan komisaris yang dilihat dari laporan keuangan tahunan perusahaan (*annual report*).

5 Ukuran perusahaan

Ukuran perusahaan dalam penelitian ini diukur dengan melihat jumlah karyawan perusahaan dilihat dari laporan tahunan perusahaan (*annual report*).

3.2 Penentuan populasi dan sampel penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2004).

Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah seluruh perusahaan yang tercatat di BEI. Sampel dipilih dengan metode purposive sampling dengan kriteria:

1. Perusahaan menerbitkan laporan keuangan tahun 2011 – 2013 beturut-turut setiap tahun.
2. Perusahaan yang menerbitkan laporan keuangan dalam mata uang rupiah.
3. Mempunyai data keuangan lengkap sesuai data variabel yang diperlukan dalam penelitian.
4. Perusahaan mengungkapkan laporan *Corporate Social Responsibility* dalam laporan tahunan setiap tahun 2011-2013.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh seorang langsung dari aslinya. Data primer yaitu data penelitian yang

diperoleh dengan cara melakukan wawancara atau menyebarkan kuesioner kepada responden.

3.3.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui pihak lain, atau laporan historis yang telah disusun dalam arsip yang dipublikasikan atau tidak. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berupa data dokumenter yaitu berupa laporan keuangan tahunan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Laporan tahunan perusahaan yang dijadikan obyek adalah laporan tahunan perusahaan tahun 2011-2013, untuk memperoleh data, peneliti menggunakan Laporan tahunan (annual report) perusahaan manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia tahun 2011-2013.

3.4 Metode Pengumpulan Data

3.4.1 Data BEI

Data dalam penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan metode purposive sampling, pengambilan data yang tercatat di BEI. Penulis mengambil data perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Dari data perusahaan manufaktur tersebut, penulis melakukan sampling dengan menentukan kriteria-kriteria yang sudah dijelaskan sebelumnya.

3.4.2 Studi Pustaka

Studi pustaka yaitu metode pengumpulan data yang diperoleh dari buku-buku dan literature-literatur lain yang berhubungan dengan materi penelitian. Studi kepustakaan yang digunakan dalam penelitian ini merupakan penggunaan data sebagai teori dasar yang diperoleh serta dipelajari dalam kepustakaan tentang masalah penungkapan *Corporate Social Responsibility*, kepemilikan manajemen, ukuran dewan komisaris, profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan.

3.5 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis data kuantitatif yang merupakan bentuk analisis data yang menunjukkan jumlah atau banyaknya sesuatu (Indriantoro, 2009). Data tersebut dikumpulkan dan diolah, kemudian dianalisis dengan tahapan sebagai berikut:

3.5.1 Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif bertujuan untuk memberikan deskripsi mengenai subjek penelitian berdasarkan data dari variable yang diperoleh dari kelompok subjek yang diteliti dan tidak dimaksudkan untuk pengujian hipotesis (Indriantoro, 2009). Metode ini dinyatakan dalam bentuk uraian dari masing-masing variabel yang dilakukan sebelum uji hipotesis.

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

Model regresi yang baik adalah yang memenuhi seluruh uji asumsi klasik, yaitu data terdistribusi normal, tidak terjadi multikolinieritas, bebas dari autokorelasi dan homoskedastisitas.

3.5.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi secara normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan analisis statistik. Analisis grafik yang pertama adalah dengan melihat grafik histogram, jika pada grafik histogram memberikan pola distribusi yang normal (simestris/tidak mendeng), maka menunjukkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas. Cara lain yaitu dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik probabilitas plot (Normal P-P Plot). Jika grafik normal probabilitas plot menunjukkan bahwa titik-titik (yang menggambarkan data sesungguhnya) terlihat menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya maka

menunjukkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Uji normalitas dengan grafik dapat menyesatkan jika tidak hati-hati secara visual kelihatan normal, padahal secara statistic bisa sebaliknya (Ghozali, 2013). Oleh karena itu, dalam penelitian ini uji grafik dilengkapi dengan uji statistik. Uji statistic yang digunakan untuk menguji normalitas dalam penelitian ini adalah uji statistic non-parametik kolmogrov-smirnov (K-S). Uji K-S dilakukan dengan criteria pengujian jika nilai signifikansi (Asymp.Sig) < 0,05 maka data residual terdistribusi secara normal. Jika nilai signifikansi (asymp.Sig) > 0,05 maka data residual tidak berdistribusi secara normal.

3.5.2.2 Uji Multikolenearitas

Uji Multikolenearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen (Ghozali, 2013). Multikolenearitas dapat dilihat dari nilai *Tolerance* dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai tolerance > 0,10 atau sama dengan nilai VIF < 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolenearitas antar variabel independen dalam model regresi pada penelitian ini.

3.5.2.3 Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau terjadi heterokedastisitas (Ghozali, 2013).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan grafik scatterplot untuk menguji ada tidaknya heterokedastisitas.

Caranya adalah dengan melihat grafik scatterplot tersebut. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heterokedastisitas (homokedastisitas).

3.5.2.4 Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak ditemukan pada data runtut waktu (time series) karena “gangguan” pada seorang individu/atau kelompok cenderung mempengaruhi “gangguan” pada individu/kelompok yang sama pada periode berikutnya (Ghozali, 2013).

Cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi dengan Uji Durbin – Watson (DW test). Uji Durbin –Watson hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu (first order autocorrelation) dan mensyaratkan adanya intercept (konstanta) dalam model regresi dan tidak ada variabel lagi diantara variabel independen. Hipotesis yang akan diuji adalah:

Ho : tidak ada autokorelasi ($r = 0$)

HA: ada autokorelasi ($r \neq 0$)

3.5.3 Analisis Regresi

Analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (variabel penjelas/bebas),

dengan tujuan untuk mengestimasi dan/atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui (Gujarati, 2003). Hasil analisis regresi adalah berupa koefisien untuk masing-masing variabel independen.

Dalam analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Untuk regresi yang variabel independennya terdiri atas dua atau lebih, regresinya disebut juga dengan regresi berganda. Oleh karena itu, variabel independen dalam penelitian ini mempunyai lima variabel, maka regresi yang digunakan dalam penelitian ini disebut regresi berganda.

Analisis regresi berganda dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen (kepemilikan manajemen, leverage, profitabilitas, ukuran perusahaan) terhadap variabel dependen pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Adapun bentuk umum persamaan regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Keterangan:

Y = Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

a = Konstanta

b_i = $i = 1,2,3,4$ = koefisien regresi

X_1 = Kepemilikan manajemen

X_2 = Profitabilitas

X_3 = leverage

X_4 = Ukuran dewan komisaris

X_5 = Ukuran perusahaan

e = pengaruh variabel lain (*epsilon*) atau residual (*error term*)

3.5.4 Uji Hipotesis

3.5.4.1 Uji Simultan (Uji F)

Uji statistik F menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen (Ghozali, 2013). Uji ini dilakukan dengan membandingkan antara nilai F dihitung dengan nilai F table dengan menggunakan tingkat signifikan sebesar 5%. Jika nilai F hitung lebih besar dari F table maka secara bersama-sama seluruh variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Selain itu, dapat juga dengan melihat probabilitas. Jika nilai probabilitas lebih kecil daripada 0,05 (untuk nilai signifikan = 5%), maka variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Sedangankan jika nilai probabilitas lebih besar daripada 0,05 maka variabel independennya secara serentak tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

3.5.4.2 Uji Parsial (Uji t)

Uji statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual (parsial) dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2013). Pada dasarnya Uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah satu parameter (b_i) sama dengan nol, atau:

$$H_0 : b_i = 0$$

Artinya apakah suatu variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis alternatifnya (H_A) parameter suatu variabel yang tidak sama dengan nol, atau:

HA : $b_i \neq 0$

Tabel 4.1
Sampel Perusahaan

Artinya, variabel tersebut merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

3.5.4.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (*crosssection*) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu (*time series*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi (Ghozali, 2013).

No	Keterangan	Jumlah
1	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2011-2013	161
2	Perusahaan yang tidak mengungkapkan di Bursa efek Indonesia tahun 2011-2013 berturut-turut.	(86)
3	Perusahaan yang mengungkapkan laporan keuangan dalam mata uang Dollar	(25)
4	Perusahaan yang mengungkapkan data lengkap sesuai variabel penelitian tahun 2011-2013	(34)
5	Perusahaan yang mengungkapkan laporan sosial perusahaan tahun 2011-2013	(10)
	Jumlah sampel x 3 tahun	48

Sumber: Data Sekunder yang diolah

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi penelitian

Perusahaan yang digunakan sebagai objek penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) selama 3 periode, yaitu mulai periode 2011 sampai dengan periode 2013. Perusahaan manufaktur dipilih karena perusahaan manufaktur kegiatan produksinya mengubah bahan mentah menjadi barang jadi yang secara langsung berhubungan dengan alam, sehingga memiliki tanggung jawab lebih untuk lingkungan dan sosial.

Populasi dalam penelitian ini sebanyak 161 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2011-2013 dengan sampel yang digunakan peneliti sebanyak 16 perusahaan.

4.2 Statistik deskriptif

CSR memiliki nilai minimum sebesar 0,128, nilai maksimum 0,641. Nilai rata-rata CSR yaitu 0,23740 dengan standar deviasi sebesar 0,125535. Kepemilikan manajemen memiliki nilai minimum sebesar 0,09 dan nilai maksimumnya 76,340, nilai rata rata kepemilikan manajemen yaitu 1,431081⁻⁸ dengan standar deviasi sebesar 24,133296.

Profitabilitas (EPS) mempunyai nilai minimum -100 dan nilai maksimumnya yaitu 891,5 nilai rata-rata profitabilitas sebesar 8,05231⁻⁶ dengan standar deviasi 161,760473. *Leverage* mempunyai nilai minimum sebesar 0,01, nilai maksimum sebesar 0,929, nilai rata-rata sebesar 0,51435 dengan standar deviasi sebesar 0,253953. Ukuran dewan komisaris mempunyai nilai minimum sebesar 2,00 dan nilai maksimum sebesar 11,00, adapun nilai rata-ratanya yaitu 4,22917 dengan standar deviasi sebesar 1,904525. Kemudian ukuran perusahaan mempunyai nilai minimum 83, nilai maksimumnya yaitu 1,8550⁻⁶. Nilai rata-rata ukuran perusahaan 1,47204⁻⁸ dengan standar deviasi 4,029514⁻².

4.3 Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik dilakukan untuk mengetahui kondisi data yang digunakan dalam penelitian ini. Hal ini dilakukan agar memperoleh model analisis yang tepat untuk digunakan dalam penelitian ini. Adapun uji asumsi klasik yang dilakukan adalah uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heterokedastisitas, uji autokorelasi.

Hasil dari analisis data dengan menggunakan uji asumsi klasik adalah sebagai berikut:

4.3.1 Uji Normalitas

Pengujian distribusi data bertujuan untuk pengujian suatu data penelitian apakah dalam model statistik, variabel yang terikat dan variabel bebas berdistribusi normal atau tidak berdistribusi normal. Distribusi data normal menggunakan statistik ortparametrik sebagai alat pengujian. Sedangkan distribusi tidak normal digunakan untuk analisis pengujian statistik non parametrik, untuk mengetahui distribusi data suatu penelitian, salah satu alat yang digunakan adalah menggunakan uji *Kolmogrov Smirnov*. Menurut Ghozali (2005), bahwa distribusi data dapat dilihat dengan membandingkan Z

hitung dengan Z tabel dengan kriteria sebagai berikut:

- Jika Z hitung (*Kolmogrov Smirnov*) < Z tabel (1,96), maka data dikatakan normal.
- Jika Z hitung (*Kolmogrov Smirnov*) > Z tabel (1,96) maka distribusi data dikatakan normal.

Dari hasil pengujian tersebut diketahui besarnya nilai *Unstandardized Residual* memiliki distribusi normal. Hal ini dapat dilihat dari nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* > 0.05, yaitu sebesar 0,209.

4.3.2 Uji Multikolinieritas

Hasil pengujian *tolerance* menunjukkan tidak ada variabel bebas yang memiliki nilai *tolerance* lebih dari 0,10 (10%). Hasil perhitungan VIF juga menunjukkan bahwa tidak ada satu variabel bebas yang memiliki nilai lebih dari 10. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikorelasi antara variabel dalam model regresi.

4.3.3 Uji Autokorelasi

Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh nilai D-W sebesar 1,560. Sedangkan nilai du dan dl 1,771 dan 1,335 serta nilai (4-du) dan (4-dl) sebesar 2,229 dan 2,665.

Ada Korelasi Positif	<i>Inconclusive</i> 1,560	BEBAS	<i>Inconclusive</i>	Ada Korelasi Negatif	
0	dl	du	(4-du)	(4-dl)	4
	1,335	1,771	2,229	2,656	

Dengan demikian nilai DW berada didaerah ragu-ragu terkena autokorelasi. Karena berada didaerah ragu-ragu maka diperlukan uji lanjutan untuk menentukan ada atau tidaknya autokorelasi, sehingga digunakan *run test*.

Dari output runs test diketahui nilai signifikansi 0,109. Karena nilai signifikansi $> 0,05$ maka data sudah bebas dari masalah autokorelasi.

4.3.4 Uji Heterokedastisitas

Hasil output dari uji heterokedastisitas pada tabel 4.7 menunjukkan bahwa variabel kepemilikan manajemen sebesar 0,986, profitabilitas sebesar 0,482, *leverage* 0,460, ukuran dewan komisaris sebesar 0,149 dan ukuran perusahaan sebesar 0,717 signifikansinya $> 0,05$ yang artinya terbebas dari heterokedastisitas.

4.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini menggunakan koefisien beta tidak standar (*unstandardized coefficient*). Persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{CSR} = 0,152 + 0,001\text{KM} + 9,41 \cdot 10^{-5}\text{EPS} - 0,256\text{LEV} + 0,053\text{UDK} - 1,570 \cdot 10^{-6}\text{UP}$$

Dari persamaan regresi linier berganda dapat dijelaskan:

- Konstanta sebesar 0,152 menyatakan bahwa apabila variabel KM, EPS, LEV, UDK, UP sama dengan 0, maka variabel CSR sebesar 0,152
- Koefisien regresi KM sebesar 0,001 adalah positif, sehingga dapat dikatakan bahwa setiap kenaikan satu satuan KM akan meningkatkan nilai CSR sebesar 0,001 apabila EPS, LEV, UDK, UP tetap.
- Koefisien regresi EPS sebesar $9,410 \cdot 10^{-5}$ adalah positif, sehingga dapat dikatakan bahwa setiap kenaikan satu satuan pada EPS akan meningkatkan nilai CSR sebesar $9,410 \cdot 10^{-5}$ apabila variabel KM, LEV, UDK, UP tetap.

- Koefisien regresi LEV sebesar -0,256 adalah negatif, sehingga dapat dikatakan bahwa setiap kenaikan satu satuan pada LEV akan meningkatkan nilai CSR sebesar -0,256 apabila variabel KM, EPS, UDK, UP tetap.
- Koefisien regresi UDK sebesar 0,053 adalah positif, sehingga dapat dikatakan bahwa setiap kenaikan satu satuan pada UDK akan menurunkan nilai CSR sebesar -0,350, apabila KM, EPS, LEV, UP tetap.
- Koefisien regresi UP sebesar $-1,570 \cdot 10^{-6}$ adalah negatif, sehingga dapat dikatakan bahwa setiap kenaikan satu satuan pada UP akan menurunkan CSR sebesar $-1,570 \cdot 10^{-6}$, apabila KM, EPS, LEV, UDK tetap.

4.5 Pengujian hipotesis

4.5.1 Uji Simultan (Uji F)

Berdasarkan hasil Uji ANOVA atau F test didapat nilai F hitung sebesar 5,727 dengan probabilitas 0,000. Karena probabilitas lebih kecil dari 0,05, maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi CSR atau dapat dikatakan bahwa kepemilikan manajemen, profitabilitas, *leverage*, ukuran dewan komisaris dan ukuran perusahaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap CSR.

4.5.2 Pengujian Parsial (Uji t)

- Pengaruh kepemilikan manajemen terhadap *Corporate Social Responsibility*
Hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS diperoleh nilai t hitung sebesar 0,863 dan nilai probabilitas signifikansi 0,393 lebih besar dibandingkan taraf signifikansi $\alpha=5\%=0,05$, maka H_0 ditolak, sehingga dapat dikatakan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan

- antara kepemilikan manajemen terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* secara parsial, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama (Ha1) ditolak.
- b. Pengaruh profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility*
 Hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS diperoleh nilai t hitung sebesar 0,991 dan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,327 lebih besar dibandingkan taraf signifikansi $\alpha=5\%=0,05$, maka Ha2 ditolak, sehingga dapat dikatakan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikansi antara profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* secara parsial, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua (Ha2) ditolak.
- c. Pengaruh *leverage* terhadap *Corporate Social Responsibility*
 hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS diperoleh nilai t hitung sebesar -3,719 dan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,001 lebih kecil dibandingkan taraf signifikansi $\alpha=5\%=0,05$, maka Ha3 diterima, sehingga dapat dikatakan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara *leverage* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* secara parsial, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga (Ha3) diterima.
- d. Pengaruh ukuran dewan komisaris terhadap *Corporate Social Responsibility*
 hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS diperoleh nilai t hitung sebesar 3,558 dan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,001 lebih kecil dibandingkan taraf signifikansi $\alpha=5\%=0,05$, maka Ha4

diterima, sehingga dapat dikatakan bahwa ada pengaruh signifikan antara ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* secara parsial, sehingga dapat disimpulkan bahwa Ha4 diterima.

- e. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility*
 hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS diperoleh nilai t hitung -2,143 dan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,038 lebih kecil dibandingkan taraf signifikansi $\alpha=5\%=0,05$, maka Ha5 diterima, sehingga dapat dikatakan bahwa ada pengaruh signifikan antara ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* secara parsial, sehingga dapat disimpulkan bahwa Ha5 diterima.

4.5.3 Koefisien Determinasi

Dari hasil output model summary dapat dijelaskan bahwa besarnya *Adjusted R Square* adalah 0,335, hal ini berarti 33,5 % variasi CSR dapat dijelaskan oleh variasi dari kelima variabel independen kepemilikan manajemen, profitabilitas, leverage, ukuran dewan komisaris, ukuran perusahaan. Sedangkan sisanya (100%-33,5=67,5%) dijelaskan oleh sebab-sebab lain diluar model.

4.6 Pembahasan

4.6.1 Pengaruh Kepemilikan Manajemen terhadap *Corporate Social Responsibility*

Hasil penelitian menunjukkan nilai t hitung sebesar 0,863 dan nilai signifikansi sebesar 0,393 lebih besar dari taraf signifikansi yaitu 0,05. Sehingga hasil penelitian menunjukkan hasil yang menolak

hipotesis yang diajukan. Dapat diartikan bahwa kepemilikan manajemen tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Dari analisis penulis yang dilihat dari data mentah pada penelitian ini, dapat dijelaskan bahwa variabel kepemilikan manajemen tidak berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility disclosure* pada perusahaan yang penulis teliti. Dalam penelitian ini penulis dapat melihat struktur kepemilikan saham pada perusahaan dari investor maupun manajemen itu sendiri tidak mempengaruhi kinerja manajemen dalam pengungkapan tanggung jawabnya pada lingkungan sekitar. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis kepemilikan manajemen mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* tidak diterima juga menunjukkan tidak mendukung teori legitimasi yang menjelaskan adanya kontrak sosial antara perusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber ekonomi.

4.6.2 Pengaruh Profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility*

Rasio profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa efektif perusahaan beroperasi sehingga menghasilkan keuntungan bagi perusahaan.. Hasil penelitian menunjukkan nilai diperoleh nilai t hitung sebesar 0,991 dan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,327 lebih besar dibandingkan taraf signifikansi sebesar 0,05. Sehingga dapat dikatakan bahwa profitabilitas suatu perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Hasil penelitian ini tidak dapat mendukung hipotesis yang diajukan yaitu profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Dalam penelitian ini, profitabilitas yang dinilai dengan EPS (*Earning Per Share*) menunjukkan hasil yang tidak signifikan. Dapat dikatakan bahwa besar kecilnya laba yang diterima oleh perusahaan, tidak mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan. Perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi belum tentu lebih banyak melakukan aktivitas sosial karena perusahaan lebih berorientasi pada pencapaian laba semata.

4.6.3 Pengaruh *Leverage* terhadap *Corporate Social Responsibility*

Leverage adalah alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan nilai diperoleh nilai t hitung sebesar -3,719 dan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,001 lebih kecil dibandingkan taraf signifikansi 0,05. Sehingga dapat dikatakan bahwa *leverage* suatu perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Hasil penelitian ini mendukung hipotesis yang diajukan yaitu bahwa *leverage* berpengaruh secara signifikan dan negatif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Leverage yang digunakan dengan harapan dapat meningkatkan pengembalian ke para pemegang saham. *Leverage* yang menguntungkan terjadi jika perusahaan dapat menghasilkan pendapatan yang lebih tinggi dengan menggunakan dana yang didapat dalam bentuk biaya tetap tersebut dari pada biaya pendanaan tetap yang harus dibayar. Sedangkan *leverage* yang tidak menguntungkan terjadi jika perusahaan tidak memiliki hasil sebanyak biaya pendanaan tetapnya (Horne and John, 2007). Dalam penelitian ini, *leverage* menunjukkan hasil yang signifikan. Dapat dikatakan bahwa

tinggi rendah *leverage* perusahaan, mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan.

4.6.4 Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris terhadap *Corporate Social Responsibility*

Hasil penelitian ini menunjukkan nilai *t* hitung sebesar 3,558 dan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,001 lebih kecil dibandingkan taraf signifikansi 0,05. Sehingga dapat dikatakan bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Penelitian ini juga mendukung hipotesis yang diajukan yaitu ukuran dewan komisaris independen berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Dapat dikatakan bahwa ukuran dewan komisaris yang dalam penelitian ini diproksikan dengan jumlah personel dewan komisaris dan independensi dewan komisaris sebagai pengontrol aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan, karena dewan komisaris akan mendukung kegiatan-kegiatan dalam melaksanakan tanggung jawab perusahaan.

Hasil penelitian ini mendukung teori legitimasi yang menyatakan bahwa hal yang penting bagi organisasi adalah batasan-batasan yang ditekankan oleh norma-norma dan nilai sosial dan reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya analisis perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan. Dewan komisaris akan menentukan kebijakan perusahaan termasuk praktek dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Tujuan perusahaan untuk mendapatkan legitimasi dari pemegang saham dengan mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* akan diperoleh karena keberadaan dewan komisaris akan memberikan pengendalian dan pengawasan.

4.6.5 Pengaruh ukuran perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility*

Ukuran perusahaan merupakan salah satu ukuran yang penting yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Perusahaan yang memiliki biaya keagenan lebih besar akan mengungkapkan informasi lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut. Disamping itu, perusahaan besar merupakan emiten yang paling banyak disoroti, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya-biaya politik sebagai wujud tanggung jawab sosial.

Hasil pengujian dalam penelitian ini menunjukkan *t* hitung sebanyak -2,413 dan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,038 lebih kecil dibandingkan taraf signifikansi 0,05 terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Sehingga penelitian ini mendukung hipotesis yang diajukan yaitu ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Ukuran perusahaan turut menentukan tingkat kepercayaan investor. Semakin besar perusahaan, maka akan semakin dikenal oleh masyarakat.

5. PENUTUP

5.1 kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, penelitian ini menyimpulkan bahwa:

1. Dari hasil pengujian parsial menunjukkan:
 - a. Variabel kepemilikan manajemen yang diproksi dengan presentase total saham manajemen yaitu saham yang dimiliki oleh dewan komisaris dan direksi tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social*

- Responsibility* dengan nilai signifikansi sebesar 0,393.
- b. Variabel profitabilitas dengan proksi *Earning Per Share* (EPS) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dengan nilai signifikansi sebesar 0,327.
 - c. Variabel *leverage* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dengan nilai signifikansi sebesar 0,001.
 - d. Variabel ukuran dengan komisaris dengan proksi jumlah personil dewan komisaris berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dengan nilai signifikansi sebesar 0,001.
 - e. Variabel ukuran perusahaan dengan proksi jumlah karyawan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dengan nilai signifikansi sebesar 0,038.
2. Dari hasil pengujian secara simultan variabel kepemilikan manajemen, profitabilitas, leverage, ukuran dewan komisaris, ukuran perusahaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
 3. Dilihat dari koefisien determinasi menunjukkan bahwa 33,5% variabel pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dapat dijelaskan oleh variasi kepemilikan manajemen, profitabilitas, leverage, ukuran dewan komisaris, ukuran perusahaan sedangkan sisanya 66,5% dijelaskan oleh variabel lain diluar model ini.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah

1. Jumlah sampel yang terbatas dan data yang tersedia hanya untuk periode 3 tahun (2011-2013).
2. Terdapat unsur subjektif dalam menentukan indeks 78 item pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil analisis pembahasan serta beberapa kesimpulan pada penelitian ini, adapun saran-saran yang dapat diberikan melalui penelitian ini antara lain:

1. Bagi Peneliti Selanjutnya
 - a. Periode penelitian sebaiknya ditambah supaya periode penelitian lebih panjang sehingga semakin banyak jumlah pengamatan.
 - b. Penelitian selanjutnya dapat melakukan metode pengambilan sample dengan metode lain selain *purposive sampling* seperti *random sampling* sehingga diperoleh jumlah sampel yang lebih besar.
 - c. Peneliti selanjutnya dapat menggunakan item pengungkapan CSR yang berbeda sehingga bisa terjadi kebergaman penelitian. Contoh pengungkapan item *Corporate Social Responsibility* lain adalah *Global Reporting Initiative* (GRI).
 - d. Penelitian selanjutnya bisa menambahkan variabel lain untuk mengungkapkan pengaruh yang lebih besar terhadap *Corporate Social Responsibility* yang belum digunakan dalam penelitian ini misalnya kepemilikan

institusional, kepemilikan asing, pertumbuhan perusahaan, umur perusahaan, pengungkapan media.

2. Bagi perusahaan

Sebaiknya perusahaan tidak hanya melaporkan pelaporan wajib saja dalam laporan keuangan tahunannya, tetapi juga melaporkan tentang kegiatan tanggung jawab sosialnya. Kegiatan *Corporate Social Responsibility* akan mendatangkan banyak keuntungan bagi perusahaan, pemegang saham dan *stakeholder*. Dari keuntungan tersebut diharapkan perusahaan lebih peduli terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dimasa mendatang dan perusahaan lebih menyadari pentingnya pengungkapan CSR untuk keberlangsungan usaha jangka panjang perusahaan.

3. Bagi Investor

Sebaiknya jika investor ingin berinvestasi diperusahaan sampel dengan melihat *Corporate Social Responsibility* perusahaan tersebut. Jika perusahaan mengungkapkan banyak *Corporate Social Responsibility* maka perusahaan tersebut memiliki hutang sedikit. Dan sebaliknya, jika perusahaan mengungkapkan sedikit *Corporate Social Responsibility* maka perusahaan tersebut memiliki banyak hutang.

Daftar Pustaka

- Chariri, anis dan Imam Ghozali.2007.*Teori Akuntansi Edisi3*.Badan Penerbit Universitas Diponegoro:Semarang.
- Daniri, Mas Achmad.2008a."Standarisasi tanggung jawab sosial perusahaan".http://www.madani_ri.com
- Deegan, C.2004.*Financial Accounting Theory*.The Mc Graw-Hill:CompaniesInc.
- Djuitaningsih, tita dan Maryah, Wahdatul A.2012."Pengaruh Manajemen Laba dan Mekanisme *Corporate Governance* terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*".Media Riset Akuntansi, Vol. 2 No.2.
- Evandini, christa.2014.*Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI*. *Diponegoro Journal Of Accounting*. Volume 3 Nomor 3 Tahun 2014:1-11.
- Febrina, IGN Agung Suaryana. 2011. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kebijakan Pengungkapan Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia. *SNA XIV Aceh*
- Ferdinand, Agusty.2006.*Metode Penelitian Manajemen*.Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam.2013.*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*.Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, Nor.2011.*Corporate Social Responsibility*.Yogyakarta:Graha Ilmu
- Hapsoro, Dody.2012.*Pengaruh Coporate Governance dan Kualitas Audit terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility*.Jurnal Akuntansi dan Manajemen Vol 23, No.3, Desember 2012.STIE YKPN.
- Hornes, James C.V dan John M.W.2005.*Prinsip-prinsip manajemen keuangan Fundamentals of management*. Edisi 13.Buku 2. Jakarta:Salemba Empat.
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo.2009.*Metodologi Penelitian*

- dan *Bisnis*. Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Jalal, 2010. Selamat Datang ISO 26000. www.csr.Indonesia.com
- Mulyadi. 2002. *Auditing: Jilid 1 Edisi Enam*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mutia, Evi dkk., 2011. *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Ukuran Dewan Komisaris terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. Jurnal telaah dan riset akuntansi. Vol 4 No.2 Juli 2011: 187-201
- Nur, Marzully dan Priatinah, Denies. 2012. *Analisis Faktor - faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility di Indonesia (studi empiris pada perusahaan yang berkategori high profile yang listing di BEI)*. Jurnal Nominal Volume 1 Nomor 1 tahun 2012.
- Rawi dan Muchlis, Munawar. 2010. *Kepemilikan Manajemen, kepemilikan institusional, leverage dan Corporate Social Responsibility*. Simposium Nasional XIII Purwokerto.
- Undang-Undang Perseroan Terbatas No.40 tahun 2007.
- Utami, Indah Dewi dan Rahmawati. 2010. *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Asing dan Umur Perusahaan terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. Jurnal akuntansi dan manajemen. Vol.2 No.3 Desember 2010:297-306
- Wahyu, Ika S.D dan Apriweni, Prima. 2012. *Pengaruh Mekanisme Corporate Governance, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas terhadap Luas Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2007-2009*. Vol 1 No1 Februari 2012.
- Wibisono, Yusuf. 2007. *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*. Fascho Publishing: Gresik.
- Yuliana, Rita., Dkk. 2008. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dan dampaknya terhadap investor*. Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia. Volume 5 Nomor 2.
- Zaenuddin, Achmad. 2007. *Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap Praktek Pengungkapan Sosial dan Lingkungan pada Perusahaan Manufaktur Go Publik*. Tesis. Universitas Diponegoro.

