

ANALISIS PENGARUH *PROFITABILITAS, LEVERAGE, UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE*

(Pada Industri Manufaktur Sektor Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI pada tahun 2014-2015)

Oleh:

Eko Sudarmanto

Prodi Akuntansi, FEB Universitas Muhammadiyah Tangerang

Email: mazeko.aljawi@gmail.com

Rio Amanda Muhammad

Prodi Akuntansi, FEB Universitas Muhammadiyah Tangerang

Email: Rio.amanda.ra91@gmail.com

ABSTRACT

Research this aims to prove the influence Profitability, Leverage , and the size of the company towards Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR D). In my Research this profitability is measured using Return On Assets (ROA), leverage is measured by using the Debt to Equity Ratio (DER), and the size of a company is measured with The Natural logarithm (Ln) of total assets. Whereas Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR D) was measured by Comparing the total of items disclosed with a total of items that should have been disclosed. In my Research this indicator CSR disclosure using the Global Reporting Initiative (GRI) version of the G4 with 91 indicators. Research this use of the sample companies manufacturing with the sector goods the consumption of which is registered in BEI during the year 2014 – 2015 with a purposive sampling method. There are 25 companies that meet the criteria for 2014-2015. Types of data used in the Research it is secondary data. Methods of analysis used is the analysis of the multiple linear regression. The results of the the research is pointing that in partial profitability , and the size of the company's influential positive and significant towards Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR D). While the leverage effect negative and not significantly towards Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR D). And simultaneous profitability, leverage, and the size of the company's influential significant towards Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR D).

Keywords: *Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR D), Profitability, Leverage, The Size Of The Company*

PENDAHULUAN

Latar Belakang Penelitian

Perusahaan sebagai bagian dari masyarakat dan lingkungan perlu menyadari bahwa keberhasilan atau prestasi yang dicapai bukan hanya dipengaruhi oleh faktor internal melainkan juga dipengaruhi oleh masyarakat dan lingkungan atau komunitas di sekitar perusahaan (Rahman, 2009).

Lingkungan saat ini menjadi isu penting yang berkembang di masyarakat. Keberlangsungan lingkungan menjadi hal yang disorot banyak pihak akibat kerap terabaikannya kondisi lingkungan oleh perusahaan. Lingkungan bagi perusahaan juga memiliki pengaruh yang penting tidak hanya bagi lingkungan *intern* perusahaan namun juga *ekstern*. Salah satu bentuk pertanggungjawaban sosial dan lingkungan yang dilakukan perusahaan adalah melalui pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Untung, 2008). Kok *et al.* 2001 (dalam Saleh, *et al.*, 2010) menyatakan bahwa CSR merupakan suatu pernyataan umum yang mengindikasikan kewajiban perusahaan untuk menggunakan sumber daya ekonomi yang dimiliki dalam setiap aktivitas bisnis perusahaan yang dilakukan guna menyediakan dan memberikan kontribusi kepada *stakeholder*. Keberadaan perusahaan dalam jangka panjang memerlukan dukungan *stakeholder*. Hal ini menunjukkan bahwa pertanggungjawaban sosial

yang dilakukan perusahaan ditujukan bagi para pemangku kepentingan (*stakeholder*) dalam seluruh kegiatan perusahaan demi mewujudkan harmonisasi ekonomi, sosial, dan lingkungan secara berimbang.

Pertanggungjawaban sosial yang dilakukan perusahaan perlu disampaikan kepada *stakeholder*. Adanya tuntutan terhadap perusahaan untuk memberikan informasi yang transparan, memiliki akuntabilitas, dan tata kelola perusahaan yang semakin baik, memaksa perusahaan untuk memberikan informasi berkaitan dengan aktivitas sosial yang dilakukan (Anggraini, 2006).

Perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottomline*, yaitu hanya pada kondisi keuangan. Namun, dengan berkembangnya konsep *Triple Bottom Line* yang dikemukakan oleh John Elkington pada tahun 1997, perusahaan kini dihadapkan pada tiga konsep yaitu *profit* (keuntungan), *people* (manusia), dan *planet* (lingkungan). Keberlanjutan perusahaan akan terjamin apabila orientasi perusahaan bergeser dari yang semula bertitik tolak hanya pada ukuran kinerja ekonomi, kini juga harus bertitik tolak pada keseimbangan lingkungan dan masyarakat dengan memperhatikan berbagai dampak sosial (Hadi, 2011).

Salah satu contoh kasus yang sering ditemui akhir-akhir ini adalah tentang kasus hak pekerja, yaitu

perselisihan antara pekerja buruh atau demo buruh yang sering kita lihat di media televisi, audio, maupun cetak. Mereka menuntut untuk kesejahteraan yang lebih baik lagi dari jaminan sosial, jaminan kesehatan, dan standar pengupahan yang layak. Adapun undang-undang yang mengatur untuk kepentingan dan untuk melindungi buruh atau pekerja, yaitu undang-undang No. 13 tahun 2003 tentang ketenagakerjaan. Pada tanggal 24 November 2015 ribuan buruh melakukan aksi long march dengan berjalan kaki dari Bandung menuju Jakarta guna melakukan aksi mogok kerja nasional. Hal ini dilakukan sebagai bentuk penolakan atas diterbitkannya Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 78 tahun 2015 tentang pengupahan yang berisi formula kenaikan upah minimum yang hanya berdasarkan inflasi dan Produk Domestik Bruto (Liputan6.com).

Oleh karena itu, perlu adanya pengungkapan (*disclosure*) atas pertanggungjawaban sosial yang dilakukan perusahaan. Salah satu media pengungkapan tersebut adalah melalui laporan tahunan (*annual report*) perusahaan (Jenkins dan Yakovleva, 2005 dalam Muniandy dan Barnes, 2010). Pengungkapan pertanggungjawaban sosial memainkan peranan penting bagi perusahaan. Hal ini dikarenakan perusahaan hidup di lingkungan masyarakat dan setiap aktivitas atau operasional perusahaan memiliki dampak sosial dan lingkungan (Ghozali dan Chariri, 2007).

Di Indonesia kewajiban perusahaan untuk melaksanakan

pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*CSR*) diatur dalam beberapa peraturan atau perundangan seperti Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT) dalam pasal 74 (1) yang menyatakan bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usaha di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Selain itu, juga terdapat dalam Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal (UUPM) yaitu pada pasal 15 (b) yang menyatakan bahwa setiap penanam modal wajib melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan dan pada pasal 16 yang menyatakan bahwa setiap penanam modal bertanggung jawab menjaga kelestarian lingkungan hidup dan menciptakan keselamatan, kesehatan, kenyamanan, dan kesejahteraan pekerja.

Menurut Ghozali (2007) juga menjelaskan bahwa pengungkapan (*disclosure*) memiliki arti tidak menutupi atau tidak menyembunyikan. Apabila berhubungan dengan data, pengungkapan mempunyai arti memberikan data yang bermanfaat kepada pihak yang memerlukan data. Informasi yang diberikan tersebut harus lengkap dan dapat menggambarkan secara jelas tentang kondisi perusahaan. Pengungkapan CSR dapat disajikan pelaporannya terpisah atau juga bisa digabung dalam laporan tahunan perusahaan. pelaporan tanggung jawab sosial atau

CSR sama dengan pelaporan kinerja keuangan.

Menurut Iswanto (2010) dalam Elisnawati (2015), dengan menjalankan CSR maka perusahaan di masa mendatang akan semakin meningkat dalam reputasinya di masyarakat, yang akan berdampak pada profitabilitas perusahaan. Nilai *profitabilitas* akan diperoleh karena citra dan reputasi di masyarakat meningkat karena efek yang secara konsisten menjalankan CSR dan berkontribusi bagi peningkatan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat. Faktor ini sangatlah menguntungkan perusahaan dalam jangka panjang.

Profit atau keuntungan merupakan suatu bentuk tanggung jawab yang harus dicapai perusahaan, bukan mainstream ekonomi yang dijadikan pijakan filosofis operasional perusahaan, keuntungan merupakan orientasi utama perusahaan. Untuk mengukur tingkat keuntungan suatu perusahaan digunakan rasio keuntungan atau rasio *profitabilitas* yang dikenal juga dengan nama rasio rentabilitas. Rasio *profitabilitas* merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Dengan memperoleh laba yang maksimal, perusahaan dapat berbuat banyak bagi kesejahteraan pemilik, karyawan serta meningkatkan mutu produk dan melakukan investasi (Kasmir,2012).

Leverage diukur dengan menggunakan *DER (Debt Equity Ratio)*. *DER* digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu hutang. Teori agensi menyatakan bahwa manajemen perusahaan dengan tingkat *Leverage* tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *debtholders* (Irmawati,2011).

Menurut Sembiring (2005) dalam Maria Wijaya (2012), semakin besar suatu perusahaan maka biaya keagenan yang muncul juga semakin besar. Perusahaan yang besar cenderung mengungkapkan informasi sosial secara lebih luas. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial tercermin dalam teori agensi yang menjelaskan bahwa perusahaan besar mempunyai biaya agensi yang besar, hal tersebut menyebabkan perusahaan besar akan lebih banyak mengungkapkan semua informasi daripada perusahaan kecil.

Kepemilikan saham oleh publik adalah jumlah saham yang dimiliki oleh publik. Pengertian publik disini adalah pihak individu di luar manajemen dan tidak memiliki hubungan istimewa dengan perusahaan (Mulyono, 2010). Semakin besar saham yang dimiliki oleh publik, akan semakin banyak informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan, investor ingin memperoleh informasi seluas-luasnya tentang tempat berinvestasi serta dapat

mengawasi kegiatan manajemen, sehingga kepentingan dalam perusahaan terpenuhi (Rahajeng, 2010).

Berbagai penelitian yang terkait dengan faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan menunjukkan adanya keanekaragaman hasil. Penelitian yang dilakukan Achmad badjuri (2011), Ni Wayan Oktariani dan Ni Putu Sri Harta Rimba (2014) menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara *profitabilitas* dengan pengungkapan tanggung jawab sosial. Sementara penelitian Agus Purwanto (2011), Maria Wijaya (2012), Rafika Anggraini Putri dan Yulius Yogi Cristiawan (2014) tidak menemukan hubungan dari kedua variabel tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh Marzully Nur dan Denies Priantinah (2012), Ni Wayan Oktariani dan Ni Putu Sri Harta Rimba (2014) menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara *leverage* dengan pengungkapan tanggung jawab sosial. Sedangkan Achmad Badjuri (2011), Maria

Wijaya (2012), Rafika Anggraini Putri dan Yulius Yogi Cristiawan (2014) menyebutkan bahwa *leverage* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Penelitian tentang ukuran perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial dilakukan Ni wayan Oktariani dan Ni Putu Sri Harta Rimba (2014) menemukan bahwa ukuran perusahaan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Sedangkan Agus Purwanto (2011), Maria Wijaya (2012), Marzully Nur dan Denies Priantinah (2014) menemukan hasil yang berbeda, penelitian mereka menunjukkan bahwa ukuran perusahaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Dari uraian tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian kembali dan mengkaji ulang faktor-faktor yang mempengaruhi CSR yang tertuang pada jurnal penelitian ini.

Teori Legitimasi

Legitimasi merupakan keadaan psikologis keberpihakan orang dan kelompok orang yang sangat peka terhadap gejala lingkungan sekitarnya baik fisik maupun non fisik. Dalam Nor Hadi (2011) O'Donovan (2002) berpendapat legitimasi organisasi

dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Dengan demikian, legitimasi merupakan manfaat atau sumberdaya potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup (*going concern*).

Menurut Ghozali dan Chariri (2007) dalam Rafika dan Yulius (2014) mengatakan bahwa kegiatan perusahaan dapat menimbulkan dampak sosial dan lingkungan, sehingga praktik pengungkapan sosial dan lingkungan merupakan alat manajerial yang digunakan perusahaan untuk menghindari konflik sosial dan lingkungan. Selain itu, praktik pengungkapan sosial dan lingkungan dapat dipandang sebagai wujud akuntabilitas perusahaan kepada publik untuk menjelaskan berbagai dampak sosial dan lingkungan yang ditimbulkan oleh perusahaan baik dalam pengaruh yang baik maupun dampak yang buruk.

Menurut Ghozali dan Chariri (2007) dalam Agus Purwanto (2011), sebagai dasar dari teori legitimasi adalah adanya kontrak sosial yang terjadi antara perusahaan dan masyarakat dimana perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber ekonomi. Selain itu juga dijelaskan bahwa dalam masyarakat yang dinamis, tidak ada sumber kekuatan institusional dan kebutuhan terhadap pelayanan yang bersifat permanen. Oleh karena itu, suatu institusi harus lolos uji legitimasi dan relevansi dengan cara menunjukkan bahwa masyarakat memerlukan jasa perusahaan dan kelompok tertentu yang memperoleh manfaat dari penghargaan yang diterimanya betul-betul mendapat persetujuan masyarakat.

Menurut pendapat Barkemeyer (2007) dalam Achmad Badjuri (2011) mengungkapkan bahwa penjelasan tentang kekuatan teori legitimasi organisasi dalam

konteks tanggung jawab sosial perusahaan di Negara berkembang terdapat dua hal; pertama, kapabilitas untuk menempatkan motif maksimalisasi keuntungan membuat gambaran lebih jelas tentang motivasi perusahaan memperbesar tanggung jawab sosialnya. Kedua, legitimasi organisasi dapat untuk memasukkan faktor budaya yang membentuk tekanan institusi yang berbeda dalam konteks yang berbeda.

1. Teori Agensi

Menurut Kadek Umi (2012) Teori keagenan membahas tentang adanya hubungan keagenan antara principal dengan agen. Hubungan keagenan adalah sebuah kontrak dimana satu atau lebih principal menyewa orang lain (agen) untuk melakukan beberapa jasa untuk kepentingan mereka yaitu mendelegasikan beberapa wewenang pembuatan keputusan kepada agen. Yang disebut dengan *principal* adalah pihak yang memberi mandat kepada agen, dalam hal ini yaitu pemegang saham. Sedangkan yang disebut dengan agen adalah pihak yang mengerjakan mandat dari principal, yaitu manajemen yang mengelola perusahaan. Tujuan utama dari teori keagenan adalah untuk menjelaskan bagaimana pihak-pihak yang melakukan hubungan kontrak dapat merancang kontrak yang tujuannya untuk meminimalisir *cost* akibat adanya informasi yang tidak simetris serta kondisi ketidakpastian.

Berdasarkan teori agensi, perusahaan yang menghadapi biaya kontrak dan biaya pengawasan yang rendah cenderung akan melaporkan

laba bersih rendah atau dengan kata lain akan mengeluarkan biaya-biaya untuk kepentingan manajemen (salah satunya biaya yang dapat meningkatkan reputasi perusahaan di mata masyarakat). Kemudian, sebagai

2. *Corporate Social Responsibility*

Berbagai definisi mengenai pertanggungjawaban sosial atau *CSR* telah dikemukakan oleh banyak pihak. Seperti Darwin (2004 dalam Rawi dan Muchlish, 2010) yang mendefinisikan *CSR* sebagai mekanisme bagi suatu organisasi untuk mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholder*, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum.

The World Business Council for Sustainable Development (2000 dalam Moir, 2001) mendefinisikan *CSR* sebagai komitmen perusahaan untuk mempertanggungjawabkan dampak operasinya dalam dimensi sosial, ekonomi, dan lingkungan serta terus menerus dampak tersebut memberikan manfaat kepada masyarakat dan lingkungan. *CSR* merupakan komitmen berkelanjutan dari perusahaan untuk berperilaku dengan etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi sekaligus meningkatkan kualitas hidup tenaga kerjanya. Demikian pula terhadap masyarakat sekitar tempat perusahaan beroperasi dan terhadap masyarakat luas.

Definisi tersebut menunjukkan bahwa adanya perubahan paradigma yakni perubahan dari pandangan tradisional terhadap bisnis yang hanya

wujud pertanggungjawaban, manajer sebagai agen akan berusaha memenuhi seluruh keinginan pihak *principal*, dalam hal ini adalah pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan (Fahrizqi, 2010).

mementingkan perolehan *profit*. Praktik bisnis pada masa sekarang ini tidak terbatas pada tujuan pembuatan *profit* tetapi juga meliputi elemen *CSR* dan akuntabilitas (Ghazali, 2007).

Corporate Social Responsibility merupakan komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan (Chandra, 2007).

Menurut Daniri (2010), *CSR* lahir dari desakan masyarakat atas perilaku perusahaan yang biasanya selalu fokus pada memaksimalkan laba, mensejahterakan para pemegang saham, dan mengabaikan *social responsibility* seperti perusakan lingkungan, eksploitasi sumber daya alam, dan lain sebagainya. Pada intinya keberadaan perusahaan berdiri secara berseberangan dengan kenyataan kehidupan sosial. Konsep dan praktik *CSR* saat ini bukan lagi dipandang sebagai suatu pusat biaya tetapi juga sebagai suatu strategi perusahaan yang dapat memacu dan menstabilkan pertumbuhan usaha secara jangka panjang. Oleh karena itu penting untuk mengungkapkan *CSR* dalam perusahaan sebagai wujud pelaporan tanggung jawab sosial

perusahaan atau *Corporate Social Responsibility*
3. *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Menurut Hendriksen (1997) dalam agus (2011) mendefinisikan pengungkapan (*disclosure*) sebagai penyajian informasi yang dibutuhkan untuk pengoperasian secara optimal pasar modal yang efisien. Pengungkapan yang dilakukan perusahaan dapat bersifat pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*) yaitu pengungkapan informasi wajib dilakukan oleh perusahaan berdasarkan pada peraturan atau standar tertentu dan pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*).

Pengungkapan atau *disclosure* memiliki arti tidak menutupi atau tidak menyembunyikan, Apabila dikaitkan dengan laporan keuangan, *disclosure* memiliki arti bahwa laporan keuangan harus memberikan informasi dan penjelasan yang cukup mengenai hasil aktivitas suatu unit usaha (Sofyan, 2008).

Pengungkapan pertanggungjawaban sosial disebut juga dengan *social disclosure*, *corporatesocial reporting*, dan *social reporting* (Mathews, 1995 dalam Sembiring, 2006) yaitu merupakan proses mengkomunikasikan dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi perusahaan terhadap kelompok yang berkepentingan terhadap perusahaan secara keseluruhan.

Pengungkapan pertanggungjawaban sosial (*CSR Disclosure-CSR D*) yang dilakukan perusahaan berguna dalam memberikan informasi berkaitan

Responsibility kepada masyarakat.

dengan praktik *CSR* perusahaan kepada pemegang saham. Pengungkapan *CSR* dalam laporan tahunan terbukti berpengaruh terhadap reaksi investor yaitu yang dibuktikan dengan *volume* perdagangan saham yang meningkat (Zuhroh dan Sukmawati, 2003).

Menurut Utama (2007) mengungkapkan bahwa saat ini tingkat pelaporan dan pengungkapan *CSR* di Indonesia masih relatif rendah. Selain itu, apa yang dilaporkan dan diungkapkan sangat beragam, sehingga menyulitkan pembaca laporan tahunan untuk melakukan evaluasi. Pada umumnya yang diungkapkan adalah informasi yang sifatnya positif mengenai perusahaan. Laporan tersebut menjadi alat *public relation* perusahaan dan bukan sebagai bentuk akuntabilitas perusahaan ke publik. Dan hingga kini belum terdapat kesepakatan standar pelaporan *CSR* yang dapat dijadikan acuan bagi perusahaan dalam menyiapkan laporan *CSR*.

Di Indonesia, pengungkapan pertanggungjawaban sosial merupakan praktik pengungkapan yang wajib (*mandatory disclosure*) dilaksanakan bagi perusahaan karena telah diatur dalam beberapa peraturan dan perundangan. Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pada pasal 66 ayat 1 menyatakan bahwa hal-hal yang harus dimuat dalam laporan tahunan perusahaan diantaranya adalah pelaporan pelaksanaan tanggung

jawab sosial perusahaan. Pedoman pengungkapan pertanggungjawaban sosial di Indonesia dikeluarkan oleh Ikatan Akuntan Indonesia yaitu dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 (Revisi 2009) paragraf 12, yang berbunyi sebagai berikut:

“Entitas dapat pula menyajikan, terpisah dari laporan keuangan, laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (value added statement), khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap karyawan sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting”.

PSAK No. 1 (Revisi 2009) tersebut menunjukkan bahwa perusahaan yang ada di Indonesia diberikan suatu kebebasan dalam mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam laporan tahunan perusahaan. Peraturan mengenai

a. Kemasyarakatan

Tema ini mencakup aktivitas kemasyarakatan yang diikuti oleh perusahaan, misalnya aktivitas yang terkait dengan kesehatan, pendidikan, dan seni serta pengungkapan aktivitas kemasyarakatan lainnya.

b. Ketenagakerjaan

Tema ini meliputi dampak aktivitas perusahaan pada orang-orang dalam perusahaan tersebut. Aktivitas tersebut meliputi: rekrutmen, program pelatihan, gaji dan tunjangan, mutasi dan promosi dan lainnya.

c. Produk dan Konsumen

perlunya pengungkapan oleh perusahaan juga diberikan oleh Bapepam. Bapepam selaku lembaga yang mengatur dan mengawasi pelaksanaan pasar modal dan lembaga keuangan di Indonesia telah mengeluarkan beberapa aturan mengenai pengungkapan / *disclosure* yang harus dilakukan oleh perusahaan-perusahaan yang *go public*. Peraturan tersebut, yaitu dalam Peraturan Bapepam No. VIII G.2 mengenai *annual report*, dimaksudkan untuk melindungi para pemilik modal dari adanya asimetri informasi.

Menurut Gloutier (dalam Utomo, 2000) menyatakan bahwa tema pengungkapan pertanggungjawaban sosial yang termasuk dalam wacana akuntansi pertanggungjawaban sosial terdiri dari tema Kemasyarakatan, Ketenagakerjaan, Produk dan Konsumen, dan Lingkungan Hidup. Berikut adalah rincian tema pengungkapan pertanggungjawaban sosial tersebut:

Tema ini melibatkan aspek kualitatif suatu produk atau jasa, antara lain kegunaan, *durability*, pelayanan, kepuasan pelanggan, kejujuran dalam iklan, kejelasan/kelengkapan isi pada kemasan, dan lainnya.

d. Lingkungan Hidup

Tema ini meliputi aspek lingkungan dari proses produksi, yang meliputi pengendalian polusi dalam menjalankan operasi bisnis, pencegahan dan perbaikan kerusakan lingkungan akibat pemrosesan sumber daya alam dan konversi sumber daya alam.

4. *Profitabilitas*

Rasio *profitabilitas* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas normal bisnisnya. Rasio ini juga bertujuan untuk mengukur tingkat efektifitas manajemen dalam menjalankan operasional perusahaan.

Dalam Hery (2015), jenis-jenis rasio *profitabilitas* yang dapat digunakan adalah sebagai berikut :

a. Hasil Pengembalian atas Aset (*Return on Assets*)

Hasil pengembalian atas aset merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi aset dalam menciptakan laba bersih. Semakin tinggi hasil pengembalian atas aset berarti semakin tinggi pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset. Sebaliknya, semakin rendah hasil pengembalian atas aset berarti semakin rendah pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset.

b. Hasil Pengembalian atas Ekuitas (*Return on Equity*)

Hasil pengembalian atas ekuitas merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi ekuitas dalam menciptakan laba bersih. Semakin tinggi hasil pengembalian atas ekuitas berarti semakin tinggi pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam ekuitas. Sebaliknya, semakin rendah hasil pengembalian atas ekuitas berarti

Rasio *profitabilitas* merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang dimilikinya, yaitu yang berasal dari kegiatan penjualan, penggunaan aset, maupun penggunaan modal (Hery,2015).

semakin rendah pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam ekuitas.

c. Margin Laba atas Penjualan (*Profit Margin on Sales*)

Margin laba atas penjualan merupakan rasio yang cara pengukurannya membandingkan laba bersih setelah pajak dengan penjualan bersih. Rasio ini juga dikenal dengan nama profit margin. Terdapat dua rumus untuk mencari profit margin yaitu margin laba kotor (*profit margin*) dan margin laba bersih (*net profit margin*). Margin laba kotor menunjukkan laba yang relatif terhadap perusahaan, dengan cara penjualan bersih dikurangkan harga pokok penjualan. Rasio ini merupakan cara untuk penetapan harga pokok penjualan. Sedangkan, Margin laba bersih merupakan ukuran keuntungan dengan membandingkan antara laba setelah bunga dan pajak dibandingkan dengan penjualan. Rasio ini menunjukkan pendapatan bersih perusahaan atas penjualan.

5. *Leverage*

Menurut Kasmir (2012), *Leverage Ratio* atau Rasio Solvabilitas merupakan rasio yang digunakan

untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. Artinya berapa besar beban utang yang ditanggung perusahaan dibandingkan dengan aktivanya. Dalam arti luas dikatakan bahwa rasio *leverage* digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang apabila perusahaan dibubarkan (likuidasi).

Dalam kasmir (2012), jenis-jenis *leverage ratio* atau rasio solvabilitas yang dapat digunakan perusahaan adalah sebagai berikut :

a. *Debt to Asset Ratio (Debt Ratio)*

Debt ratio merupakan rasio utang yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara total utang dengan total aktiva. Dengan kata lain, seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang atau seberapa besar utang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aktiva.

b. *Debt to Equity Ratio*

Debt to Equity Ratio merupakan rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas. Rasio ini dicari dengan cara membandingkan antara seluruh utang, termasuk utang lancar dengan seluruh ekuitas. Rasio ini berguna untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan pemegang (kreditor) dengan pemilik perusahaan. Dengan kata lain, rasio ini berfungsi untuk mengetahui setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan untuk jaminan utang.

c. *Long Term Debt to Equity Ratio (LTDtER)*

LTDtER merupakan rasio antara utang jangka panjang dengan modal sendiri. Tujuannya adalah untuk mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang dengan cara membandingkan antara utang jangka panjang dengan modal sendiri yang disediakan oleh perusahaan.

6. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan salah satu variabel yang umum digunakan untuk menjelaskan mengenai variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Berkembang suatu fenomena bahwa pengaruh total aktiva (proksi dari ukuran perusahaan) hampir selalu konsisten dan secara signifikan berpengaruh terhadap kualitas pengungkapan. Hal ini dibuktikan oleh Cooke (1989) dalam Pian (2010) yaitu perusahaan besar mempunyai biaya informasi yang rendah, perusahaan besar juga mempunyai kompleksitas dan dasar pemilikan yang lebih luas dibanding perusahaan kecil.

Menurut Sudarmadji dan Sularto (2007) dalam Elisnawati (2015) ukuran perusahaan merupakan nilai yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan. Ukuran perusahaan biasanya diukur dengan menggunakan total penjualan, total aset, dan kapitalisasi pasar. Semakin besar nilai total penjualan, total aset, dan kapitalisasi pasar maka semakin besar pula ukuran perusahaan. Lebih

rinci, semakin besar total aset maka semakin banyak modal yang ditanam, semakin banyak penjualan maka semakin banyak perputaran uang dan semakin besar kapitalisasi pasar maka semakin besar pula perusahaan dikenal dalam masyarakat.

Menurut Sembiring (2005) dalam Maria Wijaya (2012) mengungkapkan bahwa secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan, dan perusahaan yang lebih besar mempunyai aktivitas operasi

yang lebih banyak dan memberikan pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat, serta mungkin akan memiliki pemegang saham yang lebih banyak yang akan selalu memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan sehingga pengungkapan informasi sosial perusahaan akan semakin luas. Hal tersebut menyebabkan, perusahaan yang lebih besar dituntut untuk memperlihatkan atau mengungkapkan tanggung jawab sosialnya.

HIPOTESIS PENELITIAN

Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu yang telah diuraikan di atas, maka penelitian ini akan mencoba meneliti pengaruh *profitabilitas*, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR)*, dengan rumusan hipotesis sebagai berikut :

1. Pengaruh *Profitabilitas* terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR)*

Rasio *profitabilitas* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas normal bisnisnya (Hery, 2015). *Profitabilitas* menunjukkan seberapa besar kinerja keuangan perusahaan dalam menghasilkan atau memperoleh keuntungan. *Profitabilitas* merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban

sosial kepada pemegang saham (Heinze, 1976 dalam Anggraini, 2006). Sehingga semakin tinggi tingkat *profitabilitas* perusahaan, semakin besar pengungkapan pertanggungjawaban sosial yang dilakukan perusahaan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Achmad Badjuri (2011), Ni Wayan Oktariani dan Ni Putu Sri Harta Rimba (2014) mengungkapkan bahwa *Profitabilitas* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan informasi sosial. Sedangkan dalam penelitian lainnya yang dilakukan oleh Agus Purwanto (2011), Maria Wijaya (2012), Rafika Anggraini Putri dan Yulius Yogi Cristiawan (2014) menemukan hasil yang berbeda yaitu *Profitabilitas* tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan informasi sosial.

H₁ : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR

2. Pengaruh *Leverage* terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR)*

Dalam Fahrizqi (2010) menyampaikan pendapat yang mengatakan bahwa semakin tinggi *leverage* kemungkinan besar perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak utang, maka manajer akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba dimasa depan. Perusahaan yang memiliki rasio *leverage* tinggi akan lebih sedikit mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial, supaya dapat melaporkan laba sekarang yang lebih tinggi (mengurangi biaya pengungkapan).

Penelitian yang dilakukan oleh Marzully Nur dan Denies Priantinah (2012) menghasilkan temuan bahwa adanya hubungan yang signifikan antara *leverage* dengan pengungkapan tanggung jawab sosial. Ni Wayan Oktariani dan Ni Putu Sri Harta Rimba (2014) dalam penelitiannya juga menunjukkan hasil yang sama yaitu adanya hubungan yang signifikan antara *leverage* dengan pengungkapan tanggung jawab sosial. Sedangkan Achmad Badjuri (2011), Maria Wijaya (2012), Rafika Anggraini Putri dan Yulius Yogi Cristiawan (2014) menyebutkan bahwa *leverage* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

H₂ : Leverage berpengaruh positif terhadap CSR

3. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR)*

Dalam Sembiring (2005), secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan, dan perusahaan yang lebih besar mempunyai aktivitas operasi yang lebih banyak dan memberikan pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat, serta mungkin akan memiliki pemegang saham yang lebih banyak yang akan selalu memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan sehingga pengungkapan informasi sosial perusahaan akan semakin luas. Hal tersebut menyebabkan, perusahaan yang lebih besar dituntut untuk memperlihatkan/mengungkapkan tanggung jawab sosialnya.

Penelitian tentang ukuran perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial dilakukan Ni wayan Oktariani dan Ni Putu Sri Harta Rimba (2014) menemukan bahwa ukuran perusahaan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Sedangkan Agus Purwanto (2011), Maria Wijaya (2012), Marzully Nur dan Denies Priantinah (2014) menemukan hasil yang berbeda, penelitian mereka menunjukkan bahwa ukuran perusahaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

**H₃ : Ukuran Perusahaan
berpengaruh positif terhadap CSR**

4. Pengaruh *Profitabilitas, Leverage,*
dan Ukuran Perusahaan terhadap
*Corporate Social Responsibility
Disclosure (CSR)*

Rasio *profitabilitas* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas normal bisnisnya (Hery,2015). Dalam Fahrizqi (2010) menyampaikan pendapat yang mengatakan bahwa semakin tinggi *leverage* kemungkinan besar perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak utang, maka manajer akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba dimasa depan. Dalam gusti ayu dyah (2014) Suropto (1999) menyatakan bahwa dengan besarnya ukuran perusahaan, hal itu akan berpengaruh pada banyaknya karyawan, penggunaan system yang lebih canggih, besarnya laba yang diperoleh, produksi barang yang banyak, serta luasnya area lingkungan masyarakat yang dipergunakan, sehingga banyak pihak yang harus mendapatkan haknya yaitu adanya pengungkapan yang transparan dari perusahaan.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Achmad Badjuri (2011) mengungkapkan bahwa *Profitabilitas* mempunyai pengaruh

yang signifikan terhadap pengungkapan informasi sosial sedangkan dalam penelitian lainnya yang dilakukan oleh Agus Purwanto (2011),menemukan hasil yang berbeda yaitu *Profitabilitas* tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan informasi sosial.Penelitian yang dilakukan oleh Marzully Nur dan Denies Priantinah (2012) menghasilkan temuan bahwa adanya hubungan yang signifikan antara *leverage* dengan pengungkapan tanggung jawab sosial sedangkan Rafika Anggraini Putri dan Yulius Yogi Cristiawan (2014) menyebutkan bahwa *leverage* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Dalam penelitian Marzully Nur dan Denies Priantinah (2014), penelitian mereka menunjukkan bahwa ukuran perusahaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial sedangkan Penelitian tentang ukuran perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial dilakukan Ni wayan Oktariani dan Ni Putu Sri Harta Rimba (2014) menemukan bahwa ukuran perusahaan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

**H₄ : Profitabilitas , Leverage, dan
Ukuran Perusahaan pengaruh
positif terhadap CSR**

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Menurut Rahmat (2013) dalam elisnawati (2015) pendekatan kuantitatif merupakan pendekatan yang mementingkan variabel variabel sebagai objek penelitian dan variabel tersebut didefinisikan dalam bentuk operasional variabel masing-masing. Pendekatan ini lebih memberikan makna melalui penafsiran angka statistik, bukan memberikan makna secara kebahasaan atau dengan kata-kata. Tujuan utama penelitian dengan menggunakan pendekatan kuantitatif adalah untuk menguji teori, membangun fakta, menunjukkan

hubungan antar variabel, memberikan deskripsi statistik, menaksir dan meramalkan hasilnya.

Adapun penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur dengan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2012 sampai 2015 dikarenakan data tersebut mudah untuk di akses dan waktu penelitian untuk mendapatkan data perusahaan, data keuangan, serta data mengenai pengungkapan CSR langsung selama dua bulan terhitung sejak bulan juni hingga juli 2016.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Objek Penelitian

Perusahaan yang menjadi objek penelitian ini adalah perusahaan manufaktur dengan sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2014 – 2015. Berdasarkan data yang diperoleh dari laporan keuangan, *annual report*, dan website Bursa Efek Indonesia selama 2014 – 2015. Dalam

Adapun perinciannya sebagai berikut :

penelitian ini, objek penelitian dipilih dengan metode *purposive sampling* yaitu metode pengambilan sampel yang dilakukan sesuai dengan tujuan penelitian (Wikipedia). Berdasarkan metode *purposive sampling* diperoleh sampel sebanyak 25 perusahaan manufaktur dengan sektor barang konsumsi.

Tabel
Proses Seleksi Objek Penelitian

Kriteria Sampel	Jumlah Perusahaan
Perusahaan manufaktur dengan sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI dari tahun 2014-2015 dan melaporkan laporan keuangan dengan mata uang rupiah	37
Perusahaan yang tidak menerbitkan laporan keuangan	(4)

tahunan dari 2014 – 2015	
Tidak tersedia laporan tahunan lengkap	(8)
Jumlah sampel penelitian	25
Jumlah data sampel yang digunakan	25

Berikut adalah daftar nama dan kode perusahaan yang masuk kedalam kriteria sampel dalam penelitian ini :

Tabel
Daftar Perusahaan Sampel

No	Kode	Nama Perusahaan
1	DVLA	PT Darya Varia Laboratoria Tbk
2	INAF	PT Indofarma Tbk
3	KAEF	PT Kimia Farma Tbk
4	KLBF	PT Kalbe Farma Tbk
5	MERK	PT Merck Indonesia Tbk
6	PYFA	PT Pyridam Farma Tbk
7	SCPI	PT Merck Sharp Dhome Pharma Tbk
8	SIDO	PT Industri Jamu & Farmasi Sido Muncul Tbk
9	TSPC	PT Tempo Scan Pasific Tbk
10	MBTO	PT Martina Berto Tbk
11	MRAT	PT Mustika Ratu Tbk
12	TCID	PT Mandom Indonesia Tbk
13	UNVR	PT Unilever Indonesia Tbk
14	ADES	PT Akhasa Wira Internasional Tbk
15	AISA	PT Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk
16	ALTO	PT Tri Banyan Tirta
17	CEKA	PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk
18	DLTA	PT Delta Djakarta Tbk
19	ICBP	PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk
20	INDF	PT Indofood Sukses Makmur Tbk
21	MLBI	PT Multi Bintang Indonesia Tbk
22	MYOR	PT Mayora Indah Tbk
23	PSDN	PT Prashida Aneka Niaga Tbk
24	ROTI	PT Nippon Indosari Corporindo Tbk
25	SKBM	PT Sekar Bumi Tbk

Sumber : www.idx.co.id

Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan program IBM *Statistical Package for Social Sciences*

(SPSS) versi 22 yang mengacu pada Imam Ghozali (2012), yaitu *software* yang berfungsi untuk menganalisis data dan melakukan perhitungan

statistik baik parametrik maupun *non* parametrik dengan berbasis *Windows*.

Adapun urutan pembahasan secara sistematis untuk analisis data yaitu deskripsi umum hasil penelitian, pengujian asumsi klasik, analisis data yang berupa hasil regresi, pengujian variabel independen secara parsial dan simultan dengan model regresi, pembahasan tentang pengaruh

variabel independen terhadap variabel dependen.

1) Analisis Statistik Deskriptif

Uji statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui gambaran umum atau karakteristik data yang digunakan dalam penelitian ini. Alat analisis yang digunakan adalah nilai rata-rata distribusi frekuensi, minimum dan maksimum serta satandar deviasi.

Berdasarkan hasil pengujian data yang diperoleh dari sampel, maka didapatkan hasil uji analisis statistik deskriptif sebagai berikut:

Tabel
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSRD	50	,12	,58	,3680	,12413
ROA	50	-,07	,40	,0974	,10862
DER	50	-31,04	13,98	,4984	4,95139
SIZE	50	25,80	32,15	28,4510	1,43464
Valid N (listwise)	50				

Sumber : Data diolah *SPSS* Versi 22

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa jumlah sampel atau N dalam penelitian ini adalah 50 sampel. Sampel tersebut berasal dari 25 perusahaan dari perusahaan-perusahaan yang terdaftar dalam sektor barang konsumsi dengan periode pengamatan selama 2 tahun yaitu dari tahun 2014-2015. Hasil statistik deskriptif menunjukkan bahwa :

a. Variabel *CSRD (Corporate Social Responsibility Disclosure)* yang mempunyai nilai terendah 0,12 ditunjukkan oleh PT. Prashida Aneka Niaga Tbk. pada tahun 2014 dan nilai tertinggi sebesar 0,58 ditunjukkan oleh PT. Delta

Djakarta Tbk. pada tahun 2015. Nilai rata-rata tingkat *CSRD* sebesar 0,3680 dengan standar deviasi 0,12413 karena nilai rata-rata lebih besar dari standar deviasi, hal ini menunjukkan penyebaran data yang baik.

b. Variabel *ROA(Return On Assets)* yang mempunyai nilai terendah -0,07 ditunjukkan oleh PT. Prashida Aneka Niaga Tbk. Pada tahun 2014 dan nilai tertinggi sebesar 0,40 ditunjukkan oleh PT. Unilever Indonesia Tbk. Pada tahun 2014. Nilai rata-rata tingkat *ROA* sebesar 0,0974 dengan standar deviasi 0,10862 karena nilai rata-rata lebih kecil dari standar deviasi, hal ini menunjukkan

penyebaran data yang kurang baik.

- c. Variabel *DER (Debt to Equity Ratio)* yang mempunyai nilai terendah -31,04 ditunjukkan oleh PT. Merck Sharp Dhome Pharma Tbk. Pada tahun 2014 dan nilai tertinggi sebesar 13,98 ditunjukkan oleh PT. Merck Sharp Dhome Pharma Tbk. Pada tahun 2015. Nilai rata-rata tingkat *DER* sebesar 0,4984 dengan standar deviasi 4,95139 karena nilai rata-rata lebih kecil dari standar deviasi, hal ini menunjukkan penyebaran data yang kurang baik.
- d. Variabel *SIZE* (Ukuran Perusahaan) yang mempunyai nilai terendah 25,80 ditunjukkan oleh PT. Pyridam Farma Tbk. Pada tahun 2015 dan nilai tertinggi sebesar 32,15 ditunjukkan oleh PT. Indofood Sukses Makmur Tbk. Pada tahun 2015. Nilai rata-rata tingkat *SIZE* sebesar 28,4510 dengan standar deviasi 1,43464 karena nilai rata-rata lebih besar dari standar deviasi, hal ini menunjukkan penyebaran data yang baik.

2) Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk melihat apakah data penelitian dapat dianalisis dan

menghasilkan hasil yang tepat. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi, dan uji heteroskedastisitas. Adapun hasil dari masing-masing uji di atas adalah sebagai berikut :

a. Uji Normalitas

Pengujian ini bertujuan untuk menguji normal tidaknya data sampel. Ada dua cara untuk mendeteksi berdistribusi normal atau tidak yaitu analisis grafik dan statistik (Ghozali,2012).Salah satu cara untuk mengetahui nilai tersebut terdistribusi normal adalah dengan uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* dan grafik normal *probability* plot. Kriteria yang digunakan untuk pengambilan keputusan adalah:

H_a : Data residual berdistribusi normal

H_o : Data residual tidak berdistribusi normal

Apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka H_a diterima dan sebaliknya jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka H_o ditolak atau H_a diterima. Adapun hasil pengujian normalitas pada pengujian terhadap 50 data terlihat dalam output sebagai berikut:

Tabel
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,09810769
Most Extreme Differences	Absolute	,100
	Positive	,100
	Negative	-,076
Test Statistic		,100
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

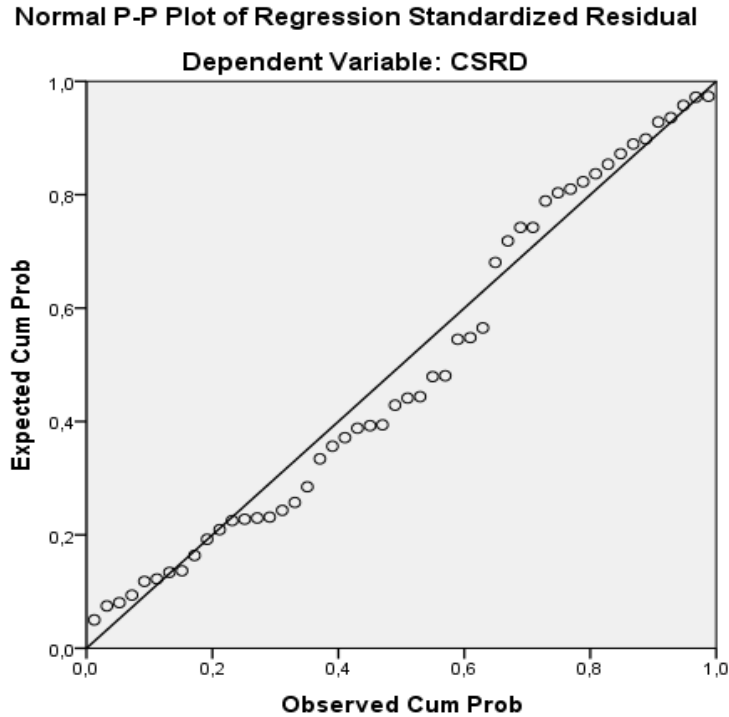
c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Data diolah SPSS Versi 22

Berdasarkan nilai tabel diatas besarnya nilai *Kolmogrov-Smirnov* hasil *unstandartized residual* menghasilkan nilai 0,100 dengan nilai *Asymp sig* 0,200 jauh diatas nilai signifikan yang digunakan yaitu lebih besar dari nilai 0,05, maka H_0 diterima yang berarti data berdistribusi

normal. Penentuan suatu variabel terdistribusi normal atau tidak juga dapat dilihat melalui normal *probability plot* yang penyebaran titik-titik variabelnya seharusnya berada tidak jauh di sekitar garis $Y=X$ dan histogram yang membentuk kurva normal (*normal curve*).

Adapun grafik plot penelitian ini terlihat pada gambar di bawah ini:



Gambar

Hasil Uji Normal *ProbabilityPlot*

Dari gambar 2 diatas, terlihat bahwa titik – titik variabel berada disekitar garis diagonal, ini menunjukkan bahwa data telah terdistribusi normal, sehingga data dapat digunakan lebih lanjut untuk menguji model regresi/hipotesis penelitian.

b. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2009) uji multikolonearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi diantara variabel bebas (Independent). Model regresi

yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independent.

Deteksi Multikolonearitas dapat di lihat pada hasil Collinearity Statistics. Pada Collinearity Statistics tersebut terdapat nilai VIF (Variance Inflation Factor) dan Tolerance. Menurut Ghozali (2009) Jika nilai Tolerance > 0,10 dan VIF (Variance Inflation Factor) < 10, maka dapat diartikan bahwa tidak terjadi multikolonieritas.

Hasil uji multikolonearitas pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel

Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics		Kesimpulan
	Tolerance	VIF	
(Constant)			

ROA	,890	1,124	Tidak terjadi multikolinearitas
DER	,958	1,044	Tidak terjadi multikolinearitas
SIZE	,925	1,081	Tidak terjadi multikolinearitas

Dependent Variable : CSRD

Sumber : Data diolah SPSS Versi 22

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai VIF *ROA* (*Return On Assets*) sebesar 1,124, sedangkan nilai VIF *DER* (*Debt to Equity Ratio*) sebesar 1,044, dan nilai VIF *SIZE* (*Ukuran Perusahaan*) sebesar 1,081. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semua variabel penelitian memiliki nilai VIF dibawah 10, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan tidak terkena persoalan multikolinearitas, sehingga data dapat digunakan lebih lanjut untuk menguji model regresi/ hipotesis penelitian. *Tolerance value* pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai toleransi *ROA* (*Return On Assets*) sebesar 0,890, sedangkan nilai toleransi *DER* (*Debt to Equity Ratio*) sebesar 0,958, dan nilai toleransi *SIZE* (*Ukuran Perusahaan*) sebesar 0,925. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai toleransi diatas 0,1, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi

yang digunakan tidak terkena persoalan multikolinearitas, sehingga data dapat digunakan lebih lanjut untuk menguji model regresi/ hipotesis penelitian.

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 atau sebelumnya (Ghozali,2009). Jika terjadi korelasi maka dinamakan ada masalah autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Untuk mengetahui ada tidaknya autokorelasi kita harus melihat nilai uji DW_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut

:

Hipotesis Nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak No desicison	$0 < d < dl$ $dl \leq d \leq du$
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak No desicison	$4 - dl < d < 4$ $4 - du \leq d \leq 4 - dl$
Tidak ada korelasi negatif	Tidak Ditolak	$du < d < 4 - du$

Tidak ada korelasi positif		
Tidak ada autokorelasi, positif atau negative		

Sumber : Ghozali, 2012

Tabel
Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,613 ^a	,375	,335	,10126	1,752

Sumber : a. Predictors: (Constant), ROA, DER, SIZE

Data diolah b. Dependent Variable: CSRD

SPSS Versi

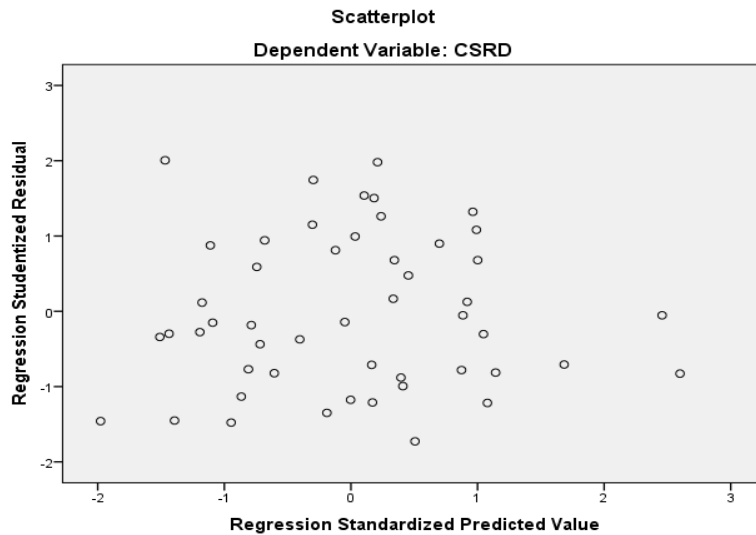
22

Berdasarkan hasil pengujian diatas nilai DW sebesar 1,725 maka nilai DW pada penelitian masuk dalam kriteria $du < dw < 4-du$ yaitu $1,674 < 1,725 < 2,326$ dan dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian tidak terdapat autokorelasi.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dan residual suatu pengamatan ke

pengamatan yang lain. Model penelitian yang baik adalah homoskedastisitas, yaitu varian dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain hasilnya tetap. Adapun cara mendeteksi heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik diagram titik (*scatter plot*) yang seharusnya titik-titik tersebut tersebar acak agar tidak terdapat heterokedastisitas. Hasil uji heterokedastisitas dalam penelitian ini disajikan pada Gambar 3 berikut ini:



Gambar
Grafik Scatterplot

Dengan melihat grafik *scatterplot*, terlihat titik-titik menyebar cukup baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat diambil kesimpulan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas pada model regresi yang digunakan, sehingga model regresi layak digunakan untuk memprediksi *Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR)* berdasarkan variabel independen *ROA (Return*

On Assets), *DER (Debt to Equity Ratio)*, dan *SIZE (Ukuran Perusahaan)*.

3) Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda (*Multiple Regression Analysis*) digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh antara dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen dan memprediksi variabel dependen dengan menggunakan variabel independen (Priyatno, 2012).

Berikut hasil analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini :

Tabel
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	-,488	,295		-1,654	,105
	ROA	,470	,141	,411	3,328	,002
	DER	,002	,003	,083	,699	,488
	SIZE	,028	,010	,329	2,715	,009

Sumber : Data diolah SPSS Versi 22

Berdasarkan hasil analisis tabel diatas diperoleh model persamaan regresi dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5% adalah sebagai berikut :

$$CSR D = -4,88 + 0,470 ROA + 0,002 DER + 0,028 SIZE + E_t$$

Dari hasil persamaan regresi linear berganda diatas maka dapat dianalisis sebagai berikut :

1. Nilai konstanta sebesar - 0,488 menunjukkan bahwa profitabilitas (*CSR D*) bernilai - 0,488 jika variabel independen *ROA*, *DER*, dan *SIZE* bernilai 0 (nol).
2. Nilai *ROA* diperoleh sebesar 0,470 hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan *ROA* sebesar 1 satuan maka *CSR D* akan mengalami kenaikan sebesar 0,470 dengan asumsi variabel bebas lainnya dianggap konstan.
3. Nilai *DER* diperoleh sebesar 0,002 hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan *DER* sebesar 1 satuan maka *CSR D* akan mengalami kenaikan sebesar 0,002 dengan asumsi variabel bebas lainnya dianggap konstan.

4. Nilai *SIZE* diperoleh sebesar 0,028 hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan *SIZE* sebesar 1 satuan maka *CSR D* akan mengalami kenaikan sebesar 0,028 dengan asumsi variabel bebas lainnya dianggap konstan.

4) Uji Hipotesis

Pengujian terhadap hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini dilakukan dengan cara sebagai berikut :

a. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan proporsi yang diterangkan oleh variabel independen dalam model terhadap variabel terikatnya, sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model. Koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel
Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,613 ^a	,375	,335	,10126

a. Predictors: (Constant), ROA, DER, SIZE

b. Dependent Variable: CSRD

Sumber : Data diolah SPSS Versi 22

Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,335. Hal ini menunjukkan bahwa 33,5% variasi *coporate social responsibility (CSR)* dapat dijelaskan oleh *profitabilitas (ROA)*, *leverage (DER)*, ukuran perusahaan (*SIZE*), sedangkan sisanya sebesar 66,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan oleh penelitian ini.

b. Uji t (Uji Parsial)

Menurut Imam Ghozali (2012), Dari hasil uji statistik t dapat diketahui variabel independen akan berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen dengan menggunakan tingkat signifikan 5% atau kriteria penilaiannya adalah jika nilai signifikan < 0,05 berarti hipotesis diterima dan jika

nilai signifikan > 0,05 berarti hipotesis ditolak. Dengan dilihat dari nilai t_{tabel} menggunakan tingkat signifikan α adalah $0,05/2 = 0,025$ atau 2,5% dan *degree of freedom*=n - k atau $df = (50 - 3-1) = 46$ (n adalah banyaknya observasi dalam kurun waktu data dan k adalah banyaknya variabel bebas dan terikat), maka diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 2,0129. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak yang artinya terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen, sedangkan apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima yang artinya tidak terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut ini hasil Uji Statistik t (t - test) :

Tabel
Hasil Uji t-test

Sumber :
Data
diolah
SPSS
Versi 22

Model		Coefficients ^a			T	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,488	,295		-1,654	,105
	ROA	,470	,141	,411	3,328	,002
	DER	,002	,003	,083	,699	,488
	SIZE	,028	,010	,329	2,715	,009

a. Dependent Variable: CSRD

H_1 hipotesis pertama (H_1) dalam penelitian ini adalah *ROA* berpengaruh terhadap *CSR* dari hasil olah data pada tabel uji t diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,328

> t_{tabel} sebesar 2,0129, dengan nilai signifikansi $0,002 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa *ROA* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *CSR*. Dengan demikian hipotesis pertama (H_1) diterima.

2. Hipotesis kedua (H_2) dalam penelitian ini adalah *DER* berpengaruh terhadap *CSR*D dari hasil olah data pada tabel uji t diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 0,699 < t_{tabel} sebesar 2,0129, dengan nilai signifikansi 0,488 > 0,05. Hal ini berarti bahwa *DER* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *CSR*D. Dengan demikian hipotesis kedua (H_2) ditolak.
3. Hipotesis ketiga (H_3) dalam penelitian ini adalah *SIZE* berpengaruh terhadap *CSR*D dari hasil olah data pada tabel uji t diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,715 > t_{tabel} sebesar 2,0129, dengan nilai signifikansi 0,009 < 0,05. Hal ini berarti bahwa *SIZE* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *CSR*D. Dengan demikian hipotesis ketiga (H_3) diterima.

c. Uji F (Uji Simultan)

Menurut Priyatno (2015) Uji Statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang

dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat. Dengan dilihat dari $F_{hitung} > F_{tabel}$ artinya H_0 ditolak atau variabel bebas mampu menjelaskan variabel terikat secara bersama-sama. Sebaliknya jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka artinya H_0 diterima atau variabel bebas secara bersama-sama tidak mampu menjelaskan variabel terikatnya. Secara simultan dengan menggunakan tingkat signifikansi yang digunakan adalah sebesar 5% atau dengan kriteria penilaiannya adalah jika nilai signifikan > 0,05 berarti H_0 diterima, yang artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) dan jika nilai signifikan < 0,05 berarti H_0 ditolak, yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Hasil Uji Statistik F dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel
Hasil Uji F (Simultan)

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	,283	3	,094	9,213	,000 ^b
Residual	,472	46	,010		
Total	,755	49			

Sumber :
Data
diolah
SPSS
Versi 22

a. Dependent Variable: *CSR*D

b. Predictors: (Constant), *SIZE*, *DER*, *ROA*

Berdasarkan hasil dari tabel diatas dapat dilihat bahwa F_{hitung} sebesar

9,213 dan apabila dilihat dari nilai F_{tabel} menggunakan signifikansi 5%

($\alpha = 0,05$) dan *degree of freedom* $df1(k-1)$ dan $df2(n-k)$, yaitu $df1 = (4-1) = 3$, dan $df2 = 50-4 = 46$, diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 2,81 sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, yaitu sebesar $9,213 > 2,81$ dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Hal ini berarti secara simultan semua variabel independen dalam penelitian ini berpengaruh terhadap variabel dependen dan dapat dikatakan *Return on Asset, Debt to Equity Ratio*, dan *Size* secara bersama-sama berpengaruh yang signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Dengan demikian hipotesis ke empat (H_4) diterima.

5) Interpretasi Hasil

Berdasarkan penelitian yang telah diuraikan di atas, maka berikut hasil analisa yang merupakan gambaran hasil penelitian :

a. Pengaruh *Profitabilitas (ROA)* terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR)*.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang dilakukan menyatakan bahwa *Return On Asset (ROA)* terbukti berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR)* pada perusahaan manufaktur dengan sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI. Nilai t_{hitung} sebesar 3,328 $> t_{tabel}$ sebesar 2,0129, dengan nilai signifikansi $0,002 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima atau dapat dikatakan

hipotesis satu (H_1) diterima. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Achmad Badjuri (2011), Ni Wayan Oktariani dan Ni Putu Sri Harta Mimba (2014) menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara *Profitabilitas* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Pengaruh *Profitabilitas (ROA)* terhadap pengungkapan *CSR (CSR)* berdasarkan teori legitimasi dapat dijelaskan bahwa dengan melalui nilai profitabilitas yang tinggi, maka perusahaan dapat mempunyai peluang untuk membentuk suatu kontrak sosial dengan masyarakat yakni dengan melaksanakan dan melaporkan segala kegiatan *CSR* dalam sebuah pengungkapan *CSR* sebagai bentuk upaya untuk menciptakan keselarasan antara system nilai perusahaan dengan sistem sosial yang berlaku di masyarakat (Deegan, 2004).

b. Pengaruh *Leverage (DER)* terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR)*.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang dilakukan menyatakan bahwa *Debt to Equity Ratio (DER)* terbukti tidak berpengaruh signifikan dengan arah negatif terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR)* pada perusahaan manufaktur dengan sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI. Nilai t_{hitung} sebesar 0,699 $> t_{tabel}$ sebesar 2,0129, dengan nilai signifikansi $0,488 < 0,05$. Maka H_0 diterima

dan H_a ditolak atau dapat dikatakan hipotesis kedua (H_2) ditolak. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Maria Wijaya (2012), Rafika Anggraini Putri dan Yulius Yogi Cristiawan (2014), dan Achmad Badjuri (2011) menunjukkan tidak adanya hubungan yang signifikan antara *Leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*CSR*). Menurut Maria (2012) Hal ini dikarenakan sudah terjadi hubungan yang baik antara *debt*holders, yang mengakibatkan *debt*holders tidak terlalu memperhatikan rasio *leverage* perusahaan. Perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* yang tinggi, menganggap perlu memberikan laporan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sehingga ada kabar baik tentang kinerja perusahaan.

c. Pengaruh Ukuran Perusahaan (*SIZE*) terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* (*CSR*).

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang dilakukan menyatakan bahwa Ukuran Perusahaan (*SIZE*) terbukti berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* (*CSR*) pada perusahaan manufaktur dengan sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI. Nilai t_{hitung} sebesar 2,715 $>$ t_{tabel} sebesar 2,0129, dengan nilai signifikansi $0,009 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima atau dapat dikatakan hipotesis ketiga (H_3) diterima.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Agus Purwanto (2011), Maria Wijaya (2012), Marzully Nur (2012), dan Achmad Badjuri (2011) menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara Ukuran Perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Pengaruh dari ukuran perusahaan yang dinyatakan dengan log natural total aktiva dapat dijelaskan melalui penggunaan teori agensi, dimana perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut. Disamping itu perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan (Sembiring, 2005).

d. Pengaruh *Profitabilitas* (*ROA*), *Leverage* (*DER*), Ukuran Perusahaan (*SIZE*) terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* (*CSR*).

Berdasarkan uji simultan dalam penelitian ini terdapat adanya pengaruh antara seluruh variabel independen dengan variabel dependennya bahwa F_{hitung} sebesar 9,213 dan apabila dilihat dari nilai F_{tabel} menggunakan signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$) dan *degree of freedom* $df1(k-1)$ dan $df2(n-k)$, yaitu $df1 = (4-1) = 3$, dan $df2 = 50-4 = 46$, diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 2,81 sehingga dapat disimpulkan bahwa

nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, yaitu sebesar $9,213 > 2,81$ dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Hal ini berarti secara simultan semua variabel independen dalam penelitian ini berpengaruh terhadap variabel dependen dan dapat dikatakan *Return on Asset, Debt to Equity Ratio*, dan *Size* secara

bersama-sama berpengaruh yang signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_a diterima atau dapat dikatakan hipotesis ke empat (H_4) diterima.

KESIMPULAN

Dari hasil analisis data, pengujian hipotesis, dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Hasil pengujian *Profitabilitas* menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,002. Signifikansi kurang dari 0,05 ($0,002 < 0,05$) maka H_0 ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *Profitabilitas* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR)*.
2. Hasil pengujian *Leverage* menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,488. Signifikansi lebih dari 0,05 ($0,488 > 0,05$) maka H_0 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *Leverage* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR)*.

3. Hasil pengujian Ukuran Perusahaan menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,009. Signifikansi kurang dari 0,05 ($0,009 < 0,05$) maka H_0 ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR)*.
4. Dari hasil pengujian secara simultan *Profitabilitas, Leverage*, dan Ukuran Perusahaan menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,001. Signifikansi kurang dari 0,05 ($0,001 < 0,05$) maka H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa *Profitabilitas, Leverage*, dan Ukuran Perusahaan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR)*.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, Fr. Reni Retno, 2006. Pengungkapan Informasi Sosial

dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris

- pada Perusahaan-Perusahaan yang terdaftar Bursa Efek Jakarta), *Simposium Nasional Akuntansi IX, Padang*, www.google.com, diakses pada tanggal 10 Mei 2012.
- Asniwati, Beese. 2010. *Evaluasi Pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Pupuk Kaltim*. Jurnal Eksis. Vol.6 No.1, Hal: 38-54.
 - Badjuri, Achmad. (2011). *Faktor-faktor Fundamental, Mekanisme Corporate Governance, Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Perusahaan Manufaktur dan Sumber Daya Alam di Indonesia*. Dinamika Keuangan dan Perbankan, Mei 2011, Hal: 38-54. ISSN: 1979-4878. Vol. 3, No. 1.
 - Chandra, Aditiawan. 2007. *Program Corporate Social Responsibility Yang Berkelanjutan*. [online]. <https://businenvironment.wordpress.com>
 - Daniri, A. 2010. *Akuntabilitas, Kebutuhan, Pelaporan dan Pengungkapan CSR Bagi Perusahaan di Indonesia*. Akuntan Indonesia, 12.
 - Elisnawati, 2015. *Analisis Pengaruh Profitabilitas, Size Perusahaan, dan Leverage terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure*. Universitas Muhammadiyah Tangerang.
 - Fahrizqi, Anggara. 2010. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Laporan Tahunan Perusahaan*. Skripsi. Semarang: Fakultas Ekonomi. Universitas Diponegoro.
 - Ghozali Imam dan A. Chariri. 2007. *Teori Akuntansi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
 - Hadi, Nor. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Semarang: Graha Ilmu.
 - Hery. 2015. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta : Center For Academic Publishing Service.
 - Irmawati, Didin. 2011. *Pengaruh Size, Leverage, Profitabilitas Dan Kepemilikan Manajemen Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility) (Studi Pada Perusahaan-Perusahaan Dalam Jakarta Islamic Index 2009-2010)*. Skripsi. Jurusan Akuntansi FE Universitas Negeri Semarang. Dra. Sri Kustini dan Radiana Setiyani, S.Pd, M.Si.
 - Kasmir, 2012. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Pers.
 - Moir, Lance. 2001. "What Do We Mean by Corporate Social Responsibility?". *Corporate Governance*, Vol. 1, Issue 2, pp. 16-22.
 - Mulyono, F. L. (2010). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Sosial pada Laporan Tahunan Perusahaan Publik di Indonesia*. *E-Journal Ekonomi*.
 - Muniandy, Jothimani K. dan L. Barnes. 2010. "The Link Between Corporate Social Performance and Institutional Investor's Shareholdings in Malaysian Public Listed Companies". *International*

- Review of Business Research Papers*, Vol. 6, No. 4, pp. 246-261.
- Nur, Marzully. 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). Universitas Negeri Yogyakarta.
 - O'Donovan, Gary. 2002. "Environmental Disclosures in The Annual Report: Extending The Applicability and Predictive Power of Legitimacy Theory". *Accounting, Auditing, and Accountability Journal*, Vol. 15, No.3, pp. 344-371.
 - Pebriana, Kadek Umi Sukma. 2012. PENGARUH PROFITABILITAS, LEVERAGE, UMUR PERUSAHAAN, KOMPOSISI DEWAN DIREKSI DAN KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL PADA PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) DI BURSA EFEK INDONESIA. Universitas Udayana.
 - Priyatno, Duwi. 2012. Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20. Yogyakarta : CV. Andi Offset.
 - Purwanto, Agus. 2011. *Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Terhadap Corporate Social Responsibility*. Universitas Diponegoro.
 - Putri, Rafika Anggraini dan Yulius Jogi Christiawan. 2014. Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Dan Leverage Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Studi Pada Perusahaan-perusahaan yang mendapat penghargaan ISRA dan *Listed (Go-Public)* di Bursa Efek Indonesia (BEI) 2010-2012). Universitas Kristen Petra.
 - Rahajeng, R. G. (2010). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Sosial (Social Disclosure) dalam Laporan Tahunan Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia)*. Universitas Diponegoro, Semarang.
 - Rahman, Reza. 2009. *Corporate Social Responsibility: Antara Teori dan Kenyataan*. Yogyakarta: Media Pressindo.
 - Rawi dan M. Muchlish. 2010. "Kepemilikan Manajemen, Kepemilikan Institusi, *Leveragedan Corporate Social Responsibility*". *Simposium Nasional Akuntansi XIII*. Purwokerto.
 - Saleh, Mustaruddin, Norhayah Zulkifli, dan Rusnah Muhamad. 2010. "Corporate Social Responsibility Disclosure and Its Relation on Institutional Ownership". *Managerial Auditing Journal*, Vol. 25, No. 6, pp. 591-613.
 - Sembiring, E.R., 2005. Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta, *Simposium Nasional Akuntansi VIII*, Solo.

- Sofyan, Syafari Harahap. 2008. *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Undang-undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.
- Untung, Hendrik Bdi. 2008. *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Utama, Sidharta. 2007. "Evaluasi Infrastruktur Pendukung Pelaporan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan di Indonesia". <http://www.ui.edu>.
- Utomo, Muhammad Muslim. 2000. "Praktek Pengungkapan Sosial Pada Laporan Tahunan Perusahaan di Indonesia (Studi Perbandingan Antara Perusahaan-Perusahaan High Profile dan Low Profile)". *Simposium Nasional Akuntansi III*. Jakarta.
- Wijaya, Maria. 2012. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi* . Vol.1 No.1 Hal: 26-30
- Zuhroh, Diana dan I Putu Pande Heri Sukmawati. 2003. "Analisis Pengaruh Luas Pengungkapan Sosial dalam Laporan Tahunan Perusahaan terhadap Reaksi Investor". *Simposium Nasional Akuntansi VI*. Surabaya.