

**ANALYSIS OF THE COMPANY CHARACTERISTICS EFFECT ON CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE AT MANUFACTURING COMPANIES LISTED ON INDONESIA STOCK EXCHANGE PERIOD 2014-2016**

**Fanny Liani<sup>1</sup>, Yusrizal<sup>2</sup>**

<sup>1&2</sup>Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pelita Indonesia

Email : [rizalyusrizal59@yahoo.co.id](mailto:rizalyusrizal59@yahoo.co.id)

**ABSTRACT**

*The purpose of this study was to determine whether there is influence of firm characteristic, that is company age, company size, profitability, company profile, number of independent board, and leverage to disclosure of corporate social responsibility. Sample used in this study were 41 manufacturing companies listed on the Stock Exchange in 2014 until 2016 with the disclosure of social responsibility and financial summary data can be obtained through annual report. Sampling techniques performed by the method of purposive sampling and data processing performed by multiple linear analysis. The study was partially obtained show that Profitability, Company Profile, and Number of independent board of commissioners effect on CSR disclosure. On the other hand, the partial results showed that the absence of Company Age, Company Size, and Leverage effect to wards CSR disclosure.*

**Keywords :** *Company age, company size, profitability, company profile, number of independent board, and leverage to disclosure of corporate social responsibility*

**ANALISIS PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2014-2016**

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh karakteristik perusahaan, yaitu umur perusahaan, ukuran perusahaan, profabilitas, profil perusahaan, jumlah dewan komisaris, *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 41 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014 sampai 2016 dengan informasi pengungkapan tanggung jawab social dan ringkasan data keuangan yang dapat diperoleh melalui laporan tahunan. Teknik sampling dilakukan dengan metode purposive sampling dan pengolahan Data yang dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Profitabilitas, Profil Perusahaan, dan Jumlah Dewan Komisaris memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR. Disisi lain, hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh Umur Perusahaan, Ukuran Perusahaan, dan *Leverage* terhadap CSR.

**Kata Kunci :** Umur perusahaan, ukuran perusahaan, profabilitas, profil perusahaan, jumlah dewan komisaris, *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial

## PENDAHULUAN

Untuk menjalankan suatu perusahaan kita harus memiliki etika bisnis yang baik secara jujur, adil, bersikap dewasa, dan bertanggung jawab adalah kewajiban menanggung segala sesuatunya untuk menjaga eksistensi perusahaan agar diterima dengan baik dalam rantai bisnisnya. Perusahaan semakin menyadari bahwa *Corporate Social Responsibility (CSR)* juga diperlukan sebagai bentuk kepedulian terhadap kepentingan *stakeholder*.

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang sering juga disebut sebagai social disclosure, corporate social reporting, social accounting atau corporate social responsibility (Darwin, 2004) merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan.

Wacana Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility), kini menjadi isu sentral yang semakin populer dan bahkan ditempatkan pada posisi yang penting, karena itu kian banyak pula kalangan dunia usaha dan pihak-pihak terkait mulai merespon wacana ini. Selain itu melalui CSR perusahaan juga dapat membangun reputasinya, seperti meningkatkan citra perusahaan maupun pemegang sahamnya, posisi merek perusahaan, maupun bidang usaha perusahaan.

Perusahaan sebagai sebuah sistem, yang dalam keberlanjutannya dan keseimbangannya tidak bisa berdiri sendiri. Eksistensi suatu perusahaan tidak bisa dipisahkan dengan masyarakat sebagai lingkungan eksternalnya. Ada hubungan resiprokal (timbal balik) antara perusahaan dengan masyarakat. Perusahaan dan masyarakat adalah pasangan hidup yang saling memberi dan membutuhkan.

Beberapa waktu sebelumnya, tujuan mendirikan perusahaan hanya sekedar mencari keuntungan saja, dengan meningkatkan kualitas pemasaran yang efektif dan inovatif untuk memperkenalkan produk perusahaan. Dengan semakin banyaknya perusahaan berkembang, maka pada saat itu pula kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan sekitarnya dapat terjadi. Oleh karena itu muncul pula kesadaran untuk mengurangi dampak negatif ini, terbukti dengan banyak perusahaan yang mengembangkan apa yang disebut *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Banyak kasus sosial dan lingkungan di Indonesia yang menunjukkan pentingnya *Corporate Social Responsibility (CSR)* beberapa contoh kasus PT Freeport Indonesia yang sejak memulai operasinya pada tahun 1969 sudah menimbulkan dampak buruk bagi lingkungan sekitar perusahaan dikarenakan banyak kandungan hasil limbah yang tidak diolah dengan baik oleh perusahaan. Perusahaan semata-mata hanya mementingkan keuntungan tanpa melihat dampak dari limbah. Kasus pencemaran lingkungan Lapindo pada tahun 2006, serta kasus pencemaran di Teluk Buyat oleh PT. Newmont Minahasa Raya pada pertengahan tahun 2004. Hal ini yang mendorong pemerintah untuk menerbitkan regulasi mengatur tentang *Corporate Social Responsibility (CSR)* yaitu UU No. 40 Tahun 2007 pasal 74 ayat (1) tentang perseroan terbatas yang menjalankan usahanya dengan mengeksploitasi sumber daya alam diwajibkan melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

*Corporate Social Responsibility (CSR)* menjadi sebuah tuntutan agar perusahaan tak hanya beroperasi untuk kepentingan para pemegang saham (*shareholders*), tapi juga kepentingan pihak *stakeholders* dalam praktik bisnis, yaitu para pekerja, komunitas lokal, pemerintah, LSM, konsumen, dan lingkungan. *Global Compact Initiative* menyebut pemahaman ini dengan 3P (*profit, people, planet*), yaitu tujuan bisnis tidak hanya mencari laba (*profit*), tetapi juga menyejahterakan orang (*people*), dan menjamin keberlanjutan hidup *planet* ini. *CSR* merupakan awal dari pengakuan bahwa bisnis merupakan bagian dari masyarakat dan mempunyai potensi untuk membuat kontribusi yang positif dalam mencapai tujuan dan aspirasi sosial.

Pada dasarnya *CSR* memiliki fungsi atau peran dari akuntansi Tanggung Jawaban Sosial berperan menjalankan fungsinya sebagai bahasa bisnis yang mengakomodasi masalah-masalah sosial yang dihadapi oleh perusahaan, sehingga pos-pos biaya sosial yang dikeluarkan kepada masyarakat dapat menunjang operasional dan pencapaian tujuan jangka panjang perusahaan (Utomo, 2000).

Secara umum, perkembangan *CSR* di Indonesia masih membutuhkan banyak perhatian bagi semua pihak, baik pemerintah, masyarakat luas, dan perusahaan karena masih banyak perusahaan yang belum menerapkan konsep *CSR* dalam kegiatan perusahaannya. Akan tetapi *CSR* akan memberikan dampak positif di masa mendatang, serta citra baik yang ditampilkan oleh perusahaan yang melaksanakan program *CSR* sehingga perusahaan nantinya mampu untuk menarik minat serta menimbulkan kepercayaan dari investor dan masyarakat.

Manfaat *CSR* bagi masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan kelestarian lingkungan memberikan beasiswa kepada anak kurang mampu di daerah perusahaan, membangun desa dan fasilitas masyarakat bersifat sosial berguna untuk masyarakat banyak khususnya masyarakat berada di sekitar perusahaan. Bagi perusahaan untuk meningkatkan citra perusahaan, memperkuat Brand perusahaan membedakan perusahaan dengan pesaingnya, menghasilkan inovasi dan pembelajaran untuk meningkatkan pengaruh perusahaan, membuka akses untuk investasi dan pembiayaan bagi perusahaan, meningkatkan harga saham.

Penelitian-penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial dipengaruhi oleh banyak faktor yang dapat diindikasikan dari karakteristik perusahaan serta adanya pro dan kontra tentang pengaruh umur perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dari penelitian terdahulu juga dapat diketahui bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial masih bersifat sukarela (*voluntary disclosure*). Hal ini karena belum kuatnya peraturan yang mewajibkan perusahaan untuk melaporkan dan mengungkapkan

tanggung jawab sosial dalam laporan keuangan perusahaan. Padahal, pengungkapan tanggung jawab sosial sangat berkaitan dengan eksistensi perusahaan dalam menjalankan aktivitas usahanya. Oleh karena itu, sangat diperlukan pemahaman mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keinginan perusahaan dalam mengungkapkan tanggung jawab sosial.

Hasil Penelitian Terdahulu Menurut Sembiring (2005) Ukuran perusahaan, jumlah dewan komisaris, dan profil perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, Profitabilitas dan *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Ahmad Kamil dan Atonius Herusetya (2010) Profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan, hanya ukuran perusahaan yang berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Munawwarah, Gusnardi, dan Makhdalena (2012) Ukuran perusahaan dan umur perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Santioso dan Chandra (2012) Ukuran perusahaan, profitabilitas, dan jumlah dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. *Leverage* dan umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Wakid, Triyuwono, dan Assih (2012) *Leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Ukuran perusahaan, profitabilitas, profil perusahaan, jumlah dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Sukmawati Safitri Dewi dan Maswar Patuh Priyadi (2013) Size, kepemilikan manajemen, ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap CSR. Profitabilitas, *leverage* tidak berpengaruh terhadap CSR. Arya Sunaryo (2016) Profitabilitas, *leverage* berpengaruh terhadap CSR. Ukuran perusahaan, umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap CSR.

Dari beberapa penelitian terdahulu masih ditemukan ketidak konsistenan hasil penelitian atas faktor-faktor yang memengaruhi tanggung jawab sosial sehingga perlu diuji ulang dengan sampel dan periode yang berbeda. Pengujian ulang ditujukan untuk menyakini bahwa faktor-faktor dalam karakteristik perusahaan tersebut benar-benar berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dimana faktor-faktor tersebut dapat digunakan sebagai indikator dan informasi bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi saham.

Pengujian ulang ditujukan untuk menyakini bahwa faktor-faktor dalam karakteristik perusahaan tersebut benar-benar berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Berdasarkan latar belakang di atas judul skripsi yang akan di angkat adalah “Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2016 ”

Penelitian ini bermaksud untuk membuktikan secara empiris pengaruh karakteristik (umur perusahaan, ukuran perusahaan, profitabilitas, profil perusahaan, jumlah dewan komisaris dan *leverage*) perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan manufaktur yang terdaftar bursa efek indonesia pada tahun 2014-2016.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Landasan Teori

*Corporate Social Responsibility (CSR)* memiliki beragam jenis definisi dan konsep. Agoes dan Ardana (2009: 89) menyatakan bahwa belum ada keseragaman dalam pendefinisian konsep CSR. Berbagai perspektif teori digunakan untuk menjelaskan praktik CSR. Berdasarkan pernyataan mereka maka untuk mempermudah pengertian CSR akan digunakan beberapa teori.

### Teori Legitimasi

Menurut Gray, *et al.* dalam Utami dan Prastiti (2009), teori legitimasi secara esensial adalah teori yang berorientasi pada sistem, dalam hal ini organisasi atau perusahaan dipandang sebagai salah satu komponen dalam lingkungan sosial yang lebih besar. Teori legitimasi menyediakan perspektif yang lebih komprehensif pada pengungkapan CSR. Teori ini secara eksplisit mengakui bahwa bisnis dibatasi oleh kontrak sosial yang menyebutkan bahwa perusahaan sepakat untuk menunjukkan berbagai aktivitas sosial perusahaan agar diterima masyarakat akan tujuan perusahaan yang pada akhirnya akan menjamin kelangsungan hidup perusahaan.

Teori legitimasi sangat bermanfaat dalam menganalisis perilaku organisasi. Legitimasi merupakan hal yang penting bagi organisasi sehingga batasan yang ditekan oleh norma-norma dan nilai-nilai sosial, dan reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya analisis perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan.

### Teori Stakeholder

Pengukuran efektivitas organisasi sering kali menggunakan teori *stakeholder* yang tidak hanya memuaskan kebutuhan stakeholder tetapi juga kebutuhan stakeholder lainnya. *Stakeholder* merupakan kelompok maupun individu yang dapat memengaruhi atau dipengaruhi oleh proses pencapaian tujuan suatu organisasi, Wibisono (2007).

Tujuan dari teori *stakeholder* adalah mengubah dan memperluas pandangan manajer yang sebelumnya hanya memaksimalkan nilai untuk *shareholder* agar dapat mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dan profitabilitasnya. Namun, perusahaan juga harus berhati-hati terhadap kelompok yang memainkan peran

*stakeholder* yang ternyata berniat untuk menggagalkan operasional perusahaan. Konsep *stakeholder* juga harus mampu mendefinisikan grup atau individual secara spesifik.

### **Teori Agensi**

*Agency relationship* (hubungan keagenan) terjadi ketika satu atau lebih individu yang disebut sebagai *principal* menyewa individu atau organisasi lain, yang disebut sebagai *agen*, untuk melakukan sejumlah jasa dan mendelegasikan kewenangan untuk membuat keputusan kepada *agen* tersebut. Inti dari hubungan keagenan adalah adanya pemisahan fungsi antara kepemilikan di pihak investor dan pengendalian di pihak manajemen.

Teori Agensi secara fundamental adalah teori yang menjelaskan adanya hubungan kerja antara pihak yang memberi wewenang (*principal*) yaitu investor atau pemegang saham dengan pihak yang menerima wewenang (*agent*) yaitu manajer yang mengelola perusahaan, dalam bentuk kontrak kerja sama. Manusia akan cenderung bertindak *opportunistic*, yaitu lebih mengutamakan kepentingan pribadinya. Pihak *agent* termotivasi untuk memaksimalkan *fee* kontraktual yang diterima sebagai sarana dalam pemenuhan kebutuhan ekonomis dan psikologisnya. Sebaliknya, pihak *principal* termotivasi untuk mengadakan kontrak atau memaksimalkan *returns* dari sumber daya untuk menyejahterakan dirinya dengan profitabilitas yang selalu meningkat.

### **Political Economy Theory**

Menurut Anis dan Ghazali (2007) *Political Economy Theory* mempertimbangkan kerangka politik, sosial dan institusional dimana kegiatan ekonomi tersebut dijalankan. *Political Economy Theory* mengakui bahwa pemakaian pengungkapan tanggung jawab sosial dalam laporan tahunan berfungsi sebagai alat strategis dalam mencapai tujuan perusahaan dan dalam mempengaruhi sikap *stakeholders*.

Ekonomi politik *Bourgeois* bisa digunakan dengan baik untuk menjelaskan tentang praktek pengungkapan sosial. Sedangkan Ekonomi politik klasik hanya sedikit menjelaskan praktek pengungkapan sosial perusahaan, mempertahankan bahwa pengungkapan sosial perusahaan dihasilkan secara sukarela. Ekonomi politik klasik memiliki pengetahuan tentang aturan pengungkapan wajib, dalam hal ini biasanya negara telah memilih untuk menentukan beberapa pembatasan terhadap organisasi.

### **Definisi Corporate Social Responsibility (CSR)**

Definisi mengenai *CSR* sangatlah luas dan bervariasi. *CSR* adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum (Anggraini, 2006).

*Corporate Social Responsibility (CSR)* didefinisikan sebagai bisnis yang dilakukan secara transparan dan terbuka serta berdasarkan pada nilai-nilai moral dan menjunjung tinggi rasa hormat kepada karyawan, komunitas dan lingkungan. (Wibisono, 2007)

*CSR* adalah sebuah tanggung jawab untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas melalui tindakan bebas untuk menentukan praktek bisnis dan kontribusi sumber daya perusahaan, Kotler and Lee (2005). Maksud dari bebas menentukan praktek bisnis bukan berarti melanggar hukum atau tidak bermoral melainkan tindakan sukarela dari sebuah perusahaan untuk berkontribusi secara sosial terhadap komunitasnya. Istilah "komunitas" termasuk kondisi manusia dan lingkungan sekitarnya.

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

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang sering juga disebut sebagai:

"Pengungkapan sosial, pelaporan sosial perusahaan, akuntansi sosial atau tanggung jawab sosial perusahaan merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan." (Sembiring, 2005: 381)

Hal tersebut memperluas tanggung jawab perusahaan dibanding dengan peran tradisionalnya yang hanya mementingkan kepentingan pemegang saham. Perluasan tersebut dibuat berdasarkan teori *stakeholder* dimana masyarakat juga termasuk *stakeholder* dan harus dilakukan tanggung jawab sosial.

### **Standarisasi Pelaksanaan CSR di Indonesia**

Di Indonesia, *CSR* semakin menguat setelah dinyatakan dengan tegas dalam UU Perseroan Terbatas No.40 tahun 2007, dimana dalam pasal 74 antara lain diatur bahwa: (1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan. (2) Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. (3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. (4) Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan peraturan pemerintah." (UU No.40, 2007: 19)

Dengan dikeluarkannya peraturan tersebut, tanggung jawab sosial perusahaan terlihat sebagai paksaan. Perusahaan yang berhubungan dengan sumber daya alam diwajibkan untuk melakukan tanggung jawab sosial terutama industri hulu yang langsung mengambil bahan baku dari alam.

Susanto (2009: 12) menyatakan bahwa perusahaan harus melaksanakan tanggung jawab sosialnya kepada pemegang saham, karyawan, dan ke luar terutama bagi pertumbuhan ekonomi negara. Tanggung jawab sosial ke karyawan wajib dilakukan karena tenaga karyawanlah suatu perusahaan dapat maju serta meraih kesuksesan.

Isu mengenai CSR terkait erat dengan *sustainability reporting*. *Global Reporting Initiative (GRI)* merupakan salah satu lembaga yang serius mengangani permasalahan yang berhubungan dengan *sustainability*. *Sustainability reporting* merupakan praktik pengukuran, pengungkapan dan pertanggungjawaban kepada *stakeholder* internal dan eksternal perusahaan terkait dengan kinerja pencapaian tujuan keberlangsungan perusahaan. Hal-hal yang berkaitan dengan laporan pertanggungjawaban sosial diukur dengan indikator-indikator yang dinyatakan dalam *Global Reporting Initiative (GRI)*. *GRI* adalah jaringan berbasis organisasi yang telah mempelopori perkembangan dunia dengan menggunakan kerangka *sustainability reporting*. *GRI* digagas oleh PBB melalui *Coalition for Environmentally Responsible Economies (CERES)* dan *UNEP* pada tahun 1997. ([www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org))

Indikator pengungkapan CSR menurut *GRI* terdiri dari tiga indikator, yaitu indikator kinerja ekonomi, kinerja lingkungan dan kinerja sosial (masyarakat). Aspek kinerja ekonomi meliputi aspek kinerja ekonomi, aspek kehadiran pasar, dan aspek dampak tidak langsung. Dalam indikator kinerja lingkungan, terdapat aspek material, energi, air, biodiversitas, emisi, efluen dan limbah, aspek produk dan jasa, aspek kepatuhan, aspek transportasi, dan aspek keseluruhan.

### Umur Perusahaan

Widiastuti dalam Utami dan Rahmawati (2008), menyatakan umur perusahaan dapat menunjukkan bahwa perusahaan tetap eksis dan mampu bersaing. Dengan demikian, umur perusahaan dapat dikaitkan dengan kinerja keuangan suatu perusahaan. Perusahaan yang berumur lebih tua memiliki pengalaman lebih banyak atas informasi tentang perusahaan. Umur perusahaan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mengatasi kesulitan dan hambatan yang dapat mengancam kehidupan perusahaan sehingga semakin lama perusahaan berdiri, maka perusahaan tersebut semakin meningkatkan kepercayaan investor.

Umur perusahaan diperkirakan memiliki hubungan positif dengan kualitas pengungkapan sukarela dengan alasan bahwa perusahaan yang berumur lebih tua mungkin akan lebih mengerti pentingnya pelaksanaan tanggung jawab sosial yang akhirnya menghasilkan *return* bagi perusahaan.

Umur perusahaan diukur dengan menggunakan umur perusahaan sejak terdaftar (*listing*) di BEI. Tanggal terdaftar dilihat dari tanggal *IPO* perusahaan yang dihitung sejak pencatatan saham pertama di BEI. Dipilihnya umur perusahaan melalui lamanya perusahaan terdaftar di BEI karena ketika *go public* informasi perusahaan termasuk informasi tentang pengungkapan CSR akan menjadi konsumsi masyarakat dan menciptakan citra perusahaan di mata masyarakat. Oleh karena itu perusahaan yang telah lama terdaftar di BEI akan cenderung mengungkapkan informasi yang lebih lengkap, karena pengungkapan informasi yang rinci dapat memberikan nilai tambah bagi perusahaan sehingga dapat menarik perhatian masyarakat luas.

### Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan variabel yang banyak digunakan untuk menjelaskan pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan dalam laporan tahunan yang dibuat. Sembiring (2005) menyatakan bahwa:

“Ukuran perusahaan merupakan variabel penduga yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Hal ini dikaitkan dengan teori agensi, dimana perusahaan besar memiliki biaya keagenan yang lebih besar. Di samping itu, perusahaan besar juga merupakan emiten yang banyak disoroti, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan.” (Sembiring, 2005: 381)

Secara umum perusahaan besarkan mengungkapkan informasi lebih banyak dari pada perusahaan kecil. Secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan politis, yaitu tekanan untuk melakukan pertanggungjawaban sosial.

### Profitabilitas

Menurut Heinze dalam Santioso dan Chandra (2012), profitabilitas merupakan faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham. Tingkat profitabilitas perusahaan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan dari kegiatan operasional sehari-hari.

Donovan dan Gibson dalam Sembiring (2005), menyatakan bahwa berdasarkan teori legitimasi, salah satu argumen dalam hubungan antara profitabilitas dan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial adalah

bahwa ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan (manajemen) menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan.

Ukuran yang banyak digunakan untuk profitabilitas adalah menggunakan rasio *ROE* (Nurkhin, 2008). Digunakannya *ROE* sebagai alat ukur profitabilitas karena *ROE* menggambarkan keuntungan yang diperoleh dengan modal sendiri. Hal ini berarti informasi *ROE* dapat digunakan oleh investor dalam menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan investasi, dan karena *ROE* dihitung dari laba bersih, besarnya keuntungan yang dihitung, dan mempertimbangkan biaya sosial yang dikeluarkan oleh perusahaan.

### **Profil Perusahaan**

Profil perusahaan adalah uraian tentang bidang operasi yang dijalankan oleh perusahaan. Hubungan antara profil perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial dikaitkan dengan variasi dampak operasi perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat. Industri *high profile* sebagai industri yang memiliki *consumer visibility*, risiko politik yang tinggi, atau kompetisi yang tinggi akan lebih memperhatikan pertanggungjawaban sosialnya kepada masyarakat karena hal ini akan meningkatkan citra perusahaan terhadap tingkat penjualan.

Perusahaan yang dikategorikan sebagai *high profile* antara lain perusahaan perminyakan dan pertambangan, kimia, hutan, kertas, otomotif, agribisnis, tembakau dan rokok, produk makanan dan minuman, media dan komunikasi, kesehatan serta transportasi dan pariwisata, sedangkan kelompok industri *low profile* terdiri dari bangunan, keuangan dan perbankan, *supplier* peralatan medis, *retailer*, tekstil dan produk tekstil, produk personal, dan produk rumah tangga (Sembiring, 2005).

Menurut ZuhrohdanSukmawati dalam Agus Purwanto (2011) adapun perusahaan yang tergolong dalam industri *high profile* pada umumnya memiliki karakteristik seperti memiliki jumlah tenaga kerja yang besar dan dalam proses produksinya mengeluarkan residu, seperti limbah dan polusi. Kaitan teori legitimasi dengan profil perusahaan, bahwa profil perusahaan mempengaruhi pandangan politis. Hal ini akan membuat pengungkapan sosial digunakan untuk menghindari tekanan yang tak semestinya dan kritikan atas aktivitas sosial.

### **Jumlah Dewan Komisaris**

Keberadaan komisaris independen diharapkan dapat bersikap netral terhadap segala kebijakan yang dibuat oleh direksi. Keberadaan dewan komisaris independen tidak terpengaruh oleh manajemen, oleh karena itu mereka cenderung mendorong perusahaan untuk mengungkapkan informasi yang lebih luas kepada para *stakeholder*-nya. Dengan demikian, semakin besar proporsi dewan komisaris dalam perusahaan dapat mendorong pengungkapan informasi sosial dan lingkungan yang lebih luas.

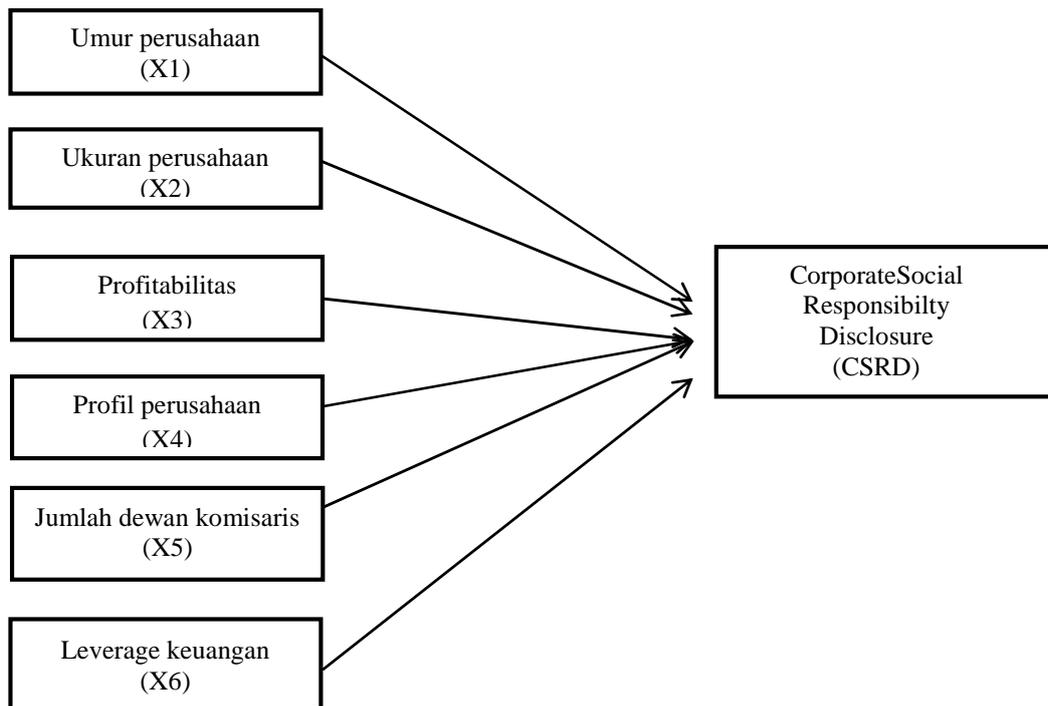
Sembiring (2005) menyatakan bahwa semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka semakin mudah untuk mengendalikan *CEO* dan pengawasan yang dilakukan akan semakin efektif. Apabila dikaitkan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, maka tekanan terhadap manajemen juga akan semakin besar untuk mengungkapkannya. Ukuran dewan komisaris yang digunakan dalam penelitian ini konsisten dengan Sembiring (2005) yaitu jumlah personal dalam anggota dewan komisaris.

### **Leverage**

*Leverage* merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. Rasio yang tinggi mengindikasikan perusahaan menggunakan utang yang tinggi. Perusahaan dengan rasio *leverage* keuangan yang tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas daripada perusahaan dengan rasio *leverage* keuangan yang rendah. Perusahaan dikatakan tidak solvabel apabila total utang perusahaan lebih besar dibandingkan dengan total asetnya.

Terdapat dua metode pengukuran yang dapat digunakan untuk mengukur *leverage* perusahaan. Yang pertama adalah *total debt to equity ratio*, merupakan perbandingan antara utang dan ekuitas dalam pendanaan perusahaan yang menunjukkan kemampuan modal perusahaan untuk memenuhi seluruh kewajibannya. Yang kedua adalah *total debt to total asset ratio*, merupakan perbandingan antara hutang lancar dan hutang jangka panjang dibandingkan dengan jumlah aktiva. Rasio ini menunjukkan berapa nilai dari keseluruhan aktiva yang dibiayai melalui hutang. Pengukuran *leverage* perusahaan pada penelitian ini diukur dengan rasio total hutang terhadap total aset. Menurut Rawi dalam Santioso dan Chandra (2012), pengukuran *leverage* dengan rasio total hutang terhadap total aset sesuai dengan pengukuran *leverage* untuk negara berkembang.

**Kerangka Pemikiran**



Sumber: Data diolah, 2017

**Gambar 1. Kerangka Pemikiran**

**METODE PENELITIAN**

**Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Bursa Efek Indonesia yang berlokasi di Jl. Jendral Sudirman No. 73 (Sudirman bawah), Pekanbaru, Riau, dimana datanya di akses melalui website resmi BEI, yaitu : [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). Waktu dilakukan penelitian ini adalah dari september 2017 hingga januari 2018

**Metode Penarikan Sampel**

**Populasi dan Teknik Pemilihan Sampel**

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari berupa *annual report* periode 2014-2016. Data umur perusahaan, ukuran perusahaan, profitabilitas, profil perusahaan, jumlah dewan komisaris, dan *leverage* diperoleh dari *annual report* perusahaan sampel periode 2014-2016 di *website* BEI ([www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)). Penggunaan perusahaan yang tercatat di BEI sebagai populasi karena perusahaan tersebut mempunyai kewajiban untuk menyampaikan laporan tahunan kepada pihak luar perusahaan, sehingga memungkinkan data laporan tahunan tersebut diperoleh dalam penelitian ini.

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2016. Metode penentuan sampel yang digunakan adalah metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah metode pemilihan sampel dimana pengambilan kriteria-kriteria yang dimasukkan dalam sampel dilakukan secara sengaja, dengan catatan bahwa sampel tersebut representatif atau mewakili populasi. *Purposive sampling* digunakan dengan alasan bahwa tidak semua perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dapat digunakan sebagai sampel, karena perusahaan harus memenuhi beberapa kriteria agar dapat dilakukan analisis lebih lanjut.

Adapun kriteria-kriteria tersebut adalah: (1) Perusahaan manufaktur yang mempublikasikan *annual report* periode 2014 sampai 2016 baik disitus Bursa Efek Indonesia secara berturut-turut. (2) Perusahaan tidak mengalami kerugian secara berturut-turut dalam mengelola usahanya. (3) Perusahaan menyajikan ikhtisar keuangan dalam mata uang rupiah. (4) Perusahaan menerapkan dan mengungkapkan laporan mengenai tanggung jawab sosial dalam *annual report* tahun 2014-2016.

**Tabel 2. Kriteria Penelitian Sampel**

No.	Kriteria	Jumlah
1	Populasi	136 Perusahaan

2	Perusahaan manufaktur yang tidak mempublikasikan <i>annual report</i> Periode 2014 sampai 2016 disitus Bursa Efek Indonesia secara berturut-turut.	(16)
3	Perusahaan yang mengalami kerugian secara berturut-turut dalam mengelola usahanya.	(18)
4	Perusahaan yang tidak menyajikan ikhtisar keuangan dalam mata uang rupiah.	(26)
5	Perusahaan tidak menerapkan dan mengungkapkan laporan mengenai tanggung jawab sosial dalam <i>annual report</i> tahun 2014-2016.	(26)
<b>Jumlah Sampel</b>		50 Perusahaan

Berdasarkan kriteria yang telah ditentukan pada periode 2014-2016 terdapat 50 sample dari 136 perusahaan yang memenuhi kriteria dapat dijadikan sample. Data yang di gunakan dalam penelitian adalah laporan keuangan dan laporan tahunan yang diunduh dari website Bursa Efek Indonesia ([www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)).

**Tabel 3. Daftar Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2014-2016**

No.	Kode	Nama Perusahaan	Sektor
1	ADES	AkashaWira International Tbk	Makanan & Minuman
2	AKPI	ArghaKarya Prima Industry Tbk	Plastik & Kemasan
3	AMFG	Asahimas Flat Glass Tbk	Keramik, porselen & kaca
4	APLI	AsiaplastIndustriTbk	Plastik & Kemasan
5	ARNA	ArwanaCitramuliaTbk	Keramik, porselen & kaca
6	BAJA	Sarana central Baja tama Tbk	logam dan sejenisnya
7	BOLT	Garuda MetalindoTbk	otomotifdankomponen
8	CINT	ChitoseInternasionalTbk	Peralatan rumah tangga
9	CPIN	Charoen Pokphand Indonesia Tbk	sektor Pakan Ternak
10	DLTA	Delta Djakarta Tbk	Makanan & Minuman
11	DVLA	Darya VariaLaboratoriaTbk	Farmasi
12	EKAD	Ekadharma International Tbk	Kimia
13	FASW	Fajar Surya WisesaTbk	Pulp & Kertas
14	GJTL	Gajah Tunggal Tbk	otomotifdankomponen
15	HMSP	Hanjaya Mandala SampoernaTbk	Rokok
16	ICBP	Indofood CBP SuksesMakmurTbk	Makanan & Minuman
17	IGAR	Champion Pasific Indonesia Tbk	Plastik & Kemasan
18	IMPC	ImpackPratamaIndustriTbk	Plastik & Kemasan
19	INAF	IndofarmaTbk	Farmasi
20	INCI	IntanWijaya International Tbk	Kimia
21	INDF	Indofood SuksesMakmurTbk	Makanan & Minuman
22	JECC	Jembo Cable Company Tbk	Kabel
23	JPFA	JapfaComfeed Indonesia Tbk	sektor Pakan Ternak
24	KAEF	Kimia FarmaTbk	Farmasi
25	KDSI	KedawungSetia Industrial Tbk	Pulp dan Kertas
26	KINO	Kino Indonesia Tbk	Kosmetik dan Barang Rumah Tangga
27	KLBF	Kalbe FarmaTbk	Farmasi
28	KRAH	Grand Kartech	mesindanalatberat
29	LION	Lion Metal Works Tbk	Logam & sejenisnya
30	LMSH	Lionmesh Prima Tbk	Logam & sejenisnya
31	MBTO	Martina BertoTbk	Kosmetik dan Barang Rumah Tangga
32	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk	Makanan dan Minuman
33	MLIA	MuliaIndustrindoTbk	Keramik, porselen & kaca
34	MYOR	Mayora Indah Tbk	Makanan dan Minuman
35	PRAS	Prima Alloy Steel Universal Tbk	otomotifdankomponen
36	ROTI	Nippon IndosariCorporindoTbk	Makanan & Minuman
37	SIDO	IndustriJamudanFarmasiSidoTbk	Farmasi
38	SIPD	Sierad Produce Tbk	Pakan Ternak

39	SMBR	Semen BaturajaPerseroTbk	Semen
40	SPMA	SuparmaTbk	Pulp & Kertas
41	SRSN	Indo AcidatamaTbk	Kimia
42	STAR	Star Petrochem Tbk	Tekstil dan Garmen
Daftar Perusahaan Manufaktur yang menjadi Sample (Lanjutan)			
No.	Kode	Nama Perusahaan	Sektor
43	TALF	Tunas AlfinTbk	Plastik dan Kemasan
44	TIRT	Tirta Mahakam Resources Tbk	Kayu & Pengolahannya
45	TOTO	Surya Toto Indonesia Tbk	Keramik, porselen & kaca
46	TRIS	Trisula International Tbk	Tekstil & Garment
47	ULTJ	Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk	Makanan & Minuman
48	UNIT	Nusantara Inti Corpora Tbk	Tekstil & Garment
49	UNVR	Unilever Indonesia Tbk	Kosmetik dan Barang Rumah Tangga
50	WIIM	WisnilakIntiMakmurTbk	Rokok

### Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang digunakan sebagai dasar dalam penelitian. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan cara studi dokumentasi, yaitu merupakan suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data melalui catatan, arsip-arsip, laporan tahunan, surat kabar, majalah, notulen, buku, jurnal, dan lain-lain. Dalam penelitian ini dokumentasi diperoleh dari catatan, buku, jurnal, dan laporan tahunan yang telah dipublikasikan oleh perusahaan sampel di *website* Bursa Efek Indonesia (BEI) ([www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)).

### Definisi Operasional Variabel

**Tabel 4.Operasional Variabel**

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1	Corporate Sosial Responsibility (CSR)	Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan suatu konsep serta tindakan yang dilakukan oleh suatu perusahaan sebagai rasa tanggung jawab sosial serta lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berdiri	CSRDI <sub>ij</sub> = $\frac{X_{ij}}{78}$ Sumber; Sembiring (2005)	Rasio
2	Umur Perusahaan	Umur perusahaan merupakan faktor yang mempengaruhi kinerja perusahaan dalam mengungkapkan tanggung jawab sosialnya.	Umur perusahaan = Tahun ke- <i>n</i> (tahun <i>first issue</i> di BEI) (Linda Santioso: 2012)	Rasio
3	Ukuran Perusahaan	Ukuran perusahaan adalah jumlah nilai kekayaan yang dimiliki oleh perusahaan.	Ukuranperusahaan = $\logaritmanatural(\text{totalaktiva})$ (Linda Santioso: 2012)	Rasio
4	ROE	profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam memperoleh profit dalam upaya meningkatkan nilai pemegang saham dengan ekuitas yg dimiliki entitas.	$Return\ On\ Equity = \frac{Net\ Income}{Total\ Equity}$ (Rizkia Angggita Sari: 2012)	Rasio
5	Profil Perusahaan	Profil perusahaan adalah uraian tentang bidang operasi yang dijalankan oleh perusahaan	Profil Perusahaan = High Profile (1); Low Profile (0) (Rahman dan Widayari, 2008)	Dummy
6	Jumlah Dewan Komisaris	Jumlah dewan komisaris adalah jumlah seluruh anggota dewan komisaris yang terdapat dalam suatu perusahaan.	Jumlah dewan komisaris = $\sum$ Dewan Komisaris (sukmawati dan maswar: 2013)	Rasio
7	Leverage Keuangan	<i>Leverage</i> keuangan merupakan ukuran kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka panjangnya.	$Leverage = \frac{Total\ Debt}{Total\ Asset}$ (sukmawati dan maswar: 2013)	Rasio

### Teknik Pengujian Hipotesis

Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini, digunakan metode regresi linier berganda, uji signifikansi simultan (*F-test*), dan uji signifikansi parameter individual (*t-test*), dan koefisien determinasi ( $R^2$ ).

### Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan analisis yang paling mendasar untuk menggambarkan keadaan data secara umum. Statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility Disclosure*, umur perusahaan, ukuran perusahaan, profitabilitas, profil perusahaan, jumlah dewan komisaris dan *leverage* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai *minimum*, nilai *maximum*, *mean*, dan standar deviasi.

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi, variabel dependen, variabel independen atau keduanya memiliki distribusi data yang normal atau tidak, metode pengujian yang dipakai adalah *Kolmogorov-Smirnov*. Uji ini dilakukan dengan membandingkan probabilitas yang diperoleh dengan taraf signifikansi  $\alpha = 0,05$ . Apabila  $Sign > \alpha$ , maka data terdistribusi normal. Sedangkan jika sebaliknya maka data tidak terdistribusi normal.

#### Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah adanya korelasi antara nilai data pada suatu waktu dengan nilai data tersebut pada waktu nilai satu periode sebelumnya atau lebih. Uji autokorelasi dilakukan untuk mengetahui apakah model mengandung autokorelasi atau tidak, yaitu adanya hubungan diantara variabel dalam mempengaruhi variabel dependen. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. (Ghozali, 2011:110). Dalam penelitian ini, cara yang digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi adalah dengan menggunakan uji *Durbin – Watson (DW test)*. Suatu model regresi menunjukkan tidak terjadinya autokorelasi dengan memenuhi syarat  $dU < d < 4-dU$  (Ghozali, 2011: 111)

#### Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah hubungan antara variabel prediktor atau independen terhadap variabel prediktor yang lain. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol (Suliyanto, 2011: 90). Uji multikolinearitas dilakukan dengan cara melihat nilai *Variance Inflation Factor (VIF)*. Apabila nilai *VIF* kurang dari 10 atau nilai *tolerance*  $> 0,10$  maka model regresi berganda tidak terjadi multikolinearitas.

#### Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam suatu model regresi terjadi ketidaksamaan variabel dari residual suatu pengamatan ke residual pengamatan yang lain. Situasi heteroskedastisitas akan menyebabkan penafsiran koefisien regresi menjadi tidak efisien. Model regresi yang baik adalah bila varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap atau homokedastisitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan melalui uji *Glejser*. Uji *Glejser* dapat dilakukan dengan meregresi nilai absolut residual sebagai variabel dependen dengan semua variabel independen dalam model. Jika nilai koefisien uji *Glejser* untuk variabel independen di atas 0.05 (5%), maka tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

### Teknik Pengujian Hipotesis

Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini, digunakan metode regresi linier berganda, uji signifikansi simultan (*F-test*), dan uji signifikansi parameter individual (*t-test*), dan koefisien determinasi ( $R^2$ ).

### Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi digunakan untuk memprediksi seberapa jauh pengaruh umur perusahaan, ukuran perusahaan, profitabilitas, profil perusahaan, jumlah dewan komisaris, dan *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Model persamaan regresi secara sistematis dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 UMP + \beta_2 UKP + \beta_3 PRF + \beta_4 PRP + \beta_5 JDK + \beta_6 LVR + e$$

Keterangan:

Y	=	Pengungkapan CSR
a	=	Konstanta
$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5, \beta_6$	=	Koefisien regresi

Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2016 (Fanny Liani dan Yusrizal)

UMP	=	Umur perusahaan
UKP	=	Ukuran Perusahaan
PRF	=	Profitabilitas
PRP	=	Profil perusahaan
JDK	=	Jumlah dewan komisaris
LVR	=	Leverage
e	=	Error of term

### Uji F

Menunjukkan semua variabel bebas yang dimasukkan ke dalam model mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Dasar pengambilan keputusannya adalah jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  dan tingkat signifikansinya  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan tingkat signifikansinya  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima.

### Uji t

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Untuk mengetahui kebenaran hipotesis digunakan kriteria bila nilai signifikansi  $< (0,05)$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya ada pengaruh variabel bebas dengan variabel terikat dengan derajat keyakinan yang digunakan sebesar  $= 0,05$ , begitu pula sebaliknya apabila nilai signifikansi  $> (0,05)$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak yang artinya tidak ada pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat.

### Uji R<sup>2</sup>

Uji R<sup>2</sup> dilakukan untuk mengkaji seberapa besar variabel bebas dapat menjelaskan perubahan pada variabel terikat. Nilai koefisien berganda berada di antara 0 sampai 1. Semakin besar R<sup>2</sup> atau semakin mendekati 1 menunjukkan semakin besar kemampuan variabel bebas menjelaskan perubahan pada variabel terikat. Menurut Ghozali (2006:86), nilai R<sup>2</sup> kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen menjelaskan persentase variasi variabel dependen secara terbatas. Jika mendekati satu berarti variabel independen dapat menjelaskan persentase variasi variabel dependen secara sempurna.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah suatu metode analisis dimana data-data yang sudah ada dikumpulkan dan dikelompokkan kemudian data-data tersebut dianalisis dan diinterpretasikan secara objektif.

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas Data

**Tabel 5. Hasil Uji Normalitas Data  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		150
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.29533941E8
Most Extreme Differences	Absolute	.039
	Positive	.039
	Negative	-.025
Kolmogorov-Smirnov Z		.473
Asymp. Sig. (2-tailed)		.979

a. Test distribution is Normal.

Sumber : Data sekunder diolah SPSS, 2018

Dari Tabel 5. dapat terlihat bahwa nilai *Kolmogorov-Smirnov Z* adalah 0.473 dengan nilai signifikansi *Asymp. Sig. (2-tailed)* pada 0.979 yang lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel dalam penelitian ini berdistribusi normal.

## Uji Autokorelasi

**Tabel 6. Hasil Uji Autokorelasi**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.412 <sup>a</sup>	.170	.135	1.322E8	1.629

a. Predictors: (Constant), LVR, JDK, PRF, UKP, PRP, UMP

b. Dependent Variable: CSRDI

Sumber : Data sekunder diolah SPSS, 2018

Berdasarkan Tabel 6 di atas dapat disimpulkan bahwa hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS diperoleh nilai Durbin-Watson untuk variabel independen sebesar 1.629. karena nilai berada pada -2 sampai +2 berarti model regresi bebas dari autokorelasi.

## Uji Multikolinearitas

**Tabel 7. Hasil Uji Multikolonieritas**

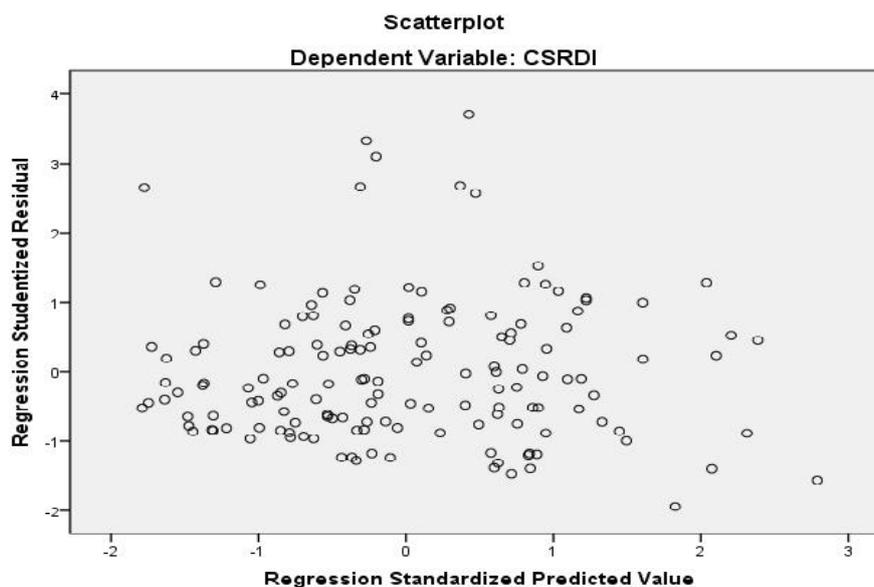
Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
1 (Constant)	44624516.447	27196082.155			
UMP	207026.692	787933.323	.025	.708	1.412
UKP	.002	.008	.023	.950	1.053
PRF	.032	.016	.161	.936	1.068
PRP	13965007.921	15918220.374	.079	.786	1.273
JDK	8957541.361	4156897.592	.198	.746	1.340
LVR	-.025	.027	-.075	.967	1.035

a. Dependent Variable: CSRDI

Sumber : Data sekunder diolah SPSS, 2018

Dari Tabel 7. dapat dilihat bahwa nilai VIF dari setiap variabel lebih kecil dari 5 sehingga dapat dikatakan bahwa model regresi ini terbebas dari multikolonieritas.

## Uji Heteroskedasitas



Sumber : Data sekunder diolah SPSS, 2018

**Gambar 2. Scatter plot**

Dari pengujian *Scatterplot* di atas telah memenuhi syarat, maka pada model regresi ini tidak ditemukan adanya masalah heteroskedasitas.

### Teknik Pengujian Hipotesis Analisis Regresi Linear Berganda

**Tabel 8. Regresi Linear Berganda**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	44624516.447	27196082.155		1.641	.103
UMP	207026.692	787933.323	.025	.263	.793
UKP	.002	.008	.023	.283	.778
PRF	.032	.016	.161	1.956	.052
PRP	13965007.921	15918220.374	.079	.877	.382
JDK	8957541.361	4156897.592	.198	2.155	.033
LVR	-.025	.027	-.075	-.930	.354

a. Dependent Variable: CSRD1

Sumber : Data sekunder diolah SPSS, 2018

Berdasarkan Tabel 8. dapat dibuat persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = 44624516.447 + 207026.692 + 0.002 + 0.032 + 13965007.921 + 8957541.361 - 0.025$$

Dimana :

- Y = *Corporate Sosial Responsibility*
- X<sub>1</sub> = Umur Perusahaan
- X<sub>2</sub> = Ukuran Perusahaan
- X<sub>3</sub> = Profitabilitas
- X<sub>4</sub> = Profil Perusahaan
- X<sub>5</sub> = Jumlah Dewan Komisaris
- X<sub>6</sub> = Leverage

Berdasarkan persamaan regresi diatas dapat diketahui : (1) Nilai konstanta bertanda positif 44624516.447 yang menunjukkan apabila variable UMP, UKP, PRF, PRP, JDK dan LVR tidak ada perubahan atau sama dengan 0, maka *Corporate Sosial Responsibility* adalah sebesar 70788046.150. (2) Umur Perusahaan memiliki koefisien bertanda positif sebesar 207026.692, hal ini berarti apabila nilai X<sub>1</sub> (Umur Perusahaan) meningkat sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel lainnya adalah tetap, maka akan semakin meningkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sebesar 207026.692. (3) Ukuran Perusahaan memiliki koefisien bertanda positif sebesar 0.002, hal ini berarti apabila nilai X<sub>2</sub> (Ukuran Perusahaan) meningkat sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel lainnya adalah tetap, maka akan meningkatkan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sebesar 0.002. (4) Profitabilitas memiliki koefisien bertanda positif sebesar 0.032, hal ini berarti apabila nilai X<sub>3</sub> (Profitabilitas) meningkat sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel lainnya adalah tetap, maka akan semakin meningkatkan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sebesar 0.032. (5) Profil Perusahaan memiliki koefisien bertanda positif sebesar 13965007.921, hal ini berarti apabila nilai X<sub>4</sub> (Profil Perusahaan) meningkat sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel lainnya adalah tetap, maka akan meningkatkan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sebesar 13965007.921. (6) Jumlah Dewan Komisaris memiliki koefisien bertanda positif sebesar 8957541.361, hal ini berarti apabila nilai X<sub>5</sub> (Jumlah Dewan Komisaris) meningkat sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel lainnya adalah tetap, maka akan meningkatkan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sebesar 8957541.361. (7) Leverage memiliki koefisien bertanda negatif sebesar 0.025, hal ini berarti apabila nilai X<sub>6</sub> (Leverage) meningkat sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel lainnya adalah tetap, maka akan menurunkan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan 0.025.

### Uji F

**Tabel 9. Hasil Uji F**

ANOVA <sup>b</sup>						
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	5.126E17	6	8.543E16	4.886	.000 <sup>a</sup>
	Residual	2.500E18	143	1.748E16		

Total	3.013E18	149
-------	----------	-----

a. Predictors: (Constant), LVR, JDK, PRF, UKP, PRP, UMP

b. Dependent Variable: CSRDI

Sumber : Data sekunder diolah SPSS, 2018

Pada tabel 9. menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 4.730 sedangkan nilai F tabel sebesar 2,18. Karena nilai F hitung > F tabel ( $4.886 > 2,16$ ) dan nilai signifikansi < ( $0,000 < 0,05$ ), maka dapat disimpulkan bahwa model regresi layak digunakan. Dengan kata lain UMP, UKP, PRF, PRP, JDK, LVR berpengaruh simultan terhadap CSRDI.

## Uji t

**Tabel 10. Hasil Uji t**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.086E8	47437345.837		4.397	.000
UMP	-2155477.214	1374369.489	-.142	-1.568	.119
UKP	.019	.015	.103	1.319	.189
PRF	.083	.028	.229	2.911	.004
PRP	56505457.355	27765695.099	.175	2.035	.044
JDK	22894789.696	7250757.207	.278	3.158	.002
LVR	-.006	.047	-.010	-.132	.895

a. Dependent Variable: CSRDI

Sumber : Data sekunder diolah SPSS, 2018

Dari tabel 10. maka hasil uji t adalah sebagai berikut :Nilai t hitung dari variabel Umur Perusahaan adalah sebesar -1.568 sedangkan nilai t tabel diperoleh 1.655. Nilai t hitung UMP yang diperoleh lebih kecil dari t tabel ( $-1.568 < 1.655$ ) dan dapat disimpulkan bahwa UMP tidak berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Sosial Responsibility*, selain itu juga dapat dilihat dari nilai signifikansi, variabel UMP adalah sebesar 0,119 dan signifikansi yang ditetapkan adalah 0,05. Nilai signifikansi yang didapatkan pada pengujian ini tersebut lebih besar dari signifikansi yang ditetapkan ( $0,119 > 0,05$ ) maka  $H_{01}$  diterima dan  $H_{a1}$  ditolak.

Kesimpulan : Variabel Umur Perusahaan tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap *Corporate Sosial Responsibility*.

Nilai t hitung dari variabel Ukuran Perusahaan adalah sebesar 1.319 sedangkan nilai t tabel diperoleh 1.655. Nilai t hitung UKP yang diperoleh lebih kecil dari t tabel ( $1.319 < 1.655$ ) dan dapat disimpulkan bahwa UKP tidak berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Sosial Responsibility*, selain itu juga dapat dilihat dari nilai signifikansi, variabel UKP adalah sebesar 0.189 dan signifikansi yang ditetapkan adalah 0,05. Nilai signifikansi yang didapatkan pada pengujian ini tersebut lebih besar dari signifikansi yang ditetapkan ( $0.189 > 0,05$ ) maka  $H_{02}$  diterima dan  $H_{a2}$  ditolak.

Kesimpulan : Variabel Ukuran Perusahaan tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap *Corporate Sosial Responsibility*.

Nilai t hitung dari variabel Profitabilitas adalah sebesar 2.911 sedangkan nilai t tabel diperoleh 1.655. Nilai t hitung PRF yang diperoleh lebih kecil dari t tabel ( $2.911 > 1.655$ ) dan dapat disimpulkan bahwa PRF berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Sosial Responsibility*, selain itu juga dapat dilihat dari nilai signifikansi, variabel PRF adalah sebesar 0.004 dan signifikansi yang ditetapkan adalah 0,05. Nilai signifikansi yang didapatkan pada pengujian ini tersebut lebih besar dari signifikansi yang ditetapkan ( $0.004 < 0,05$ ) maka  $H_{a3}$  diterima dan  $H_{03}$  ditolak.

Kesimpulan : Variabel Profitabilitas mempunyai pengaruh signifikan terhadap *Corporate Sosial Responsibility*.

Nilai t hitung dari variabel Profil Perusahaan adalah sebesar 2.035 sedangkan nilai t tabel diperoleh 1.655. Nilai t hitung PRP yang diperoleh lebih kecil dari t tabel ( $2.035 > 1.655$ ) dan dapat disimpulkan bahwa PRP berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Sosial Responsibility*, selain itu juga dapat dilihat dari nilai signifikansi, variabel PRP adalah sebesar 0.044 dan signifikansi yang ditetapkan adalah 0,05. Nilai signifikansi yang didapatkan pada pengujian ini tersebut lebih besar dari signifikansi yang ditetapkan ( $0.044 < 0,05$ ) maka  $H_{a4}$  diterima dan  $H_{04}$  ditolak.

Kesimpulan : Variabel Profil Perusahaan mempunyai pengaruh signifikan terhadap *Corporate Sosial Responsibility*.

Nilai t hitung dari variabel Jumlah Dewan Komisaris adalah sebesar 3.158 sedangkan nilai t tabel diperoleh 1.655. Nilai t hitung JDK yang diperoleh lebih kecil dari t tabel ( $3.158 > 1.655$ ) dan dapat disimpulkan

bahwa JDK berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Sosial Responsibility*, selain itu juga dapat dilihat dari nilai signifikansi, variabel JDK adalah sebesar 0.002 dan signifikansi yang ditetapkan adalah 0,05. Nilai signifikansi yang didapatkan pada pengujian ini tersebut lebih besar dari signifikansi yang ditetapkan ( $0.002 < 0,05$ ) maka  $H_{a5}$  diterima dan  $H_{05}$  ditolak.

Kesimpulan : Variabel Jumlah Dewan Komisaris mempunyai pengaruh signifikan terhadap *Corporate Sosial Responsibility*.

Nilai t hitung dari variabel *Leverage* adalah sebesar -0.132 sedangkan nilai t tabel diperoleh 1.655. Nilai t hitung LVR yang diperoleh lebih kecil dari t tabel ( $-0.132 < 1.655$ ) dan dapat disimpulkan bahwa LVR tidak berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Sosial Responsibility*, selain itu juga dapat dilihat dari nilai signifikansi, variabel LVR adalah sebesar 0.895 dan signifikansi yang ditetapkan adalah 0,05. Nilai signifikansi yang didapatkan pada pengujian ini tersebut lebih besar dari signifikansi yang ditetapkan ( $0.895 > 0,05$ ) maka  $H_{06}$  diterima dan  $H_{a6}$  ditolak.

Kesimpulan : Variabel *Leverage* tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap *Corporate Sosial Responsibility*.

## Uji Determinasi R<sup>2</sup>

Tabel 11. Hasil Uji Determinasi R<sup>2</sup>

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.412 <sup>a</sup>	.170	.135	1.322E8

a. Predictors: (Constant), LVR, JDK, PRF, UKP, PRP, UMP

b. Dependent Variable: CSRDI

Sumber : Data sekunder diolah SPSS, 2018

Berdasarkan pada Tabel 11 di atas diperoleh angka Adjusted R<sup>2</sup> (Adjusted R Square) sebesar 0,135 atau 13,5%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel independen (Umur Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Profil Perusahaan, Jumlah Dewan Komisaris, Leverage) terhadap variabel dependen (*Corporate Sosial Responsibility*) adalah 13,5 % sedangkan sisanya 86,5 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## Pembahasan

### Pengaruh Umur Perusahaan terhadap *Corporate Sosial Responsibility*

Umur perusahaan adalah seberapa lama suatu perusahaan mampu untuk bertahan, bersaing, dan mengambil kesempatan bisnis yang ada dalam perekonomian. Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa Umur Perusahaan memiliki signifikansi yang lebih besar dari signifikansi yang ditetapkan sehingga hipotesis pertama ditolak. Hal ini berarti bahwa Umur Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap CSRDI pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Santioso dan Chandra (2012), Ukuran perusahaan, profitabilitas, dan jumlah dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Leverage dan umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Namun berbeda dengan penelitian Munawarah Gunardi dan Makhdalena (2012) Ukuran perusahaan dan umur perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa umur perusahaan tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap *Corporate Sosial Responsibility*.

### Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Corporate Sosial Responsibility*

Ukuran perusahaan adalah suatu skala, dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut total aset, total penjualan, *market capitalized*, dan lain-lain. Besar kecilnya perusahaan dapat diukur dengan total aset atau besar harta perusahaan dengan menggunakan perhitungan nilai logaritma total. Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan memiliki signifikansi yang lebih besar dari signifikansi yang ditetapkan sehingga hipotesis kedua ditolak. Hal ini berarti bahwa Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap CSRDI pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Arya Sunaryo (2016), Profitabilitas, leverage berpengaruh terhadap CSR. Ukuran perusahaan, umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap CSR. Namun berbeda dengan penelitian Sembiring (2005) ukuran perusahaan, jumlah dewan komisaris, dan profil perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Profitabilitas dan leverage tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap *Corporate Sosial Responsibility*.

### **Pengaruh Profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility***

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa Profitabilitas memiliki signifikansi yang lebih kecil dari signifikansi yang ditetapkan sehingga hipotesis ketiga diterima. Hal ini berarti bahwa Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap CSRDI pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Arya Sunaryo (2016), Profitabilitas, leverage berpengaruh terhadap CSR. Ukuran perusahaan, umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap CSR. Namun berbeda dengan penelitian Ahmad Kamil dan Antonius Herusetya (2010) Profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan, hanya ukuran perusahaan yang berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Profitabilitas, likuiditas, dan solvabilitas tidak berpengaruh terhadap pengukuran CSR.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Profitabilitas mempunyai pengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility*.

### **Pengaruh Profil Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility***

Profil perusahaan adalah laporan perusahaan yang memberikan gambaran tentang sejarah, status dan tujuan masa depan sebuah bisnis. Hasil pengujian hipotesis keempat menunjukkan bahwa Profil Perusahaan memiliki signifikansi yang lebih kecil dari signifikansi yang ditetapkan sehingga hipotesis keempat diterima. Hal ini berarti bahwa Profil Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap CSRDI pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005), Ukuran perusahaan, jumlah dewan komisaris, dan profil perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Profitabilitas dan leverage tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Namun berbeda dengan penelitian Wakid Triuwono dan Assih (2012) Leverage berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Ukuran perusahaan, profitabilitas, profil perusahaan, jumlah dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Profil Perusahaan mempunyai pengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility*.

### **Pengaruh Jumlah Dewan Komisaris terhadap *Corporate Social Responsibility***

Menurut UU No. 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas, Jumlah Dewan Komisaris adalah organ Perseroan yang bertugas melakukan pengawasan secara umum dan khusus sesuai dengan anggaran dasar serta memberi nasihat kepada direksi. Hasil pengujian hipotesis kelima menunjukkan bahwa Jumlah Dewan Komisaris memiliki signifikansi yang lebih kecil dari signifikansi yang ditetapkan sehingga hipotesis kelima diterima. Hal ini berarti bahwa Jumlah Dewan Komisaris berpengaruh signifikan terhadap CSRDI pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sukmawati Safitri Dewi dan Maswar Patuh Priyadi (2013), Size, kepemilikan manajemen, ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap CSR. Profitabilitas, leverage tidak berpengaruh terhadap CSR. Namun berbeda dengan penelitian Wakid, Triuwono dan Assih (2012) Leverage berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Ukuran perusahaan, profitabilitas, profil perusahaan, jumlah dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Jumlah Dewan Komisaris mempunyai pengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility*.

### **Pengaruh Leverage terhadap *Corporate Social Responsibility***

Leverage literal adalah pengungkit. Pengungkit biasanya digunakan untuk membantu mengangkat beban yang berat. Dalam keuangan, leverage juga mempunyai maksud yang serupa yaitu leverage bisa digunakan untuk meningkatkan tingkat keuntungan yang diharapkan. Hasil pengujian hipotesis keenam menunjukkan bahwa *Leverage* memiliki signifikansi yang lebih besar dari signifikansi yang ditetapkan sehingga hipotesis keenam ditolak. Hal ini berarti bahwa *Leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap CSRDI pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005), Ukuran perusahaan, jumlah dewan komisaris, dan profil perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Profitabilitas dan leverage tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Namun berbeda dengan penelitian Arya Sunaryo (2016) *Profitabilitas, leverage* berpengaruh terhadap CSR. Ukuran perusahaan, umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap CSR.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Leverage* tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility*.

### **Pengaruh Umur Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Profil Perusahaan, Jumlah Dewan Komisaris, Leverage secara Simultan terhadap *Corporate Social Responsibility***

Hasil analisis menunjukkan bahwa Umur Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Profil Perusahaan, Jumlah Dewan Komisaris, Leverage mempunyai nilai F hitung sebesar 4.730 dengan tingkat signifikansi dibawah 0,05 yaitu sebesar 0,000 Kemampuan prediksi dari keenam variabel tersebut terhadap CSRDI sebesar 15,5 %, sebagaimana ditunjukkan oleh besarnya Adjusted R Square sebesar 15,5 % sedangkan sisanya 84,5 % dipengaruhi oleh faktor – faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Oleh karena itu membuktikan bahwa secara bersama-sama terdapat pengaruh yang signifikan antara Umur Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Profil Perusahaan, Jumlah Dewan Komisaris, Leverage terhadap CSRDI.

#### DAFTAR RUJUKAN

- Agoes dan Ardana, 2009. *Etika Bisnis dan Profesi: Tantangan Memmbangun Manusia Seutuhnya*. Jakarta: Salemba Empat
- Anggraini, 2006. *Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan*, Simposium Nasional Akuntansi 9, Padang.
- Ahmad Kamil dan Antonius Herusetya, 2010. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan Kegiatan Corporate Social Responsibility*, Jakarta Selatan.
- Anis dan Gonzali, 2007. *Political Economy Theory*. Universitas Diponegoro
- Arya Sunaryo, 2016. *Pengaruh Size, Umur Perusahaan, Profitabilitas, dan Leverage Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*. Universitas Lampung.
- Darwin, 2004. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan Kegiatan Corporate Social Responsibility*, Bandung.
- Dwi Saptari Sherly, 2016. *Pengaruh Umur Perusahaan, Ukuran Perusahaan dan Operating Leverage Terhadap Struktur Modal. Studi Pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2014*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung Bandar Lampung.
- Ghozali, 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : BP Universitas Diponegoro.
- Gray, et al. 2009. *Teori Legistimasi yang Berorientasi Pada Sistem Organisasi Perusahaan Padang Yang Berkaitan Pada Liangkunagan Sosial*. Jakarta: Erlangga.
- Kusuma Sherly Dewi, 2010. *Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial* Universitas Katolik Soegijapranata.
- Kotler and Lee, 2005. *Tanggung Jawab untuk Meningkatkan Kesejahteraan Komunitas Praktek Bisnis*.
- Munawwarah Gusnardi dan Makhdalena, 2012. *Pengaruh Ukurandan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility; Perusahaan Manufaktur yang Listing di BEI Tahun 2010-2011*. Pendidikan Ekonomi, FKIP– Universitas Riau Pekanbaru.
- Purwanto Agus, 2011. *Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Terhadap Corporate Social Responsibility*. Jurnal Akuntansi dan Auditing Vol 8 No. 1. Hal 12-29
- Santioso Linda dan Chandra Erlina, 2012. *Pengaruh Profitability, Ukuran Perusahaan, Leverage, Umur Perusahaan, dan Dewan Komisaris Independen dalam Pengungkapan Corporate Social Responsibility*, Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.
- Sembiring Rismanda Edy. 2005. *Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Studi Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di BEI. Simposium Nasional Akuntansi VIII*.
- Sukmawati Safitri Dewi dan Maswar Patuh Priyadi, 2013. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI*, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
- Suliyanto, 2011. *Ekonomika Terapan: Teori & Aplikasi SPSS*, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Susanto, 2009. *Reputation Driven Corporate Social Responsibility*, Jakarta Erlangga.
- Utami, Indah Dewi dan Rahmawati, 2008. *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Kepemilikan Institusional, dan Umur Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure (Studi Empiris Pada Perusahaan Property dan Real Estate)*. Jurnal Ajuntansi dan Manajemen Vol. 21 No. 3. Hal: 297-306.
- Utomo, 2000. *Fungsi dari Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*. Universitas Semarang.
- UU Nomor 40 Tahun 2007. *Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas*. <http://bapepam.go.id/reksadana/files/regulasi/uu402007perseroanterbatas.pdf>. Diakses tanggal 12 Juli 2017.
- Wakid, Triyuwono dan Assih, 2012. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility*, Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.
- Wibisono, Yusuf, 2007. *Membedakan Konsep dan Aplikasi CSR: Corporate Social Responsibility*. Gresik: Fascho Publishing.
- <http://www.idx.co.id> Diakses tanggal 02 Desember 2017.