
**PENGARUH SIZE FIRM, TIPE INDUSTRI, PROFITABILITAS,
KINERJA LINGKUNGAN DAN MEDIA EXPOSURE TERHADAP
CORPORATE SOCIAL DISCLOSURE RESPONSIBILITY**

Dwi Retnoningtyas HM

Arista Group

Email: dwi.retnohm@gmail.com

Abstract: The objective of this research is to examine empirically whether the size firm, type of industry, profitability, environmental performance, and media exposure are giving effect to Corporate Social Responsibility Disclosure in manufacturing companies, which listed at Indonesia Stock Exchange. The sample of this research is manufacturing companies, which listed at Indonesia Stock Exchange (IDX) on 2011-2013. The number of samples used 32 companies that have been selected based on some sample selection criteria. The selection of the samples is using purposive sampling. Then, those kinds of elements are tested using multiple regression. The result of this research have been identified that there are significant effect between size firm (UP) and type of industry (TI) to corporate social responsibility disclosure. Meanwhile profitability (PROFIT), environmental performance (KL) and media exposure (ME) are not giving significant effect to corporate social responsibility disclosure on manufacturing companies, which listed at Indonesia Stock Exchange (IDX).

Keywords: Size Firm, Type of Industry, Profitability, Environmental Performance, Media Exposure, and Corporate Social Responsibility Disclosure.

Abstrak: Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji secara empiris apakah ukuran perusahaan, jenis industri, profitabilitas, kinerja lingkungan, dan paparan media memberikan pengaruh terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di perusahaan manufaktur, yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sampel dari penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada 2011-2013. Jumlah sampel yang digunakan 32 perusahaan yang telah dipilih berdasarkan beberapa kriteria pemilihan sampel. Pemilihan sampel menggunakan purposive sampling. Kemudian, orang-orang macam elemen diuji menggunakan regresi berganda. Hasil penelitian ini telah diidentifikasi bahwa ada pengaruh yang signifikan antara ukuran perusahaan (UP) dan jenis industri (TI) untuk pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sementara profitabilitas (PROFIT), kinerja lingkungan (KL) dan media exposure (ME) tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan manufaktur, yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Kata kunci: Ukuran Perusahaan, Jenis Industri, Profitabilitas, Kinerja Lingkungan, Media Exposure, dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

PENDAHULUAN

Perusahaan di Indonesia semakin dituntut untuk memberikan informasi yang transparan atas aktivitas sosialnya, sehingga *Corporate Social Responsibility Disclosure* (CSRD) diperlukan peran dari akuntansi pertanggungjawaban sosial (Fr. Reni, 2006). Oleh karena itu, dikeluarkannya beberapa peraturan pemerintah yang mendorong praktik dan CSR *disclosure* di Indonesia. Salah satunya Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 40 tahun 2007, pasal 66 dan 74. Pasal 66 ayat (2) bagian c berisi bahwa selain menyampaikan laporan keuangan, perusahaan juga diwajibkan melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Pada Pasal 74 (ayat 1) Undang-undang Perseroan Terbatas berisi tentang perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang atau berkaitan dengan segala sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Pengaruh yang ditimbulkan dari kegiatan perusahaan berbeda-beda meskipun memiliki jenis usaha yang sama. Perbedaan tersebut dikarenakan karakteristik perusahaan yang berbeda-beda. Karakteristik perusahaan yang diyakini berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* antara lain *size firm* (ukuran perusahaan), tipe industri (*profile*), profitabilitas, kinerja lingkungan, *media exposure* dan sebagainya.

Perusahaan dengan *size firm* (ukuran perusahaan) yang besar cenderung mendapat sorotan dan tekanan dari berbagai pihak, sehingga perusahaan mengurangi tekanan tersebut dengan mengeluarkan biaya untuk melakukan *Corporate Social Responsibility Disclosure* yang lebih luas.

Perusahaan menurut tipe industri (*profile*) dibedakan menjadi perusahaan *high-profile* dan *low-profile*. Perusahaan *high-profile* merupakan perusahaan yang memiliki visibilitas konsumen, risiko politis yang tinggi dan menghadapi persaingan yang tinggi sehingga akan mendapat banyak sorotan daripada perusahaan *low-profile*. Hal tersebut mendorong perusahaan *high-profile* untuk melakukan *Corporate Social Responsibility Disclosure* yang lebih luas.

Profitabilitas perusahaan merupakan hal yang sering disorot karena menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam memperoleh keuntungan. Perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi akan mendapat tekanan dari *stakeholder*. Oleh karena itu, perusahaan perlu melakukan *Corporate Social Responsibility Disclosure* yang lebih luas.

Kinerja lingkungan (*environmental performance*) adalah kinerja perusahaan dalam menciptakan lingkungan yang baik (*green*) Suratno dkk (2006). Dengan kata lain, kinerja lingkungan merupakan kinerja perusahaan yang menitikberatkan kegiatannya pada usaha untuk melestarikan lingkungannya.

Media Exposure (pengungkapan media) merupakan variabel yang masih jarang digunakan untuk menjelaskan pengaruhnya terhadap pengungkapan CSR. Namun hasil penelitian yang dilakukan oleh Susan (2013) menunjukkan bahwa pengungkapan media berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

TINJAUAN TERORISTIS DAN HIPOTESIS

Corporate Social Responsibility

Definisi *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dibuat oleh lingkaran studi *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Indonesia, adalah: ...upaya sungguh-sungguh dari entitas bisnis untuk meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif operasinya terhadap seluruh pemangku kepentingan dalam ranah ekonomi, sosial dan lingkungan, agar mencapai tujuan pembangunan yang berkelanjutan. (Nurdizal et. All, 2011:15). Pertanggungjawaban sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholder*, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum (Anggraini, 2006).

Corporate Social Responsibility Disclosure

Association of Chartered Certified Accountants (ACCA) menyatakan bahwa pertanggungjawaban sosial perusahaan diungkapkan di dalam laporan yang disebut *Sustainability Reporting*. *Sustainability Reporting* adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). *Sustainability Reporting* meliputi pelaporan mengenai ekonomi, lingkungan dan pengaruh sosial terhadap kinerja organisasi. *Sustainability report* harus menjadi dokumen strategis yang berlevel tinggi yang menempatkan isu, tantangan dan peluang *sustainability development* yang membawanya menuju kepada *core business* dan sektor industrinya.

Menurut Gray et.al dalam Sembiring (2005) ada dua pendekatan yang secara signifikan berbeda dalam melakukan penelitian tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Pertama, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan mungkin diperlakukan sebagai suatu suplemen dari aktivitas akuntansi konvensional. Kedua, dengan meletakkan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada suatu pengujian peran informasi dalam hubungan masyarakat dan organisasi.

Salah satu badan yang aktif mengeluarkan pedoman bagi perusahaan terkait pengungkapan CSR adalah *Global Reporting Initiative* (GRI). Indikator kategori CSR dalam penelitian ini diperoleh melalui situs www.globalreporting.org.

Pengaruh *size firm* terhadap CSRD

Ukuran perusahaan merupakan karakteristik suatu perusahaan dalam hubungannya dengan struktur perusahaan (Lang & Lundholm, 1993). Oyelere, Wang, & Song (2011) menyatakan bahwa semakin besar suatu perusahaan akan semakin disorot oleh para *stakeholder*. Dalam kondisi demikian perusahaan membutuhkan upaya yang lebih besar untuk memperoleh legitimasi *stakeholder* dalam rangka menciptakan keselarasan nilai-nilai sosial dari kegiatannya dengan norma perilaku yang ada dalam masyarakat. Oleh karena itu semakin besar perusahaan akan semakin berkepentingan untuk mengungkap informasi yang lebih luas. Berdasarkan uraian di atas, hipotesis penelitian adalah:

H₁ : Terdapat pengaruh positif dari *Size firm* terhadap CSRD

Pengaruh tipe industri terhadap CSRD

Pengungkapan sosial pada berbagai perusahaan yang memiliki perbedaan karakteristik. Salah satu perbedaan karakteristik yang menjadi perhatian adalah tipe industri, yaitu industri yang *high-profile* dan industri yang *low-profile*. Perusahaan *high-profile* digambarkan sebagai perusahaan yang mempunyai tingkat sensitivitas yang tinggi terhadap lingkungan (*consumer visibility*), tingkat risiko politik yang tinggi atau tingkat kompetisi yang ketat (Utomo, 2000). Keadaan tersebut membuat perusahaan menjadi lebih mendapatkan sorotan oleh masyarakat luas mengenai aktivitas perusahaannya. Berdasarkan uraian di atas, hipotesis penelitian adalah:

H₂ : Terdapat pengaruh positif dari Tipe industri terhadap CSRD

Pengaruh profitabilitas terhadap CSRD

Rasio profitabilitas mengukur kemampuan para eksekutif perusahaan dalam menciptakan tingkat keuntungan baik dalam bentuk laba perusahaan maupun nilai ekonomis atas penjualan, aset bersih perusahaan maupun modal sendiri (Sari, 2012). Menurut Suryono & Prastiwi (2011), pengungkapan *sustainability report* ini dilakukan dalam rangka pertanggungjawaban kepada *stakeholder* untuk mempertahankan dukungan mereka dan juga untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka. Semakin tinggi tingkat profitabilitas, semakin rinci pula informasi yang diberikan oleh manajer sebab pihak manajemen ingin meyakinkan investor tentang profitabilitas perusahaan (Anggraini, 2006; Marwata, 2001). Berdasarkan uraian di atas, hipotesis penelitian adalah:

H₃ : Terdapat pengaruh positif dari Profitabilitas terhadap CSRD

Pengaruh kinerja lingkungan terhadap CSRD

Tuntutan *stakeholder* pada perusahaan untuk tidak menciptakan permasalahan lingkungan membuat perusahaan lebih memperhatikan kinerja lingkungannya. Melalui adanya kinerja lingkungan yang baik maka mendorong perusahaan untuk mengungkapkan aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) karena melalui pengungkapan ini para *stakeholder* dapat menilai kinerja perusahaan. (Ageng, 2011). Berdasarkan uraian di atas, hipotesis penelitian adalah:

H₄: Terdapat pengaruh positif dari Kinerja lingkungan terhadap CSRD

Pengaruh *media exposure* terhadap CSRD

Perusahaan bisa mengungkapkan aktivitas *corporate social responsibility* melalui berbagai media. Sari (2012) menyatakan bahwa media internet (*web*) merupakan media yang efektif dengan didukung oleh para pemakai internet yang mulai meningkat. Dengan mengkomunikasikan *corporate social responsibility* melalui media internet, diharapkan masyarakat mengetahui aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Media merupakan pusat perhatian masyarakat luas mengenai sebuah perusahaan (Yao, et al., 2011). Menurut Harmoni (2010), media

adalah sumber daya pada informasi lingkungan Pengkomunikasian CSR melalui media akan meningkatkan reputasi perusahaan di mata masyarakat. Berdasarkan uraian di atas, hipotesis penelitian adalah:

H₅ : Terdapat pengaruh positif dari *Media exposure* terhadap CSRD

H₆ : Terdapat pengaruh dari *Size firm*, Tipe industri, Profitabilitas, Kinerja lingkungan dan *Media exposure* secara simultan terhadap CSRD

1. Teori Stakeholder

Teori Stakeholder mengasumsikan bahwa eksistensi perusahaan ditentukan oleh para *stakeholders*. *Stakeholder* adalah semua pihak, internal maupun eksternal, yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, perusahaan tidak dapat melepaskan diri dari lingkungan sosial. Perusahaan perlu menjaga legitimasi *stakeholder* serta mendudukkannya dalam kerangka kebijakan dan pengambilan keputusan, sehingga dapat mendukung pencapaian tujuan perusahaan, yaitu stabilitas usaha dan jaminan *going concern* (Adam, dalam Nor Hadi. 2011: 94-95).

2. Teori Legitimasi

Lindblom (1994) dalam Achmad (2007) menyatakan bahwa suatu organisasi mungkin menerapkan empat strategi legitimasi ketika menghadapi berbagai ancaman legitimasi. Teori legitimasi dalam bentuk umum memberikan pandangan yang penting terhadap praktek pengungkapan sosial perusahaan. Kebanyakan inisiatif utama pengungkapan sosial perusahaan bias ditelusuri pada satu atau lebih strategi legitimasi yang disarankan oleh Lindblom. Sebagai missal, kecenderungan umum bagi pengungkapan social perusahaan untuk menekankan pada poin positif bagi perilaku organisasi dibandingkan dengan elemen yang negatif.

METODE

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif kausal. Penelitian asosiatif kausal adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2007:89) dan dengan jenis penelitian ini maka dapat menjelaskan hubungan sebab akibat antara variabel bebas (*independent variable*) dengan variabel terikat (*dependent variable*).

Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2011-2013 yang berjumlah 145 perusahaan Manufaktur.

Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan cara menggunakan *purposive sampling*, maka kriteria-kriteria yang harus dipenuhi diantaranya :

- a. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang secara konsisten mempublikasikan laporan tahunannya (*annual report*) periode 2011 - 2013.
- b. Perusahaan mempublikasikan laporan tahunan dengan menggunakan tahun buku yang berakhir 31 Desember dan menggunakan mata uang rupiah.
- c. Perusahaan tersebut menerbitkan laporan tahunan yang didalamnya berisi pengungkapan *corporate social responsibility* (tanggung jawab sosial perusahaan) secara lengkap selama periode 2011 - 2013.
- d. Perusahaan memiliki data yang lengkap terkait dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian.

Berdasarkan dari kriteria di atas diperoleh 32 perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2013 yang dijadikan sampel dalam penelitian ini.

Operasional dan Pengukuran Variabel

Berdasarkan perumusan hipotesis yang telah diuraikan, dapat diketahui bahwa variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *size firm*, tipe industri, profitabilitas, kinerja lingkungan dan *media exposure* sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah *corporate social responsibility disclosure*. Adapun definisi operasional variabel-variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. *Size Firm* (X_1)

Size firm (ukuran perusahaan) merupakan karakteristik suatu perusahaan dalam hubungannya dengan struktur perusahaan. *Size* perusahaan bisa didasarkan pada jumlah aktiva (aktiva tetap, tidak berwujud dan lain-lain), jumlah tenaga kerja, volume penjualan dan kapitalisasi pasar (Nur Cahyonowati, 2003). Penelitian variabel ukuran perusahaan diukur dengan logaritma natural total asset. Ukuran perusahaan dirumuskan sebagai berikut:

$$SIZE = \log (\text{nilai total aktiva}).$$

2. *Tipe Industri* (X_2)

Tipe industri (*profile*) diukur menggunakan variabel dummy, yaitu nilai 1 untuk perusahaan *high-profile* dan nilai 0 untuk perusahaan *low-profile*.

3. *Profitabilitas* (X_3)

Sri Sulastini (2007) Profitabilitas diartikan sebagai kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba atau profit dalam upaya meningkatkan nilai pemegang saham. *Return on asset* (ROA) merupakan ukuran efektifitas perusahaan di dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya. Adapun pengukurannya menggunakan rumus:

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aktiva}}$$

4. Kinerja Lingkungan (X4)

Kinerja lingkungan adalah kinerja perusahaan dalam menciptakan lingkungan yang baik/ *green* (Suratno, et al. 2006). Sistem peringkat kinerja lingkungan sesuai program Kementerian Lingkungan Hidup yaitu PROPER diindikasikan dalam lima warna yaitu:

- 1. Emas = score 5
- 2. Hijau = score 4
- 3. Biru = score 3
- 4. Merah = score 2
- 5. Hitam = score 1

5. Media Exposure (X5)

Dalam penelitian ini untuk mengukur pengungkapan media juga dilakukan dengan variabel *dummy*, yaitu dengan memberikan nilai 1 untuk perusahaan yang mengungkapkan kegiatan CSR di *website* perusahaan dan 0 untuk perusahaan yang tidak mengungkapkan kegiatan CSR di *website* perusahaan (Nur, 2012).

6. Corporate Social Responsibility Disclosure

Pendekatan untuk menghitung CSR pada dasarnya menggunakan pendekatan *dikotomi*, yaitu setiap *item* CSR dalam instrumen penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan, dan nilai 0 jika tidak diungkapkan. Selanjutnya, skor dari setiap *item* dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan. Kemudian dilakukan penghitungan indeks pengungkapan tanggung jawab sosial.

$$CSRDI = \frac{\sum \text{item informasi CSR yang diungkapkan}}{79 \text{ item informasi CSR versi GRI 3.0}}$$

Uji Hipotesis

Metode analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah analisis regresi berganda. Analisis regresi berganda adalah studi mengenai variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (bebas) dengan tujuan untuk mengestimasi atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui (Ghozali, 2006). Analisis regresi berganda digunakan untuk menguji pengaruh *size firm*, tipe industri, profitabilitas, kinerja lingkungan dan *media exposure* terhadap *corporate social responsibility disclosure*.

Model regresi untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

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

Dimana :

- Y : Indeks CSR *disclosure* suatu perusahaan
- α : Konstanta
- b_1, \dots, b_5 : Koefisien regresi
- X_1 : *Size firm*

X ₂	: Tipe industri
X ₃	: Profitabilitas
X ₄	: Kinerja Lingkungan
X ₅	: <i>Media exposure</i>
e	: <i>error</i> (kesalahan penggagu)

Persaman diatas dihitung dengan menggunakan SPSS dengan tingkat signifikansi 5 % ($\alpha = 0,05$). Untuk menganalisis hasil dari uji regresi linear berganda, maka dapat dilakukan dengan cara uji signifikansi individual (uji staisik t), uji signifikansi simultan (uji statistik F), dan koefisien determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Sampel Penelitian

Sampel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan industri manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2011 - 2013. Dalam penelitian ini jumlah sampel yang memenuhi kriteria *Purposive Sampling* adalah sebanyak 32 perusahaan dari jumlah 145 perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Perusahaan manufaktur yang memenuhi kriteria dengan perhitungan sebagai berikut :

Tabel di Lampiran

Uji Hipotesis

1. Analisis regresi berganda

Tabel di Lampiran

Dari hasil diatas dapat diketahui bahwa untuk pengujian hipotesis pertama (H₁) dengan variabel *size firm* *P-value* untuk variabel *size firm* adalah sebesar 0.008. mengingat *P-value* tersebut lebih kecil dari α (5%) maka dapat disimpulkan bahwa *size firm* berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*, yang berarti **H₁ diterima**.

Untuk pengujian hipotesis kedua (H₂) dengan variabel tipe industri *P-value* untuk variabel tipe industri adalah sebesar 0.049. mengingat *P-value* tersebut lebih kecil dari α (5%) maka dapat disimpulkan bahwa tipe industri berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*, yang berarti **H₂ diterima**.

Untuk pengujian hipotesis ketiga (H₃) dengan variabel profitabilitas *P-value* untuk variabel profitabilitas adalah sebesar 0.0236. mengingat *P-value* tersebut lebih besar dari α (5%) maka dapat disimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh namun tidak signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*, yang berarti **H₃ ditolak**.

Untuk pengujian hipotesis keempat (H₄) dengan variabel kinerja lingkungan *P-value* untuk variabel kinerja lingkungan adalah sebesar 0.328. mengingat *P-value* tersebut lebih besar dari α (5%) maka dapat disimpulkan

bahwa kinerja lingkungan berpengaruh namun tidak signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*, yang berarti **H₄ ditolak**.

Untuk pengujian hipotesis kelima (H₅) dengan variabel *media exposure* *P-value* untuk variabel *media exposure* adalah sebesar 0.090. mengingat *P-value* tersebut lebih besar dari α (5%) maka dapat disimpulkan bahwa *media exposure* berpengaruh namun tidak signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*, yang berarti **H₅ ditolak**.

2. Uji Parsial (Uji T)

Uji t atau uji parsial bertujuan untuk menguji koefisien regresi secara parsial dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Untuk uji t bisa dilihat dari tabel *coefficients*, dapat menggunakan *unstandardized coefficients* dimana dalam tabel tersebut terdapat keterangan besarnya t dan signifikan variabel

Tabel di Lampiran

3. Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik F)

Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh *size firm*, tipe industri, profitabilitas, kinerja lingkungan dan *media exposure* terhadap *corporate social responsibility disclosure* bersama-sama atau simultan.

Tabel di Lampiran

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa *P-value* untuk *size firm*, tipe industri, profitabilitas, kinerja lingkungan dan *media exposure* terhadap *corporate social responsibility disclosure* adalah sebesar 0.000 yang lebih kecil dari α (5%) maka dapat disimpulkan bahwa *size firm*, tipe industri, profitabilitas, kinerja lingkungan dan *media exposure* berpengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility disclosure* yang berarti **H₆ diterima**.

4. Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur model dalam menerangkan variasi variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil dari koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel di Lampiran

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa *Adjusted R Square* adalah sebesar 21.5%. hal ini menunjukkan bahwa hanya 21.5% variabel *corporate social responsibility disclosure* dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu *size firm*, tipe industri, profitabilitas, kinerja lingkungan dan *media exposure* sedangkan sisanya 78.5% (100%-21.5%) dijelaskan oleh faktor-faktor lain diluar model yang dianalisis.

Pembahasan

1. Pengaruh *Size Firm* Terhadap CSR

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa *size firm* berpengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility disclosure*. Hal ini dibuktikan dengan nilai *P-value* sebesar 0.008 yang lebih kecil dari tingkat signifikan sebesar α (5%) yang berarti bahwa **H₁ diterima**.

Penelitian ini menghasilkan koefisien yang positif sehingga hal ini menandakan hubungan searah yang berarti semakin besar jumlah aset yang dimiliki perusahaan, maka semakin banyak *corporate social responsibility disclosure*. Perusahaan besar mempunyai entitas yang banyak disorot oleh pasar maupun publik sehingga dengan mengungkapkan lebih banyak aktivitas tanggung jawab sosial perusahaannya. Hal tersebut merupakan upaya perusahaan untuk mewujudkan akuntabilitas publik. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Marzully dan Dennis (2012) dan Rahma dan Indah (2010) yang menyatakan bahwa *size firm* berpengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility disclosure*.

2. Pengaruh Tipe Industri Terhadap CSR

Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa tipe industri berpengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility disclosure*. Hal ini dibuktikan dengan nilai *P-value* sebesar 0.049 yang lebih kecil dari tingkat signifikan sebesar α (5%) yang berarti bahwa **H₂ diterima**.

Penelitian ini membuktikan bahwa perusahaan *high-profile* memiliki visibilitas konsumen, risiko politis yang tinggi dan menghadapi persaingan yang tinggi sehingga akan mendapat banyak sorotan daripada perusahaan *low-profile* karena untuk membangun *image* yang baik kepada konsumen, masyarakat dan pemerintah. Hal tersebut mendorong perusahaan *high-profile* untuk melakukan *Corporate Social Responsibility Disclosure* yang lebih luas. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Aunithia (2013) yang menyatakan bahwa tipe industri berpengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility disclosure*.

3. Pengaruh Profitabilitas Terhadap CSR

Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh namun tidak signifikan terhadap *corporate social responsibility disclosure*. Hal ini dibuktikan dengan nilai *P-value* sebesar 0.236 yang lebih besar dari tingkat signifikan sebesar α (5%) yang berarti bahwa **H₃ ditolak**.

Penelitian ini membuktikan bahwa besar kecilnya profitabilitas tidak akan mempengaruhi *corporate social responsibility disclosure* karena perusahaan dengan tingkat ROA yang tinggi belum tentu mengalokasikan dananya pada kegiatan sosial dan lingkungan sehingga tingkat *corporate social responsibility disclosure* yang dilakukan masih rendah. Manajemen merasa tidak perlu memberikan *corporate social responsibility disclosure* karena tidak mempengaruhi posisi dan kompensasi yang akan diterimanya. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yaitu Lidya

(2011) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility disclosure*.

4. Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap CSR

Hasil pengujian hipotesis keempat menunjukkan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh namun tidak signifikan terhadap *corporate social responsibility disclosure*. Hal ini dibuktikan dengan nilai *P-value* sebesar 0.328 yang lebih besar dari tingkat signifikan sebesar α (5%) yang berarti bahwa **H₄ ditolak**.

Penelitian ini tidak mampu membuktikan teori mengenai CSR yaitu suatu konsep dimana perusahaan memutuskan secara sukarela untuk memberikan sumbangsih untuk mewujudkan masyarakat yang lebih baik dan lingkungan yang lebih bersih (Green Paper Uni Eropa dalam Rakhimah, 2009). Hal ini tidak sejalan dengan teori *discretionary disclosure* yang mengatakan pelaku lingkungan yang baik percaya bahwa dengan mengungkapkan *performance* akan menggambarkan *good news* bagi pelaku pasar. Hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian Aunitia (2013) dan Suratno (2006) yang menyatakan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh terhadap *corporate social responsibility disclosure*.

5. Pengaruh Media Exposure Terhadap CSR

Hasil pengujian hipotesis kelima menunjukkan bahwa *media exposure* berpengaruh namun tidak signifikan terhadap *corporate social responsibility disclosure*. Hal ini dibuktikan dengan nilai *P-value* sebesar 0.090 yang lebih besar dari tingkat signifikan sebesar α (5%) yang berarti bahwa **H₅ ditolak**.

Hal ini dikarenakan *website* perusahaan telah digunakan sebagai sarana komunikasi pelaporan keuangan, walaupun keberadaan pelaporan keuangan dalam *website* yang dibuat oleh perusahaan belum terdapat kuantitas dan kualitas yang terstandarisasi antar perusahaan (Luciana, 2009). Pesatnya penggunaan internet dikalangan masyarakat, pemanfaatan *website* perusahaan untuk mengomunikasikan program *corporate social responsibility* juga telah dipertimbangkan (Ati, 2011). Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Aulia (2011) menunjukkan bahwa pengungkapan media tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility disclosure*.

6. Pengaruh Size Firm, Tipe Industri, Profitabilitas, Kinerja Lingkungan dan Media Exposure Terhadap CSR

Hasil pengujian hipotesis keenam menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel *size firm*, tipe industri, profitabilitas, kinerja lingkungan dan *media exposure* terhadap *corporate social responsibility disclosure*. Hal ini dibuktikan dengan nilai *P-value* sebesar 0.000 yang lebih kecil dari tingkat signifikan sebesar α (5%) yang berarti **H₆ diterima**. Uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa *Adjusted R Square* sebesar 21.5%. hal ini menunjukkan bahwa hanya 21.5% variabel *corporate*

social responsibility disclosure dapat dijelaskan oleh variabel *size firm*, tipe industri, profitabilitas, kinerja lingkungan dan *media exposure*.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

1. Hasil analisis data menggunakan regresi linear berganda menunjukkan bahwa *size firm* berpengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility disclosure*, yaitu dengan *P-value* sebesar 0.008 atau lebih kecil dari tingkat signifikansi α (5%), yang berarti bahwa besar kecilnya perusahaan akan berpengaruh terhadap *corporate social responsibility disclosure*.
2. Hasil analisis data menggunakan regresi linear berganda menunjukkan bahwa tipe industri berpengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility disclosure*, yaitu dengan *P-value* sebesar 0.049 atau lebih kecil dari tingkat signifikansi α (5%), yang berarti bahwa perusahaan *high-profile* berpengaruh terhadap *corporate social responsibility disclosure*.
3. Hasil analisis data menggunakan regresi linear berganda menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh namun tidak signifikan terhadap *corporate social responsibility disclosure*, yaitu dengan *P-value* 0.236 atau lebih besar dari tingkat signifikansi α (5%), yang berarti bahwa profitabilitas yang tinggi tidak dapat meningkatkan kemungkinan perusahaan melakukan *corporate social responsibility disclosure*.
4. Hasil analisis data menggunakan regresi linear berganda menunjukkan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh namun tidak signifikan terhadap *corporate social responsibility disclosure*, yaitu dengan *P-value* sebesar 0.328 atau lebih besar dari tingkat signifikansi α (5%), yang berarti kinerja lingkungan yang baik tidak menjamin perusahaan untuk melakukan *corporate social responsibility disclosure*.
5. Hasil analisis data menggunakan regresi linear berganda menunjukkan bahwa *media exposure* berpengaruh namun tidak signifikan terhadap *corporate social responsibility disclosure*, yaitu dengan *P-value* sebesar 0.090 atau lebih besar dari tingkat signifikansi α (5%), yang berarti bahwa media lebih berperan sebagai sarana perusahaan bukan sebagai *media exposure* untuk melakukan *corporate social responsibility disclosure*.
6. Hasil analisis data dengan menggunakan regresi linear berganda menunjukkan bahwa *size firm*, tipe industri, profitabilitas, kinerja lingkungan dan *media exposure* berpengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility disclosure*, yaitu dengan *P-value* sebesar 0.000 atau lebih kecil dari tingkat signifikansi α (5%).

Saran

1. Untuk memperoleh hasil penelitian yang lebih baik, peneliti selanjutnya sebaiknya tidak hanya menggunakan sampel yang dikhususkan pada perusahaan manufaktur saja, tetapi diperluas pada perusahaan di sector lain yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

2. Untuk penelitian selanjutnya sebaiknya memperpanjang periode pengamatan dan memilih metode penelitian yang lain.
3. Keterbatasan yang telah dijelaskan semoga dapat menjadi pertimbangan bagi peneliti selanjutnya untuk menambah variabel-variabel lain yang berpengaruh terhadap *corporate social responsibility disclosure*.
4. Pemilihan sampel dan obyek penelitian hanya terbatas pada perusahaan manufaktur yang sudah terdaftar di Bursa Efek Indonesia, sehingga memungkinkan adanya perbedaan hasil penelitian dan kesimpulan apabila peneliti melakukan penelitian pada obyek yang berbeda dan menggunakan sampel yang berbeda pula.

DAFTAR PUSTAKA

- Aulia, S., & Kartawijaya, I. 2011. *Analisis Pengungkapan Triple Bottom Line dan Faktor yang Mempengaruhi: Lintas Negara Indonesia dan Jepang*. Paper presented at the Simposium Nasional Akuntansi XIV.
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro
- Ghozali, I. dan A. Chariri. 2007. *Teori Akuntansi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi SPSS*. Cetakan IV (Semarang: Universitas Diponegoro). hal. 23, 27, 85, 88, 89, 92, 95, 99, 115, 125, 147.
- Global Reporting Initiative. *GRI Sustainability Reporting GueideLines G3*. (Website <http://www.globalreporting.org/> diakses pada 17 oktober 2014)
- Hadi, Nor. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Harahap, Sofyan Safri. 2006. *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada). hal. 120.
- Harahap, Sofyan Safri. 2010. *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada). hal. 304.
- Indriantoro, Nur, Bambang Supomo. 2009. *Metodelogi Penelitian Bisnis* (Yogyakarta: BPFY Yogyakarta). hal. 63, 147, 159.
- Kristi, Agatha Aprinda. 2012. *Faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan Corporate social responsibility pada perusahaan public di Indonesia*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.
- Lidya, Yulita. 2011. *The Effect Characteristics Of Company Toward Corporate Social Responsibility Disclosure In Mining Company Listed At*. Jurnal Reformasi Ekinomi, Vol.4, No.1.
- Luciana Spica Almilialia. 2008. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Sukarela Internet Financial And Sustainability Reporting*. Jaai Volume 12 No.2, Desember: 117-131.
- Maria, Ulfa. 2009. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure*. Skripsi. Universitas Islam Indonesia

- Nur, Mazully dan Denies. 2012. *Analisis faktor-faktor yang memengaruhi pengungkapan CSR di Indonesia (studi empiris pada perusahaan high profile yang listing di BEI)*. Jurnal Nominal Vol.1 no.1.
- Reverte, C. 2009. *Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure Ratings by Spanish Listed Firms*. Journal of Business Ethic. 88, 351-366.
- Sari, Rizkia Anggita. 2012. *Pengaruh karakteristik perusahaan terhadap corporate social responsibility disclosure pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia*. Jurnal Nominal Vol.1 no.1.UNY
- Sekaran, U. 2006. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Edisi 4. (Terj.) Kwan Men Yon. Jakarta: Salemba Empat.
- Sembiring, E. R. 2003. *Kinerja Keuangan, Political Visibility, Ketergantungan pada Hutang, dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*. Paper presented at the Simposium Nasional Akuntansi VI.
- Sembiring, E. R. 2005. *Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Studi Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta*. Paper presented at the Simposium Nasional Akuntansi VII.
- Sjahrial, Dermawan. 2006. *Pengantar Manajemen Keuangan*. Edisi Pertama (Jakarta: Mitra Wacana Media). hal. 44.
- Sjahrial, Dermawan. 2009. *Manajemen Keuangan*. Edisi 3 (Jakarta: Mitra Wacana Media). hal. 147.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta). hal. 29, 33, 34.
- Republik Indonesia. Undang-undang No 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas
<http://www.idx.co.id> (diakses pada 31 Mei 2014)
<http://www.menlh.go.id> (diakses pada 20 oktober 2014)

LAMPIRAN

Tabel 1
Daftar Sampel Perusahaan

NO.	KODE	NAMA PERUSAHAAN
1	ADES	Akahsa Wira International Tbk
2	ALDO	Alkindo Naratama Tbk
3	ALMI	Aluminium Light Metal Industry Tbk
4	AMFG	Asahimas Flat Glass Tbk
5	ASII	Astra International Tbk
6	AUTO	Astra Otoparts Tbk
7	BUDI	Budi Acid Jaya Tbk
8	CPIN	Charoen Pokphand Indonesia Tbk
9	GJTL	Gajah Tunggal Tbk
10	GGRM	Gudang Garam Tbk
11	GDST	Gunawan Dianjaya Steel Tbk
12	HMSP	Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk
13	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk
14	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk
15	IMAS	Indomobil Sukses International Tbk
16	INDS	Indospring Tbk
17	JPRS	Jaya Pari Steel Tbk
18	JECC	Jembo Cable Company Tbk
19	KLBF	Kalbe Farma Tbk
20	KDSI	Kedawung Setia Industrial Tbk
21	LMSH	Lionmesh Prima Tbk
22	TCID	Mandom Indonesia Tbk
23	PSDN	Prasidha Aneka Niaga Tbk
24	PYFA	Pyridam Farma Tbk
25	SMSM	Selamat Sempurna Tbk
26	SMGR	Semen Indonesia (persero) Tbk
27	TSPC	Tempo Scan Pasific Tbk
28	TRST	Trias Sentosa Tbk
28	ULTJ	Ultrajaya Milk Industry & Trading Co. Tbk
30	UNVR	Unilever Indonesia Tbk
31	VOKS	Voksel Electric Tbk
32	YPAS	Yanaprima Hastrapersada Tbk

Sumber : Data yang sudah diolah penulis, 2014

Tabel 2
Size Firm (X1), Tipe Industri (X2), Profitabilitas (X3), Kinerja Lingkungan (X4) dan Media Exposure (X5) terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure (Y)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.210	.147		-1.431	.156
UP	.015	.006	.284	2.707	.008
TI	.048	.024	.193	1.994	.049
PROFIT	.218	.183	.117	1.194	.236
KL	-.011	.011	-.095	-.984	.328
ME	.034	.020	.173	1.713	.090

a. Dependent Variable: CSRD

Sumber: SPSS versi 17.00 for windows

Tabel 3
Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.210	.147		-1.431	.156
UP	.015	.006	.284	2.707	.008
TI	.048	.024	.193	1.994	.049
PROFIT	.218	.183	.117	1.194	.236
KL	-.011	.011	-.095	-.984	.328
ME	.034	.020	.173	1.713	.090

a. Dependent Variable: CSRD

Sumber: SPSS versi 17.00 for windows

Tabel 4
Uji Statistik F

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	.233	5	.047	6.202	.000 ^a
Residual	.675	90	.008		
Total	.908	95			

a. Predictors: (Constant), ME, KL, PROFIT, TI, UP

b. Dependent Variable: CSRD

Sumber: SPSS versi 17.00 for windows

Tabel 5
Koefisien Determinasi (R²)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.506 ^a	.256	.215	.08663

a. Predictors: (Constant), ME, KL, PROFIT, TI, UP

b. Dependent Variable: CSRD

Sumber: SPSS versi 17.00 for windows.