

# PROSIDING

## FORUM MANAJEMEN INDONESIA

KE-10



**SEMINAR NASIONAL ,  
KONFERENSI, WORKSHOP DAN PENGABDIAN MASYARAKAT**

**"INNOVATION, TECHNOLOGY AND SOCIAL SCIENCE  
IN DISRUPTION ERA"**



Universitas **Bina Darma**



**FORUM MANAJEMEN INDONESIA**  
KOORDINATOR WILAYAH SUMATERA SELATAN  
Palembang, 7 - 8 Nopember 2018



**PROSIDING**  
SEMINAR NASIONAL, KONFERENSI, WORKSHOP  
DAN PENGABDIAN MASYARAKAT  
FORUM MANAJEMEN INDONESIA KE-10

**TEMA**  
INNOVATION, TECHNOLOGY AND SOCIAL SCIENCE  
IN DISRUPTION ERA

**Panitia Pelaksana:**

Ketua : Dr. Sunda Ariana, M.M., M.Pd  
Sekretaris : Sri Porwani, S.E., M.Si  
Bendahara : Dr. Choiriyah, S.E., M.Si  
Anggota : Marlina Widiyanti, S.E., S.H., M.M., Ph.D  
Abdullah Rasyid, S.E., M.Si

**Reviewer:**

Dr. Diah Isnaini, S.E., M.M  
Dr. Omar Hendro, S.E., M.Si  
Dr. Desi Ulpa Anggraini, SE., M.M

**Editor:**

Dr. Abdul Basyith., S.E., M.Si  
Dr. Muji Gunarto, S.Si., M.Si  
Fitriya, S.E., M.B.A., Ph.D

**Penerbit:**

Forum Manajemen Indonesia  
Koordinator Wilayah Sumatera Selatan  
Kampus Universitas Bina Darma Lt. 7  
Jln. Jenderal Ahmad Yani No. 2  
Palembang

ISBN: 978-602-53291-0-4

All Right Reserved.

No part of this publication may be reproduce without written permission of the publisher

## MAIN HOST

KOORDINATOR WILAYAH SUMATERA SELATAN  
FORUM MANAJEMEN INDONESIA



## CO HOST

UNIVERSITAS METHODIST INDONESIA, MEDAN



UNIVERSITAS BINA DARMA



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG



UNIVERSITAS KATOLIK  
SOEGIJAPRANATA



UNIVERSITAS HARAPAN MEDAN



UNIVERSITAS SWADAYA GUNUNG JATI  
CIREBON



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI  
LEMBAH DEMPO



## KATA PENGANTAR

### Ketua Panitia Pelaksana



Assalamu'alaikum, Wr. Wb.

Selamat datang seluruh peserta Seminar Nasional FMI ke 10 di Palembang yang berasal dari hampir sebagian besar provinsi di Republik Indonesia. Kegiatan Seminar FMI ke-10 mempunyai tema *Innovation, Technology and Social Science* dalam *Era Disruption* yang dilaksanakan selama 2 hari, dari tanggal 7 sampai dengan 8 Nopember 2018. Hari pertama dari kegiatan Seminar Nasional FMI ini akan diisi dengan serangkaian kegiatan mulai dari seminar dan konferensi dan sedangkan hari kedua akan diisi dengan workshop dan pengabdian kepada masyarakat dan lalu ditutup dengan kegiatan *city tour*.

Melalui kesempatan ini, kami melaporkan bahwa jumlah paper yang masuk ke panitia sebanyak 690 *paper* dari 92 Perguruan Tinggi di Indonesia dan 4 instansi pemerintah. Jumlah *paper* yang akan dipresentasikan pada Seminar Nasional FMI ke-10 berjumlah 518 *paper* dengan jumlah peserta sebanyak 588 peserta. Adapun kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang akan dilaksanakan adalah Penanaman Pohon di Taman Purbakala Palembang. Penanaman pohon ditujukan agar taman purbakala yang merupakan salah situs peninggalan zaman Kerajaan Sriwijaya dapat menjadi lebih hijau sehingga menambah daya tarik bagi wisatawan untuk berkunjung ke situs ini dan semoga kegiatan penanaman pohon dapat menjadi amal bagi kita semua yang berpartisipasi dalam kegiatan pengabdian ini.

Banyaknya jumlah peserta pada Seminar Nasional FMI ke-10 tidak mengurangi komitmen kami untuk berusaha memberikan pelayanan yang terbaik bagi seluruh peserta. Kami berharap, Bapak/Ibu bangga menjadi bagian dari Kegiatan Seminar Nasional FMI Ke-10 dan juga dapat memiliki pengalaman yang berkesan terhadap suasana Kota Palembang baik dari keramahtamaan masyarakat Palembang, kuliner khas Palembang dan kerajinan khas Palembang.

Melalui kesempatan ini juga, kami mengucapkan terima kasih kepada FMI korwil Sumatera Selatan yang telah memberi kepercayaan kepada panitia untuk melaksanakan seminar Nasional ini, dan juga kepada *Co Host* dan sponsor yang ikut berpartisipasi dalam mensukseskan kegiatan seminar FMI Ke-10, serta rekan-rekan panitia yang telah bekerja sejak Bulan Februari 2018 sampai dengan pelaksanaan seminar ini. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada Gubernur Sumatera Selatan dan Walikota Palembang yang telah memberikan dukungan untuk kelancaran acara ini.

Semoga dengan adanya seminar nasional yang dihadiri lebih dari 575 partisipan, dapat memberikan kontribusi keilmuan terutama di bidang Manajemen melalui *sharing* ilmu dan pengalaman diantara

peserta. Tidak hanya itu, kegiatan ini diharapkan dapat menambah *networking* dan terjalinnya silaturahmi antardosen Manajemen dari seluruh Perguruan Tinggi di Indonesia.

Atas perhatiannya terima kasih. Viva Academia!

Wassalamu'alaikum, Wr., Wb.

Ketua Panitia

Dr. Sunda Ariana, M.M., M.Pd.

## KETUA FORUM MANAJEMEN INDONESIA KORWIL SUMSEL



Assalamualaikum Wr Wb

Salam sejahtera untuk Kita semua.

Selamat datang peserta Forum Manajemen Indonesia (FMI) ke-10 di Kota Palembang.

Berdasarkan kesepakatan pada acara FMI-9 di Semarang tahun 2017 menyatakan bahwa FMI Korwil Sumatera Selatan mendapatkan kesempatan untuk menjadi tuan rumah penyelenggaraan seminar nasional dan call for paper FMI ke-10 tahun 2018. Kegiatan FMI ke-10 sebagai sarana yang efektif untuk knowledge sharing, seminar, workshop, desiminasi hasil-hasil penelitian serta Pengabdian Kepada Masyarakat khususnya dalam bidang ilmu manajemen. FMI ke-10 ini mengangkat tema “Innovation, Technology, and Social Science dalam Era Disruption”. FMI ke-10 ini diselenggarakan atas kerjasama FMI Korwil Sumatera Selatan dengan beberapa Perguruan Tinggi di Indonesia, Pemerintah provinsi Sumatera Selatan, Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Selatan, Dinas Kehutanan Sumatera Selatan, Pemerintah Kota Palembang, dan Institusi lainnya.

Kegiatan FMI ke-10 ini merupakan kegiatan berskala nasional yang diadakan secara rutin setiap tahun dengan agenda Seminar Nasional, Call for Paper, Workshop dan Pengabdian pada masyarakat di Kota Palembang. Kegiatan ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sarana untuk diseminasi gagasan-gagasan ilmiah dan hasil riset yang akan didokumentasikan dalam publikasi ilmiah (proseding). Melalui FMI ini diharapkan dapat terjalin jejaring antar peneliti, akademisi, profesional serta mahasiswa terutama di bidang ilmu manajemen.

Terimakasih saya ucapkan kepada FMI Pusat yang telah memberikan kepercayaan pada Kami untuk menjadi tuan rumah FMI ke-10. Terimakasih kepada panitia yang telah bekerja keras dan semua pihak yang telah mambantu terselenggaranya kegiatan ini. Kepada peserta saya sampaikan selamat mengikuti rangkaian kegiatan FMI ke-10 semoga kegiatan ini berkesan di hati Bapak/ibu sekalian.

Wassalamualaikum Wr Wb.

Salam,

Muji Gunarto

Ketua FMI Korwil Sumatera Selatan

## KETUA FORUM MANAJEMEN INDONESIA PENGURUS PUSAT



Seminar Nasional dan Call for Paper FMI 2018 ini merupakan penegasan atas komitmen FMI dalam memfasilitasi pertukaran ide serta kolaborasi antara akademisi dan peneliti manajemen, untuk bekerjasama mendekonstruksi tantangan-tanggungan manajemen.

Pada tahun 2018 ini, seminar FMI diselenggarakan di Palembang dan bertindak sebagai penyelenggara adalah Koordinator Wilayah FMI Sumatera Selatan. Panitia telah menerima beragam karya ilmiah dari perwakilan universitas-universitas di seluruh Indonesia, untuk dapat dipresentasikan pada sesi Call for paper, yang terbagi pada beberapa konsentrasi riset manajemen yaitu: Manajemen Pemasaran, Manajemen Keuangan, Manajemen Sumber Daya Manusia, Manajemen Operasional dan Manajemen Umum.

Apresiasi dan terima kasih saya sampaikan kepada Tim Panitia dari FMI Korwil Sumatera Selatan yang telah mempersiapkan segala sesuatunya dengan baik sehingga aktivitas Seminar Nasional dan Call for Paper FMI 2018 ini bisa berjalan dengan sukses.

Akhir kata, saya ucapkan selamat datang di acara Seminar Nasional dan Call for Paper FMI 2018 di Palembang, Sumatera Selatan. Harapan saya semoga kekompakan kita dalam mengembangkan keilmuan dan praktik manajemen akan semakin menguat di masa mendatang, sehingga bisa beradaptasi menghadapi beragam gelombang perubahan.

Salam,

Sri Gunawan, DBA.  
Ketua - Pengurus Pusat  
Forum Manajemen Indonesia

## **KOMITE EDITOR**

### **Editor in Chief:**

Dr. Abdul Basyith., S.E., M.Si

### **Associate Editor:**

Dr. Muji Gunarto, S.Si., M.Si

Fitriya, S.E., M.B.A., Ph.D



## **BIDANG ILMU**

### **Manajemen Keuangan :**

1. Prof. Dr. Muhammad Adam, S.E., M.Si (Universitas Sriwijaya)
2. Prof. Dr. Sulastri M.Kom., M.E. (Universitas Sriwijaya)
3. Marlina Widiyanti, S.E., S.H., M.M., Ph.D (Universitas Sriwijaya)

### **Manajemen Sumber Daya Manusia :**

1. Prof. Dr. Sulbahri Madjir., S.E., M.M. (Universitas Tridianti Palembang)
2. Prof. Dr. Wibowo., S.E., M.Phil (Universitas Prof. Dr. Moestopo)
3. Dr. Sunda Ariana, M.Pd., M.M. (Universitas Bina Darma)

### **Manajemen Pemasaran :**

1. Prof. Dr. Ratih Hurriyati, M.P. (Universitas Pendidikan Indonesia)
2. Dr. Lin Yan Syah, M.Si (Universitas Bina Darma)
3. Dr. Markoni Badri, S.E., M.B.A (Politeknik Negeri Sriwijaya)

### **Manajemen Strategic :**

1. Dr. Priyono (Universitas Bina Darma)
2. Prof. Dr. Koesnawan, S.E., M.B.A (STIE Ahmad Dahlan)
3. Drs. Isnurhadi, Ph.D (Universitas Sriwijaya)

**PEER REVIEWER**

NO	NAMA	INSTANSI
1	Dr. Abdul Basyith, S.E., M.Si	Universitas Bina Darma
2	Fitriya, S.E., M.B.A., Ph.D	Universitas Bina Darma
3	Dr. Muji Gunarto, S.Si., M.Si.	Universitas Bina Darma
4	Dr. Hardiyansyah, SE., M.Si	Universitas Bina Darma
5	Dr. Hengky Halim	Universitas Bina Darma
6	Dr. Omar Hendro, S.E., M.Si	Universitas Muhammadiyah Palembang
7	Dr. H.M. Idris, S.E., M.Si	Universitas Muhammadiyah Palembang
8	Dr. Diah Isnaini, S.E., M.M	Universitas Muhammadiyah Palembang
9	Dr. Tien Djailani	Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Amkop
10	Dr. Derriawan, S.E., M.Si	Universitas Pancasila
11	Dr. Periansyah, S.E., M.Si	Politeknik Negeri Sriwijaya
12	Dr. Emi Suwarni	Universitas Bina Darma
13	Dr. Supriadi Thalib	Universitas Pancasila
14	Dr. Wa Ode Zusnita Muizu, S.E., M.Si.	Universitas Padjajaran
15	Dr. Nisma Aprini	STIE Lembah Dempo
16	Dr. Nazwirman, SE., MM	Universitas Yarsi
17	Dr. Yohanes Susanto	Universitas Indo Global Mandiri
18	Dr. Muhammad Burhan, Sag., MAg	UIN Raden Fattah
19	Dr. Desi Ulpa Anggraini	Stie Rahmaniayah
20	Dr. Sri Gustini Pane	Universitas
21	Dr. Rosemarie Sutjiati Njotoprajitno	Universitas Kristen Maranatha
22	Dr. Alimuddin Rizal	Feb Universitas Stikubank, Semarang
23	Dr. Eka Nuraini Rahmawati	Universitas Islam Riau
24	Dr. Hery Wijayanto	Universitas Muhammadiyah Ponorogo
25	Dr. Sigit Hermawan, SE., MSi	Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
26	Dr. Rita Ambarwati S., Se., M.Mt	Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
27	Dr. As'at Rizal, Mm	Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
28	Dr. Drs. Sriyono, MM	Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
29	Prof. Dr. Wibowo, SE., M.Phil	Universitas Mustopo
30	Dr. Said Kelana,	Institute Bisnis Indonesia Kwik Kian Gie
31	Prof. Dr. Muhammad Koesmawan, MBA., DBA	STIE Ahmad Dahlan
32	Dr. Bakti Setyadi	Universitas Bina Darma
33	Dr. Dina Melita	Universitas Bina Darma
34	Dr. Kristina Sedyastuti	Universitas Bina Darma
35	Dr. Beby Karina Fawzee Sembiring Se., MM	Universitas Sumatera Utara
36	Dr. Khaira Amalia Fachrudin Se., Mba	Universitas Sumatera Utara
37	Dr. Endang Sulistya Rini SE, M.Si	Universitas Sumatera Utara
38	Dr. Yeni Absah Se., M.Si.	Universitas Sumatera Utara
39	Ira Geraldina, Dr. S.E M.S Ak, Ca	Stie Indonesia Banking School
40	Dr. Ahmad Adriansyah, St., M.Si	Stie Indonesia Banking School
41	Dr. Nuri Wulandari S.E., M.Sc	Stie Indonesia Banking School
42	Dr. Muhammad Yusuf, S.E., Ak., M.M.Ca	Stie Indonesia Banking School
43	Dr. Lin Yan Syah	Universitas Bina Darma
44	Prof. Dr. Noor Salim	Universitas Mercu Buana
45	Dr. Choiriyah	Universitas Muhammadiyah Palembang

**PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN, MEDIA EXPOSURE DAN  
SERTIFIKASI LINGKUNGAN TERHADAP CORPORATE SOCIAL  
RESPONSIBILITY DISCLOSURE**

Halim Ramadhan  
Himawan Arif Sutanto

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bank BPD Jateng Semarang

**ABSTRACT**

The purpose of this study is to empirically examine the influencing factors Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR D). These factors are size, profitability, leverage, media exposure and environmental certification of coal mining sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange (BEI) 2014-2016 period. There are 45 companies were taken as samples using purposive sampling. Multiple linear regression analysis was used to analyze the data in this study. The results show that firm size, profitability and leverage have a positive and significant effect on Corporate Social Responsibility Disclosure. While media exposure and environmental certification does not affect the Corporate Social Responsibility Disclosure. R-square Adjusted value is 0.758 which means that the variation of CSR disclosure index can be explained by the variable size of the company, profitability, leverage, media exposure and environmental certification by 75.8%. While 24.2% of CSR disclosure index can be explained by other variables.

**Keywords:** Corporate Social Responsibility Disclosure, Company Size, profitability, leverage, media exposure, environmental certification

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini untuk menguji secara empiris faktor-faktor yang mempengaruhi Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR D). Faktor tersebut diantaranya adalah size, profitabilitas, leverage, media exposure dan sertifikasi lingkungan pada perusahaan sektor pertambangan batu bara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2014-2016. Sebanyak 45 perusahaan batu bara diambil sebagai sampel dengan menggunakan purposive sampling. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, profitabilitas dan leverage berpengaruh positif dan signifikan terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure. Sedangkan media exposure dan sertifikasi lingkungan tidak berpengaruh terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure. Nilai R-square Adjusted sebesar 0,758 yang artinya bahwa variasi indeks pengungkapan CSR dapat dijelaskan oleh variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage, media exposure dan sertifikasi lingkungan sebesar 75,8%. Sedangkan 24,2% indeks pengungkapan CSR dapat dijelaskan oleh variabel lain.

**Kata Kunci :** Corporate Social Responsibility Disclosure, Ukuran Perusahaan, profitabilitas, leverage, media exposure, sertifikasi lingkungan



## 1. Pendahuluan

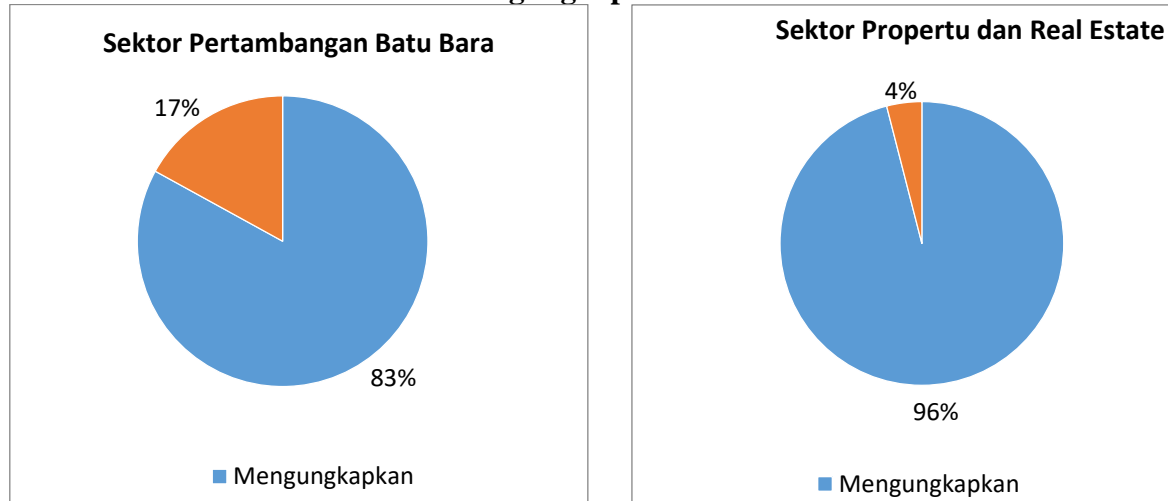
Perusahaan tidak dapat mengembangkan diri sendiri tanpa memperhatikan kepentingan masyarakat dan lingkungan. Terutama kegiatan bisnis yang bergerak di bidang pemanfaatan sumber daya alam baik secara langsung maupun tidak langsung tentu memberikan dampak pada lingkungan sekitar seperti masalah polusi, limbah keamanan produk dan tenaga kerja. Adanya dampak pada lingkungan tersebut mempengaruhi masyarakat akan pentingnya melaksanakan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi sebuah motivasi untuk meningkatkan kepercayaan publik terhadap pencapaian usaha perbaikan terhadap lingkungan sekitar perusahaan (Nur dan Priantinah, 2012). CSR merupakan salah satu tanggung jawab perusahaan terhadap para pemangku kepentingan (*stakeholder*) atau pihak yang terkena dampak dari keberadaan perusahaan. Adanya dampak dari aktivitas perusahaan telah menyadarkan bahwa kerusakan lingkungan yang terjadi dapat dikurangi agar dapat dimanfaatkan oleh generasi mendatang (Oktariani dan Mimba, 2014)

Masih banyak perusahaan yang menganggap pengungkapan CSR sebagai pengeluaran biaya (*cost center*) dan tidak memberikan hasil keuangan (laba) dalam jangka pendek. Namun pengungkapan CSR akan memberikan hasil baik langsung maupun tidak langsung dalam keuangan dimasa mendatang, serta citra baik yang dihasilkan oleh perusahaan yang melaksanakan program CSR sehingga perusahaan mendapatkan kepercayaan dari investor dan masyarakat. Salah satu aspek yang menjadikan sebuah perusahaan mematuhi peraturan tentang pengungkapan tanggung jawab sosial adalah aspek hukum. Antara lain pengesahan undang-undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas padatanggal 16 Agustus 2007, secara otomatis menggantikan UU Perseroan Terbatas No. 1 Tahun 1995. Salah satu bentuk penyempurnaan Undang-undang No. 40 Tahun 2007 adalah pembaharuan tentang konsep pengelolaan perseroan. Pendirian perseroan terbatas dihadapkan pada dua kepentingan, yaitu kepentingan *shareholder* dan pemilik serta kepentingan masyarakat luas dalam hal ini adalah *stakeholder*. Demi pemenuhan kepentingan bagi para *shareholder* dan *stakeholder* akan informasi dan manfaat sosial. UU No. 40 Tahun 2007 ini mengatur mengenai praktik dan pelaporan CSR. Pernyataan tersebut tercantum dalam Pasal 66 Ayat (2) Bagian C disebutkan bahwa selain menyampaikan laporan keuangan, perusahaan juga diwajibkan melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Sedangkan Pasal 74 menjelaskan kewajiban untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan bagi perusahaan yang kegiatan usahanya berkaitan dengan sumber daya alam. Oleh karena itu, peneliti ingin memfokuskan pada sektor perusahaan pertambangan batu bara yang melakukan kegiatan usaha utamanya berkaitan secara langsung dengan sumber daya alam. Karena sektor pertambangan batu bara ini cenderung lebih sering melakukan aktivitas eskpolitasi secara besar-besaran terhadap sumber daya alam. Sektor ini berhubungan secara langsung dengan limbah dan pencemaran lingkungan sehingga memiliki tingkat risiko industri dan lingkungan yang tinggi. Lingkungan bekas tambang tidak bisa dikembalikan seperti 100% lingkungan awal sebelum pertambangan dimulai Oktariani dan Mimba (2014). Dalam UU tersebut juga dinyatakan bahwa setiap penanaman modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan Kurnianingsih (2013).

Fenomena pengungkapan CSR di Indonesia sudah baik di dukung dengan banyaknya perusahaan yang telah mendaftarkan diri pada Bursa Efek Indonesia (BEI) salah satu syarat untuk mendaftarkan yaitu dengan di tandainya beberapa perusahaan

yang telah melakukan pengungkapan CSR melalui kegiatan seperti amal (*charity*) dan pemberdayaan (*empowerment*). Perusahaan juga tidak lupa untuk mempublikasikan kegiatan CSR mereka guna menunjukkan ekistensi perusahaan dan citra perusahaan yang baik di mata calon investor. Berikut pengungkapan CSR Perusahaan Sektor Pertambangan Batu Bara dan Sektor Property Real Estate.

**Gambar 1 Pengungkapan CSR Tahun 2016**



Sumber : [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) (data diolah)

Berdasarkan Gambar di atas terlihat pengungkapan kegiatan CSR sektor *property* dan *real estate* lebih besar dibandingkan sektor pertambangan batu bara yang hanya mengungkapkan CSR sebesar 83%. Hal ini justru menjadi sebuah pertanyaan, sektor yang lebih dekat dengan alam atau lebih banyak mengeksploitasi sumber daya alam, berhubungan secara langsung dengan limbah, pencemaran lingkungan, memiliki tingkat risiko industri dan lingkungan yang tinggi dan di atur oleh Undang Undang No 25 Tahun 2007 dan Undang Undang No 40 Tahun 2007 seharusnya sektor tersebut melakukan mengungkapkan CSR nya lebih tinggi di bandingkan dengan sektor lainnya yang tidak bersentuhan secara langsung dengan alam.

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi perusahaan dalam mengungkapkan tanggungjawab sosial diantaranya karakteristik perusahaan, media exposure dan sertifikasi lingkungan. Dampak sosial perusahaan tergantung pada jenis atau karakteristik perusahaan. Karakteristik perusahaan yang menghasilkan dampak sosial yang tinggi akan menuntut pemenuhan tanggung jawab sosial lebih tinggi pula (Dewi, 2015). Faktor-faktor yang membedakan perusahaan disebut juga karakteristik perusahaan, yang diantaranya adalah *size* (ukuran perusahaan), tingkat likuiditas, tingkat profitabilitas, tingkat *leverage* (Kurniangsih, 2013). Dalam penelitian ini karakteristik perusahaan yang akan membahas *size*, profitabilitas dan *leverage*. Beberapa penelitian sebelumnya yang telah melakukan penelitian pengungkapan tanggungjawab sosial diantaranya Wijaya (2012) Kamil dan Herusetya (2012) Dewi (2013) Nur dan Priantinah (2012), Oktarini dan Mimba (2014), Kurinaningsih (2013) Aulia dan Agustina (2015)

## 2. Literatur Riview

### 2.1 Teori Agensi

*Agency theory* atau teori keagenan menjelaskan tentang pemisahan antara fungsi pengelolaan oleh manajer dengan fungsi kepemilikan oleh pemegang saham dalam suatu perusahaan. Hubungan agensi ini dapat muncul ketika satu atau lebih orang mempekerjakan orang lain untuk memberikan jasa dan kemudian mendelegasikan wewenang pengambil keputusan kepada agen tersebut. Tujuan dari manajer dan pemegang saham sama, yaitu meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemegang saham. Tetapi seringkali manajer tidak selalu bertindak demi kepentingan pemegang saham atau melakukan tindakan yang bertentangan dengan keinginan pemegang saham sehingga terjadi konflik antara manajer perusahaan dengan pemegang sahamnya (Wongso, 2013). *Agency Theory* mengarah pada hubungan agensi, pemilik (*principal*) yang memberi mandat pada pekerja (*agents*). *Agency Theory* menjelaskan mengenai hubungan agensi dengan menggunakan metamorfosa dari sebuah kontrak Ikhwan dan Suprasto dalam Dewi dan Priyadi (2013).

Dalam *agency theory* pemegang saham (*principal*) merupakan pemilik perusahaan dan memiliki hak kepemilikan terhadap laba yang dihasilkan oleh sebuah perusahaan. Sementara itu para manajer merupakan agen (*agents*) yang bertindak untuk kepentingan pemilik perusahaan. Didalam pasar modal yang efisien, pemegang saham secara mutlak akan sepakat bahwa mereka lebih menyukai maksimalisasi laba yang akan meningkatkan nilai perusahaan. Dengan demikian, jika manajemen tidak melakukan maksimalisasi laba maka pasar akan melakukan koreksi terhadap manajemen perusahaan, misalnya dengan mengganti manajer Dewanta dalam (Dewi dan Priyadi, 2013). Dalam penelitian ini menggunakan teori keagenan karena dalam hubungan antara prinsipal dan agen, prinsipal mengajak agen untuk melayani kepentingan prinsipal dan mendelegasikan wewenang kepada agen dalam pengambilan keputusan. Dengan demikian sebagai wujud pertanggung jawaban, sebagai agen akan berusaha untuk memenuhi seluruh keinginan pihak prinsipal dalam hal pengungkapan sukarela yang lebih luas (Mujiyono dalam Primastuti dan Achmad, 2012)

### 2.2 Teori Stakeholder

Merupakan teori yang menjelaskan hubungan antara perusahaan dengan *stakeholder* nya. Teori *stakeholder* menyatakan bahwa keberadaan sebuah perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh para *stakeholder* Ghazali dan Chairi dalam Aulia dan Agustina (2015). Bahwa *stakeholder* merupakan sebuah bagian dari *system* yang secara eksplisit berbasis pada pandangan tentang suatu organisasi dan lingkungannya, mengakui sifat saling mempengaruhi antara keduanya yang kompleks dan dinamis. *Stakeholder* dan organisasi saling mempengaruhi, hal ini dapat dilihat dari hubungan sosial keduanya yang berbentuk responsibilitas dan akuntabilitas. Oleh karena itu organisasi memiliki akuntabilitas terhadap *stakeholdernya* (Nur dan Priantinah, 2012). Menurut Sari dan Padmono (2014) pelaksanaan dan pengungkapan CSR merupakan salah satu cara yang digunakan untuk menjaga hubungan baik dengan *stakeholder* kegiatan tersebut diharapkan mampu menjembatani keinginan *stakeholder* terhadap perusahaan. Dengan adanya hubungan yang baik dan hubungan timbal balik yang mutualisme untuk jangka waktu yang lama akan dapat tercipta suatu kesejahteraan hidup perusahaan. Dengan demikian *stakeholder* merupakan pihak internal maupun eksternal, seperti: pemerintah, perusahaan pesaing, masyarakat sekitar, lingkungan internasional, lembaga diperusahaan (LSM dan sejenisnya), lembaga pemerhati



lingkungan, para pekerja perusahaan, kaum minoritas dan lain sebagainya yang keberadaannya sangat mempengaruhi dan di pengaruhi perusahaan. Dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan dan pengungkapan aktivitas CSR merupakan salah satu cara untuk menjaga hubungan baik dengan para *stakeholder*. Kegiatan tersebut diharapkan mampu menjembatani keinginan *stakeholder* terhadap perusahaan, sehingga akan menghasilkan hubungan yang harmonis dan kedepannya perusahaan dapat mencapai keberlanjutan (*sustainability*) atau kelestarian perusahaan (Sari dan Padmono, 2014).

### 2.3 Teori *Signaling*

Manajer dan pemegang saham tidak memiliki akses informasi perusahaan yang sama atau adanya asimetri informasi. Ada informasi tertentu yang hanya diketahui oleh manajer, sedangkan para pemegang saham tidak mengetahui informasi tersebut. Akibatnya, ketika kebijakan pendanaan perusahaan mengalami perubahan, hal itu dapat membawa informasi kepada pemegang saham yang akan menjadikan nilai perusahaan berubah. Dari situ muncul pertanda atau sinyal (*signaling*) Wongso (2013). Manajemen selalu berusaha mengungkapkan informasi privat yang menurut pertimbangannya sangat diminati oleh investor dan pemegang saham khususnya jika informasi tersebut merupakan berita baik (*goodnews*) di samping itu manajemen berminat menyampaikan informasi informasi yang dapat meningkatkan kredibilitas dan kesuksesan perusahaan meskipun informasi tersebut tidak diwajibkan (Saputri dalam Primastuti dan Achmad, 2012). Teori ini juga dapat menekankan kepada pentingnya informasi dikeluarkan oleh perusahaan terhadap keputusan investasi pihak di luar perusahaan. Informasi merupakan catatan penting suatu perusahaan baik di masa lalu, saat ini maupun di masa yang akan datang. Teori sinyal menunjukkan adanya asimetris informasi antara manajemen perusahaan dan pihak-pihak yang berkepentingan dengan informasi tersebut dan mengemukakan tentang bagaimana perusahaan memberikan sinyal – sinyal kepada pengguna laporan keuangan (Siregar *et al.*, 2013) Pengungkapan CSR yang tepat dan sesuai harapan *stakeholder* digunakan sebagai sinyal *goodnews* yang diberikan oleh pihak manajemen kepada *public* bahwasanya perusahaan memiliki prospek bagus di masa depan dan memastikan terciptanya *sustainability development* (Putri, 2013)

## 3. Hipotesis

### 3.1 Pengaruh *Size* Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Ukuran perusahaan merupakan variabel yang banyak digunakan untuk menjelaskan pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan dalam laporan tahunan yang dibuat. Dimana ukuran *perusahaan* adalah suatu skala atau nilai untuk mengkalsifikasikan besar kecilnya suatu perusahaan berdasarkan indikator tertentu, antara lain total aktiva, *log size*, nilai saham, jumlah tenaga kerja, penjualan dan kapitalisasi pasar (Wakid *et al.*, 2013). Perusahaan besar cenderung akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil. Hal ini karena perusahaan besar akan menghadapi resiko politis yang lebih besar dibandingkan perusahaan kecil. Secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan politis, yaitu tekanan untuk melakukan pertanggungjawaban sosial (Kurnianingsih, 2013). Penelitian yang dilakukan oleh Wijaya (2012) Dewi (2013) Nur dan Priantinah (2012) menunjukkan bahwa *size* atau ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan penelitian Oktarini dan Mimba (2014) dan

Kurinaningsih (2013) menunjukkan bahwa *size* atau ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap CSR, dengan demikian hipotesis yang diajukan adalah :

H<sub>1</sub> : *Size* perusahaan berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*

### 3.2 Pengaruh Profitabilitas Terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Profitabilitas merupakan rasio yang mengatur kemampuan sebuah entitas dalam menghasilkan laba pada tingkat penjualan asset dan ekuitas (Kamil dan Herusetya, 2012). Tingkat profitabilitas dapat menunjukkan seberapa baik pengelolaan manajemen perusahaan, oleh sebab itu semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan maka cenderung semakin luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (Munsaidah *et al.*, 2016). Perolehan laba yang semakin besar akan membuat perusahaan mengungkapkan informasi sosial yang lebih luas. Hal ini memberikan interpretasi bahwa perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi dapat mengatasi timbulnya biaya-biaya atas pengungkapan tanggung jawab sosial tersebut. Tingkat profitabilitas yang semakin tinggi mencerminkan kemampuan entitas dalam menghasilkan laba yang semakin tinggi, sehingga entitas mampu untuk meningkatkan tanggung jawab sosial, serta melakukan pengungkapan tanggung jawab sosialnya dalam laporan keuangan dengan lebih luas. Penelitian yang dilakukan oleh Munsaidah *et al.*, (2016) Aulia dan Agustina (2015) menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis ke dua yang akan diajukan adalah :

H<sub>2</sub>: Profitabilitas *berpengaruh* terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*

### 3.3 Pengaruh *leverage* terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*

*Leverage* merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam membiayai asset perusahaan. Perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* tinggi berarti sangat bergantung pada pinjaman luar untuk membiayai asetnya. Sedangkan perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* lebih rendah lebih banyak membiayai asetnya dengan modal sendiri. Tingkat *leverage* perusahaan menggambarkan risiko keuangan sebuah perusahaan (Dewi dan Priyadi, 2013). Teori keagenan memprediksi bahwa perusahaan dengan rasio *leverage* (utang / ekuitas) yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi. Hal ini dilakukan untuk menghilangkan keraguan pemegang saham terhadap dipenuhinya hak-hak mereka sebagai kreditur. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wijaya (2012); Dewi dan Priyadi (2013); Oktariani dan Mimba (2014); Nur dan Priantinah (2012) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan penelitian Syahrina (2015) menyimpulkan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap CSR. Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis ke tiga yang akan di ajukan adalah :

H<sub>3</sub> : *Leverage* berpengaruh negatif terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*

### 3.4 Pengaruh *media exposure* terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Apabila perusahaan ingin mendapatkan kepercayaan melalui kegiatan CSR, maka perusahaan harus mempunyai kapasitas untuk memenuhi kebutuhan pemangku kepentingan dan berkomunikasi dengan pemangku kepentingannya secara efektif. Fungsi komunikasi menjadi sangat pokok dalam dalam manajemen CSR. Pengkomunikasian CSR melalui media akan meningkatkan reputasi perusahaan di mata

masyarakat. Pada pelaksanaannya, hal inilah yang menjadi bagian pada proses membangun institusi, membentuk norma yang diterima praktik CSR (Nurd dan Priantinah, 2012). Media *exposure* dalam lingkungan bisnis merupakan salah satu faktor dominan dalam upaya untuk membangun opini masyarakat terhadap aktivitas maupun kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan. Media *exposure* yang diterima oleh perusahaan merupakan media bagi masyarakat dalam mengawasi kinerja lingkungan sebuah perusahaan. Semakin banyak perhatian yang didapatkan suatu perusahaan semakin besar dorongan bagi perusahaan untuk melakukan pengungkapan informasi lingkungan (Garcia *et al.*, dalam Aulia dan Agustina, 2015). Penelitian yang dilakukan oleh Aulia dan Agustina (2015); Plorensia dan Hardiningdih (2015) menyimpulkan bahwa media exposure berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility disclosure*. Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis yang diajukan adalah :

H<sub>4</sub> : Media *exposure* berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*

### **3.5 Pengaruh sertifikasi lingkungan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure***

Sertifikasi lingkungan merupakan pengharagaan yang berasal dari pihak eksternal dan independen mengenai aktivitas operasi perusahaan yang dihubungkan dengan pengelolaan lingkungan hidup. Untuk melakukan sistem manajemen lingkungan yang baik, maka diperlukan adanya suatu standar yang menjelaskan tentang sistem tersebut. Standar internasional ISO 14001 merupakan alat untuk menjamin kinerja sistem sertifikasi lingkungan tersebut. Sertifikasi internasional yang terkait dengan pengelolaan lingkungan ini, merupakan standar manajemen lingkungan mengenai praktek terbaik dalam sistem pengelolaan lingkungan hidup (Wiwiek, 2012). Sistem ISO 14001 ini merupakan bagian dari sistem manajemen organisasi yang digunakan untuk mengembangkan dan menerapkan kebijakan mengenai lingkungan dan juga sebagai panduan organisasi dalam mengelola aspek lingkungannya (ISO 14001, 2005). Berbagai macam organisasi telah melakukan kepedulian terhadap pencapaian dan penunjukan kinerja lingkungan yang baik melalui pengendalian dampak lingkungan yang terkait dengan kegiatan, produk dan jasa organisasi yang bersangkutan, konsisten dengan kebijakan dan tujuan lingkungan mereka. Hal tersebut dilakukan dalam konteks semakin ketatnya peraturan perundang– undangan, pengembangan kebijakan ekonomi dan perangkat lain yang mendorong perlindungan lingkungan dan meningkatnya kepedulian pihak–pihak yang berkepentingan terhadap lingkungan dan pembangunan berkelanjutan (ISO 14001, 2005). Penelitian terdahulu yang dilakukan Siregat *et al.*, (2013) dan Devita (2015) menunjukkan bahwa sertifikasi lingkungan memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, Dengan demikian hipotesis yang diajukan adalah:

H<sub>5</sub> : Sertifikasi lingkungan berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*

## **4. Metodologi Penelitian**

### **4.1 Data**

Penelitian ini menggunakan Data Sekunder yang diperoleh dari IDX yaitu data perusahaan sektor pertambangan batu bara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2014-2016



#### 4.2 Populasi & Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah 45 perusahaan pertambangan batu bara yang terdaftar di BEI dan memiliki website dan digunakan sebagai media pengungkapan CSR. Kemudian penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria (1) perusahaan terdaftar di BEI selama 2014-2016, (2) perusahaan melaporkan CSR di annual report, (3) memiliki website. Berdasarkan kriteria tersebut di;peroleh sebanyak sampel sebanyak 23 perusahaan subsektor pertambangan batu bara.

##### a. Variabel

###### 1) Variabel Independen

*Corporate social responsibility disclosure* dengan menggunakan CSR Disclosure Index (CSRI) yang berbasis pada *Global Reporting Initiatives (GRI) 4.0* yang menggunakan 91 items dengan metode *content analysis (Global Reporting Initiative, 2013:47-83)*. Formula menghtiung CSRI sebagai berikut:

$$CSRI = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan:

$CSRI_j$  : *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan

$X_{ij}$  : *dummy* variabel : 1= item diungkapkan; 0= item tidak diungkapkan

$N_j$  : Jumlah item untuk perusahaan j,  $n_j \leq 91$  dengan demikian,  $0 \leq CSRI_j \leq 1$ .

###### 2) Variabel Dependen

###### (a) Size ( Ukuran Perusahaan )

Ukuran perusahaan dalam penelitian ini dinilai dari logaritma natual total asset. Total asset dijadikan sebagai indikator ukuran perusahaan karena sifatnya jangka panjang dan nilai asaet relatif lebih stabil dibandingkan dengan penjualan (Hesti dalam Sari dan Padmono, 2014).

###### (b) Profitabilitas

Profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba yang dapat diukur dengan perbandingan antara total penjualan dikurangi harga pokok penjualan dengan total penjualan (*gross profit margin ratio*), perbandingan antara laba operasi sebelum pajak dengan total penjualan (*operating profit margin ratio*), perbandingan antara total harga pokok penjualan, biaya administrasi dan penyusutan dengan total penjualan (*operating cost ratio*), perbandingan antara laba bersih setelah pajak dengan total penjualan (*net profit margin*) dan perbandingan antara laba bersih setelah pajak dengan total aktiva (*return on asset*) Sjahrial dalam Kurnianingsih (2013) dalam penelitian ini rumus yang digunakan yaitu :

$$ROA = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total aktiva}} \times 100\%$$

## (c) Leverage

*Leverage* merupakan variabel yang digunakan untuk menunjukkan kualitas layanan kewajiban perusahaan. Variabel ini menjelaskan seberapa besar rasio antara total kewajiban dengan total modal perusahaan, teori keagenan memprediksi bahwa perusahaan dengan rasio *leverage* (utang/ekuitas) yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi. Hal ini dikarenakan untuk menghilangkan keraguan para pemegang saham terhadap dipenuhinya hak-hak mereka sebagai kreditur Munsaidah *et al.*, (2016). Dalam penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut :

$$DAR = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Asset}}$$

## (d) Media Exposure

Media *exposure* merupakan sebuah alat untuk melakukan pengkomunikasian dengan pemangku kepentingan secara efektif jika sebuah perusahaan ingin mendapat kepercayaan dan legitimasi melalui kegiatan pengungkapan CSR maka perusahaan harus mempunyai kapasitas untuk memenuhi kebutuhan pemangku kepentingannya (Nur dan Priantinah, 2012). Dalam penelitian ini cara mengukur media *exposure* yaitu melalui *website* dengan variabel *dummy*, yaitu dengan memberikan nilai 1 untuk perusahaan yang mengungkapkan kegiatan CSR di media *website* dan 0 untuk perusahaan yang tidak mengungkapkan kegiatan CSR di *website*.

## (e) Sertifikasi Lingkungan

Sertifikasi lingkungan adalah sertifikasi lingkungan baik yang bersifat nasional maupun internasional. Diantaranya ISO 14001, *Asean Energy Management Awards*, *Asean Coal Awards* dan sertifikasi mengenai lingkungan baik yang dikeluarkan oleh kementerian lingkungan hidup (misal *PROPER award*) dan juga dari pihak non pemerinrah yang kredibel, misal ISRA dari NCSR (Dianawati, 2012). Dalam penelitian ini cara mengukur variabel sertifikasi lingkungan yaitu dengan menggunakan variabel *dummy*, dengan pemberian skor 1 bagi perusahaan yang telah memperoleh sertifikat lingkungan dan 0 bagi perusahaan yang belum memperoleh sertifikat lingkungan.

### 4.3 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Analisis regresi berganda adalah alat untuk meramalkan nilai pengaruh dan membuktikan ada tidaknya hubungan kausal antara dua atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel terikat (Ghozali, 2011:96) Secara matematis hubungan fungsional variabel dalam penelitian ini dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + \beta_5X_5 + e$$

Keterangan :

Y = *CSRDI*

$\alpha$  = Konstanta

$\beta_{12345}$  = Koefisien regresi

- X1 = *Size*
- X2 = *Profitabilitas*
- X3 = *Leverage*
- X4 = *Media exposure*
- X5 = *Sertifikasi Lingkungan*
- e = *error*

**5 Hasil dan mbahasan**

**5.1 Uji Asumsi Klasik**

Pengujian asumsi kalsik digunakan untuk menguji kelayakan data yang digunakan dalam penelitian. Agar penellitian ini menghasilkan model yang baik maka harus dilakukan beberapa pengujian terlebih dahulu yaitu uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas dan uji autokorelasi.

**a. Uji Normalitas**

Pengujian normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Hasil pengujian normalitas ditunjukkan pada Tabel sebagai berikut:

**Tabel 1. Uji Normlitas Kolmogorov-Smirnov Test**

	Unstandardized Residual
Kolmogorov-Smirnov Z	0,506
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,960

Sumber: Data primer diolah, 2017

Berdasarkan di atas dapat diketahui bahwa nilai *kolmogorov-smirnov* (K-S) adalah 0,506 dengan signifikan sebesar 0,960 lebih besar dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pola distribusi residual adalah normal, sehingga model regresi memenuhi syarat untuk pengujian berikutnya.

**b. Uji Multikolinearitas**

Pengujian Multikolinearitas dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) sebagaimana ditunjukkan pada Tabel sebagai berikut dapat dilihat dari yang terdapat pada masing -masing variabel seperti terlihat pada table:

**Tabel 2. Hasil Uji Multikolineariatas**

Variabel	Collinearity Statistic		Keterangan
	Tolerance	VIF	
SIZE	0,572	1,749	Bebas Multikolinearitas
ROA	0,594	1,683	Bebas Multikolinearitas
LEV	0,600	1,666	Bebas Multikolinearitas
MEDIA	0,801	1,248	Bebas Multikolinearitas
LINGK	0,644	1,553	Bebas Multikolinearitas

Sumber: data primer diolah, 2017

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *tolerance* juga menunjukkan tidak ada variabel independen yang memiliki nilai *tolerance* kurang dari 0,10 yang berarti tidak ada korelasi antar variabel independen. Suatu model regresi dinyatakan bebas dari multikolinieritas adalah jika mempunyai nilai VIF dibawah 10. Dari tabel tersebut diperoleh bahwa pada model regresi, semua variabel independen memiliki nilai VIF yang rendah dan jauh di bawah angka 10, dengan demikian diperoleh tidak adanya masalah multikolinieritas dalam model regresi.

**c. Uji Heterokedastisitas**

Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji Glejtser. Hasil uji heteroskedastisitas dengan Gletjser test disajikan pada Tabel sebagai berikut:

**Tabel 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser**

Variabel	t	Sig	Keterangan
SIZE	1,948	0,059	Bebas Heterokedastisitas
ROA	1,169	0,249	Bebas Heterokedastisitas
LEV	-0,952	0,347	Bebas Heterokedastisitas
MEDIA	1,530	0,134	Bebas Heterokedastisitas
LINGK	-1,423	0,163	Bebas Heterokedastisitas

Sumber: data primer diolah, 2017

Hasil uji Glejser menunjukkan seluruh variabel bebas tidak signifikan terhadap nilai mutlak residualnya. Hal ini berarti bahwa model regresi pada model ini tidak mengandung adanya masalah heteroskedastisitas.

**d. Uji Autokorelasi**

Uji autokorelasi dalam penelitian ini menggunakan Uji Durbin-Watson (DW test) Uji Durbin Watson hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu (*first order autocorrelation*) dan mensyaratkan adanya intercept (konstanta) dalam model regresi dan tidak ada variabel lag di antara variabel independen (Ghozali, 2011:111). Dari hasil pengujian diperoleh nilai Durbin Watson sebesar 1,954. Nilai tersebut dibandingkan nilai tabel dengan signifikansi 0,05 jumlah sampel (n) 45 dan jumlah variabel independen 5 (k=5). Maka dalam tabel durbin-watson akan didapati dL= 1,287 dan dU=1,776. Oleh karena nilai DW sebesar 1,954 terletak diantara nilai dU dan 4-dU ( $1,776 < 1,954 < 2,224$ ) maka dapat disimpulkan dalam model regresi tidak terjadi autokorelasi.

**5.1 Analisis Regresi Linier Berganda**

Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dilakukan dengan analisis regresi linier berganda. Hasil analisis regresi linier berganda penelitian ini disajikan pada Tabel 4 sebagai berikut:



**Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

Variabel Independen	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-2.516	0.251		-10.004	0.000***
SIZE	0.096	0.009	1.073	10.934	0.000***
ROA	0.167	0.073	0.220	2.282	0.028**
LEV	-0.059	0.019	-0.295	-3.084	0.004***
MEDIA	-0.049	0.042	-0.096	-1.161	0.253
LINGK	-0.012	0.024	-0.046	-.502	0.618
F-hit: 28,517; F.Sig: 0,000; R2Ajd : 0,758					

Ket: Var. Dependen: CSRDI; \*\*\* signifikan pada level 1%, \*\* signifikan pada level 5%  
Sumber: Data primer diolah, 2017

Pada tabel 4 menunjukkan bahwa nilai adjusted  $R^2$  sebesar 0,758. Hal ini berarti bahwa variasi indeks pengungkapan CSR dapat dijelaskan oleh variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, media exposure dan sertifikasi lingkungan sebesar 75,8%. Sedangkan 24,2% indeks pengungkapan CSR dapat dijelaskan oleh faktor lain di luar model. Dari nilai F-hitung diperoleh 28,517 dengan nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05 yang berarti bahwa model regresi dalam penelitian ini layak digunakan untuk menjelaskan pengaruh *size*, profitabilitas, *leverage*, media *exposure* dan sertifikasi lingkungan terhadap *corporate social responsibility disclosure*.

## 5.2 Pembahasan

### 5.3.1 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Ukuran perusahaan merupakan variabel yang banyak digunakan untuk menjelaskan pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan dalam laporan tahunan yang dibuat. Dimana ukuran perusahaan adalah suatu skala atau nilai untuk mengklasifikasikan besar kecilnya suatu perusahaan berdasarkan indikator tertentu, antara lain total aktiva, log *size*, nilai saham, jumlah tenaga kerja, penjualan dan kapitalisasi pasar (Wakid *et al.*, 2013). Apabila dihubungkan dengan teori agensi perusahaan berukuran besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut oleh karena itu perusahaan besar akan lebih banyak mengungkapkan informasi dari pada perusahaan kecil (Nur dan Priantinah, 2012).

Dalam penelitian ini variabel ukuran perusahaan menghasilkan pengaruh positif dan signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki ukuran besar lebih banyak memiliki informasi daripada perusahaan kecil. Perusahaan dengan ukuran besar memiliki total asset yang besar sehingga perusahaan di anggap telah memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang relatif lama selain itu juga dapat mencerminkan bahwa perusahaan akan lebih stabil dan lebih mampu menghasilkan laba dibandingkan perusahaan dengan ukuran total asset yang kecil. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Kurnianingsih, 2013) (Sari dan Padmono, 2014) dan (Kamil dan Hersusetya, 2012) yang menyatakan bahwa perusahaan dengan ukuran yang lebih besar

dapat bertahan daripada perusahaan dengan ukuran yang lebih kecil karena semakin besar suatu entitas semakin besar pula sumber daya alam yang dimiliki entitas tersebut dan kemudian sering berhubungan dengan *stakeholder* sehingga tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial akan menjadi lebih tinggi.

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

Profitabilitas merupakan rasio yang mengukur kemampuan entitas dalam menghasilkan laba pada tingkat penjualan, asset dan ekuitas. Jadi bahwa perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi dapat mengatasi timbulnya biaya-biaya atas pengungkapan tanggung jawab sosial tersebut. Tingkat profitabilitas yang semakin tinggi mencerminkan kemampuan sebuah entitas dalam menghasilkan laba yang semakin tinggi, sehingga entitas dianggap mampu untuk meningkatkan tanggung jawab sosial, serta melakukan pengungkapan tanggung jawab sosialnya dalam laporan keuangan dengan lebih luas (Kamil dan Herusetya, 2012) Dalam penelitian ini variabel profitabilitas di peroleh dari perbandingan antara laba setelah pajak dengan total asset. Sehingga penelitian ini menghasilkan pengaruh positif dan signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi mencerminkan kemampuan sebuah entitas dalam menghasilkan laba yang semakin tinggi sehingga entitas dianggap mampu untuk meningkatkan pengungkapan tanggung jawab sosial dalam laporan keuangan tahunan Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Aulia dan Agustina (2015) dan Munsaidah *et al.*, (2016) menunjukkan bahwa profitabilitas menunjukkan seberapa baik pengelolaan manajemen perusahaan oleh sebab itu semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan maka cenderung semakin luas *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Apabila dikaitkan dengan teori agensi perolehan laba yang semakin besar akan membuat perusahaan melakukan *Corporate Social Responsibility Disclosure*

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

*Leverage* merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam membiayai asset perusahaan. Perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* berarti sangat bergantung pada pinjaman luar untuk membiayai asetnya. Sedangkan perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* lebih rendah lebih banyak membiayai asetnya dengan modal sendiri. Tingkat *leverage* perusahaan, dengan demikian menggambarkan risiko keuangan sebuah perusahaan (Dewi dan Priyadi, 2013). Dalam penelitian ini variabel *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Sehingga hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat *leverage* yang tinggi dalam sebuah perusahaan menunjukkan perusahaan tersebut sangat bergantung dengan kreditur dalam membiayai aset perusahaannya sendiri perusahaan yang memiliki hutang yang besar menunjukkan memiliki kondisi keuangan perusahaan yang kurang baik, sehingga dalam membiayai kegiatan *Corporate Social Responsibility Disclosure* menjadi semakin berkurang. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Wijaya (2012), Oktariani dan Mimba (2014) dan Dewi (2015) menunjukkan bahwa *leverage* apabila dikaitkan dengan teori agensi menunjukkan bahwa manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan para *debt holders*.

### 5.3.4 Pengaruh media exposure terhadap Corporate Social Responsibility

#### *Disclosure*

Media *exposure* merupakan sebuah pengkomunikasian kegiatan CSR melalui media akan meningkatkan reputasi perusahaan di mata masyarakat. Dari sini juga bisa kita lihat seberapa intensif sebuah perusahaan memanfaatkan media untuk melakukan pengungkapan CSR Perusahaan bisa mengungkapkan aktivitas CSR melalui berbagai media. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media *exposure* tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Hal ini menunjukkan bahwa untuk melakukan kegiatan pengungkapan CSR oleh perusahaan tidak hanya terfokus pada *website* perusahaan saja melainkan para calon investor dapat mengunduh annual report perusahaan dalam *website* Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh (Nur dan Priantinah, 2012) menjelaskan bahwa media *exposure* (*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

### 5.3.5 Pengaruh sertifikasi lingkungan terhadap Corporate Social Responsibility

#### *Disclosure*

Sertifikasi lingkungan merupakan penghargaan yang berasal dari pihak eksternal dan independen mengenai aktivitas operasi perusahaan yang dihubungkan dengan pengelolaan lingkungan hidup. Salah satu sertifikasi internasional yang terkait dengan pengelolaan lingkungan adalah ISO 14001 yang merupakan standar manajemen lingkungan mengenai praktek terbaik dalam system pengelolaan lingkungan hidup. Sertifikat ISO 14001 menjadi bukti kelayakan suatu organisasi, bisnis dan fasilitas manufaktur dalam menunjukkan tanggung jawabnya terhadap lingkungan. Standar ini mencakup manajemen lingkungan dimaksudkan untuk menyediakan unsur-unsur suatu sistem manajemen lingkungan yang efektif yang dapat diintegrasikan dengan persyaratan manajemen lainnya dan membantu organisasi mencapai tujuan lingkungan dan ekonominya. (ISO 14001, 2005). Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa sertifikasi lingkungan tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dianawati (2012) yang menunjukkan bahwa tidak adanya perbedaan dalam pengungkapan CSR baik pada perusahaan yang telah menerima sertifikasi lingkungan dengan perusahaan yang belum menerima sertifikasi lingkungan

## 6 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data ukuran perusahaan Profitabilitas dan *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Perusahaan yang memiliki aset besar lebih tinggi kemungkinannya dalam mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaannya dibandingkan dengan perusahaan dengan aset kecil karena perusahaan besar banyak diperhatikan oleh calon investor. Tingkat profitabilitas perusahaan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba juga akan lebih besar, hal ini akan membuat manajemen perusahaan menjadi bersemangat untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial guna menunjukkan kemampuan perusahaan kepada *stakeholder*. Perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* besar akan cenderung mengungkapkan tanggung jawab sosial relatif kecil karena perusahaan tersebut sangat bergantung dengan kreditur dalam membiayai

asetnya sehingga perusahaan dengan *leverage* tinggi akan mengurangi tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial untuk menghindari sorotan dari para *stakeholder*. Penelitian ini tidak berhasil membuktikan pengaruh media exposure dan Sertifikasi lingkungan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Hal ini menunjukkan bahwa dalam mengungkapkan tanggungjawab sosial perusahaan tidak selalu memuliskan pada website perusahaan dan belum adanya standarisasi yang mengatur terkait pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam sebuah *website*. Perusahaan juga tidak memperhatikan sertifikasi lingkungan untuk mengungkapkan tanggungjawab sosialnya sehingga perusahaan yang memiliki sertifikat lingkungan maupun tidak memiliki sertifikat lingkungan dapat mengungkapkan tanggungjawab sosial dengan lebih luas lagi.

### Daftar Pustaka

- Aulia, Febri Zaini dan Agustina, Linda, (2015), Pengaruh Karakteristik Perusahaan, Kinerja Lingkungan dan Liputan Media Terhadap *Environmental Disclosure*, *Accounting Analysis Journal*, ISSN2252-6765
- Dewi, Syahrina Noormala (2015) “ Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Coporate Social Responsibility* (CSR) “*Jurnal Bisnis Manajemen Islam Bisnis*, Vol. 3, No. 2, Desember 2015
- Dewi, Sukmawati Safitri dan Priyadi, Maswar Patuh Priyadi (2013), Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI, *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi* Vol 2. No 3
- Dianawati, Wiwiek. (2012). “Pengaruh Karakteristik Perusahaan dan Sertifikasi Lingkungan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*” *Jurnal Ekonomi dan Keuangan* ISSN 1411-0393
- Ghozali, Imam (2011), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBS SPSS 19*, Semarang: Badan Penerbitan Fkultas Ekonomi Universitas Diponegoro
- Kamil,A. & Herusetya ,A. (2012). “ Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan Kegiatan *Corporate Social Responsibility*” *Model Riset Akuntansi*, Vol. 2 No. 1 Februari
- Kurnianingsih, Heni Triastuti, (2013), Pengaruh Profitabilitas dan size perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility*, *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis* Vol. 13 No.1
- Munsaidah, Siti, Andini, Rita dkk, (2016) Analisis Pengaruh *Firm Size, Age, Profitabilitas, Leverage* dan *Growth* Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pada Perusahaan *Property* dan *Real Estate* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2010-2014, *Journal Of Accounting*, Volume 2 No 2
- Nur, Marzully dan Priantinah, Denies (2012), Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Di Indonesia (Studi Empiris Pada Perusahaan Berkategori *High Profile* Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia), *Jurnal Nominal*, Vol 1 No 1



- Oktariani, Ni Wayan dan Mimba, Ni Putu Sri Harta (2014), Pengaruh Karakteristik Perusahaan dan Tanggung Jawab Lingkungan Pada Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, *Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, ISSN: 2302-8556
- Plorensia, Winda A.P dan Pancawati Hardiningsih (2015) “Pengaruh Agresivitas Pajak dan Media *Exposure* Terhadap *Corporate Social Responsibility*” *Dinamika Akuntansi, Keuangan dan Perbankan*, Nopember 2015, Hlm: 136 – 151 Vol. 4, No. 2 ISSN :1979-4878.
- Primastuti, Sinung dan Achmad, Tarmizi, (2012) Pengaruh *Corporate Governance* dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan Informasi Strategis, *Diponegoro Journal Of Accounting*, Volume 1, Nomor 2, Tahun 2012, Halaman 1-15
- Putri, Cynthia Dwi, (2013), Pengaruh *Corporate Governance* dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dalam *Sustainability Report* (Studi Empiris Perusahaan yng terdaftar di BEI Periode 2008-2011), *Jurnal Akuntansi*, Vol 1 No 3
- Sari, Henny R. dan Padmono Y.Y (2014), Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas, *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, Vol 3, No. 7.
- Sembiring, Hermansyah, (2012) Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Kelengkapan Pengungkapan Dalam Laporan Tahunan Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia, *Jurnal Mediasi*, Vol 4 No 1
- Siregar, Ivana, Lindrianasari dkk, (2013) Hubungan Antara Kinerja Lingkungan Dan Kinerja Komite Audit Dengan Kualitas Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Pada Perusahaan Manufaktur di BEI), *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Vol 4 No 1 Hal 63-81
- SNI 19-14004-2005, Sistem Manajemen Lingkungan-Panduan Umum Tentang Prinsip Umum Tentang Prinsip, Sistem dan Teknik Pendukung, Badan Standarisasi Nasional. Jakarta
- Sudarmaji, Ardi Murdoko dan Sularto, Lana, (2007), Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage* dan Tipe Kepenilikan Perusahaan Terhadap Luas *Voluntary Disclosure* Laporan Keuangan Tahunan, ISSN: 1858-2559
- Undang-undang Nomor 25 Tahun 2007 Tentang Penanaman Modal Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Peseroan Terbatas
- Undang undang no
- Wakid, Nadiyah Lutfi, Triyuwono dkk, (2013), Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia,
- Wijaya, Maria, (2012), Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, Vol 1, No 1
- Wongso, Amanda, (2013), Pengaruh Kebijaksanaan Deviden, Struktur Kepemilikan

dan Kebijakan Hutang Terhadap Nilai Perusahaan dalam Prespektif Teori Agensi dan Teori Signaling, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen*

[www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)

[www.google.schoolar.co.id](http://www.google.schoolar.co.id)

[www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)

[www.ojk.co.id](http://www.ojk.co.id)

[www.sahamok.com](http://www.sahamok.com)