

**PENGARUH *LEVERAGE*,
TIPE INDUSTRI, UKURAN PERUSAHAAN DAN
PROFITABILITAS TERHADAP
*CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)***

(Studi pada Perusahaan-Perusahaan yang Terdaftar di Bursa
Efek Indonesia Periode Tahun 2010-2012)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun oleh :

HESTI DYAH PERMATASARI
NIM. C2A009084

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2014**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Hesti Dyah Permatasari

Nomor Induk Mahasiswa : C2A009084

Fakultas / Jurusan : Ekonomika dan Bisnis / Manajemen

Judul Skripsi : **PENGARUH *LEVERAGE*, TIPE INDUSTRI,
UKURAN PERUSAHAAN DAN
PROFITABILITAS TERHADAP CORPORATE
SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)**

**(Studi pada Perusahaan-Perusahaan yang
Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode
Tahun 2010-2012)**

Dosen Pembimbing : Drs. H. Prasetiono, MSi

Semarang, 2 Oktober 2014

Dosen Pembimbing,

(Drs. H. Prasetiono, MSi)
NIP. 19600314 198603 1005

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Mahasiswa : Hesti Dyah Permatasari

Nomor Induk Mahasiswa : C2A009084

Fakultas / Jurusan : Ekonomika dan Bisnis / Manajemen

Judul Skripsi : **PENGARUH *LEVERAGE*, TIPE INDUSTRI,
UKURAN PERUSAHAAN DAN
PROFITABILITAS TERHADAP CORPORATE
SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)

(Studi pada Perusahaan-Perusahaan yang
Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode
Tahun 2010-2012)**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 16 Oktober 2014

Tim Penguji:

1. Drs. H. Prasetiono, M.Si (.....)
2. Drs. A. Mulyo Haryanto, M.Si (.....)
3. Dra. Hj. Endang Tri W, MM (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Hesti Dyah Permatasari, menyatakan bahwa skripsi dengan judul : Pengaruh *Leverage*, Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas terhadap Corporate Social Responsibility (CSR), adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau symbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 2 Oktober 2014

(HESTI DYAH PERMATASARI)

NIM: C2A009084

ABSTRAK

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan pertimbangan penting yang terkait dengan keputusan investasi seorang investor. Perusahaan dengan pengungkapan CSR yang baik memiliki reputasi yang baik di masyarakat dan bermanfaat bagi perusahaan dalam jangka panjang. Adapun faktor yang mempengaruhi *Corporate Social Responsibility* (CSR) yaitu *leverage*, tipe industri, ukuran perusahaan dan profitabilitas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *leverage*, tipe industri, ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Penelitian ini menguji pengungkapan CSR pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode tahun 2010-2012. Sampel penelitian ini adalah 34 perusahaan yang terdaftar di BEI selama periode penelitian. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang diambil dengan metode dokumentasi. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah SPSS 17.0.

Dari hasil uji koefisien determinasi (R^2) didapat nilai sebesar 70,4% CSR dapat dijelaskan oleh *leverage*, tipe industri, ukuran perusahaan dan profitabilitas, sedangkan sisanya sebesar 29,6% dijelaskan oleh faktor lain diluar variabel *leverage*, tipe industri, ukuran perusahaan dan profitabilitas. Dari hasil pengujian hipotesis secara parsial (uji t) diperoleh hasil bahwa (i) variabel *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap CSR; (ii) variabel tipe industri berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap CSR; (iii) variabel ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap CSR; (iv) variabel profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap CSR. Dari hasil uji hipotesis secara signifikan (uji f) dapat dikatakan ada pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara *leverage*, tipe industri, ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap CSR.

Kata Kunci : *leverage*, tipe industri, ukuran perusahaan, profitabilitas, *corporate social responsibility*

ABSTRACT

Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR) is an important consideration taken by the investors when investing their money. A company with excellent CSR disclosure might have good perception in society and thus would give advantages for the company itself in the future. The main factors that influence the corporate social responsibility (CSR) are leverage, industry type, firm size, and profitability. This research aimed to analyze the influence of leverage, industry type, firm size, and profitability towards the corporate social responsibility (CSR).

The data is derived by examining 34 companies listed on Indonesia Stock Exchange during 2010-2012 periods. It was secondary data, which is taken by documentation method. Meanwhile, an SPSS 17.0 was used in this research.

From the determination coefficient test (R^2), it is shown that 70,4% of CSR were explained by leverage, type of industry, firm size, and profitability while the rest (29,6%) were determined by another factors. Meanwhile, by using partial hypothetic test (t test), it is proven that (i) leverage variable shows negative influence yet significant towards CSR; (ii) industry type variable shows positive influence but not significant; (iii) firm size variable shows positive influence and significant; (iv) profitability variable shows positive influence and significant. On the other hand, by using significantly hypothetic test (f test), it is proven that leverage, industry type, firm size, and profitability have positive influence and simultaneously significant towards CSR.

Key words : *leverage, industry type, firm size, profitability, corporate social responsibility*

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Träume Nicht Dein Leben, Lebe Deine Träume”
(Don't Dream Your Life, Live Your Dream)

Without dreams, we reach nothing.
Without love, we feel nothing.
And without GOD, WE ARE NOTHING.
(Mesut Özil)

Yang lebih penting bukanlah seberapa besar mimpi kamu,
Tetapi seberapa besar usaha kamu untuk mencapai mimpi itu
(Sang Pemimpi, Andrea Hirata)

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Ibu

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga segala kendala dan kesulitan dalam penelitian dan penulisan skripsi ini dapat selesai. Terimakasih kepada Nabi besar Muhammad SAW atas teladannya yang luar biasa bagi seluruh umat manusia. Tak lupa penulis juga mengucapkan rasa terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Drs. H. Mohamad Nasir, M.Si., Akt., Ph.D. selaku dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro,
2. Bapak Idris, SE, M.Si. selaku dosen wali,
3. Bapak Drs. H. Prasetiono, M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, saran serta bimbingan yang luar biasa dengan penuh kesabaran, semoga Allah senantiasa melindungi Bapak dan keluarga,
4. Seluruh dosen dan staff Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro atas ilmu yang bermanfaat dan bantuan selama penulis menempuh pendidikan,
5. Keluarga pertamaku di rumah, yang senantiasa memberikan dukungannya, terutama kepada Ibu, surgaku,
6. Keluarga keduaku, Genk Okol yang tak lelahnya memberikan dorongan semangat dan motivasi, terimakasih Pasky, Arka, Kania, Farid, Ikhsan, Bagus, Anin, Ikhwal, Firman dan Kong atas pengalaman luar biasa di Pulau Karimun Jawa, Merapi, Lawu, Pulau Lombok – Rinjani dan Gili Trawangan, serta Rafting di sungai Serayu, dan petualangan selanjutnya

semoga kita bisa mewujudkan mimpi kita bersama-sama menuju Raja Ampat di tahun 2017,

7. SMA Negeri 5 Semarang, SMAPALA (SMA Negeri 5 Pecinta Alam) dan PRISMA (Pramuka Inti SMA Negeri 5) yang telah menjadikan saya pribadi yang tangguh seperti sekarang,
8. Saudara-saudaraku, Maya, Wulan 'Mbula', Yolana, Kiki, Riza, Erna, Hetty, Mami, Novia, Pandu, Prast, Akbar, Om Wahyu. Tak lupa kepada Djoko, Putri, Esa, Alvin Rey, Intan, Lita, Sasongko, yang telah bersama-sama melewati segala jerih payah 'penerbitan buku', kita pasti bisa!
9. Teman-teman Manajemen angkatan 2009 yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu,
10. Teman-teman KKN Desa Pucanggading, Batang: Garnis, Mba Fera, Cynthia, Inggan, Pipit, Arief, Santiko dan Sinyo,
11. Jalan setapak, tanjakan berpasir, berkerikil dan berbatu menuju puncak-puncak gunung (Ungaran, Merapi, Merbabu, Lawu, Sumbing, Rinjani) yang lebih dari luar biasa, batu karang dan ikan-ikan di kedalaman lautan Karimun Jawa yang sungguh memesona, dan kawan-kawan lumba-lumba yang kujumpai dalam perjalanan melalui Selat Lombok, laut lepas, rumahnya.

Segala kekurangan yang terdapat dalam penelitian ini sepenuhnya adalah kesalahan penulis, karena kesempurnaan hanya milik Allah SWT.

Semarang,

Penulis

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	II
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	III
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	IV
ABSTRAK	V
ABSTRACT	VI
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	VII
KATA PENGANTAR	VIII
DAFTAR ISI.....	X
DAFTAR TABEL.....	XIII
DAFTAR GAMBAR	XIV
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	11
1.3.1 Tujuan Penelitian	11
1.3.2 Manfaat Penelitian	11
1.4 Sistematika Penulisan.....	12
BAB II.....	14
TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Landasan Teori	14
2.1.1 Teori <i>Stakeholder</i>	14
2.1.2 Teori Legitimasi	16
2.1.3 Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	17
2.1.4 <i>Leverage</i>	19
2.1.5 Tipe Industri	20
2.1.6 Ukuran Perusahaan.....	22
2.1.7 Profitabilitas	22
2.2 Penelitian Terdahulu.....	23
2.3 Kerangka Pemikiran Penelitian	30

2.3.1	Pengaruh <i>Leverage</i> terhadap Pengungkapan CSR.....	30
2.3.2	Pengaruh Tipe Industri terhadap Pengungkapan CSR.....	30
2.3.3	Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR.....	31
2.3.4	Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan CSR.....	31
2.4	Perumusan Hipotesis	32
BAB III	33
METODE PENELITIAN	33
3.1	Populasi dan Sampel Penelitian	33
3.2	Jenis dan Sumber Data	33
3.3	Metode Pengumpulan Data	33
3.4	Definisi Operasional Variabel	34
3.4.1	Variabel Dependen.....	34
3.4.2	Variabel Independen	35
3.4.2.1	<i>Leverage</i>	35
3.4.2.2	Tipe Industri.....	35
3.4.2.3	Ukuran Perusahaan	36
3.4.2.4	Profitabilitas.....	36
3.5	Teknik Analisis Data	38
3.5.1	Uji Asumsi Klasik.....	38
3.5.2	Analisis Regresi Berganda	40
3.5.3	Pengujian Hipotesis.....	41
BAB IV	43
HASIL DAN PEMBAHASAN	43
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	43
4.2	Statistik Deskriptif.....	45
4.3	Uji Asumsi Klasik	47
4.3.1	Uji Normalitas	48
4.3.2	Uji Multikolinearitas	49
4.3.3	Uji Heterokedastisitas	51
4.3.4	Uji Autokorelasi	52
4.4	Analisis Regresi.....	52
4.5	Uji Simultan (Uji F)	53
4.6	Uji Hipotesis.....	54
4.7	Uji Koefisien Determinasi.....	55

4.8	Pembahasan	57
4.8.1	Pengaruh <i>Leverage</i> terhadap Pengungkapan CSR.....	57
4.8.2	Pengaruh Tipe Industri terhadap Pengungkapan CSR.....	57
4.8.3	Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR.....	58
4.8.4	Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan CSR.....	59
BAB V.....		60
PENUTUP.....		60
5.1	Kesimpulan.....	60
5.2	Saran	61
5.3	Keterbatasan Penelitian	63
5.4	Agenda Penelitian yang Akan Datang.....	63
DAFTAR PUSTAKA		65
LAMPIRAN.....		67

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Rata-rata Pengungkapan CSR, DER, TYPE, dan ROE pada Perusahaan yang Terdaftar di BEI Tahun 2010-2012	7
Tabel II.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel III.1 Definisi Operasi Variabel.....	37
Tabel IV.1 Proses Seleksi Populasi Perusahaan	43
Tabel IV.2 Sampel Penelitian	44
Tabel IV.3 Deskriptif Statistik	46
Tabel IV.4 Hasil Pengujian Normalitas	48
Tabel IV.5 Hasil Pengujian Multikolinearitas.....	50
Tabel IV.6 Hasil Pengujian Heterokedastisitas.....	51
Tabel IV.7 Hasil Pengujian Autokorelasi	52
Tabel IV.8 Hasil Regresi Linier	53
Tabel IV.9 Hasil Uji Simultan (Uji F)	53
Tabel IV.10 Hasil Pengujian Hipotesis dengan Uji Parsial (Uji T)	54
Tabel IV.11 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi.....	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Kerangka Pemikiran Teoretis	32
Gambar IV.1 Normal Probability Plot.....	49
Gambar IV.2 Scatter Plot	50

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Setelah berlakunya UU Nomor 40 tahun 2007 yang mengatur tentang Perseroan Terbatas, CSR di Indonesia tidak lagi bersifat sukarela. Pada pasal 74 Undang Undang Perseroan Terbatas menyatakan: (1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL). (2) TJSL merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. (3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban dikenai sanksi dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Dengan munculnya aturan dari pemerintah tersebut, maka CSR seolah telah menjadi fenomena yang jamak di perusahaan-perusahaan di Indonesia.

Pada prinsipnya CSR merupakan suatu komitmen berkelanjutan dari perusahaan untuk bertanggung jawab secara ekonomi, sosial, dan lingkungan atau ekologis kepada masyarakat, lingkungan serta para pemangku kepentingan (*stakeholder*). *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam perkembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis,

sosial dan lingkungan (Suhandari M. Putri, 2007). Sembiring (2005) mengungkapkan bahwa CSR merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Dapat disimpulkan bahwa, pengungkapan CSR merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap sosial dan lingkungan di sekitarnya dan suatu bentuk pengkomunikasian kegiatan ekonomi perusahaan kepada para *stakeholder* perusahaan.

Segala bentuk kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan tidak serta merta menjadi beban bagi perusahaan. Apabila ditelaah lebih dalam, CSR mempunyai tujuan yang bermanfaat bagi perkembangan perusahaan. Darwin (2004) mengungkapkan bahwa pengungkapan CSR bertujuan untuk menjalin hubungan komunikasi yang baik dan efektif antara perusahaan dengan publik dan *stakeholders* lainnya tentang bagaimana perusahaan telah mengintegrasikan CSR, meluruskan visi, misi dan prinsip perusahaan terkait dengan praktik dan aktivitas bisnis internal perusahaan, mendorong perbaikan terus berkesinambungan sebagai wujud manajemen risiko dan untuk melindungi reputasi, serta untuk meraih *competitive advantage* dalam hal modal, tenaga kerja, *supplier* dan pangsa pasar. Makhmud dan Djakman (2008) mengungkapkan bahwa CSR bertujuan untuk mencerminkan tingkat akuntabilitas, responsibilitas, dan transparansi korporat kepada para investor dan *stakeholder* lainnya. CSR yang dilakukan secara terus menerus akan memberikan keuntungan kepada perusahaan.

Dengan banyaknya manfaat yang dihasilkan dengan pengungkapan CSR ini, tentunya sudah dapat dipastikan bahwa CSR mempunyai peranan yang penting dalam perusahaan. Selain itu, pihak-pihak lain yang berkepentingan dengan CSR adalah para investor dan calon investor, sebagai pihak yang berperan dalam kelangsungan hidup perusahaan. Para investor dan calon investor membutuhkan informasi terkait dengan tingkat penjualan perusahaan, tingkat profitabilitas perusahaan, maupun informasi mengenai pengungkapan CSR dalam pengambilan keputusan. Tersedianya informasi yang lengkap, akurat, aktual serta tepat waktu akan memungkinkan para investor mampu memutuskan dengan rasional perusahaan pilihan mereka sehingga hasil yang akan diperoleh sesuai dengan yang diharapkan.

Melihat berbagai macam tujuan dan manfaat yang diberikan dengan penerapan dan pengungkapan CSR, serta begitu banyak pihak-pihak yang berkepentingan dengan CSR membuktikan seberapa pentingnya CSR ini untuk dilaksanakan. Pengungkapan CSR yang dijalankan dengan baik dan teratur akan memberikan keuntungan bagi perusahaan. Perusahaan akan mampu menjaga keberlangsungan hidupnya dalam jangka panjang serta meningkatkan kesejahteraan para pemegang saham. Untuk itu perusahaan harus berusaha untuk mampu menjalankan CSR dengan baik dengan cara menyisihkan anggaran khusus CSR, menjalankan kegiatan CSR sesuai dengan anggaran yang telah disetujui para *stakeholder*, kemudian mencantumkan jumlah anggaran dan kegiatan yang telah dilakukan selama satu tahun dalam laporan tahunan perusahaan.

Dalam pelaksanaannya, CSR dipengaruhi oleh beberapa faktor. Beberapa penelitian terdahulu menggunakan faktor yang berbeda-beda dalam setiap penelitiannya. Sembiring (2005) menggunakan faktor ukuran perusahaan, profitabilitas, tipe industri, *leverage* dan ukuran dewan komisaris dalam penelitiannya. Anggraini (2006) menggunakan faktor kepemilikan manajemen, *financial leverage*, ukuran perusahaan dan tipe industri, serta profitabilitas sebagai variabel independen dalam penelitiannya. Purwanto (2011) hanya menggunakan faktor tipe industri, ukuran perusahaan, dan profitabilitas dalam penelitiannya. Berbeda dengan Rachmawati (2011) yang menggunakan faktor kepemilikan asing, kepemilikan institusional, tipe industri, ukuran perusahaan, dan status perusahaan (perusahaan BUMN dan Non BUMN) dalam penelitiannya. Yuliana, dkk (2008) menggunakan faktor ukuran perusahaan, profitabilitas, tipe industri, ukuran dewan komisaris, dan konsentrasi kepemilikan dalam penelitiannya. Dari berbagai faktor penelitian di atas, dirumuskan bahwa terdapat enam faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas, tipe industri, *leverage*, struktur kepemilikan, dan likuiditas. Oleh karena itu, dalam penelitian ini digunakan faktor-faktor *leverage*, tipe industri, ukuran perusahaan dan profitabilitas dalam hubungannya dengan pengungkapan CSR.

Salah satu variabel dalam penelitian ini adalah *leverage*. *Leverage* merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan bergantung kepada kreditur dalam pembiayaan aset perusahaan. Perusahaan dengan tingkat *leverage* tinggi adalah perusahaan yang sangat bergantung pada pinjaman luar untuk

membayai asetnya sehingga perusahaan akan sebisa mungkin melaporkan laba yang tinggi dan mengurangi biaya-biaya termasuk biaya untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial. Sedangkan perusahaan dengan tingkat *leverage* rendah adalah perusahaan yang lebih banyak membiayai sendiri aset perusahaannya sehingga perusahaan memiliki biaya yang cukup untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial (Belkaoui dan Karpik, 1989).

Variabel lain yang diduga mempengaruhi pengungkapan CSR adalah tipe industri. Tipe industri dibagi menjadi dua jenis yaitu *high profile* dan *low profile*. Perusahaan dengan tipe industri *high profile* akan melakukan pengungkapan tanggung jawab perusahaan yang lebih mudah dibandingkan dengan industri *low profile* mengenai pengungkapan tanggung jawab perusahaan. Hal ini dikarenakan oleh lebih tingginya dampak sosial dari industri *high profile* yang mendorong tipe industri ini untuk melakukan pertanggungjawaban sosial dan pengungkapan sosial yang lebih tinggi dibandingkan dengan tipe industri *low profile*. Sedangkan industri *low profile* cenderung memiliki kepedulian yang rendah terhadap pengungkapan CSR karena dampak yang dihasilkan oleh kegiatan industri *low profile* tidak terlalu besar (Hasyir, 2009).

Variabel berikutnya yang juga diduga mempengaruhi pengungkapan CSR adalah ukuran perusahaan. Perusahaan berskala besar cenderung akan lebih mudah melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial karena perusahaan besar memperoleh hasil penjualan yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan berskala kecil (Sembiring, 2005). Di samping itu, perusahaan berskala kecil lebih

berkonsentrasi kepada peningkatan hasil penjualan perusahaannya dibandingkan melakukan pengungkapan CSR.

Profitabilitas merupakan variabel terakhir yang digunakan dalam penelitian ini yang diduga mempengaruhi pengungkapan CSR. Perusahaan yang mampu menghasilkan profit yang tinggi tentunya akan dengan mudah menyediakan anggaran khusus untuk pengungkapan CSR dibandingkan dengan perusahaan dengan profit yang lebih rendah (Purwanto, 2011). Selain itu, perusahaan dengan profit yang lebih rendah akan menggunakan keuntungan tersebut untuk memperbaiki kinerja perusahaan sehingga kepedulian akan tanggung jawab sosialnya cenderung lebih rendah.

Di BEI tercatat ada 496 perusahaan Go Publik. Dari 496 perusahaan yang terdaftar di BEI, terdapat 34 perusahaan yang menyediakan laporan mengenai pengungkapan CSR berturut turut pada tahun 2010-2012. Sedangkan yang lainnya ada yang tidak menyediakan laporan pengungkapan tanggung jawab sosial dan sebagian lainnya masih baru terdaftar sebagai perusahaan Go Publik di BEI. Hal ini menimbulkan riset problem tersendiri berupa masih ada ketidakjelasan dari perusahaan dalam melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Ketidakjelasan ini kemungkinan dapat bersumber dari peraturan yang terdapat di masing-masing perusahaan yang hanya diketahui oleh para *stockholders* perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *leverage*, tipe industri, ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung

jawab sosial perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di BEI tahun 2010-2012.

Pengaruh tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel I.1 Rata-rata Pengungkapan CSR, DER, TYPE, dan ROE pada Perusahaan yang Terdaftar di BEI Tahun 2010-2012

No	Variabel	Tahun		
		2010	2011	2012
1.	Pengungkapan CSR	12.454.958.765	19.694.823.411	38.160.897.415
2.	<i>Leverage</i> / DER	2,51	2,24	2,32
3.	Tipe Industri/ TYPE	0,39	0,39	0,39
4.	Ukuran Perusahaan / SIZE	41.368.653.794.118	49.386.257.147.059	56.603.980.882.353
5.	Profitabilitas / ROE	21,11	18,80	15,32

Sumber: *Indonesia Capital Market Directory 2014, diolah*

Berdasarkan pada tabel I.1 rata-rata pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI 2010-2012 terus mengalami peningkatan dari Rp 12.454.958.765 ditahun 2010, kemudian meningkat menjadi Rp 19.694.823.411 pada tahun 2011 dan bertambah menjadi Rp 38.160.897.415 pada tahun 2012. Pengungkapan CSR yang meningkat dari tahun ke tahun

menunjukkan bahwa semakin meningkatnya kesadaran para emiten mengenai pentingnya suatu perusahaan melakukan tanggung jawab sosial.

Tingkat *leverage* menunjukkan hasil yang fluktuatif dari tahun per tahunnya. Pada tahun 2010 tingkat *leverage* sebesar 2,51 dan menurun di tahun 2011 menjadi sebesar 2,24 kemudian mengalami peningkatan di tahun 2012 menjadi sebesar 2,32. Terjadinya fluktuasi ini menunjukkan bahwa adanya hubungan yang tidak konsisten antara tingkat *leverage* dengan CSR per tahunnya.

Tipe industri merupakan variabel *dummy*, dibedakan menjadi dua jenis yaitu *high profile* yang diberi nilai 1 dan *low profile* yang diberi nilai 0. Pada tabel I.1 terdapat rata-rata yang jumlahnya sama tahun ke tahun yaitu sebesar 0,39. Hal ini dikarenakan nilai yang sama pada masing-masing perusahaan di tiap tahunnya.

Ukuran perusahaan yang diukur dengan menggunakan Total Asset menunjukkan peningkatan tiap tahunnya. Pada tahun 2010 ukuran perusahaan menunjukkan nilai Rp 41.368.653.794.118, kemudian meningkat pada tahun 2011 menjadi sebesar Rp 49.386.257.147.059 dan meningkat lagi menjadi Rp 56.603.980.882.353 pada tahun 2012. Terjadinya peningkatan yang terus menerus ini menunjukkan hubungan yang positif antara peningkatan ukuran perusahaan dengan pengungkapan CSR.

Rata-rata profitabilitas yang diukur dengan menggunakan *Return of Equity* (ROE) justru mengalami penurunan dari 21,11 pada tahun 2010, menurun pada tahun 2011 menjadi sebesar 18,80 dan menurun lagi menjadi 15,32 pada tahun 2012. Hasil yang menurun ini menunjukkan bahwa profitabilitas mempunyai pengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan di Indonesia memunculkan hasil yang beragam dan menarik untuk dikaji lebih dalam. Sembiring (2005) dan Arthana (2012) menunjukkan hasil yang negatif antara *leverage* dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan Anggraini (2006) dan Anggita Sari (2012) menyatakan bahwa tidak terdapat hubungan antara *leverage* dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Penelitian mengenai tipe industri juga menemukan hasil yang tidak konsisten. Sembiring (2005) mengungkapkan bahwa tipe industri berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Rachmawati dan Syafruddin (2011) dan Purwanto (2011) yang menyatakan bahwa tipe industri berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR. Akan tetapi Anggita Sari (2012) tidak sependapat dengan hasil penelitian tersebut, dalam penelitiannya ditemukan bahwa tipe industri berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR.

Begitu pula dengan variabel ukuran perusahaan yang memunculkan hasil yang tidak konsisten antara penelitian satu dengan yang lainnya. Purwanto (2011) dan Sembiring (2005) menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian ini bertolak belakang dengan hasil penelitian dari Yuliana, dkk (2008) dan Anggraini (2006) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak terbukti berpengaruh atau negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan

Arthana (2012) menunjukkan hasil ukuran perusahaan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Variabel profitabilitas dalam penelitian Arthana (2012) memiliki pengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Hasil penelitian ini menunjukkan hasil yang sama dengan penelitian yang dilakukan Sembiring (2005), Anggraini (2006), Yuliana, dkk (2008) dan Purwanto (2011) menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Sedangkan Anggita Sari (2012) menunjukkan pengaruh yang positif antara profitabilitas dengan pengungkapan CSR. Terdapat ketidakkonsistenan hasil antara hasil penelitian yang satu dengan lainnya.

Dari penelitian terdahulu yang menghasilkan pengaruh yang berbeda-beda terhadap pengungkapan CSR. Hasil penelitian-penelitian tersebut menciptakan fenomena yang menarik untuk dikaji. Hal inilah yang akan menjadi *research gap* dalam penelitian ini, sehingga sangat menarik dan perlu dilakukan penelitian lebih lanjut yang berkaitan dengan *research gap* tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini mengambil judul **“PENGARUH *LEVERAGE*, TIPE INDUSTRI, UKURAN PERUSAHAAN DAN PROFITABILITAS TERHADAP *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)”**

1.2 Perumusan Masalah

Dari latar belakang di atas, maka yang menjadi permasalahan utama dalam penelitian ini adalah adanya ketidakkonsistenan hasil penelitian pada penelitian-

penelitian terdahulu. Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas maka pertanyaan-pertanyaan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat *leverage* perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR?
2. Bagaimana tipe industri berpengaruh terhadap pengungkapan CSR?
3. Bagaimana ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR?
4. Bagaimana profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh antara tingkat *leverage* perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
2. Untuk menganalisis pengaruh antara tipe industri terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
3. Untuk menganalisis pengaruh antara ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab perusahaan.
4. Untuk menganalisis pengaruh antara profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan atau Manajemen

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi untuk pengambilan kebijakan oleh manajemen perusahaan mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan keuangan yang disajikan.

b. Bagi Investor dan Calon Investor

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sehingga dijadikan sebagai acuan untuk pengambilan keputusan investasi.

2. Manfaat Akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan yang berarti dalam pengembangan ilmu ekonomi khususnya pada bidang ilmu manajemen keuangan. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan perbandingan untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang mempunyai kaitan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

1.4 Sistematika Penulisan

BAB I: PENDAHULUAN

Berisi tentang gambaran secara menyeluruh mengenai isi penelitian dan gambaran permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini. Bab ini terdiri dari latar belakang masalah penelitian, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Menguraikan tentang teori-teori serta panalitian terdahulu berkaitan dengan topik atau masalah yang diteliti. Dalam bab ini juga dijelaskan kerangka pemikiran yang melandasi timbulnya hipotesis penelitian. Di dalam kerangka pemikiran tersebut dijelaskan mengenai variabel bebas dan variabel terkait dari penelitian ini.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini berisi variabel-variabel dalam penelitian secara operasional, penentuan populasi dan sampel penelitia, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data serta metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang deskripsi objek penelitian, analisis data, interpretasi hasil dan argumentasi terhadap hasil penelitian. Sebelum dilakukan analisis data, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik yang dilakukan meliputi uji normalitas, uji autokorelasi, uji heterokedastisitas, uji multikolenearitas. Setelah semua uji terpenuhi, baru dilakukan uji hipotesis.

BAB V: PENUTUP

Bab ini berisi tentang simpulan dari penelitian yang menjawab seluruh pertanyaan penelitian, keterbatasan penelitia serta saran-saran untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori *Stakeholder*

Purwanto (2011) menyatakan bahwa teori *stakeholder* perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*. *Stakeholder* merupakan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan yang meliputi konsumen, pemasok, masyarakat setempat, kreditor, pemegang saham, pemerintah setempat, pemerintah asing, karyawan, penyalur, rekan bisnis, aktivitas sosial dan media massa. Grey *et al.* (1994) menyatakan bahwa kelangsungan hidup suatu perusahaan tergantung pada dukungan *stakeholder* dan dukungan tersebut harus dicari, sehingga segala jenis aktivitas perusahaan semata-mata untuk mencari dukungan tersebut (dalam Ghozali dan Chariri, 2007).

Menurut Suparno (2010) teori *stakeholder* merupakan teori yang menyatakan bahwa bisnis mempunyai hubungan dengan segala orang-orang selain dari *stockholders* (pemegang saham), yang mencakup karyawan, para penyalur, pelanggan, kreditor, dan masyarakat lokal, pemerintah, media massa dan lain-lain. Pendekatan *stakeholders* ini menarik perhatian teori tanggung jawab sosial, yang menyatakan bahwa suatu korporasi atau

perusahaan harus mempertimbangkan efek atau dampak dari tindakannya terhadap *stakeholders*.

Menurut model ekonomi tradisional, perusahaan bertanggung jawab kepada *stockholders* dan pemilik modal perusahaan. Akan tetapi, pandangan ini telah tergantikan oleh pandangan sosio-ekonomi yang menyatakan bahwa kepentingan pemegang saham yang tunggal ini telah diganti dengan paham *stakeholders*, yaitu kelompok-kelompok yang mempunyai kepentingan dalam tindakan perseroan dan yang memberikan sokongan dan kepada siapa organisasi bertanggung jawab (Kast dan Rosenzweig, 2002).

Stakeholder dapat didefinisikan sebagai sebagian anggota komunitas, atau kelompok individu, masyarakat yang berasal dari lingkungan perusahaan, wilayah negara, termasuk negara lain (global) yang mempunyai pengaruh terhadap jalannya perusahaan. Atau dengan kata lain, *stakeholder* adalah pihak-pihak yang berkepentingan dalam perusahaan dan yang berpengaruh terhadap jalannya perusahaan (Suparnyo, 2010). Dalam *Oxford Dictionary* (1995) *stakeholder* berarti seseorang atau organisasi yang mempunyai bagian dan kepentingan pada perusahaan. Yang dimaksud *stakeholder* adalah pemilik perusahaan, pemegang saham, kreditor, pemasok, penyalur, pemerintah setempat, pemerintah asing, para karyawan, konsumen, masyarakat setempat, aktivitas sosial, rekan bisnis, dan media massa. Masyarakat, karyawan dan lingkungan sekitar perusahaan termasuk bagian dari *stakeholder* perusahaan, oleh karena itu, teori *stakeholder* tidak hanya berlaku untuk pemilik perusahaan dan para pemegang saham, tetapi

juga berlaku untuk seluruh *stakeholder* yang telah disebutkan tersebut. Sehingga perusahaan wajib ikut menjaga masyarakat sekitar dan para karyawan serta berpartisipasi dalam pelestarian lingkungan sekitar perusahaan dengan mengadakan kegiatan-kegiatan yang bertujuan untuk mendukung kewajiban perusahaan tersebut.

2.1.2 Teori Legitimasi

Teori legitimasi merupakan dasar yang digunakan dalam pengungkapan sosial maupun lingkungan (Bakrmeier, 2007). Teori legitimasi mengatakan bahwa perusahaan berusaha secara terus menerus untuk meyakinkan bahwa segala kegiatan atau aktivitas yang dilakukan sesuai dengan batasan dan norma-norma yang berlaku dalam masyarakat tempat perusahaan beroperasi atau berada. Legitimasi dapat dianggap sebagai sesuatu yang menyamakan asumsi bahwa tindakan yang dilakukan oleh suatu entitas merupakan tindakan yang diinginkan, pantas, dan sesuai dengan sistem norma, nilai dan kepercayaan serta definisi yang dikembangkan secara sosial (Suchman, 1995). Tujuan legitimasi tidak hanya digunakan untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan saja akan tetapi juga digunakan untuk mempertahankan eksistensi perusahaan dalam jangka panjang.

Dowling dan Pfeffer (1995), dalam Ghozali dan Chariri (2007), menyatakan bahwa legitimasi adalah hal yang penting dalam organisasi, mengandung batasan-batasan yang ditekankan oleh norma-norma dan nilai-nilai sosial serta reaksi-reaksi terhadap batasan tersebut mendorong

pentingnya analisis mengenai perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan. Teori legitimasi berfokus pada hubungan antara perusahaan dengan masyarakat. Hal ini didasarkan pada pandangan bahwa suatu perusahaan akan berusaha untuk menyeimbangkan norma-norma perilaku dalam sistem sosial masyarakat dengan nilai-nilai sosial yang terkandung dalam sistem perusahaan karena perusahaan merupakan bagian dari sistem tersebut. Apabila kedua sistem ini berjalan selaras dapat dikatakan sebagai legitimasi perusahaan, namun apabila tidak terjadi keselarasan antara kedua sistem tersebut maka terdapat ancaman terhadap legitimasi perusahaan.

2.1.3 Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan atau disebut juga *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan suatu tanggung jawab moral perusahaan terhadap masyarakat (K. Bertens dalam Suparoyo, 2010). Konsep CSR berbentuk *self-control* (pengendalian diri) daripada pemaksaan tipe perilaku tertentu dari sumber-sumber luar (Kast dan Rosenzweig, 2002).

Pandangan tentang adanya CSR juga dikemukakan oleh John Elkington dalam bukunya yang berjudul *Cannibals with Forks the Triple Bottom Line of Twentieth Century Business* (1997). Elkington mengembangkan konsep *triple bottom line*, yaitu *economic prosperity*, *environmental quality* dan *sosial justice*. Maksudnya adalah sebuah perusahaan tidak hanya mengejar keuntungan (*profit*), tetapi juga harus terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat, termasuk didalamnya

adalah karyawan perusahaan (*people*) dan berpartisipasi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan, terutama lingkungan sekitar perusahaan (*planet*) (Suparno, 2010).

Definisi CSR menurut The Jakarta Consulting Group (JCG) dibagi menjadi dua jenis, yaitu tanggung jawab yang ditujukan ke dalam dan tanggung jawab yang ditujukan ke luar (Susanto, 2009). Tanggung jawab yang ditujukan ke dalam menurut JCG ditujukan kepada dua pihak, yaitu kepada pemegang saham dan kepada karyawan. CSR yang ditujukan kepada para pemegang saham yaitu dalam hal keuntungan dan pertumbuhan. Para pemegang saham tentunya mengharapkan profitabilitas yang maksimal serta pertumbuhan perusahaan yang optimal guna menjamin kesejahteraan mereka di masa depan karena para pemegang saham telah menginvestasikan sumber daya yang dimilikinya untuk mendukung berbagai aktivitas operasional perusahaan. Oleh karena itu perusahaan harus bekerja semaksimal mungkin untuk memperoleh laba yang maksimal dalam jangka panjang serta berusaha mencari peluang bagi pertumbuhan dimasa depan. Selain kepada para pemegang saham, perusahaan juga bertanggung jawab atas para karyawannya, karena kontribusi dan kerja keras para karyawan inilah perusahaan mampu menjalankan segala aktivitas dan meraih kesuksesan. Karena alasan tersebut, perusahaan bertanggung jawab atas kompensasi para karyawannya dan perusahaan sendiri juga harus menyediakan peluang pengembangan karier untuk para karyawannya. Pengembangan karier yang dimaksud merupakan suatu tantangan pekerjaan

yang hasilnya akan saling menguntungkan bagi karyawan dan perusahaan itu sendiri.

Sedangkan tanggung jawab yang ditujukan ke luar menurut JCG yaitu peran perusahaan sebagai wajib pajak dan penyedia lapangan pekerjaan, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dan melestarikan lingkungan untuk generasi masa depan. Sebagian laba yang dihasilkan oleh perusahaan tentunya akan disisihkan untuk membayar pajak pemerintah. Untuk memperoleh laba yang maksimal, perusahaan harus bekerja secara optimal, sedangkan untuk meraih hasil kerja yang optimal, perusahaan membutuhkan banyak tenaga kerja. Dengan semakin berkembangnya perusahaan maka akan tersedia lapangan pekerjaan bagi masyarakat. Perusahaan juga berkewajiban atas usaha-usaha atau aktivitas-aktivitas yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, baik yang berada di sekitar perusahaan maupun yang tidak. Perusahaan juga bertanggung jawab atas pemeliharaan lingkungan tempat perusahaan beroperasi dalam jangka panjang untuk menjamin kelestarian lingkungan saat ini dan generasi masa depan.

2.1.4 *Leverage*

Leverage merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan bergantung kepada kreditur dalam pembiayaan aset perusahaan. Perusahaan dengan tingkat *leverage* tinggi adalah perusahaan yang sangat bergantung pada pinjaman luar untuk membiayai asetnya sehingga perusahaan akan sebisa mungkin melaporkan laba yang tinggi dan mengurangi biaya-biaya

termasuk biaya untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial. Sedangkan perusahaan dengan tingkat *leverage* rendah adalah perusahaan yang lebih banyak membiayai sendiri aset perusahaannya sehingga perusahaan memiliki biaya yang cukup untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial (Belkaoui dan Karpik, 1989). Untuk mengetahui tingkat *leverage* pada perusahaan dapat digunakan Rasio *Debt to Equity* (DER).

Pengaruh variabel *leverage* terhadap CSR menurut teori legitimasi yaitu semakin besar utang perusahaan kepada kreditur maka semakin sedikit biaya yang tersisa untuk melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan, yang terpenting bagi perusahaan dengan tingkat *leverage* tinggi adalah perusahaan dapat memperoleh utang dengan mudah dan dapat dengan mudah pula melunasinya, sehingga perusahaan dengan tingkat *leverage* tinggi cenderung mengesampingkan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dibandingkan dengan perusahaan dengan tingkat *leverage* rendah.

2.1.5 Tipe Industri

Tipe industri dibedakan menjadi dua jenis yaitu *high-profile industry* dan *low-profile industry* (Roberts, 1992). Industri *high-profile* adalah perusahaan-perusahaan yang mempunyai tingkat sensitivitas tinggi terhadap lingkungan atau disebut juga dengan *consumer visibility*, tingkat risiko politis yang tinggi atau tingkat kompetisi yang tinggi. Perusahaan dengan tipe industri ini memiliki risiko yang tinggi sehingga banyak mendapat

sorotan dari masyarakat luas. Sedangkan industri *low-profile* adalah perusahaan-perusahaan yang mempunyai *consumer visibility* dan *political visibility* yang rendah. Perusahaan dengan tipe industri ini mempunyai risiko yang terbilang rendah, sehingga sangat sedikit mendapat sorotan dari masyarakat luas.

Roberts (1992) mengelompokkan perusahaan-perusahaan dengan tipe industri *high-profile* dan *low-profile*. Perusahaan-perusahaan yang digolongkan sebagai industri *high-profile* antara lain perusahaan minyak dan pertambangan lainnya, kimia, hutan, kertas, otomotif, penerbangan, agribisnis, tembakau dan rokok, produk makanan dan minuman, media dan komunikasi, energi (listrik), *engineering*, kesehatan, serta transportasi dan pariwisata. Sedangkan perusahaan-perusahaan yang digolongkan sebagai industri *low-profile* antara lain perusahaan bangunan, keuangan dan perbankan, pemasok peralatan medis, properti, perusahaan ritel, tekstil dan produk tekstil, produk personal, dan produk rumah tangga.

Pengaruh variabel tipe industri terhadap CSR menurut teori legitimasi yaitu perusahaan yang termasuk sebagai perusahaan *high-profile* memiliki produksi yang tergolong berbahaya di masyarakat dan berdampak langsung pada kesehatan, keamanan dan keselamatan masyarakat di sekitar perusahaan, sehingga perusahaan *high-profile* mempunyai tanggung jawab sosial yang lebih besar dibandingkan dengan perusahaan *low-profile*.

2.1.6 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan salah satu variabel yang paling sering digunakan untuk menjelaskan pengungkapan sosial perusahaan dalam laporan tahunan perusahaan. Secara umum dapat dilihat bahwa perusahaan besar akan lebih banyak mengungkapkan informasi pertanggungjawaban dibandingkan dengan perusahaan kecil. Perusahaan besar mempunyai tingkat risiko yang lebih besar pula dibandingkan dengan perusahaan kecil. Suripto (1999) dalam Rakhmawati dan Syafruddin (2011) menyatakan bahwa perusahaan besar umumnya memiliki jumlah aktiva besar, penjualan besar, skill karyawan yang baik, sistem informasi yang canggih, jenis produk yang banyak, serta struktur kepemilikan yang lengkap sehingga memungkinkan praktik CSR yang luas.

Ukuran perusahaan dapat dilihat dari nilai kapitalisasi pasar, total asset, penjualan bersih, volume penjualan atau jumlah karyawan. Dalam penelitian ini pengukuran menggunakan *total asset* suatu perusahaan karena dapat menunjukkan seberapa besar perusahaan tersebut.

Pengaruh variabel ukuran perusahaan terhadap CSR menurut teori *stakeholder* yaitu semakin besar suatu perusahaan maka akan semakin banyak pihak-pihak yang menjadi bagian dari stakeholder perusahaan, sehingga semakin luas jangkauan pertanggungjawaban sosial perusahaan.

2.1.7 Profitabilitas

Profitabilitas menunjukkan seberapa besar kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba. Profitabilitas ini berhubungan langsung dengan

nilai yang akan diperoleh oleh para pemegang saham. Heinze (1976) menyatakan bahwa profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada para pemegang saham. Semakin besar profitabilitas yang dihasilkan perusahaan maka akan semakin besar pula pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan.

Profitabilitas menjadi faktor tersendiri untuk menarik para investor untuk menanamkan sahamnya ke sebuah perusahaan. Perusahaan dengan profit yang tinggi akan mengundang banyak investor berdatangan ke perusahaan tersebut, sehingga diperlukan pengungkapan tanggung jawab sosial yang lebih besar. Arus laba yang tinggi dapat meningkatkan saham perusahaan.

Pengaruh variabel profitabilitas terhadap CSR menurut teori *stakeholder* yaitu semakin tinggi profit perusahaan maka semakin besar jumlah yang diperoleh oleh para pemegang saham. Di sisi lain, perusahaan dengan profit yang tinggi memiliki jangkauan *stakeholder* yang luas sehingga bertanggung jawab untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Akan tetapi, sebagian besar perusahaan tentunya akan lebih memomorsatukan para pemegang saham perusahaan sehingga meminimalkan anggaran pertanggungjawaban sosial perusahaan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Berbagai penelitian mengenai tanggung jawab perusahaan yang menjadi dasar dan acuan dalam penelitian ini. Di Indonesia, penelitian mengenai tanggung

jawab perusahaan telah dilakukan oleh beberapa peneliti. Penelitian-penelitian tersebut akan dibahas secara lebih rinci seperti di bawah ini.

Penelitian yang dilakukan oleh Purwanto (2011) menggunakan tipe industri, ukuran perusahaan, dan profitabilitas sebagai variabel independen dalam penelitiannya. Hasil penelitian tersebut menemukan bahwa variabel tipe industri dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan variabel profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian yang dilakukan oleh Rachmawati dan Syafruddin (2011) menggunakan struktur kepemilikan, tipe industri, ukuran perusahaan, perusahaan BUMN dan Non BUMN sebagai variabel independennya. Hasil penelitian tersebut menemukan bahwa kepemilikan asing dan kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan variabel tipe industri, ukuran perusahaan dan status perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005) menggunakan faktor ukuran perusahaan, profitabilitas, tipe industri, ukuran dewan komisaris dan *leverage* sebagai variabel independennya. Hasil penelitian tersebut menemukan bahwa variabel ukuran perusahaan, tipe industri dan ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan variabel profitabilitas dan *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian yang dilakukan oleh Anggraini (2006) menggunakan faktor kepemilikan manajemen, *financial leverage*, ukuran perusahaan tipe industri dan

profitabilitas sebagai variabel independen. Hasil penelitian ini menemukan bahwa kepemilikan manajerial dan tipe industri berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan ukuran perusahaan, *financial leverage* dan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian yang dilakukan oleh Yuliana, dkk (2008) menggunakan faktor ukuran perusahaan, profitabilitas, tipe industri, ukuran dewan komisaris, dan konsentrasi kepemilikan dalam penelitiannya. Hasil penelitian ini menemukan bahwa ukuran perusahaan, profitabilitas dan ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan tipe industri berpengaruh positif dan konsentrasi kepemilikan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian yang dilakukan oleh Arthana (2012) menggunakan kepemilikan saham publik, *leverage*, likuiditas, profitabilitas dan ukuran perusahaan sebagai variabel independennya. Hasil penelitian ini menemukan bahwa kepemilikan saham publik, *leverage* dan profitabilitas berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan likuiditas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Hasyir (2009) melakukan penelitian dengan variabel independen fokus pengungkapan sosial pada emiten dan tipe industri. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa fokus pengungkapan sosial perusahaan publik di BEI terletak pada tema pemegang saham. Kemudian tipe industri *high-profile* secara signifikan lebih tinggi daripada tingkat pengungkapan sosial pada tipe industri *low-profile*.

Penelitian yang dilakukan oleh Anggita Sari (2012) menggunakan tipe industri, ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage* dan pertumbuhan perusahaan sebagai variabel independennya. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa tipe industri berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR, sedangkan ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Akan tetapi *leverage* dan pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian tentang pengaruh struktur kepemilikan perusahaan, tipe industri, ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial yang telah dipaparkan di atas, secara ringkas dapat dilihat dalam tabel II.1.

Tabel II.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Variabel Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1.	Agus Purwanto (2011)	Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	Regresi linier berganda	Tipe industri dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan, profitabilitas tidak berpengaruh signifikan.

2.	Desie Rachmawati dan Muchammad Syafruddin (2011)	Kepemilikan Asing, Kepemilikan Institusional, Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Status Perusahaan (BUMN dan Non BUMN)	Regresi linier berganda	Kepemilikan asing dan kepemilikan institusional tidak berpengaruh, tipe industri, ukuran perusahaan dan status perusahaan berpengaruh.
3.	Eddy Rismanda Sembiring (2005)	<i>Size</i> , Profitabilitas, <i>Profile</i> , Ukuran Dewan Komisaris, <i>Leverage</i>	Regresi linier berganda	<i>Size</i> perusahaan, <i>Profile</i> dan Ukuran dewan komisaris berpengaruh positif. Profitabilitas dan <i>Leverage</i> berpengaruh negatif.
4.	Fr. Reni. Retno Anggraini (2006)	Kepemilikan Manajemen, <i>Financial Leverage</i> ,	Regresi linier berganda	Kepemilikan manajemen dan Tipe industri berpengaruh signifikan. Ukuran perusahaan,

		Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas		<i>Leverage</i> dan Profitabilitas tidak berpengaruh.
5.	Rita Yuliana, Bambang Purnomosidhi, Eko Ganis Sukoharsono (2008)	Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, <i>Profile</i> , Ukuran Dewan Komisaris, Konsentrasi Kepemilikan,	Regresi linier berganda	Ukuran perusahaan, Profitabilitas dan Ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh, Profile perusahaan berpengaruh positif, Konsentrasi kepemilikan berpengaruh negatif.
6.	Rony Arthana (2012)	Kepemilikan Saham Publik, <i>Leverage</i> , Likuiditas, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan	Regresi linier berganda	Kepemilikan saham publik berpengaruh negatif tidak signifikan, <i>Leverage</i> berpengaruh negative signifikan, Likuiditas berpengaruh positif tidak signifikan, Profitabilitas berpengaruh

				negatif signifikan, Ukuran perusahaan berpengaruh positif tidak signifikan.
7.	Dede Abdul Hasyir (2009)	Fokus Pengungkapan Sosial pada Emiten, Tipe Industri	Metode Deskriptif- Komparatif dengan Pendekatan Survey	Fokus pengungkapan sosial perusahaan publik di Bursa Efek Jakarta terletak pada tema pemegang saham. Tipe industri <i>high-profile</i> secara signifikan lebih tinggi daripada tingkat pengungkapan sosial pada industri <i>low-profile</i> .
8.	Rizkia Anggita Sari (2012)	Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, <i>Leverage</i> , Pertumbuhan Perusahaan	Regresi linier berganda	Tipe industri berpengaruh negatif. Ukuran perusahaan dan Profitabilitas berpengaruh positif. <i>Leverage</i> dan Pertumbuhan perusahaan.

2.3 Kerangka Pemikiran Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah, telaah pustaka dan penelitian terdahulu terdapat banyak faktor bagi sebuah perusahaan untuk menerapkan CSR pada perusahaannya. Beberapa diantaranya yaitu dengan dilihat dari *leverage*, tipe industri, ukuran perusahaan dan profitabilitas. Oleh karena itu, dalam penelitian kali ini digunakan *leverage*, tipe industri, ukuran perusahaan dan profitabilitas sebagai variabel independen penelitian yang mempengaruhi CSR sebagai variabel dependen penelitian.

2.3.1 Pengaruh *Leverage* terhadap Pengungkapan CSR

Leverage merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan bergantung kepada kreditur dalam pembiayaan aset perusahaan. Melalui tingkat *leverage* perusahaan dapat diketahui seberapa besar utang perusahaan kepada kreditur. Penelitian sebelumnya mengenai pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan CSR pernah dilakukan oleh Sembiring (2005) dan Arthana (2012) yang menghasilkan *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan CSR.

2.3.2 Pengaruh Tipe Industri terhadap Pengungkapan CSR

Roberts (1992) mengklasifikasikan tipe industri menjadi dua jenis yaitu *high-profile* dan *low-profile*. Perbedaan ini berdasarkan tingkat *consumer visibility* tingkat risiko politis dan tingkat kompetisi. Penelitian sebelumnya mengenai pengaruh tipe industri terhadap pengungkapan CSR pernah dilakukan oleh Yuliana dkk (2008) dan Sembiring (2005) yang

menghasilkan tipe industri berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

2.3.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR

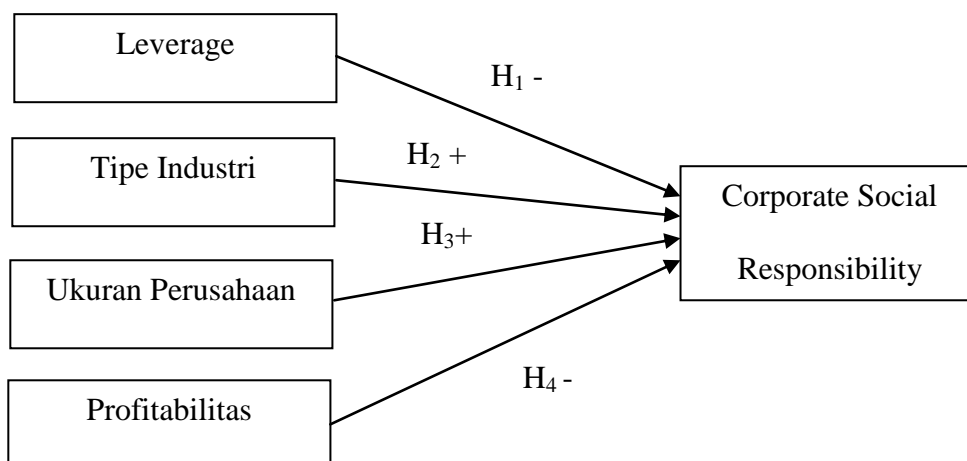
Perusahaan besar memiliki tingkat risiko yang lebih besar dibandingkan dengan perusahaan dengan ukuran yang lebih kecil. Perusahaan besar umumnya mempunyai jumlah aktiva besar, penjualan besar, skill karyawan yang baik, sistem informasi yang canggih, jenis produk yang banyak serta struktur kepemilikan yang lengkap (Suripto, 1999, dalam Rakhmawati dan Syafruddin, 2011). Penelitian sebelumnya mengenai pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR pernah dilakukan oleh Arthana (2012) dan Anggita Sari (2012) yang menghasilkan ukuran perusahaan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR.

2.3.4 Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan CSR

Profitabilitas menunjukkan seberapa besar kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba. Profitabilitas ini berhubungan langsung dengan nilai yang akan diperoleh oleh para pemegang saham. Penelitian sebelumnya mengenai pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan CSR pernah dilakukan oleh Sembiring (2005) yang menghasilkan profitabilitas berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR.

Berdasarkan uraian diatas, hubungan tersebut dapat digambarkan dalam Kerangka Pemikiran Teoretis pada gambar II.1 sebagai berikut:

Gambar II.1 Kerangka Pemikiran Teoretis



Sumber : Diolah dari berbagai sumber

2.4 Perumusan Hipotesis

Hipotesis adalah salah satu pernyataan mengenai nilai suatu parameter populasi yang dikembangkan untuk maksud pengujian (Mason dan Lind, 1996). Didalam menentukan hipotesis yang diajukan sebagai jawaban penelitian sementara terhadap permasalahan penelitian ini terdapat hal-hal yang harus diperhatikan. Kajian teoritik dan penelitian terdahulu merupakan dasar penentuan hipotesis penelitian.

Berdasarkan kerangka pemikiran yang dijabarkan diatas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H_1 : *Leverage* berpengaruh negatif terhadap CSR.

H_2 : Tipe industri berpengaruh positif terhadap CSR.

H_3 : Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap CSR.

H_4 : Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap CSR.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar (*listing*) di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2010-2012. Metode pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling*. Adapun kriteria-kriteria yang digunakan dalam penelitian sampel adalah:

1. Perusahaan yang terdaftar di BEI periode tahun 2010-2012.
2. Perusahaan menerbitkan *annual report* periode tahun 2010-2012.
3. Perusahaan menyediakan informasi mengenai pelaksanaan CSR secara lengkap disertai dengan biaya.

3.2 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang berupa laporan tahunan periode tahun 2010-2012 perusahaan sampel. Data struktur kepemilikan, tipe industri, ukuran perusahaan dan profitabilitas diperoleh dari ICMD (*Indonesian Capital Market Directory*) dengan periode waktu tahun 2010-2012.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan terutama dengan cara studi dokumentasi, yaitu merupakan suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data

berupa laporan tahunan yang telah dipublikasikan oleh perusahaan sampel pada periode tahun 2010-2012 di website BEI (www.idx.co.id). Pengumpulan data dilakukan dengan cara menelusuri laporan tahunan perusahaan yang terpilih menjadi sampel.

3.4 Definisi Operasional Variabel

3.4.1 Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR). CSR adalah proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan (Sembiring, 2005). Setiap perusahaan diwajibkan untuk melakukan pengungkapan CSR dan melaporkannya dalam laporan tahunan perusahaan. Dalam laporan tahunan perusahaan terdapat total biaya yang dikeluarkan untuk melakukan pengungkapan CSR selama satu tahun.

Pengukuran pengungkapan CSR dilihat dari total biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan selama satu tahun (Tsani, 2010). Pengungkapan CSR dihitung dengan menggunakan logaritma natural dari total biaya CSR, hal ini bertujuan untuk menyamakan dengan variabel lain karena total biaya CSR perusahaan relatif besar dibandingkan dengan variabel-variabel lain dalam penelitian ini, sehingga dirumuskan sebagai berikut:

$$CSR_{D} = Ln \text{ Total CSR}$$

Keterangan:

CSR = *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Ln = *Logaritma Natural*

3.4.2 Variabel Independen

3.4.2.1 *Leverage*

Leverage merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan perusahaan bergantung kepada kreditur dalam pembiayaan aset perusahaan.

Tingkat *leverage* dari suatu perusahaan dapat ditunjukkan oleh salah satunya menggunakan rasio hutang terhadap ekuitas (DER), yaitu rasio jumlah hutang terhadap jumlah modal sendiri. Pengukuran ini konsisten dengan pengukuran yang dilakukan oleh Sembiring (2005):

$$DER = \frac{\text{Total Liabilities}}{\text{Total Equity}} \times 100\%$$

3.4.2.2 Tipe Industri

Dalam penelitian ini, tipe industri merupakan variabel *dummy* yang akan digunakan untuk mengklasifikasikan *high-profile* dan *low-profile*. *High-profile* akan diberi nilai 1 yaitu untuk perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang pertambangan, kimia, hutan, kertas, otomotif, penerbangan, agribisnis, tembakau dan rokok, produk makanan dan minuman, media dan komunikasi, energi (listrik), *engineering*, kesehatan serta transportasi dan pariwisata. Sedangkan *low-profile* akan diberi nilai 0 yaitu untuk jenis perusahaan bangunan, keuangan dan perbankan, pemasok

peralatan medis, properti, perusahaan ritel, tekstil dan produk tekstil, produk personal, dan produk rumah tangga (Roberts, 1992).

3.4.2.3 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan besarnya kecilnya perusahaan dilihat dari berbagai aspek, dalam penelitian ini ukuran perusahaan diukur dengan mentransformasikan *total asset* perusahaan ke dalam bentuk *logaritma natural*. *Total asset* yang ditransformasikan dalam logaritma bertujuan untuk menyamakan dengan variabel lain karena *total asset* perusahaan relatif besar dibandingkan dengan variabel-variabel lain dalam penelitian ini, sehingga dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$SIZE = Ln \text{ Total Asset}$$

Keterangan:

Size = Ukuran perusahaan

Ln = *Logaritma Natural*

3.4.2.4 Profitabilitas

Profitabilitas menunjukkan seberapa besar kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba. Heinze (1976) menyatakan bahwa profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada para pemegang saham.

Terdapat beberapa pengukuran untuk menentukan profitabilitas perusahaan yaitu: *Return Of Equity*, *Return On Asset*, *Earning Per Share*, *Net Profit* dan *Operating Ratio* (Purnasiwi, 2011). Profitabilitas dalam

penelitian ini akan diukur dengan menggunakan *Return On Equity* (ROE).

ROE dapat dihitung dengan menggunakan:

$$ROE = \frac{Net\ Income}{Equity} \times 100\%$$

Definisi operasional variabel-variabel yang telah dijelaskan di atas dapat diringkas seperti pada tabel III.1 di bawah ini:

Tabel III.1 Definisi Operasi Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Rumus Pengukuran	Skala
CSR	Proses pengomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok yang berkepentingan dan terhadap masyarakat.	CSRD = <i>Ln Total CSR</i>	Rasio
<i>Leverage</i>	Mengukur seberapa besar perusahaan perusahaan bergantung kepada kreditur dalam pembiayaan aset perusahaan.	DER = $\frac{Total\ Liabilities}{Total\ Equity} \times 100\%$	Rasio

Tipe Industri	Variabel <i>dummy</i> yang digunakan untuk mengklasifikasikan <i>high-profile</i> dan <i>low-profile</i> .	Nilai 1 untuk <i>high-profile</i> Nilai 0 untuk <i>low-profile</i>	<i>DummyVariabel</i>
Ukuran Perusahaan	Besar atau kecilnya suatu perusahaan, dalam penelitian ini dilihat dari total asset perusahaan.	SIZE = <i>Ln Total Asset</i>	Rasio
Profitabilitas	Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba setelah pajak dengan menggunakan modal sendiri	ROE = $\frac{\text{Net Income}}{\text{Equity}} \times 100\%$	Rasio

3.5 Teknik Analisis Data

3.5.1 Uji Asumsi Klasik

Untuk mengetahui apakah model regresi benar-benar menunjukkan hubungan yang signifikan dan representatif, maka model tersebut harus memenuhi asumsi klasik regresi. Uji asumsi klasik yang dilakukan adalah uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi.

1) Uji normalitas

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

2) Uji multikolinearitas

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

3) Uji heteroskedastisitas

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah dalam suatu model regresi terjadi ketidaksamaan variabel dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Situasi heterokedastisitas akan menyebabkan

penafsiran koefisien regresi menjadi tidak efisien. Model regresi yang baik adalah bila varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap atau homokedastisitas. Ada beberapa cara untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas yaitu salah satunya dengan melihat pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual yang telah di-*studentized*.

4) Uji autokorelasi

Autokorelasi adalah adanya korelasi antara nilai data pada suatu waktu dengan nilai data tersebut pada waktu nilai satu periode sebelumnya atau lebih. Uji autokorelasi dilakukan untuk mengetahui apakah model mengandung autokorelasi atau tidak, yaitu adanya hubungan diantara variabel dalam mempengaruhi variabel dependen. Dalam upaya mendeteksi adanya autokorelasi dalam model regresi yang digunakan bisa dilakukan dengan melihat nilai D-W (Durbin-Watson) dari *output* SPSS. Nilai D-W dari model regresi berganda terpenuhi jika nilai $d_u < d_{hitung} < d_4 - d_u$.

3.5.2 Analisis Regresi Berganda

Untuk menguji hipotesis digunakan analisis regresi linier berganda yang dilakukan dengan bantuan SPSS 17.0 *for windows*. Model persamaan regresi secara sistematis dapat dirumuskan sbb:

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

Keterangan:

Y	= Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial
a	= Konstanta
b1, b2, b3, b4	= Koefisien regresi
X1	= <i>Leverage</i>
X2	= Tipe Industri
X3	= Ukuran Perusahaan
X4	= Profitabilitas
e	= <i>error</i>

Nilai koefisien regresi disini sangat menentukan sebagai dasar analisis, mengingat penelitian ini bersifat *fundamental method*. Hal ini berarti jika koefisien b bernilai positif (+) maka dapat dikatakan terjadi pengaruh searah antara variabel independen dengan variabel dependen, setiap kenaikan nilai variabel independen akan mengakibatkan kenaikan variabel dependen. Demikian pula sebaliknya, bila koefisien nilai b bernilai negatif (-), hal ini menunjukkan adanya pengaruh negatif dimana kenaikan nilai variabel independen akan mengakibatkan penurunan nilai variabel dependen.

3.5.3 Pengujian Hipotesis

Ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat diukur dari *goodness of fit* nya. Secara statistik, setidaknya ini dapat diukur dari uji parsial (uji t), uji simultan (uji F) dan nilai koefisien determinansi (R²).

1) Uji parsial (Uji t)

Uji T independen ini untuk menguji tingkat signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara terpisah (Ghozali, 2006). Kriteria pengujian dengan menggunakan uji T independen sbb:

$H_0 : B = 0$

$H_a : B \neq 0$

- a) Jika $sign < 0,05$, maka H_a diterima yang berarti variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
- b) Jika $sign > 0,05$, maka H_0 diterima yang berarti variabel independen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

2) Uji simultan (uji F)

Pada prinsipnya pengujian simultan dilakukan dengan koefisien regresi secara bersama-sama untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh secara serentak variabel independen terhadap variabel dependen. Jika F hitung $> F$ tabel, maka diyakini bahwa secara keseluruhan variabel bebas tersebut berpengaruh secara signifikan. Bila $sign F < 0,05$ berarti variabel independen secara serentak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3) Koefisien determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Pengujian ini menunjukkan signifikansi hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Besarnya koefisien antara 0 dan 1, semakin mendekati 1 berarti semakin signifikan.