PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, *LEVERAGE* DAN PENGUNGKAPAN MEDIA TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONBILITY*

(Studi pada Perusahan BUMN di Indonesia tahun 2014-2015)

THE EFFECT OF COMPANY SIZE, PROFITABILITY, LEVERAGE AND MEDIA DISCLOSURE IN CORPORATE SOCIAL RESPONBILITY DISCLOSURE

(Study on BUMN Companies in Indonesia 2014-2015)

Diny Andriany[1] Willy Sri Yuliandari, SE., M.M.,Ak2 Djusnimar Zutilisna Drs., Akt., MM[3]
[123]Prodi S1 Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Telkom
[1]dinyndria96@gmail.com
[2]willyyuliandari@telkomuniversity.ac.id
[3]Titi.november.nazwar@gmail.com

ABSTRAK

Perusahaan yang menjalankan kegiatan usahanya yang berkaitan dengan sumberdaya alam wajib melaksanakan kegiatan tanggungjawab sosial dan lingkungan. Dengan adanya kewajiban perusahaan dalam melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility*, perusahaan diharapkan mampu dalam melakukan pengungkapan tanggungjawab sosial sebagai bentuk transparansi, akuntabilitas, dan responsibilitas perusahaan kepada investor dan *stakeholder* lainnya. Adanya kerangka konsep pelaporan tanggungjawab sosial yang dapat digunakan adalah *Global Reporting Initiative* (GRI) dalam bentuk laporan keberlanjutan. Namun, tidak sedikit perusahaan yang belum melakukan pengungkapan terhadap kegiatan tanggungjawab sosial dalam sebuah laporan keberlanjutan perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage* dan Pengungkapan Media terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responbility* studi pada perusahaan BUMN Indonesia Tahun 2014-2015.

Pada laporan keberlanjutan dan laporan tahunan yang dipublikasikan melalui *website* perusahaan. Berdasarkan pengumpulan sampel menggunakan *purposive sampling* didapatkan jumlah sampel dari penelitian ini sebanyak 17 perusahaan BUMN Indonesia.

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan software Eviews versi 7, secara simultan variabel independen yang terdiri dari Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage* dan Pengungkapan Media memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Pengujian secara parsial menunjukkan hasil bahwa leverage memiliki pengaruh signifikan kearah positif, sedangkan Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Pengungkapan Media tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Kata Kunci: Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage* dan Pengungkapan Media, Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

ABSTRACT

Companies undertaking their business activities related to natural resources shall be obligated to carry out social and environmental responsibility activities. With the company's obligation in conducting Corporate Social Responsibility activities, the company is expected to be able to disclose social responsibility as a form of transparency, accountability, and corporate responsibility to investors and other stakeholders. The existence of a framework of social responsibility reporting concepts that can be used is the Global Reporting Initiative (GRI) in the form of sustainability reports. However, not a few companies have not disclosed social responsibility activities in a company sustainability report.

This study aims to obtain empirical evidence of influence Company Size, Profitability, Leverage and Disclosure of Media to Disclosure of Corporate Social Responbility Study on BUMN Indonesia Year 2014-2015.

On sustainability reports and annual reports are published through the company's website. Based on the sample collection using purposive sampling, the number of samples from this study were 17 BUMN Indonesia.

Based on the results of testing using software Eviews version 7, simultaneously independent variables consisting of Company Size, Profitability, Leverage and Disclosure Media has a significant influence on the disclosure of Corporate Social Responsibility. Partial testing shows the result that leverage has a significant influence towards the positive, while the Company Size, Profitability and Disclosure Media has no influence on the disclosure of Corporate Social Responsibility.

Keywords: Company Size, Profitability, Leverage and Disclosure Media, Disclosure of Corporate Social Responsibility.

1. Pendahuluan

Merujuk ke peraturan pemerintah no. 47 tahun 2012 pasal 2 yang berbunyi "Setiap perseroan selaku objek hukum mempunyai tanggung jawab sosial dan lingkungan", maka setiap perusahaan yang menjalankan bidang usahanya berkaitan dengan sumber daya alam wajib mengungkapkan tanggung jawab sosialnya. Salah satu bentuk tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan adalah melalui pengungkapan *Corporate Social Responsibility.*

DPR berencana memperluas pemberlakuan kewajiban pemberian dana tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*). Kewajiban ini akan diatur dalam Rancangan Undang-Undang (RUU) Tanggung Jawab Sosial. Jika saat ini, sesuai dengan ketentuan pasal 74 UU Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, kewajiban soal pemberian CSR tersebut hanya terbatas pada perseroan atau perusahaan yang kegiatan usahanya berkaitan dengan sumber daya alam. Rencananya, melalui RUU Tanggung Jawab Sosial yang dibahas ini kewajiban akan dibebankan ke semua perusahaan. Besaran yang ditentukan pun akan dipatok. Wakil Ketua Komisi VIII DPR Abdul Malik Haramain mengatakan, dari usulan yang masuk, besaran dana CSR yang harus diberikan perusahaan harusnya mencapai 2 persen, 2,5 persen, atau 3 persen dari keuntungan.

Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang perseroan terbatas yang menyatakan bahwa tanggungjawab sosial perusahaan yang sebelumnya merupakan hal yang bersifat sukarela, sekarang menjadi suatu hal yang wajib dilaksanakan oleh seluruh perusahaan walau belum ada pedoman baku mengenai luas pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Pengungkapan CSR juga telah diatur dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 paragraf 9 tentang pengungkapan dampak lingkungan.

2. Landasan Teori

2.1 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah skala tertentu untuk mengukur besar kecilnya perusahaan. Secara umum, sebuah perusahaan besar tidak terlepas dari tekanan politis yaitu tekanan untuk melakukan pertanggungjawaban sosial sehingga akan mengungkapan informasi lebih banyak dan lebih luas dibandingkan dengan perusahaan kecil (Putra, 2011). Ukuran perusahaan dihitung dengan:

$$Size = Log \text{ (total aset)}$$

2.2 Profitabilitas

Heinze (1976) dalam Hackston dan Milne (1996) menyatakan bahwa profitabilitas merupakan faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Pada penelitian ini profitabilitas diproksikan dengan ROA karena untuk mengetahui seberapa besar

pengungkapan CSR berdasarkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari total aktiva yang dimiliknya.

$$ROA = \frac{Laba\ bersih}{Total\ Asets}$$

2.3 *Leverage*

Leverage merupakan alat yang digunakan untuk mengukur pembiayaan aset perusahaan yang dibiayai oleh kreditur. Perusahaan akan lebih terdorong dalam mengungkapkan CSR yang lebih luas apabila memiliki rasio *leverage* yang tinggi yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan informasi kreditur. (Hidayat, 2007). Kreditur memerlukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai informasi untuk mengevaluasi risiko secara benar (Marir *et al.*, 2006). Debt to Equity Ratio (DER) adalah rasio yang membandingkan jumlah Hutang terhadap ekuitas. Peneliti memilih rasio ini karena sering digunakan para analis dan para investor untuk melihat seberapa besar hutang perusahaan jika dibandingkan ekuitas yang dimiliki oleh perusahaan atau para pemegang saham. Semakin tinggi angka DER maka diasumsika perusahaan memiliki resiko yang semakin tinggi terhadap likuiditas perusahaannya. *Leverage* dihitung dengan:

$$DER = \frac{Total\ Liabilities}{Total\ Assets}$$

2.4 Pengungkapan Media

Menurut Harmoni (2010), media adalah sumber daya pada informasi lingkungan. Pengkomunikasian CSR melalui media akan meningkatkan reputasi perusahaan di mata masyarakat. Media menyediakan informasi bagi perusahaan dan dapat pula sebagai alat publikasi serta sosialisasi yang digunakan oleh perusahaan. Ukuran dari pengungkapan media ini dengan menggunakan variabel *dummy*. Nilai 1 untuk perusahaan yang mengungkapan kegiatan CSR di media eksternal Perusahaan dan nilai 0 untuk perusahaan yang tdak mengungkapkan kegiatan CSR.

2.5 Pengungkapan *Corporate Social*

Di negara Indonesia CSR telah dirumuskan kedalam suatu regulasi yakni dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 pasal 74 Tentang "Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan", maka dapat dikatakan bahwa prinsip pelaksanaan CSR yang dilaksanakan oleh perusahaan di Indonesia adalah bersifat *mandatory disclosure*. Standar pengungkapan CSR yang berkembang di Indonesia merujuk pada standar yang diterapkan GRI (*Global Reporting Initiative*) (GRI-G4). Standar GRI dipilih karena standar GRI ini lebih fokus pada standar pengungkapan sebagai kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungan perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas dan pemanfaatan sustainability report. Dalam standar GRI, indikator kinerja dibagi menjadi dua komponen utama, yaitu ekonomi, lingkungan hidup dan sosial yang mencakup hak asasi manusia, praktek ketenagakerjaan dan lingkungan kerja, tanggung jawab produk dan masyarakat, dengan total indikator mencapai 91 item. Rumus *CSR adalah:*

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

Keterangan:

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

X_{ij} : 1 jika *item* i diungkapkan; 0 jika *item* I tidak diungkapkan.

n_j: jumlah *item* untuk perusahaan j.

Dengan demikian, $0 \leq CSRI_j \leq 1$

2.6 Kerangka Pemikiran

2.6.1 Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Ukuran perusahaan merupakan variabel yang banyak digunakan untuk menjelaskan pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan dalam laporan tahunan yang dibuat. Secara umum perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil. Salah satu

penelitian terdahulu, Heni Triastuti Kurnianingsih (2013) yang membuktikan tidak adanya pengaruh (positif) ukuran perusahaan terdahadap pengungkapan *corporate social responbility*.

2.6.2 Profitabilitas terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Menurut Kamil dan Herusetya (2012), tingkat profitabilitas yang semakin tinggi, sehingga entitas mampu untuk menigkatkan tanggung jawab sosial, serta melakukan pengungkapan tanggung jawab sosialnya dalam laporan keuangan dengan lebih jelas. Meita Wahyu Rindawati (2015) membuktikan adanya pengaruh profitabilitas secara positif terhadap pengungkapan *corporate social responbility.*

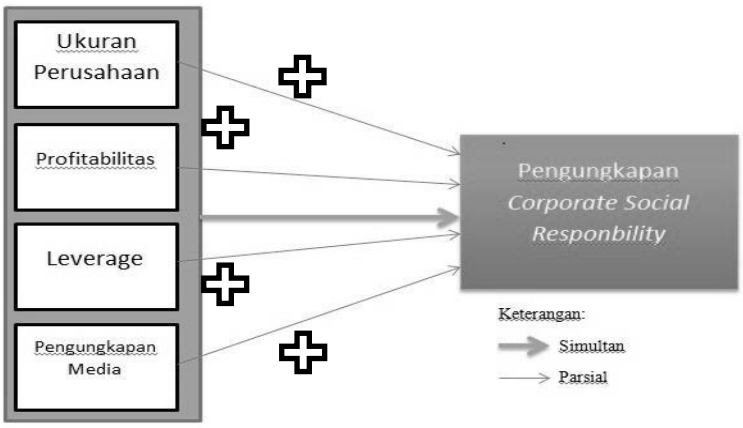
2.6.3 Leverage* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility

Leverage merupakan alat yang digunakan untuk megukur pembiayaan aset perusahaan yang dibiayai oleh kreditur. Perusahaan akan lebih terdorong dalam mengungkapkan CSR yang lebih luas apabila memiliki rasio *leverage* yang tinggi yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan informasi kreditur (Hidayat, 2007). Penelitian terdahulu, Nursiam dan Gemitasari (2013) membuktikan bahwa *leverage* memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responbility.*

2.6.4 Pengungkapan Media terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Menurut Harmoni (2010), media adalah sumber daya pada informasi lingkungan. Pengkomunikasian CSR melalui media akan meningkatkan reputasi perusahaan di mata masyarakat. Media menyediakan informasi bagi perusahaan dan dapat pula sebagai alat publikasi serta sosialisasi yang digunakan oleh perusahaan. Adanya pengungkapan CSR agar pengguna laporan keuangan dapat melihat tanggung jawab yang telah dilakukan perusahaan terhadap lingkungan sekitarnya.

Berdasarkan paparan teori diatas, berikut disampaikan kerangka pemikiran:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran
Sumber: Data diolah tahun 2017

2.7 Hipotesa Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka diperoleh hipotesis penelitian sebagai berikut:

1. Ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage* dan pengungkapan media berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responbility.*
2. Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility.*
3. Proftabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.
4. *Leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.
5. Pengungkapan media berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility.*

3. Metode Penelitian

Tabel 3.1 Karakteristik Penelitian

No.	Karakteristik Penelitian	Jenis
1	Berdasarkan metode	Kuantitatif
2	Berdasarkan tujuan	Deskriptif dan klonkusif
3	Berdasarkan tipe penyelidikan	Kausal
4	Berdasarkan keterlibatan peneliti	Tidak menginvertensi data
5	Berdasarkan unit analisis	Organisasi (Perusahaan)
6	Berdasarkan waktu pelaksanaan	*Time series* dan *cross section.*

Sumber: Data Diolah (2017)

3.1 Populasi dan Sampel

3.1.1 Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2012:119) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik yang dimiliki oleh subjek atau objek itu. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan BUMN Indonesia tahun 2015.

3.1.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2014: 116) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pemilihan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah pemilihan sampel secara tidak acak yang informasinya diperoleh dengan menggunakan pertimbangan tertentu disesuaikan dengan tujuan atau masalah penelitian. *Purposive sampling* merupakan teknik penemuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2014:122). Sampel yang dipilih dalam penelitian ini adalah perusahaan yang tercatat dalam perusahaan BUMN Indonesia pada periode tahun 2014 dan 2015 untuk dijadikan periode penelitian dengan tujuan untuk memenuhi kriteria sampel minimal,

Tabel 3.1. Kriteria pengambilan sampel

No.	Kriteria Sampel	Jumlah
1	Perusahaan BUMN yang ada di Indonesia.	119
2	Perusahaan BUMN yang tidak menerbitkan laporan CSR	(85)
3	Perusahaan BUMN sampel yang tidak menerbitkan laporan CSR berturut-turut periode 2014-2015 sesuai *Global Reporting Initiative* 4 (G4)	(14)
4	Perusahaan perbankan	(3)
5	Jumlah sampel yang dijadikan objek penelitian	17
6	Jumlah data periode 2014-2015	34

Sumber: data diolah 2017

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Pemilihan Model Data Panel

A. Uji Chow

Chow test atau biasa disebut dengan uji F *statistics* merupakan pengujian statistik yang bertujuan untuk memilih apakah lebih baik menggunakan model *Pooled Least Square* atau *Fixed Effect*. Dalam pengujian ini dilakukan dengan hipotesis berikut :

H_0 : model *pooled least square*

H_1 : model *fixed effect*

Hasil pengujian uji chow disajikan pada tabel berikut :

Tabel 3.2 Hasil Uji Chow

Redundant Fixed Effects Tests
Equation: Untitled
Test cross-section fixed effects

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	3.346047	(16,13)	0.0167
Cross-section Chi-square	55.515374	16	0.0000

Berdasarkan tabel output di atas, tampak bahwa nilai *prob. chi-square* untuk hasil estimasi uji Chow adalah sebesar 0,000. Karena nilai prob. *chi-square* < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa model yang digunakan adalah model *fixed effect*. Sehingga pengujian dilanjutkan dengan uji hausman untuk memilih estimasi regresi menggunakan pendekatan *fixed effect* atau *random effect.*

B. Uji Hausman

Uji hausman digunakan untuk menentukan apakah model regresi menggunakan pendekatan *Random Effect* atau *Fixed Effect*. Dengan bantuan *software Eviews 9.0* diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 3.3 Hasil Uji Hausman

Correlated Random Effects - Hausman Test
Equation: Untitled
Test cross-section random effects

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	13.315914	4	0.0098

Berdasarkan tabel output di atas, terlihat bahwa nilai prob. chi-square untuk hasil estimasi uji hausman adalah sebesar 0,0098. Karena nilai prob. chi-square < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa pendekatan menggunakan *fixed effect*.

Tabel 3.4 *Fixed Effect*

Dependent Variable: Y
Method: Panel Least Squares
Date: 07/22/17 Time: 14:08
Sample: 2014 2015
Periods included: 2
Cross-sections included: 17
Total panel (balanced) observations: 34

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-5.852923	20.56503	-0.284606	0.7804
LNX1	2.404267	2.009966	1.196173	0.2530
X2	-4.669880	3.252403	-1.435825	0.1747
X3	85.30403	10.84445	7.866149	0.0000
X4	-11.47208	9.686674	-1.184316	0.2575

Effects Specification

Cross-section fixed (dummy variables)			
R-squared	0.944807	Mean dependent var	41.55882
Adjusted R-squared	0.859895	S.D. dependent var	25.06741
S.E. of regression	9.382887	Akaike info criterion	7.589535
Sum squared resid	1144.501	Schwarz criterion	8.532287
Log likelihood	-108.0221	Hannan-Quinn criter.	7.911041
F-statistic	11.12687	Durbin-Watson stat	3.777778
Prob(F-statistic)	0.000033		

Untuk melihat pengaruh LN Ukuran Perusahaan (LN X_1), Profitabilitas (X_2), *Leverage* (X_3), dan Pengungkapan Media (X_4) terhadap Pengungkapan CSR (Y), maka digunakan analisis regresi data panel estimasi *fixed effect* dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = b_0 + b_1 \text{ LN } X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y	= Pengungkapan CSR
b0	= Konstanta
b1 hingga b2	= Koefisien regresi dari setiap variabel independen
LN X_1	= LN Ukuran Perusahaan
X_2	= Profitabilitas
X_3	= *Leverage*
X_4	= Pengungkapan Media
ε	= *Error term*

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Analisis Deskriptif

Variabel penelitian ini terdiri dari variabel dependen dan variabel independen. Penelitian ini menggunakan pengungkapan *CSR* (Y) sebagai variabel dependen, sedangkan variabel independen yang digunakan adalah ukuran perusahaan (X1), profitabilitas (X2), *leverage* (X3) dan pengungkapan media (X4). Data yang digunakan adalah data laporan keuangan dan laporan keberlanjutan perusahaan BUMN Indonesia 2014-2015. Hasil pengujian statistik deskriptif pada tabel 4.1 berikut:

Tabel 4.1 Analisis Deskriptif

	X1	LNX1	X2	X3	X4	Y
Mean	9806.222	9.017024	0.224118	0.424676	0.823529	41.55882
Median	10153.00	9.225523	0.070000	0.429500	1.000000	36.00000
Maximum	11220.00	9.325453	4.250000	0.991000	1.000000	91.00000
Minimum	10.53600	2.354798	-0.150000	0.039000	0.000000	12.00000
Std. Dev.	1825.016	1.178635	0.719511	0.260761	0.386953	25.06741

Sumber: Data diolah 2017

a. Pengujian Statistik Deskriptif pada BUMN Indonesia tahun 2014-2015 Nilai rata-rata (mean) Ukuran Perusahaan 9.017024, nilai ini menunjukan lebih besar dari pada standar deviasi 1.178635, maka data operasional tersebut homogen atau tidak bervariasi.
b. Pengujian Statistik Deskriptif pada BUMN Indonesia tahun 2014-2015 Nilai rata-rata (mean) Profitabilitas 0.224118, nilai ini menunjukan lebih kecil dari nilai standar deviasi 0.719511, maka data operasional tersebut heterogen atau bervariasi.

c. Pengujian Statistik Deskriptif pada BUMN Indonesia tahun 2014-2015 Nilai rata-rata (mean) *levarage* 0.424676, nilai ini menunjukan lebih besar dari nilai standar deviasi 0.260761, maka data operasional tersebut homogen atau tidak bervariasi.
d. Hasil Pengujian Statistik Deskriptif pada BUMN Indonesia tahun 2014-2015 Nilai rata-rata (*mean*) pengungkapan media 0.823529, nilai ini menunjukan lebih besar dari nilai standar deviasi 0.386953, maka data operasional tersebut homogen atau tidak bervariasi.
e. Pengujian Statistik Deskriptif pada BUMN Indonesia tahun 2014-2015 Nilai rata-rata (mean) CSR 41.55882, nilai ini menunjukan lebih besar dari nilai standar deviasi 25.06741, maka data operasional tersebut homogen atau tidak bervariasi.

4.2 Persamaan Model Regresi

Dapat dirumuskan persamaan model regresi data panel yang menjelaskan pengaruh LN Ukuran Perusahaan (LN X_1), Profitabilitas (X_2), *Leverage* (X_3), dan Pengungkapan Media (X_4) terhadap CSR (Y) pada perusahaan BUMN di Indonesia tahun 2014-2015, yaitu :

$$\mathbf{Y = - 5{,}852923 + 2{,}404267\ LN\ X_1 – 4{,}669880\ X_2 + 85{,}30403\ X_3 – 11{,}47208\ X_4}$$

Nilai koefisien regresi pada variabel-variabel bebasnya menggambarkan apabila diperkirakan variabel bebasnya naik sebesar satu satuan dan nilai variabel bebas lainnya diperkirakan konstan atau sama dengan nol, maka nilai variabel terikat diperkirakan bisa naik atau bisa turun sesuai dengan tanda koefisien regresi variabel bebasnya.

1. Dari persamaan regresi data panel diatas diperoleh nilai konstanta sebesar -5,852923. Artinya, jika variabel CSR (Y) tidak dipengaruhi oleh keempat variabel bebasnya LN Ukuran Perusahaan (LN X_1), Profitabilitas (X_2), *Leverage* (X_3), dan Pengungkapan Media (X_4) (bernilai nol), maka besarnya rata-rata persentase CSR (Y) akan bernilai -5,852923.
2. Koefisien regresi variabel bebas menunjukkan arah hubungan dari variabel yang bersangkutan dengan CSR (Y). Koefisien regresi untuk variabel bebas X_1 bernilai positif, menunjukkan adanya hubungan yang searah antara LN Ukuran Perusahaan (LN X_1) dengan CSR (Y). Koefisien regresi variabel X_1 sebesar 2,404267 mengandung arti untuk setiap pertambahan LN Ukuran Perusahaan (LN X_1) sebesar satu satuan akan menyebabkan meningkatnya CSR (Y) sebesar 2,404267.
3. Koefisien regresi untuk variabel bebas X_2 bernilai negatif, menunjukkan adanya hubungan yang tidak searah antara Profitabilitas (X_2) dengan CSR (Y). Koefisien regresi variabel X_2 sebesar 4,669880 mengandung arti untuk setiap pertambahan Profitabilitas (X_2) sebesar satu satuan akan menyebabkan menurunnya CSR (Y) sebesar 4,669880.
4. Koefisien regresi untuk variabel bebas X_3 bernilai positif, menunjukkan adanya hubungan yang searah antara *Leverage* (X_3) dengan CSR (Y). Koefisien regresi variabel X_3 sebesar 85,30403 mengandung arti untuk setiap pertambahan *Leverage* (X_3) sebesar satu satuan akan menyebabkan meningkatnya CSR (Y) sebesar 85,30403.
5. Koefisien regresi untuk variabel bebas X_4 bernilai negatif, menunjukkan adanya hubungan yang tidak searah antara Pengungkapan Media (X_4) dengan CSR (Y). Koefisien regresi variabel X_4 sebesar 11,47208 mengandung arti untuk setiap pertambahan Pengungkapan Media (X_4) sebesar satu satuan akan menyebabkan menurunnya CSR (Y) sebesar 11,47208.

4.3 Hasil Uji Simultan

Secara simultan, Dari tabel 3.4 *fix effect* diatas, diperoleh nilai Prob. F hitung sebesar 0,000033. Karena nilai Prob. F hitung (0,000033) < 0,05, maka H_0 ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel LN Ukuran Perusahaan (LN X_1), Profitabilitas (X_2), *Leverage* (X_3), dan Pengungkapan Media (X_4) terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responbility* (Y) pada perusahaan BUMN Indonsesia Tahun 2014-2015.

4.4 Hasil Uji Parsial

Uji parsial dilakukan untuk menguji pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Menurut Sriyana (2014:56) uji hipotesis terhadap masing-masing koefisien regresi merupakan langkah penting dalam analisis ekonometrika. Uji t memiliki tahapan, yaitu menyusun hipotesis statistik, menentukan derajat kesalahan (α), menemukan nilai t tabel, dan menentukan keputusan uji hipotesis. Dalam penelitian ini, variabel independen yang digunakan adalah LN Ukuran Perusahaan (LN X_1), Profitabilitas (X_2), *Leverage* (X_3), dan Pengungkapan Media (X_4). Variabel dependen atau terikat yang digunakan adalah CSR (Y).

Berdasarkan tabel di atas diperoleh hasil bahwa secara parsial, LN Ukuran Perusahaan (LN X_1) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap CSR (Y). Hal ini dapat di lihat dari nilai *t-statistic* 1,196173, nilai ini lebih kecil dari nilai t tabel 2,045 dengan arah hubungan yang positif. Inipun sejalan dengan nilai probabilitas yang berada diatas nilai error yang dapat ditoleransi yaitu 5% (0,2530 < 0,05) tingkat kepercayaan 95%,

Profitabilitas (X_2) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap CSR. Hal ini dapat di lihat dari nilai *t-statistic* -1,435825, nilai ini lebih kecil dari nilai t tabel (2,045) dengan arah hubungan yang negatif. Inipun sejalan dengan nilai probabilitas yang berada diatas nilai error yang dapat ditoleransi yaitu 5% (0,1747 < 0,05) tingkat kepercayaan 95%.

Leverage (X_3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap CSR (Y). Hal ini dapat di lihat dari nilai *t-staistic* 7,866149, nilai ini lebih besar dari nilai t tabel 2,045 dengan arah hubungan yang positif. Inipun sejalan dengan nilai probabilitas yang berada dibawah nilai error yang dapat ditoleransi yaitu 5% (0,0000 < 0,05) tingkat kepercayaan 95%, Artinya semakin tinggi *Leverage* (X_3) suatu perusahaan maka CSR akan semakin tinggi (baik).

Pengungkapan Media (X_4) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap CSR. Hal ini dapat di lihat dari nilai *t-statistic* -1,184316, nilai ini lebih kecil dari nilai t tabel (2,045) dengan arah hubungan yang negatif. Inipun sejalan dengan nilai probabilitas yang berada diatas nilai error yang dapat ditoleransi yaitu 5% (0,2575 < 0,05) tingkat kepercayaan 95%.

4.5 Analisis Koefisien Determinasi R^2

Diperoleh nilai *Adjusted R-squared* sebesar 0,859895. Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi LN Ukuran Perusahaan (LN X_1), Profitabilitas (X_2), *Leverage* (X_3), dan Pengungkapan Media (X_4) terhadap CSR (Y) adalah sebesar 86,0% sedangkan sisanya sebesar 14,0% merupakan kontribusi variabel lain selain variabel bebas yang diteliti.

5. Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh variabel Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage* dan Pengungkapan Media terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan BUMN Tahun 2014-2015. Penelitian ini dilakukan terhadap laporan keuangan dan laporan keberlanjutan perusahaan dengan sampel sebanyak 17 perusahaan. Berdasarkan hasil analisis deskriptif dan pengujian menggunakan metode regresi data panel, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan penelitian deskriptif dapat disimpulkan bahwa:
    a) Variabel Ukuran Perusahaan menunjukan data homogen atau tidak bervariasi.
    b) Variabel Profitabilitas menunjukan bahwa heterogen atau bervariasi.
    c) Variabel *leverage* menunjukan data homogeny atau tidak bervariasi.
    d) Variabel pengungkapan media menunjukan data bersifat homogen atau tidak bervariasi.
    e) Pengungkapan CSR data tersebut bersifat homogen atau tidak bervariasi.
2. Berdasarkan penelitian simultan (uji t) Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage* dan Pengungkapan Media berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responbility*.
3. Berdasarkan parsial setiap variabel mempengaruhi seperti berikut:

a. LN Ukuran Perusahaan (LN X_1) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap CSR (Y). Hal ini dapat di lihat dari nilai *t-statistic* 1,196173, nilai ini lebih kecil dari nilai t tabel 2,045 dengan arah hubungan yang positif. Ini pun sejalan dengan nilai probabilitas yang berada diatas nilai error yang dapat ditoleransi yaitu 5% (0,2530 < 0,05) tingkat kepercayaan 95%.
b. Profitabilitas (X_2) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap CSR. Hal ini dapat di lihat dari nilai *t-statistic* -1,435825, nilai ini lebih kecil dari nilai t tabel (2,045) dengan arah hubungan yang negatif. Ini pun sejalan dengan nilai probabilitas yang berada diatas nilai error yang dapat ditoleransi yaitu 5% (0,1747 < 0,05) tingkat kepercayaan 95%.
c. *Leverage* (X_3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap CSR (Y). Hal ini dapat di lihat dari nilai *t-staistic* 7,866149, nilai ini lebih besar dari nilai t tabel 2,045 dengan arah hubungan yang positif. Ini pun sejalan dengan nilai probabilitas yang berada dibawah nilai error yang dapat ditoleransi yaitu 5% (0,0000 < 0,05) tingkat kepercayaan 95%, Artinya semakin tinggi *Leverage* (X_3) suatu perusahaan maka CSR akan semakin tinggi (baik).
d. Pengungkapan Media (X_4) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap CSR. Hal ini dapat di lihat dari nilai *t-statistic* -1,184316, nilai ini lebih kecil dari nilai t tabel (2,045) dengan arah hubungan yang negatif. Ini pun sejalan dengan nilai probabilitas yang berada diatas nilai error yang dapat ditoleransi yaitu 5% (0,2575 < 0,05) tingkat kepercayaan 95%.

5.2 Saran

5.2.1 Aspek Teoritis

Diharapkan bagi peneliti selanjutnya sebaiknya menggunakan variabel lain seperti umur perusahaan, likuiditas, *governance committee*, proporsi dewan komisaris independen, komite audit, dan lain sebagainya. Selain itu, peneliti selanjutnya diharapkan menggunakan obyek lain pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia misalnya seperti perusahaan pada sektor Manufaktur, sektor Pertambangan yang memiliki dampak langsung terhadap lingkungan atau menggunakan Indeks seperti indeks SRI-KEHATI, Indeks LQ45, Kompas 100, dan lain sebagainya. Peneliti selanjutnya dapat menambahkan periode penelitian agar dapat melihat perkembangan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dari tahun dalam jangka panjang. sehingga diharapkan hasil yang diperoleh dapat memperluas penelitian dan menghasilkan analisis yang baik.

5.2.2 Aspek Praktis

1. Bagi Perusahaan

   Berdasarkan hasil penelitian, *leverage* memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Demikian perusahaan yang memiliki *leverage* harus semakin meningkatkan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan beserta pengungkapannya dalam sebuah laporan keberlanjutan agar citra perusahaan semakin baik serta memperoleh legitimasi masyarakat atas dampak dari kegiatan operasional perusahaan khususnya pada perusahaan BUMN.
2. Bagi Investor

   Diharapakan bagi investor yang akan menginvestasikan modalnya di suatu perusahaan agar memperhatikan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang telah dilakukan perusahaan. Hal ini disebabkan karena dengan pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan, maka perusahaan akan memiliki citra yang baik dari masyarakat mengenai perhatian perusahaan pada kondisi sosial dan lingkungan serta dampak yang akan diperoleh perusahaan terhadap keberlanjutan usaha perusahaan tersebut. Investor dapat mempertimbangkan mengenai laporan keberlanjutan (*sustainability report*) yang diungkapkan oleh perusahaan sebagai salah satu penilaian sebelum berinvestasi. Dengan adanya laporan keberlanjutan, investor dapat menilai suatu perusahaan yang tidak hanya baik dalam kinerja keuangannya saja, melainkan investor dapat menilai perhatian perusahaan terhadap kondisi sosial masyarakat dan lingkungan.

Daftar Pustaka

Anwar Sanusi, 2011, Metode Penelitian Bisnis, Salemba Empat, Jakarta.

Dewi, Sofia Prima., dan Keni. (2013). *Pengaruh Umur Perusahaan, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Leverage Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*. Jurnal Bisnis dan Akuntansi, Vol. 15 No.1, Hlm 1-12.

Global Reporting Initiative. GRI Sustainability Reporting Guidelines G3.1. Data indikator pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). (www.globalreporting.org, diakses pada tanggal 10 April 2017).

Hackston, D. and Millner, M.J. (1996), Some determinants of social and environmental disclosures in New Zealand companies, Accounting, Auditing and Accountability Journal, 9(1), 77-108.

Kamil, Ahmad dan Antonius Herusetya. 2012. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan Kegiatan Corporate Social Responsibility. Jurnal Media Riset Akuntansi. Vol. 2, No. 1. ISSN 2088-2106.

Kasmir. (2012), Analisis Laporan Keuangan. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.

nggung Jawab Sosial dan Lingkungan"

Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Afabeta

Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Undang-undang No 40 Tahun 2007 pasal 74 tentang "Ta

Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007