

## BAB IV

### ANALISIS DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

#### 4.1 Gambaran Objek Penelitian

Objek yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan *high profile* yang terdaftar di BEI tahun 2012-2013. Menurut Hackston dan Milne (1996) perusahaan *high profile* adalah perusahaan yang memiliki tingkat sensitivitas yang tinggi terhadap lingkungan, tingkat risiko politik atau tingkat kompetisi yang ketat. Pada umumnya perusahaan yang tergolong dalam tipe perusahaan *high profile* mempunyai karakteristik dengan jumlah tenaga kerja yang besar dan dalam proses produksinya mengeluarkan residu seperti limbah cair atau polusi udara. Contoh perusahaan yang termasuk dalam tipe ini adalah: industri perminyakan dan pertambangan, kimia, kertas, otomotif, agribisnis, hutan, tembakau, rokok, makanan dan minuman, media, komunikasi, energi (listrik), *engineering*, kesehatan, transportasi, penerbangan dan pariwisata. Perusahaan *high profile* memiliki potensi risiko yang lebih tinggi daripada perusahaan *low profile* karena aktivitas operasional yang dilakukan berkaitan langsung dengan lingkungan dan sosial masyarakat sehingga sangat rentan terhadap guncangan. Untuk itu perusahaan yang termasuk dalam tipe perusahaan *high profile* akan memberikan informasi sosial yang lebih banyak dibandingkan dengan perusahaan *low profile*.

Jumlah populasi perusahaan berkategori *high profile* yang penulis gunakan adalah 135 perusahaan *high profile*, dari jumlah tersebut penulis

mengambil sejumlah sampel dengan menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditentukan sebelumnya. Dari pengambilan sampel tersebut didapatkan 55 perusahaan yang memenuhi kriteria.

#### 4.2 Hasil Analisis Deskriptif

Analisis statistik deskriptif bertujuan untuk memberikan suatu gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai minimum, maksimum, rata-rata (mean), deviasi standar dari masing-masing variabel penelitian. Analisis deskriptif penulis lakukan dengan menggunakan SPSS 16 yang kemudian memperoleh hasil perhitungan sebagai berikut:

**Tabel 4.1 Descriptive Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
CSRI	3.9182	.92995	110
MediaExp	.6182	.48806	110
SIZE	6.1519	2.04005	110
UDK	4.8182	2.09053	110
ROE	14.5075	14.40309	110
DER	59.6400	70.00589	110

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

##### 1. Media *Exposure*

Media *exposure* dihitung melalui variabel *dummy* yaitu memberi nilai 1 pada perusahaan yang mengungkapkan CSR pada *websitenya* dan 0 pada perusahaan yang tidak mengungkapkan. Berdasarkan hasil analisis

deskriptif diketahui rata-rata pengungkapan sebesar .6182 sedangkan standar deviasi diketahui sebesar .48806.

## 2. *Size Company*

Ukuran perusahaan dihitung dengan rumus log total aset perusahaan. Diketahui nilai minimum rata-rata sebesar 6.1519 serta standar deviasi sebesar 2.04005.

## 3. Ukuran Dewan Komisaris

Pada variabel ukuran dewan komisaris diketahui nilai rata-rata diketahui sebesar 4.8182 serta nilai standar deviasi sebesar 2.09053.

## 4. Profitabilitas (ROE)

Pada variabel ROE nilai rata-rata sebesar 14.5075. Nilai deviasi standar sebesar 14.40309.

## 5. *Leverage (DER)*

Nilai minimum untuk variabel DER adalah nilai rata-rata 59.6400 dan standart deviasi sebesar 70.00589.

## 6. *Corporate Social Responsibility (CSRI)*

Pada variabel pengungkapan CSR (CSRI) dihitung berdasarkan indeks pengungkapan CSR sebagaimana GRI ISO26000, nilai rata-rata sebesar 3.9182. Nilai deviasi standar sebesar .92995. Besarnya indeks menunjukkan besarnya pengungkapan tanggung jawab sosial oleh perusahaan.

### 4.3 Uji Asumsi Klasik

#### 4.3.1 Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Suatu model regresi yang baik adalah dimana datanya berdistribusi normal atau mendekati normal. Untuk mengetahui normalitas data dapat digunakan analisis grafik dan uji statistik. Analisis grafik yaitu dengan melihat grafik histogram dan melihat normal *probability plot*. Sedangkan untuk uji statistik dalam normalitas di bagi menjadi dua yaitu uji statistik sederhana dengan melihat nilai kurtosis dan skewness dari residual dan uji statistik *non parametric* Kolmogorov-Smirnov (K-S) (Ghozali, 2009).

Distribusi normal dalam penelitian ini penulis deteksi dengan menggunakan analisis statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S). Jika nilai signifikansi dari hasil uji Kolmogorov-Smirnov  $> 0,05$  maka diasumsikan normalitas terpenuhi. Dari hasil pengujian diperoleh nilai signifikansi Kolmogorov-Smirnov sebesar 0,876. Karena nilai Kolmogorov-Smirnov lebih besar dari alpha 5% (0,050) maka dapat dikatakan bahwa asumsi normalitas terpenuhi.

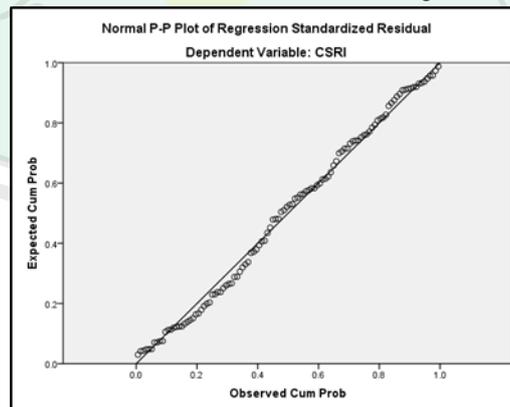
**Tabel 4.2. Hasil Pengujian Normalitas Kolmogorov-Smirnov**

		Unstandardized Residual
N		110
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.67179710
Most Extreme Differences	Absolute	.056
	Positive	.056
	Negative	-.041
Kolmogorov-Smirnov Z		.591
Asymp. Sig. (2-tailed)		.876

Sumber: Data Diolah (2014)

Selain menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov, pengujian asumsi normalitas dapat pula dilakukan dengan menggunakan gambar normal p-p plot. Dasar pengambilan keputusan dengan menggunakan grafik P-P Plot adalah jika titik sebaran pengamatan berada di sekitar garis diagonal maka dapat dikatakan bahwa asumsi normalitas telah terpenuhi. Hasil pengujian disajikan berikut ini.

**Gambar 4.1. Normal P-P Plot Uji Normalitas**



Dari gambar 4.1 memperlihatkan data yang bergerak mengikuti garis linear diagonal sehingga dapat disimpulkan bahwa secara umum data yang digunakan berdistribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas.

#### 4.3.2 Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan lawannya *variance inflation factor* (VIF). Multikolinieritas terjadi jika nilai Tolerance mendekati 1 sedangkan nilai VIF disekitar angka 1 dan tidak melebihi 10.

**Tabel 4.3. Hasil Pengujian Multikolinieritas**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
MediaExp	.903	1.107
SIZE	.855	1.169
UDK	.949	1.054
ROE	.872	1.147
DER	.853	1.172

Sumber : Data Diolah, 2014

Hasil perhitungan pada tabel di atas menunjukkan nilai *Tolerance* mendekati 1 sedangkan nilai VIF disekitar angka 1 dan tidak melebihi 10. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa variabel independen yang digunakan dalam model regresi penelitian ini adalah terbebas dari multikolinieritas atau dapat dipercaya dan obyektif.

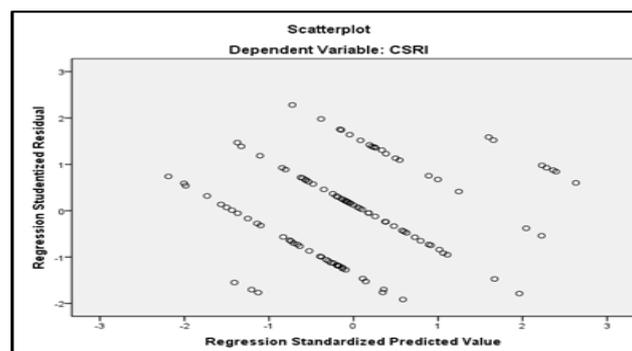
### 4.3.3 Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas. Metode yang digunakan untuk menentukan ada tidaknya gejala heteroskedastisitas adalah melalui grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID) serta *Uji Glejser*. Ada tidaknya gejala heteroskedastisitas dapat diketahui dengan dua hal, antara lain :

1. Jika pencaran data yang berupa titik-titik membentuk pola tertentu dan beraturan, maka terjadi masalah heteroskedastisitas.
2. Jika pencaran data yang berupa titik-titik tidak membentuk pola tertentu dan menyebar diatas dan dibawah sumbu Y, maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Adapun grafik hasil pengujian heterokedastisitas menggunakan SPSS dapat dilihat pada Gambar di bawah ini:

**Gambar 4.2. Scatterplot Uji Heterokedastisitas**



Hasil analisis pada Gambar 4.2 menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat indikasi adanya heterokedastisitas pada model

Uji *Glejser* dilihat dengan cara menghasilkan regresi nilai *absolute* residual (AbsUi) terhadap variabel independen lainnya. Hasil dari uji Glejser pada penelitian ini ditunjukkan pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.4. Hasil Pengujian Heteroskedastisitas**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
MediaE xp	-.058	.076	-.077	-.763	.447
SIZE	.009	.019	.050	.481	.632
UDK	-.017	.017	-.097	-.977	.331
ROE	.001	.003	.035	.342	.733
DER	.000	.001	-.119	-1.142	.256

Dependent Variable: Abs\_Res

Sumber : Data Diolah, 2014

Berdasarkan data hasil uji *glejser* di atas dapat diartikan bahwa di dalam analisis regresi tidak terdapat gejala *heteroskedastisitas*, menunjukkan nilai signifikansi (*p-value*) variabel *Media Exposure* sebesar 0,447, Ukuran Perusahaan sebesar 0,632, Ukuran Dewan Komisaris sebesar 0,331, Profitabilitas ROE sebesar 0,733, dan Leverage DER sebesar 0,256, hasil tersebut dengan jelas menunjukkan bahwa tidak ada satupun variabel independen yang signifikan

secara statistik mempengaruhi variabel dependen nilai ABS\_RES, hal tersebut dikarenakan nilai probabilitas signifikansinya yang diatas 0.05 atau 5%.

#### 4.3.4 Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode-1(sebelumnya). Jika terjadi korelasi maka dinamakan ada problem autokorelasi. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Regresi yang bebas dari autokorelasi dengan menggunakan *Durbin-Watson test* jika memenuhi syarat  $du < d < 4 - du$ .

**Tabel 4.5. Hasil Pengujian Autokorelasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.692 <sup>a</sup>	.479	.454	.68686	1.965

Sumber : Data Diolah (2014)

Hasil pengujian asumsi autokorelasi dengan metode Durbin Watson pada Tabel 4.5 didapatkan nilai DW sebesar 1,965 yang menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan tidak terdapat autokorelasi karena nilai DW berada pada daerah B, yaitu antara nilai dU (1,785) dan nilai 4-dU (2,215). Sehingga asumsi autokorelasi telah terpenuhi.

## 4.4 Uji Hipotesis

### 4.4.1 Hasil Uji Ancova

**Tabel 4.6 Uji Ancova**  
**Between-Subjects Factors**

	Value Label	N
MediaExp 0	tidak mengungkap pkan	42
1	Mengungkap pkan	68

### Tests of Between-Subjects Effects

Dependent Variable: CSRI

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	45.199 <sup>a</sup>	5	9.040	19.161	.000
Intercept	43.855	1	43.855	92.956	.000
X2	7.739	1	7.739	16.404	.000
X3	.646	1	.646	1.368	.245
X4	11.023	1	11.023	23.364	.000
X5	4.867	1	4.867	10.316	.002
X1	.476	1	.476	1.009	.318
Error	49.065	104	.472		
Total	1783.000	110			
Corrected Total	94.264	109			

a. R Squared = ,479 (Adjusted R Squared = ,454)

Uji ancova merupakan teknik analisis yang berguna untuk meningkatkan presisi sebuah percobaan karena didalamnya dilakukan pengaturan terhadap pengaruh variabel bebas lain yang tidak terkontrol. Ancova digunakan jika variabel bebasnya mencakup variabel kuantitatif dan kualitatif. Dalam ancova digunakan konsep anova dan analisis regresi. Uji ancova dilakukan dengan cara memasukkan variabel independen metrik sebagai covariate kedalam model. Dari

output di atas terlihat bahwa angka signifikansi untuk variabel *Media Exposure* adalah 0,318. karena nilai Sig.>0,05 maka H0 diterima. Hal ini berarti bahwa pada tingkat kepercayaan 95% dapat dikatakan tidak ada hubungan linier antara media *exposure* dengan pengungkapan tanggungjawab sosial dan lingkungan perusahaan. Pernyataan ini mengindikasikan bahwa asumsi ancova telah terpenuhi.

#### 4.4.2 Hasil Uji Regresi

Analisis regresi digunakan terutama untuk tujuan peramalan, dimana dalam model tersebut ada sebuah variabel dependen (tergantung) dan variabel independen (bebas). Analisis regresi adalah analisis tentang bentuk linier antara variabel dependen dengan variabel independen. Berdasarkan pengolahan data melalui program SPSS menghasilkan *output* data seperti tabel di bawah ini

**Tabel 4.7. Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		t hitung	Sig. t	Keterangan
	B	Std. Error			
1 (Constant)	2.631	.289	9.092	.000	Signifikan
MediaExp	.142	.142	1.004	.318	Tidak
SIZE	.141	.035	4.050	.000	Signifikan
UDK	.038	.032	1.170	.245	Tidak
ROE	.024	.005	4.834	.000	Signifikan
DER	-.003	.001	-3.212	.002	Signifikan

Sumber : Data Diolah, 2014

Berdasarkan uji statistik regresi yang telah dilakukan dapat disusun persamaan matematis dari penelitian ini sebagai berikut :

$$Y = 2,631 + 0,142 X1 + 0,141 X2 + 0,038 X3 + 0,024 X4 - 0,003 X5 + e$$

Hasil uji statistik di atas menunjukkan bahwa variabel media *exposure* saja yang tidak berpengaruh terhadap CSR. Dari hasil persamaan regresi linier berganda, dapat diketahui bahwa :

a. Media *Exposure* (X1)

Koefisien regresi media *exposure* (X1) sebesar 0,142 dengan nilai *t* hitung 1,004 (lebih kecil dari 1,983) atau nilai signifikansi 0,318 (lebih besar dari 0,050) yang artinya bahwa variabel Media *Exposure* (X1) berpengaruh tidak signifikan terhadap CSRI (Y) pada taraf kesalahan 5%. *P-value* sebesar 0,318 menunjukkan bahwa resiko kesalahan pengambilan keputusan dalam menyatakan bahwa terdapat pengaruh Media *Exposure* (X1) terhadap CSRI (Y) adalah sebesar 31,8%. Koefisien regresi yang bernilai positif sebesar 0,142 menjelaskan bahwa apabila perusahaan dikategorikan dengan angka 1, maka terdapat peningkatan faktor CSRI (Y) perusahaan tersebut, dan apabila perusahaan dikategorikan dengan angka 0, maka tidak terdapat peningkatan faktor CSRI (Y) perusahaan tersebut.

b. Ukuran Perusahaan (X2)

Koefisien regresi ukuran perusahaan (X2) sebesar 0,141 dengan nilai *t* hitung 4.050 (lebih besar dari 1,983) atau nilai signifikansi 0,000 (lebih kecil dari 0,050) yang artinya bahwa variabel ukuran perusahaan (X2) berpengaruh signifikan terhadap CSRI (Y) pada taraf kesalahan 5%. *P-value* sebesar 0,000 menunjukkan bahwa resiko kesalahan pengambilan keputusan dalam menyatakan bahwa terdapat pengaruh ukuran perusahaan

(X2) terhadap CSRI (Y) adalah sebesar 0,0%. Koefisien regresi yang bernilai positif sebesar 0,141 menjelaskan bahwa apabila peningkatan ukuran perusahaan (X2) sebesar 1 satuan maka CSRI (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,141 satuan.

c. Ukuran Dewan Komisaris (X3)

Koefisien regresi ukuran dewan komisaris (X3) sebesar 0,038 dengan nilai t hitung 1,170 (lebih kecil dari 1,983) atau nilai signifikansi 0,245 (lebih besar dari 0,050) yang artinya bahwa variabel ukuran dewan komisaris (X3) berpengaruh tidak signifikan terhadap CSRI (Y) pada taraf kesalahan 5%. *P-value* sebesar 0,245 menunjukkan bahwa resiko kesalahan pengambilan keputusan dalam menyatakan bahwa terdapat pengaruh ukuran dewan komisaris (X3) terhadap CSRI (Y) adalah sebesar 24,5%. Koefisien regresi yang bernilai positif sebesar 0,038 menjelaskan bahwa apabila peningkatan ukuran dewan komisaris (X3) sebesar 1 satuan maka CSRI (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,038 satuan.

d. Profitabilitas ROE (X4)

Koefisien regresi profitabilitas ROE (X4) sebesar 0,024 dengan nilai t hitung 4,834 (lebih besar dari 1,983) atau nilai signifikansi 0,000 (lebih kecil dari 0,050) yang artinya bahwa variabel profitabilitas ROE (X4) berpengaruh signifikan terhadap CSRI (Y) pada taraf kesalahan 5%. *P-value* sebesar 0,000 menunjukkan bahwa resiko kesalahan pengambilan keputusan dalam menyatakan bahwa terdapat pengaruh profitabilitas ROE (X4) terhadap CSRI (Y) adalah sebesar 0,0%. Koefisien regresi yang

bernilai positif sebesar 0,024 menjelaskan bahwa apabila peningkatan profitabilitas ROE (X4) sebesar 1 satuan maka CSRI (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,024 satuan.

e. *Leverage* DER

Koefisien regresi *leverage* DER sebesar 0,003 dengan nilai t hitung 3,212 (lebih besar dari 1,983) atau nilai signifikansi 0,002 (lebih kecil dari 0,050) yang artinya bahwa variabel *leverage* DER berpengaruh signifikan terhadap CSRI (Y) pada taraf kesalahan 5%. P-value sebesar 0,002 menunjukkan bahwa resiko kesalahan pengambilan keputusan dalam menyatakan bahwa terdapat pengaruh *leverage* DER (X5) terhadap CSRI (Y) adalah sebesar 0,2%. Koefisien regresi yang bernilai negatif sebesar 0,003 menjelaskan bahwa apabila peningkatan *leverage* DER (X5) sebesar 1 satuan maka CSRI (Y) akan mengalami penurunan sebesar 0,003 satuan.

#### 4.4.2. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Y), sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar model. Menurut Ghazali, kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam model. Setiap penambahan satu variabel independen, maka  $R^2$  pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu, dalam penelitian ini menggunakan nilai R Square untuk mengevaluasi model regresi terbaik.

**Tabel 4.8 Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.692 <sup>a</sup>	.479	.454	.68686	1.965

Data Diolah (2014)

Berdasarkan output SPSS model *summary* diketahui besarnya *adjusted R<sup>2</sup>* adalah 0,479 yang berarti sebanyak 47,9% variasi variabel CSR dapat dijelaskan oleh kelima variabel independen yakni DER, ROE, LnSize, Ukuran dewan komisaris dan *Media Exposure* sedangkan sisanya (100%-47,9% = 52,1%) dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain diluar variabel yang telah ditentukan.

#### 4.4.3. Hasil Uji Statistik Simultan (F test)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen (bebas) yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (terikat). Dari hasil pengolahan data melalui program SPSS didapat tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.9 Hasil Uji Statistik Simultan (F test)**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	45.199	5	9.040	19.161	.000 <sup>a</sup>
	Residual	49.065	104	.472		
	Total	94.264	109			

Data Diolah (2014)

Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel di atas menunjukkan bahwa F hitung sebesar 19.161 dengan signifikansi sebesar 0,000. Nilai F hitung (19,161) yang lebih besar dari F tabel (2,146) dan Sig F (0,000) yang lebih kecil dari 5% (0,050) menunjukkan bahwa H1 diterima dan H0 ditolak yang berarti bahwa secara bersama-sama variabel *Media Exposure*, Ukuran Perusahaan, Ukuran

Dewan Komisaris, Profitabilitas dan *Leverage* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel CSR sehingga model regresi bisa dipakai untuk memprediksi pengaruh ke enam variabel yang telah dikemukakan diatas.

#### 4.4.4. Hasil Uji Regresi Parsial (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi dependen. Dari hasil pengolahan data melalui program SPSS didapat tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.10 Hasil Uji Parsial**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.631	.289		9.092	.000
MediaExp	.142	.142	.075	1.004	.318
SIZE	.141	.035	.310	4.050	.000
UDK	.038	.032	.085	1.170	.245
ROE	.024	.005	.366	4.834	.000
DER	-.003	.001	-.246	-3.212	.002

Sumber: Data Diolah (2014)

##### a. Variabel Pnegungkapan Media (X1)

Untuk pengungkapan media (X1) memiliki nilai t hitung sebesar 1,004. Nilai ini lebih kecil dari t tabel (1,983) dan Sig t (0,318) lebih besar dari 5% (0,05). Sehingga pengujian hipotesis penelitian untuk Ho ditolak. Hal ini menjelaskan bahwa secara parsial variabel pengungkapan media (X1) tidak mempengaruhi CSRI (Y).

**b. Variabel Ukuran Perusahaan (X2)**

Untuk ukuran perusahaan (X2) memiliki nilai t hitung sebesar 4,050. Nilai ini lebih besar dari t tabel (1,983) dan Sig t (0,000) lebih kecil dari 5% (0,05). Sehingga pengujian hipotesis penelitian untuk Ho diterima. Hal ini menjelaskan bahwa secara parsial variabel ukuran perusahaan (X2) mempengaruhi CSRI (Y).

**c. Variabel Ukuran Dewan Komisaris (X3)**

Untuk ukuran dewan komisaris (X3) memiliki nilai t hitung sebesar 1,170. Nilai ini lebih kecil dari t tabel (1,983) dan Sig t (0,245) lebih besar dari 5% (0,05). Sehingga pengujian hipotesis penelitian untuk Ho ditolak. Hal ini menjelaskan bahwa secara parsial variabel ukuran dewan komisaris (X3) tidak mempengaruhi CSRI (Y).

**d. Variabel Profitabilitas ROE (X4)**

Untuk profitabilitas ROE (X4) memiliki nilai t hitung sebesar 4,834. Nilai ini lebih besar dari t tabel (1,983) dan Sig t (0,000) lebih kecil dari 5% (0,05). Sehingga pengujian hipotesis penelitian untuk Ho diterima. Hal ini menjelaskan bahwa secara parsial variabel profitabilitas ROE (X4) mempengaruhi CSRI (Y).

**e. Variabel *Leverage* DER (X5)**

Untuk *leverage* DER (X5) memiliki nilai t hitung sebesar 3,212. Nilai ini lebih besar dari t tabel (1,983) dan Sig t (0,002) lebih kecil dari 5% (0,05). Sehingga pengujian hipotesis penelitian untuk Ho diterima. Hal ini menjelaskan bahwa secara parsial variabel *leverage* DER (X5) mempengaruhi CSRI (Y).

Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel Pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan (CSR) hanya dipengaruhi oleh variabel *Size* , ROE, DER.

## **4.5 Pembahasan Hasil Penelitian**

### **4.5.1 Pengungkapan Tanggungjawab Sosial**

Berdasarkan kategori *corporate social reporting* yang berdasarkan GRI ISO26000 Tahun 2010 terdapat tujuh kategori sebagai Berikut:

- 1) Tata kelola organisasi
- 2) Kinerja lingkungan
- 3) Pelibatan dan pengembangan masyarakat
- 4) Isu konsumen
- 5) Praktek kinerja
- 6) Praktek ketenagakerjaan
- 7) Hak asasi manusia

Dari *content analysis* yang dilakukan terhadap 55 perusahaan yang penulis teliti, diperoleh hasil bahwa pada 55 perusahaan tersebut total pengungkapan yang dilakukan adalah sebanyak 431 pengungkapan.

Adapun data pengungkapan kategori *corporate social responsibility* yang berdasarkan GRI ISO26000 Tahun 2010 tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.10 Jumlah Pengungkapan Perkategori**

TAHUN	TJSL							Jumlah	N
	Tata kelola organisasi	Kinerja lingkungan	Pelibatan dan pengemb. Masy	Isu konsumen	Praktik Kinerja	Praktik ketenagakerjaan	HM		
2012	40	46	30	29	42	22	30	239	385
2013	27	43	36	34	47	31	28	246	385
JUMLAH	67	89	66	63	89	53	58	485	770

Sumber : data yang telah diolah (2014)

Berdasarkan tabel di atas dapat diartikan bahwa dari sejumlah 55 sampel perusahaan dengan tujuh kategori pengungkapan yang berdasarkan ISO 26000, perusahaan paling banyak melakukan pengungkapan pada kategori kinerja lingkungan dan praktek kinerja 18%, tata kelola organisasi serta pelibatan masyarakat dan pengembangan masyarakat sebesar 14% kemudian isu konsumen sebesar 13%, HAM sebesar 12% dan terakhir praktik ketenagakerjaan sebesar 11%. Pengungkapan tanggungjawab sosial di atas telah mengindikasikan atas pelaksanaan UU PT Nomor 40 Tahun 2007 Bab V Pasal 74 dan Pasal 66 ayat 22c tentang pelaksanaan tanggung jawab sosial yang mewajibkan perusahaan yang bergerak dan atau berkaitan dengan sumber daya alam untuk melaksanakannya, serta surat keputusan Menteri Tenaga Kerja No. Kep-150/Men/2000 penetapan uang pesangon, uang penghargaan masa kerja dan ganti kerugian di perusahaan. Selain itu hal tersebut terjadi karena efek isu-isu mengenai keterlibatan perusahaan atas bencana lingkungan yang terjadi di masyarakat seperti pada kasus

lapindo di kota Sidoarjo ataupun kasus kebakaran hutan di Riau yang melibatkan banyak perusahaan sebagai tersangka sehingga dalam hal ini perusahaan berlomba-lomba untuk meningkatkan citra mereka.

#### **4.5.2 Pengungkapan Media (*Media Exposure*)**

Menurut Teori legitimasi salah satu harapan perusahaan dalam pelaksanaan CSR adalah memperoleh legitimasi sosial dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang. Menurut Marzully dan Denies (2012) berpendapat jika perusahaan ingin mendapat kepercayaan dan legitimasi melalui kegiatan CSR, maka perusahaan harus mempunyai kapasitas untuk memenuhi kebutuhan pemangku kepentingan dan berkomunikasi dengan pemangku kepentingannya secara efektif. Fungsi komunikasi menjadi sangat pokok dalam manajemen CSR. Pengkomunikasian CSR melalui media akan meningkatkan reputasi perusahaan di mata masyarakat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan media tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR dan tidak berhasil mendukung teori pada penjelasan di atas atau dengan kata lain perusahaan mengungkapkan CSR nya melalui *Media Exposure* bukan untuk kepentingan seperti yang telah disebutkan pada paragraf di atas, akan tetapi hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh serta Marzully dan Denies (2012) yang menemukan bahwa pengungkapan media tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Menurut Marzully dan Denies (2012) alasan yang dapat menjelaskan hal ini dikarenakan *website* perusahaan telah digunakan sebagai sarana komunikasi pelaporan keuangan,

walaupun keberadaan pelaporan keuangan dalam *website* yang dibuat oleh perusahaan belum terdapat kuantitas dan kualitas yang terstandarisasi antar perusahaan.

#### **4.5.3 Ukuran Perusahaan**

Menurut pendapat Sembiring (2006) *Size* perusahaan merupakan variabel penduga yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Hal ini dikaitkan dengan teori agensi, dimana perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut. Di samping itu perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan.

Berdasarkan hasil pengujian pengaruh variabel ukuran perusahaan ( $\ln SIZE$ ) berpengaruh terhadap pengungkapan CSR (CSRI). Hasil pada penelitian ini sejalan dengan Agatha (2012) yang menyatakan bahwa semakin besar suatu perusahaan akan semakin disorot oleh para *stakeholder*. Dalam kondisi demikian perusahaan membutuhkan upaya yang lebih besar untuk memperoleh legitimasi *stakeholder* dalam rangka menciptakan keselarasan nilai-nilai sosial dari kegiatannya dengan norma perilaku yang ada dalam masyarakat.

#### **4.5.4 Ukuran Dewan Komisaris**

Menurut Wijaya (2012) dewan komisaris adalah wakil *shareholder* dalam perusahaan, dengan wewenang yang dimiliki, dewan komisaris dapat memberikan pengaruh yang cukup kuat untuk menekan

manajemen untuk mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial. Perusahaan yang memiliki ukuran dewan komisaris lebih besar akan lebih banyak mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial.

Dalam penelitian ini ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dengan kata lain besarnya jumlah dewan komisaris memang dapat mempengaruhi seberapa besar tekanan pada pihak manajemen akan tetapi dalam hal ini dewan komisaris lebih menekankan untuk menggunakannya pada kegiatan operasional yang dapat menghasilkan laba yang lebih tinggi. Hal tersebut juga seperti yang telah dikemukakan oleh Wijaya (2012). Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Marzully (2012) bahwa dewan komisaris berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.

#### **4.5.5 Profitabilitas**

Secara teoritis, menurut Kokubu *et. al* (2001) dalam Diba (2012) terdapat hubungan positif antara kinerja ekonomi suatu perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial. Apabila dikaitkan dengan teori agensi yang mengatakan bahwa perolehan laba yang semakin besar akan membuat perusahaan mengungkapkan informasi sosial yang lebih luas. Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan Anggraini (2006) yang menemukan bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial.

Dalam penelitian ini, profitabilitas yang diproksi dengan rasio *Return On Equity* (ROE) menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan

tanggung jawab sosial atau dengan kata lain hipotesis dalam penelitian ini diterima yang berarti bahwa semakin banyak jumlah aset maka akan semakin banyak pengungkapan tanggungjawab sosial yang akan dilakukan perusahaan.

#### **4.5.6 Leverage**

Sembiring (2006) keputusan untuk mengungkapkan informasi sosial akan mengikuti suatu pengeluaran untuk pengungkapan yang menurunkan pendapatan. Sesuai dengan teori agensi maka manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *debtholders*. Hasil penelitiannya menunjukkan *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Dalam penelitian ini, *leverage* yang diproksi dengan rasio *Debt Equity Ratio* (DER) menunjukkan pengaruh yang cukup signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial atau dengan kata lain hipotesis dalam penelitian ini diterima. Hal tersebut sejalan dengan teori agensi yang mengatakan bahwa manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *debtholders*.