

**PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN,
PROFITABILITAS, DAN *LEVERAGE*
TERHADAP PENGUNGKAPAN TANGGUNG
JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN**

(Studi pada Perusahaan Manufaktur Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di
BEI pada Tahun 2013-2016)

SKRIPSI

Diajukan untuk Menempuh Ujian Sarjana
pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya

**Muhammad Gilbal Syahrefah
NIM. 145030200111079**



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI BISNIS
KONSENTRASI KEUANGAN
MALANG
2018**

MOTTO

“Simpan Baik-Baik Pertemuan Yang Takan Terjadi Lagi”

“Sekecil Apapun Terus Berbuat”

- Gilbal Syahrefah -



TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan *Leverage*
Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan
(Studi Pada Perusahaan Manufaktur Industri Barang Konsumsi
Yang Terdaftar di BEI Pada Tahun 2013-2016)

Disusunoleh : Muhammad Gilbal Syahrefah

NIM : 145030200111079

Fakultas : Ilmu Administrasi

Jurusan : Administrasi Bisnis

Program Studi : Administrasi Bisnis

Malang, 6 Desember 2018

Dosen Pembimbing



Dr. Saparita Worokinasih S.Sos., M.Si.
NIP. 1950305 200604 2 001

TANDA PENGESAHAN

Telah dipertahankan di depan majelis penguji skripsi, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya, pada:

- Hari : Jumat
- Tanggal : 21 Desember 2018
- Pukul : 10.00 WIB
- Skripsi atas nama : Muhammad Gilbal Syahrefah
- Judul : Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan *Leverage* Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar di BEI Pada Tahun 2013-2016)

Dan dinyatakan

LULUS

MAJELIS PENGUJI

Ketua


Dr. Saparila Worokinasih S.Sos., M.Si.
NIP. 1950305 200604 2 001

Anggota



Nila Firdausi Nuzula, S.Sos., M.Si.
NIP. 19730530 200312 2 001

Anggota



Cacik Rut Damayanti, S.Sos., M.Prof.Acc.
NIP. 1950305 200604 2 001



PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh pihak lain untuk mendapatkan karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebut dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsure-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S1) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (Undang-undang Nomer 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan Pasal 70.

Malang, 12 Desember 2018
Mahasiswa



Nama : Muhammad Gilbal Svahrefah
NIM : 145030200111079

RINGKASAN

Muhammad Gilbal Syahrefah, 2018, **Pengaruh Ukuran perusahaan, Profitabilitas dan *Leverage* Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan**, Dr. Saparilla Worokinasih S.Sos., M.Si, 134 + Xvi.

Tanggung Jawab sosial perusahaan merupakan praktik bisnis transparan, yang didasarkan pada nilai-nilai etika, dengan memberikan perhatian pada karyawan, masyarakat dan lingkungan, serta dirancang untuk dapat memenuhi keinginan para pemegang saham dan juga masyarakat secara umum. Atas dasar hal ini, penelitian ini didasarkan pada keyakinan (ontologi) bahwa Tanggung Jawab sosial perusahaan adalah bentuk tanggung jawab bisnis yang berorientasi pada pemenuhan harapan publik terhadap keberadaan suatu bisnis dengan harapan perusahaan memperoleh legitimasi dari public. Ada beberapa faktor yang dianggap dapat mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial, yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.

Penelitian ini menguji pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan manufaktur industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2013-2016. Sampel penelitian ini adalah 22 perusahaan yang sesuai dengan kriteria selama periode penelitian. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang diambil dengan metode dokumentasi.

Dari hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) didapat nilai sebesar 42,7% Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dapat dijelaskan oleh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan *Leverage*, sedangkan sisanya 57,3% dijelaskan oleh faktor lain di luar variabel Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan *Leverage*. Dari hasil pengujian hipotesis secara parsial (uji t) diperoleh hasil bahwa variabel Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Variabel Profitabilitas dan *Leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Dari hasil pengujian hipotesis secara simultan (uji F) dapat dikatakan bahwa Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.

Kata kunci: Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage*, Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.

SUMMARY

Muhammad Gilbal Syahrefah, 2018, **The Influence of Size, Profitability and Leverage on Corporate Social Responsibility Disclosure**, Dr. Saparilla Worokinasih, S.Sos., M.Si, 134 Page + Xvi.

Corporate Social Responsibility is a transparent business practices, which are based on ethical values, by giving attention to the employees, society and environment, and designed to meet the wishes of shareholders and also society in general. On the basis of this, this research is based on the belief (ontology) that Corporate Social Responsibility is a form of responsibility-oriented businesses in the fulfillment of public expectations concerning the existence of a company's business in the hope of obtaining legitimacy from the public. There are several factors which is affected to disclose of corporate social responsibility. Size, profitability and leverage is three of them. The purpose of this research was to examine the influence of Size, Profitability and Leverage toward on Corporate Social Responsibility Disclosure.

This study examined the Corporate Social Responsibility Disclosure of consumer goods manufacturing industry in the Indonesia Stock Exchange during period 2013-2016. The sample was 22 companies which according to the criteria during the research period. The data used are secondary data retrieved by the method of documentation.

From the test results of the coefficient of determination (R^2) obtained a value of 42,7% Corporate Social Responsibility Disclosure can be explained by Size, Profitability and Leverage, while the rest 57,3% explained by other factors outside the variable Size, Profitability and Leverage. From the results of the partial hypothesis testing (t test) obtained the result that variable Size has significant influence on the Corporate Social Responsibility Disclosure. Variable Profitability and Leverage has not significant influence on Corporate Social Responsibility Disclosure. From the results of hypothesis testing significantly (F test) can be said there is a significant influence silmutaneously between the Size, Profitability and Leverage of the Corporate Social Responsibility Disclosure.

Keywords: Size, Profitability, Leverage, Corporate Social Responsibility Disclosure.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahNya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: **“Pengaruh Ukuran perusahaan, Profitabilitas dan Leverage Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi pada perusahaan manufaktur industri barang konsumsi tahun 2013-2016)”**

Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karna itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Bambang Supriyono, M.S., selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
2. Bapak Dr. Mochammad Al Musadieg, MBA., selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
3. Bapak Mohammad Iqbal, S.Sos., MIB selaku Sekertaris Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
4. Ibu Nila Firdausi Nuzula, Ph.D., selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
5. Bapak Dr. Ari Darmawan, M.AB., selaku Sekertaris Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.



6. Ibu Dr. Saparila Worokinasih., S.Sos., M.Si, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan dorongan, arahan serta nasehat kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen Pengajar Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis.
8. Ibu, Kakak, Adik dan juga tak luput keluarga besar saya yang tiada hentinya mendoakan hingga tugas akhir skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
9. Terima kasih kepada Dania Nabila, Yustisi Suci, dan Deszlaria Nindiatma yang selalu membantu dan memberikan semangat selama masa perkuliahan.
10. Terima Kasih kepada Luthfi Naufal A, Sigit Dwi P, Muhammad Bagus, Galih Galang, Charisma Fidiansyah, Galuh Afih, Hendra Kurniawan, Merdeka Altoni, Cahyo Bangun, Kristolove Selwyn, Rangga Ari, dan Theresia Vania yang selalu menemani di saat sulit dari semester 1 sampai dengan akhir perkuliahan ini.
11. Terima Kasih kepada Aan Suryana, Antonius Ewaldo, Husnul Alfisyah, Savera Helena, Rakka Aditya, Febry Rosaliana, Kurniawan Winata, dan Rani Rachmawati yang selalu memberikan dukungan dan hiburan dikala penat sewaktu mengerjakan skripsi ini.
12. Terima Kasih kepada seluruh teman-teman pengurus Himabis periode 2015-2017 yang selalu memberikan dukungan kepada penulis.

13. Terima Kasih kepada seluruh Rekan Mahasiswa Konsentrasi Manajemen Keuangan 2014.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat peneliti harapkan. Semoga karya skripsi ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Malang, 17 Desember 2018

Peneliti



DAFTAR ISI

MOTTO	ii
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
TANDA PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS	v
RINGKASAN	vi
SUMMARY	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	13
C. Tujuan Penelitian.....	13
D. Kontribusi Penelitian.....	14
E. Sistematika Penulisan.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Tinjauan Empiris.....	17
B. Tinjauan Teoritis.....	26
1. <i>Social Responsibility</i>	26
a. Teori Legitimasi.....	26
b. <i>Stakeholder</i>	27
c. Teori Kontrak Sosial.....	28
d. Teori Agensi.....	30
2. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.....	31
a. Pengertian CSR.....	31
b. Pengungkapan CSR.....	32
c. Konsep Corporate Social Responsibility Disclosure Indeks (CSDI)	35
3. Kinerja Keuangan.....	37
a. Pengertian Kinerja Keuangan.....	37
b. Analisis Kinerja Keuangan.....	37
4. Ukuran Perusahaan.....	40
5. Profitabilitas.....	42
6. <i>Leverage</i>	43
C. Pengaruh Antar Variabel.....	44
1. Pengaruh Total Aktiva terhadap pengungkapan CSR.....	44
2. Pengaruh ROA terhadap pengungkapan CSR.....	45
3. Pengaruh DER terhadap pengungkapan CSR.....	46
D. Model Konsep.....	47
E. Hipotesis.....	48

BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	49
B. Lokasi Penelitian.....	49
C. Variabel dan Pengukuran.....	50
1. Variabel Independen.....	50
2. Variabel Dependen.....	51
D. Populasi dan Sampel.....	53
1. Populasi.....	53
2. Sampel.....	53
E. Sumber Data.....	55
F. Metode Pengumpulan Data.....	56
G. Teknik Analisis Data.....	56
1. Analisis Statistik Deskriptif.....	56
2. Analisis Statistik Inferensial.....	56
a. Uji Asumsi Klasik.....	57
1) Uji Normalitas.....	57
2) Uji Autokorelasi.....	58
3) Uji Multikolinieritas.....	59
4) Uji Heteroskedastisitas.....	60
b. Analisis Regresi Linier Berganda.....	60
c. Koefisien Determinasi (R^2).....	62
d. Pengujian Hipotesis.....	62
1) Uji T (Uji Parsial)	62
2) Uji F (Uji Simultan)	63
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Profil Perusahaan.....	64
B. Analisis Statistik Deskriptif.....	77
1. Total Aktiva.....	77
2. ROA (<i>Return on Assets</i>)	79
3. DER (<i>Debt Equity Ratio</i>).....	82
4. Pengungkapan CSR.....	84
C. Analisis Statistik Inferensial.....	88
1. Uji Asumsi Klasik.....	88
a. Uji Normalitas.....	88
b. Uji Multikolinieritas.....	90
c. Uji Heterokedastisitas.....	91
d. Uji Autokorelasi.....	92
2. Analisis Regresi Linier Berganda.....	93
3. Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	95
4. Uji Hipotesis	96
a. Uji T.....	96
b. Uji F	99
D. Analisis dan Interpretasi.....	100
1. Hasil Pengujian Hipotesa 1.....	100
2. Hasil Pengujian Hipotesa 2.....	102

3. Hasil Pengujian Hipotesa 3.....	103
4. Hasil Pengujian Hipotesa 4.....	105
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	107
B. Saran.....	109
DAFTAR PUSTAKA.....	111
LAMPIRAN.....	113



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Perkembangan PROPER Tahun 2002-2015.....	5
Tabel 1.2. Perkembangan perusahaan manufaktur dilihat dari nilai kapitalisasi pasar yang terdaftar di idx tahun 2012-2016.	7
Tabel 2.1. Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 3.1. Variabel Bebas & Terikat (<i>Independent & Dependen Variable</i>)	52
Tabel 3.2. Daftar Populasi Penelitian.....	54
Tabel 4.1. Ukuran Persahaan (Total Aktiva) Tahun 2013-2016....	78
Tabel 4.2. Profitabilitas (ROA) Tahun 2013-2016.....	80
Tabel 4.3. Leverage (DER) Tahun 2013-2016.....	82
Tabel 4.4. Indeks CSR Perusahaan Tahun 2013-2016.....	85
Tabel 4.5. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov Test.....	89
Tabel 4.6. Hasil Uji Multikolinearitas.....	90
Tabel 4.7. Hasil Uji Autokorelasi.....	92
Tabel 4.8. Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	94
Tabel 4.9. Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	96
Tabel 4.10. Hasil Uji T.....	97
Tabel 4.11. Hasil Uji F.....	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Model Konsep.....	46
Gambar 2. Model Hipotesis.....	47
Gambar 3. Hasil Uji Heterokedastisitas.....	91



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Data Total Aktiva.....	112
Lampiran 2. Data ROA.....	113
Lampiran 3. Data DER.....	114
Lampiran 4. Data Pengungkapan CSR.....	115
Lampiran 5. Tabulasi Data.....	116
Lampiran 6. Perhitungan Data.....	119
Lampiran 7. Hasil Analisis SPSS 21.0.....	131
Lampiran 8 <i>Curriculum Vitae</i>	134



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia sebagai makhluk sosial tentu tidak akan lepas dalam kehidupan bermasyarakat, kegiatan atau tindakan yang kita lakukan tentu akan berdampak kepada masyarakat maupun lingkungan sekitar. Hal tersebut membuat munculnya tanggungjawab dalam setiap tindakan atau kegiatan baik yang dilakukan individu, organisasi maupun perusahaan. Khususnya perusahaan harus lebih bertanggungjawab dan memperhatikan lingkungan sekitar.

Setiap perusahaan pada dasarnya melaksanakan kegiatan usaha sesuai bidangnya untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam mencapai tujuan, perusahaan tidak hanya berhubungan dengan pihak-pihak internal perusahaan saja tetapi juga secara tidak langsung berhubungan dengan pihak-pihak eksternal perusahaan yang masing-masing memiliki kepentingan tersendiri. Hal yang sering menimbulkan benturan kepentingan adalah dampak dari aktivitas perusahaan. Dampak ini tidak hanya dirasakan oleh pihak terkait langsung dengan perusahaan, terkadang bertentangan bahkan merugikan kepentingan pihak yang tidak terkait dengan perusahaan. Perbedaan tersebut jika tidak ditindaklanjuti maka akan mempengaruhi aktivitas dan eksistensi perusahaan, maka dari itu perusahaan juga harus mencermati kepentingan pihak-pihak eksternal perusahaan.

Tanggung jawab perusahaan biasanya hanya terbatas pada investor dan kreditor saja sehingga mengabaikan tanggung jawab kepada pihak-pihak lain, khususnya pihak eksternal perusahaan, yang dalam realitanya pihak-pihak eksternal perusahaan tersebut seperti konsumen dan masyarakat menanggung dampak dari kegiatan perusahaan. Hal tersebut dapat menimbulkan protes karena ketidakadilan yang diterima oleh pihak yang tidak mendapatkan timbal balik dari keuntungan yang diperoleh perusahaan, sehingga cepat atau lambat akan merugikan perusahaan jika tidak ditindaklanjuti. Oleh karena itu perusahaan dalam menjalankan usahanya tidak hanya mempunyai kewajiban secara ekonomis saja tetapi mempunyai kewajiban yang bersifat etis.

Tanggung jawab perusahaan dapat dilihat dalam laporan pertanggungjawaban. Laporan pertanggungjawaban biasanya berupa laporan keuangan yang diperuntukan bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Pelaporan keuangan merupakan wahana bagi perusahaan untuk mengkomunikasikan berbagai informasi dan pengukuran secara ekonomi mengenai sumber daya yang dimiliki serta kinerja kepada berbagai pihak. Pelaporan keuangan publik di Indonesia sendiri sudah diatur oleh undang-undang No. 8 Tahun 1995 yang dikeluarkan Badan Pengawas Pasar Modal (BAPEPAM) dan Bursa Efek Indonesia (BEI), “Informasi atau fakta material adalah informasi atau fakta penting dan relevan mengenai peristiwa, kejadian atau fakta yang dapat mempengaruhi harga efek pada bursa efek, dan atau keputusan investor, calon investor atau pihak lain yang berkepentingan atas informasi atau fakta tersebut”. Informasi yang terdapat di laporan keuangan itu sendiri sangat penting

karena informasi yang diberikan merupakan kebutuhan mendasar bagi para investor dan calon investor untuk melakukan pengambilan keputusan. Informasi yang lengkap, akurat serta tepat waktu memungkinkan investor untuk melakukan pengambilan keputusan secara rasional sehingga hasil yang diperoleh sesuai dengan yang diharapkan.

Saat ini informasi yang sering diminta untuk diungkapkan perusahaan adalah informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan. Tanggung jawab sosial tersebut bisa digambarkan sebagai ketersediaan informasi keuangan dan non-keuangan yang berkaitan dengan interaksi organisasi dengan lingkungan fisik mapupun lingkungan sosialnya, yang dapat dibuat dalam laporan tahunan perusahaan atau laporan sosial terpisah (Sembiring, 2005). Tanggung jawab sosial sendiri di Indonesia telah diatur dalam Pasal 74 UU No. 40 tahun 2007, “agar selain mencari keuntungan yang sebesar-besarnya di masyarakat dengan memanfaatkan sumber daya dari lingkungan sekitar, perusahaan juga harus membantu mensejahterakan masyarakat sekitar serta ikut membantu dalam menjaga lingkungan”. Berjalannya waktu, tanggung jawab sosial perusahaan juga mulai dijadikan salah satu cara promosi dan persaingan secara sehat oleh perusahaan-perusahaan untuk menaikkan citra dan meningkatkan daya tarik di mata masyarakat. Hasil survei “The Millenium Poll on CSR” (1999) yang dilakukan oleh *Envionics International* (Toronto), *Conference Board* (New York) dan *Prince of Wales Business Leader Forum* (London) diantara 25.000 responden di 23 negara menunjukkan bahwa dalam membentuk opini dan kepercayaan masyarakat, 60% mengatakan bahwa etika bisnis, praktik sehat terhadap karyawan, dampak terhadap

lingkungan, tanggungjawab sosial perusahaan (CSR) paling berperan dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat, 40% lainnya mengatakan citra dan brand image yang mempengaruhi kesan mereka. (Hadi, 2011:92)

Tanggung jawab sosial perusahaan juga dikenal dengan istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR). Pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility Disclosure*) pada gilirannya akan mendatangkan keuntungan bagi perusahaan di masa mendatang. Menurut Siregar (2008), program CSR lebih tepat apabila digolongkan sebagai investasi dan harus menjadi strategi bisnis dari suatu perusahaan. Dengan melakukan CSR citra dan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan akan meningkat. Investor juga akan mempertimbangkan hal tersebut menjadi salah satu alasan berinvestasi.

Praktek pengungkapan CSR perusahaan di atur oleh Ikatan Akuntan Indonesia (IAI), dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 (Revisi 1998) paragraf 9, yang menyatakan bahwa: “Perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting”. Saat ini seluruh perusahaan berbagai sektor bisnis di Indonesia sebagian besar mengklaim bahwa perusahaan mereka telah melaksanakan kewajiban sosialnya terhadap lingkungan sekitar perusahaan (Sembiring, 2005). Oleh karena itu, sebagian besar perusahaan tersebut melakukan pengungkapan CSR sebagai motivasi untuk meningkatkan

kepercayaan publik terhadap pencapaian usaha perbaikan terhadap lingkungan sekitar perusahaan. Khususnya perusahaan manufaktur yang memanfaatkan sumber daya alam serta melakukan produksi yang dapat memberikan dampak pada lingkungan sekitarnya seperti masalah-masalah polusi, limbah, keamanan produk dan tenaga kerja.

Dapat dilihat dalam Gambar 1 Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan (PROPER), dalam tingkat ketaatan dalam lingkungan hidup.

Tabel 1.1. Perkembangan PROPER Tahun 2002-2015

Tahun	Hitam	Merah	Biru	Hijau	Emas
2002-2003	2	20	52	8	0
2003-2004	22	64	99	9	0
2004-2005	41	116	182	21	0
2006-2007	9	73	305	45	0
2008-2009	32	118	385	40	1
2009-2010	47	154	433	54	2
2010-2011	48	233	603	106	5
2011-2012	79	295	805	119	12
2012-2013	17	551	1099	113	12
2013-2014	21	516	1224	121	9
2014-2015	21	529	1406	108	12

Sumber : Laporan PROPER 2015 (proper.menlh.go.id diakses pada tanggal 21 Oktober 2-18)

Pada tahun 2015 Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan M.R. Karliansyah menyatakan penurunan ketaatan sektor manufaktur dalam pengelolaan lingkungan dalam aktivitas industrinya yang dipengaruhi oleh aspek terkait pengendalian pencemaran air. Menurutnya, tahun 2014 ketaatan sektor manufaktur termasuk prasarana dan jasa sebesar 64%, tetapi pada tahun 2015 malah mengalami kemerosotan. Memang secara keseluruhan menunjukkan bahwa ada peningkatan inovasi serta ketaatan perusahaan sebesar 74%. Dari total 2.137 perusahaan yang dinilai, terdapat 1.406 perusahaan yang mendapat predikat Biru, 108 perusahaan berpredikat Hijau, serta 12 perusahaan berpredikat Emas. Untuk Sektor manufaktur prasarana jasa (MPS) sendiri berjumlah 802 perusahaan atau 37% dari total peserta yang ada. Dari jumlah tersebut, 491 berperingkat taat (Biru/Hijau/Emas), sementara 303 berperingkat tidak taat (Merah/Hitam), sekitar 37,78% dari perusahaan manufaktur tidak taat. (<http://industri.bisnis.com> diakses pada tanggal 21 Oktober 2018)

Sektor manufaktur di Bursa Efek Indonesia terbagi menjadi 3 subsektor yang terdiri dari Sektor Industri Dasar dan Kimia, Sektor Aneka Industri, dan Sektor Industri Barang Konsumsi

Tabel 1.2. Perkembangan perusahaan manufaktur dilihat dari nilai kapitalisasi pasar yang terdaftar di idx tahun 2012-2016

Nama Sub Sektor	2012	2013	2014	2015	2016
	Kapitalisasi Pasar (Milyar Rupiah)				
Bahan Dasar dan Kimia	384.090	323.998	381.637	286.951	399.488
Pertumbuhan (%)	-	-15,6%	17,7%	-24,8%	39,2%
Aneka Industri	371.799	342.181	372.500	303.567	397.716
Pertumbuhan (%)	-	-7,97%	8,87%	-18,5%	31,01%
Industri Barang Konsumsi	771.223	856.850	1.014.801	1.129.447	1.285.281
Pertumbuhan (%)	-	11,1%	18,4%	11,3%	13,8%

Sumber: www.idx.co.id

Berdasarkan Tabel 1.2. kapitalisasi pasar (*market capitalization*) dari jumlah saham beredar perlembar dikali harga saham, dapat dilihat dari jumlah seluruh saham beredar dari semua emiten yang terdaftar di BEI, pada table *trading by industry IDX Statistics* periode 2012-2016. Di tahun 2012-2015 pada sub sektor bahan dasar dan kimia serta aneka industri sangat jelas mengalami penurunan dan peningkatan di setiap tahun nya bila dilihat dari jumlah kapitalisasi pasar, hal ini dikarenakan melambatnya pertumbuhan industri manufaktur serta melemahnya kinerja indeks manufaktur. Hanya indeks pengiriman yang meningkat. Permintaan domestik dan ekspor yang melemah merupakan pemicu utama dari jebloknya kinerja industri pada agustus (www.kemenperin.go.id, diakses pada tanggal 21 Oktober 2018). Sedangkan,

sub sektor industri barang konsumsi pada tahun 2012 sebesar 771.223 dan mengalami peningkatan di tahun 2013 sebesar 11,1%, tahun 2014 mengalami peningkatan sebesar 18,4%, sedangkan pada tahun 2015 mengalami penurunan sebesar 11,3% dan pada tahun 2016 sub sektor industri bahan konsumsi mengalami peningkatan kembali sebesar 13,8%. Sub sektor industri barang konsumsi memiliki pertumbuhan disetiap tahunnya dengan cukup baik, dikarenakan peningkatan kesejahteraan masyarakat yang dapat memicu naiknya permintaan produk-produk industri barang konsumsi setiap pertumbuhan pertahun. Pertumbuhan sub sektor industri barang konsumsi menunjukkan persentase yang terus-menerus positif dari tahun ke tahun, hal ini akan menaikkan nilai investasi pada bidang industri barang konsumsi serta menunjukkan kinerja perusahaan yang baik pula.

Hal ini menunjukkan bahwa sub sektor industri barang konsumsi di Indonesia semakin tumbuh positif sejalan dengan pertumbuhan ekonomi. Pertumbuhan ekonomi Indonesia menyebabkan peningkatan kesejahteraan masyarakat yang dapat memicu naiknya permintaan produk-produk industri barang konsumsi. Kondisi ini membuka peluang bagi peningkatan konsumsi produk-produk industri barang konsumsi yang akhirnya meningkatkan pertumbuhan industri barang konsumsi. Pertumbuhan industri barang konsumsi yang terus-menerus positif tentunya akan turut menaikkan nilai investasi pada bidang ini nantinya (Sari, 2018).

Pertumbuhan dan perkembangan industri manufaktur saat ini menyebabkan semakin pesatnya laju perekonomian dan meningkatnya permintaan konsumen

terhadap produk. Meningkatnya permintaan konsumen terhadap produk menimbulkan persaingan industri manufaktur di Indonesia semakin ketat. Sektor industri barang konsumsi di Indonesia terdiri dari lima sub sektor yaitu sub sektor makanan dan minuman, sub sektor rokok, sub sektor farmasi, sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga, sub sektor peralatan rumah tangga. Sektor industri barang konsumsi merupakan unsur dasar yang sering digunakan oleh masyarakat di dalam kehidupan sehari-hari. Dipilihnya sektor industri barang konsumsi oleh penulis adalah karena Industri barang konsumsi merupakan salah satu sektor dari perusahaan manufaktur yang mempunyai peran aktif di pasar modal Indonesia. Indonesia merupakan negara yang kaya akan sumber daya alam dan sumber daya manusia. Investasi pada industri barang konsumsi merupakan investasi yang cukup menjanjikan di Indonesia. Hal ini dikarenakan industri barang konsumsi menyediakan produk-produk yang merupakan kebutuhan primer masyarakat. Permintaan akan produk industri barang konsumsi akan cenderung stabil yang berdampak pada kemampuan menghasilkan laba yang optimal. Selain itu, sektor industri barang konsumsi tidak bergantung pada bahan-baku impor dan lebih banyak menggunakan bahan baku domestik, sehingga industri ini cukup bertahan sampai sekarang diiringi pula dengan permintaan dari masyarakat yang selalu ada (www.kompas.com, diakses pada tanggal 21 Oktober 2018).

Pentingnya pengungkapan CSR telah membuat banyak peneliti untuk melakukan penelitian dan diskusi mengenai praktik dan motivasi perusahaan untuk melakukan CSR. Beberapa penelitian yang terkait dengan pengungkapan tanggung

jawab sosial perusahaan telah banyak dilakukan. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005); Fahrizqi (2010); Yulfaida (2012); Purnama (2014); Worotikan (2015); dan Arya (2016) yang meneliti mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR. Diantara faktor-faktor yang menjadi variabel dalam penelitian tersebut adalah ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage*.

Pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR sejalan dengan teori *stakeholder* yang menjelaskan perusahaan dengan ukuran perusahaan (*size*) yang besar cenderung mendapat sorotan dan tekanan dari masyarakat akibat *negative externalities* yang timbul serta ketimpangan sosial yang terjadi (Harahap, 2002 dalam Hadi 2011: 93). Perusahaan dapat mengurangi tekanan tersebut dengan mengeluarkan biaya untuk melakukan *corporate social responsibility* yang lebih luas. Penelitian ini menggunakan ukuran perusahaan yang dinyatakan dengan jumlah aktiva yang dimiliki oleh perusahaan. Pengukuran ini dilakukan untuk mengetahui semakin banyak aktiva yang dimiliki oleh perusahaan, maka akan semakin besar pula tanggung jawab sosial yang harus diungkapkan oleh perusahaan (Worotikan, 2015). Akan tetapi, tidak semua penelitian mendukung hubungan antara ukuran perusahaan dengan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Arya (2016) tidak menunjukkan hubungan kedua variabel. Sebaliknya penelitian yang menunjukkan hubungan kedua variabel ini antara lain Fahrizqi (2010), Yulfaida (2012), Purnama (2014), dan Worotikan (2015).

Faktor lain yang diduga mempengaruhi pengungkapan CSR adalah profitabilitas. Hubungan profitabilitas terhadap pengungkapan CSR menurut Arya (2016), *Profit margin* yang tinggi akan mendorong para manajer untuk memberikan informasi yang lebih rinci tentang perusahaan, sebab mereka ingin meyakinkan investor terhadap profitabilitas perusahaan dan mendorong kompensasi terhadap manajemen. Dalam penelitian ini indikator yang digunakan adalah *Return On Assets* (ROA). Perhitungan ROA digunakan karena cocok digunakan untuk membandingkan perusahaan sejenis dan perhitungan ROA merupakan rasio yang menunjukkan hasil (return) laba bersih perusahaan setelah pajak pada setiap tahunnya. Penelitian yang dilakukan oleh Fahrizqi (2010), Purnama (2014), dan Worotikan (2015) mendukung hubungan profitabilitas dengan pengungkapan CSR. Sedangkan penelitian yang dilakukan Yulfaida (2012) melaporkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Leverage merupakan tingkat ketergantungan perusahaan terhadap hutang, semakin tinggi *leverage* kemungkinan besar perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak hutang, sehingga manajer berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba masa depan. Dengan laba yang dilaporkan lebih tinggi akan mengurangi pelanggaran perjanjian hutang. Rasio *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan CSR yang dibuat agar tidak menjadi sorotan (Purnama, 2014). Perhitungan *leverage* dalam penelitian ini menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER). Penelitian yang dilakukan oleh Worotikan (2015) dan Arya (2016) mendukung hubungan *leverage* dengan pengungkapan CSR. Sedangkan pada

penelitian yang dilakukan oleh Yulfaida (2012) dan Fahrizqi (2010) tidak menunjukkan pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR menunjukkan hasil yang berbeda-beda. Pertentangan hasil penelitian tersebut dapat terjadi karena beberapa alasan seperti: perbedaan periode waktu penelitian, interpretasi peneliti terhadap laporan keuangan perusahaan atas variabel yang digunakan maupun perbedaan metode pengujian yang ditempuh oleh peneliti. Penelitian ini menarik untuk dilakukan karena untuk memverifikasi ulang hasil penelitian terdahulu tentang faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi praktek pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan.

Banyaknya perusahaan-perusahaan yang ada saat ini dan pemanfaatan sumber daya alam yang mereka lakukan tidak sebanding dengan dampak-dampak yang ditimbulkan kepada lingkung sekitar. Adanya dampak pada lingkungan tersebut mempengaruhi kesadaran masyarakat akan pentingnya melaksanakan tanggung jawab sosial. Dalam pelaksanaannya terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perusahaan melakukan pengungkapan CSR. Berdasarkan penjelasan diatas, maka judul yang diambil dalam penelitian ini adalah **“Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan *Leverage* Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Studi pada Perusahaan Manufaktur Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2016”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan, maka rumusan rumusan masalah untuk penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah total aktiva berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR?
2. Apakah ROA berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR?
3. Apakah DER berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR?
4. Apakah total aktiva, ROA, dan DER berpengaruh secara simultan terhadap pengungkapan CSR?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai sebagai berikut :

1. Mengetahui apakah total aktiva berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.
2. Mengetahui apakah ROA berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.
3. Mengetahui apakah DER berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.
4. Mengetahui total aktiva, ROA, dan DER berpengaruh secara simultan terhadap pengungkapan CSR.

D. Kontibusi Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat baik secara akademis maupun praktis yang berhubungan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Kontribusi yang ingin diberikan antara lain:

1. Kontribusi Akademis
 - a. Penelitian ini kiranya dapat memberikan hasil yang berarti bagi pengembangan ilmu administrasi konsentrasi keuangan, terutama mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pengungkapan tanggungjawab sosial.
 - b. Serta berguna sebagai bahan referensi dan informasi untuk penelitian-penelitian sejenis.
2. Kontibusi Praktisi
 - a. Bagi pihak perusahaan

Dapat dijadikan tambahan informasi dan masukan bagi perusahaan yang berkaitan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
 - b. Bagi pihak investor

Dapat memberikan gambaran mengenai pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

E. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab pendahuluan ini menjelaskan secara singkat isi skripsi melalui latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kontribusi penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab tinjauan pustaka ini menjelaskan tentang penelitian terdahulu, teori-teori yang relevan atau mendukung penelitian yang dilakukan untuk dijadikan landasan ilmiah, serta menjelaskan model analisis dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

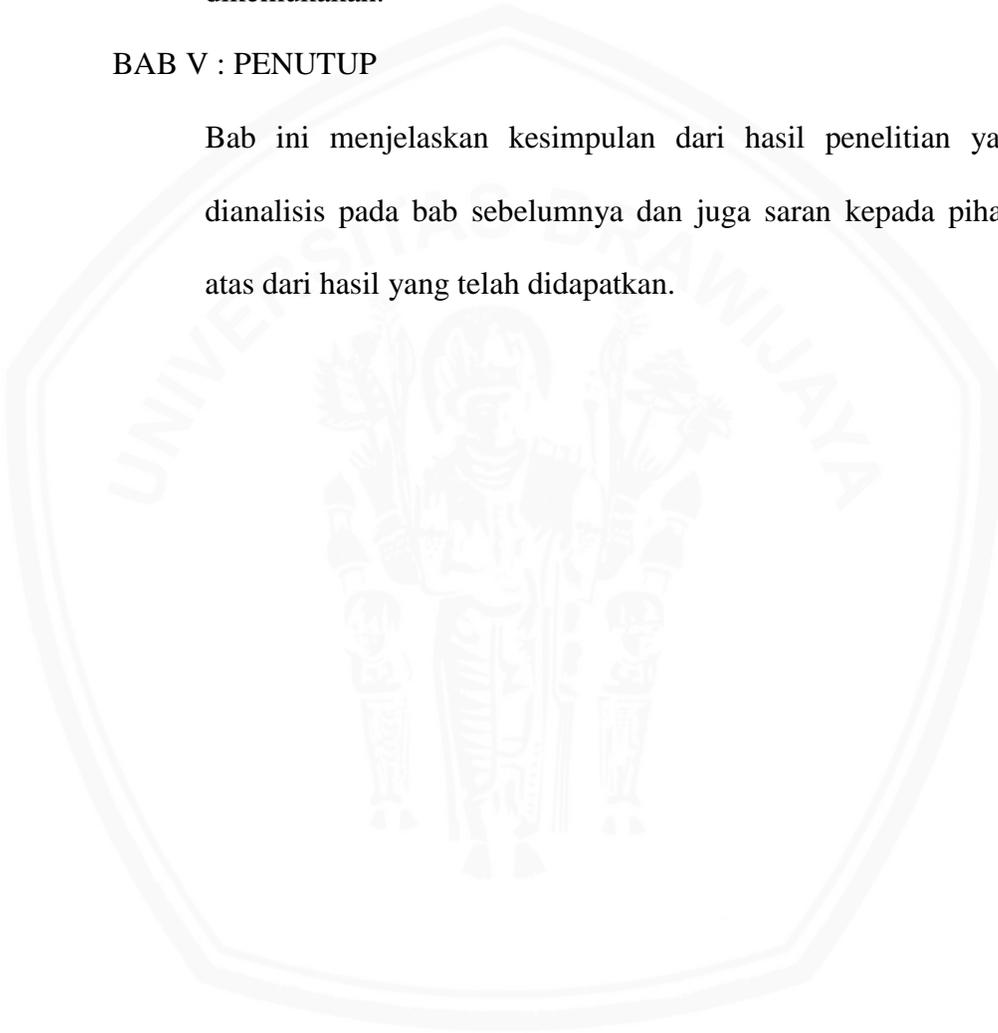
Pada bab ini akan dijelaskan metode yang digunakan dalam penelitian yang meliputi metode penelitian, variable, dan pengukuran, populasi, dan sampel, metode pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan gambaran umum obyek yang diteliti dan menjelaskan pembahasan masalah sesuai dengan yang telah dirumuskan dan tujuan penelitian berdasarkan data dan teori yang telah dikemukakan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini menjelaskan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dianalisis pada bab sebelumnya dan juga saran kepada pihak terkait atas dari hasil yang telah didapatkan.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Empiris

1. Sembiring (2005): “Karakteristik Perusahaan Dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Study Empiris Pada Perusahaan Yang Tercatat Di Bursa Efek Jakarta”

Studi pada penelitian ini merupakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi berganda. Hasil yang didapat pada penelitian ini adalah *size*, *profile*, dan ukuran dewan komisaris berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan profitabilitas dan *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

2. Fahrizqi (2010): “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Laporan Tahunan Perusahaan”.

Studi pada penelitian ini merupakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi berganda. Hasil yang didapat pada penelitian ini adalah Ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan *leverage* dan ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

3. **Yulfaida (2012): “Pengaruh *Size*, *Profitabilitas*, *Profile*, *Leverage* Dan Ukuran Dewan Komisaris terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia”.**

Studi pada penelitian ini merupakan perusahaan manufaktur yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia pada tahun 2007-2010. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi berganda. Hasil yang didapatkan pada penelitian ini adalah profitabilitas, profil perusahaan, *leverage*, dan ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR secara parsial. Sedangkan ukuran perusahaan dikatakan berpengaruh signifikan terhadap CSR secara parsial.

4. **Purnama (2014): “Pengaruh *Size*, *Profitabilitas*, *Leverage*, dan Kepemilikan Institusional terhadap Pengungkapan CSR”.**

Studi pada penelitian ini merupakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2010-2013. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi berganda. Hasil yang ditunjukkan pada penelitian ini adalah ukuran perusahaan dan kepemilikan konstitusional berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan untuk profit dan *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR.

5. **Worotikan (2015): “Analisa Pengaruh Ukuran Perusahaan, ROA dan DER terhadap Pengungkapan CSR”.**

Studi pada penelitian ini merupakan

Studi pada penelitian ini merupakan Bank Umum Swasta Nasional Devisa Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2010-2013. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi berganda. Hasil yang didapat pada penelitian ini adalah ukuran perusahaan, ROA (*Return On Assets*) dan DER (*Debt Equity Ratio*) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap pengungkapan CSR. Dan juga ukuran perusahaan, ROA (*Return On Assets*) dan DER (*Debt Equity Ratio*) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap pengungkapan CSR.

6. Arya (2016): “Pengaruh *Size*, Profitabilitas *Leverage* dan Umur terhadap Pengungkapan CSR”.

Studi pada penelitian ini merupakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2010-2013. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi berganda. Hasil yang dapat diambil sebagai berikut, ukuran perusahaan dan umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Untuk profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan *Leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Tabel 2.1. Ringkasan Penelitian Terdahulu

No	Nama, Tahun & Judul	Judul Penelitian		Hasil	Persamaan	Perbedaan	
		Variabel	Analisis Data			Penelitian Terdahulu	Penelitian Sekarang
1.	Sembiring (2005), Karakteristik Perusahaan Dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Study Empiris Pada Perusahaan Yang Tercatat Di Bursa Efek Jakarta	<i>size, profile</i> , ukuran dewan komisaris, profitabilitas, <i>leverage</i> , pengungkapan CSR	Regresi liner berganda	<p>a. <i>size, profile</i>, dan ukuran dewan komisaris berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.</p> <p>b. Profitabilitas dan <i>leverage</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.</p> <p>c. Berpengaruh signifikan secara simultan antara <i>size, profile</i>, ukuran dewan komisaris, profitabilitas dan <i>leverage</i> terhadap pengungkapan CSR.</p>	<p>a. Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.</p> <p>b. Profitabilitas & <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.</p> <p>c. Analisis data menggunakan regresi linier berganda.</p>	a. Studi pada perusahaan manufaktur yang tercatat di Brsa Efek Jakarta	a. Studi pada perusahaan manufaktur industri barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia

No	Nama, Tahun & Judul	Judul Penelitian		Hasil	Persamaan	Perbedaan	
		Variabel	Analisis Data			Penelitian Terdahulu	Penelitian Sekarang
2.	Fahrizqi (2010), Faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan corporate social responsibility (CSR) dalam laporan tahunan perusahaan	Ukuran perusahaan, profitabilitas, <i>Leverage</i> , ukuran dewan komisaris, pengungkapan CSR	Regresi linier berganda	<p>a. Ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR</p> <p>b. Sedangkan <i>Leverage</i> dan ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.</p>	<p>a. Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR</p> <p>b. <i>Leverage</i> tidak berpegaruh terhadap pengungkapan CSR</p> <p>c. Analisis data menggunakan regresi linier berganda.</p>	<p>a. Hasil profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR</p> <p>b. Studi pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia</p>	<p>a. Hasil profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.</p> <p>b. Studi pada perusahaan manufaktur industri barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia</p>
3.	Yulfaida (2012), Pengaruh size, profitabilitas, profile, leverage dan ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan	Size perusahaan, profitabilitas, profile perusahaan, <i>Leverage</i> , ukuran	Regresi linier berganda	<p>a. <i>Size</i> (Ukuran Perusahaan) berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.</p> <p>b. Profitabilitas, <i>Profile</i>, <i>Leverage</i>,</p>	<p>a. Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.</p> <p>b. Profitabilitas & <i>Leverage</i> tidak berpengaruh</p>	<p>a. Studi pada perusahaan manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia 2007-2010.</p>	<p>a. Studi pada perusahaan manufaktur industri barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia 2013-2016.</p>

No	Nama, Tahun & Judul	Judul Penelitian		Hasil	Persamaan	Perbedaan	
		Variabel	Analisis Data			Penelitian Terdahulu	Penelitian Sekarang
	tanggung jawab sosial pada perusahaan manufaktur di bursa efek indonesia	dewan komisaris, pengungkapan tanggung jawab sosial		dan Ukuran Dewan Komisaris Independen tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.	terhadap pengungkapan CSR. c. Analisis data menggunakan regresi linier berganda.		
4.	Purnama (2014), Pengaruh size, profitabilitas, <i>Leverage</i> dan kepemilikan institusional terhadap pengungkapan CSR	Size perusahaan, profitabilitas, <i>Leverage</i> , kepemilikan institusional, pengungkapan tanggung jawab sosial	Regresi liner berganda	a. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara <i>size</i> dan kepemilikan institusional perusahaan terhadap pengungkapan CSR. b. Terdapat pengaruh yang negatif dan signifikan antara profitabilitas dan <i>Leverage</i> terhadap	a. Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. b. <i>Leverage</i> berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR. c. Analisis data menggunakan regresi linier berganda	a. Terdapat pengaruh yang negatif dan signifikan antara profitabilitas terhadap pengungkapan CSR. b. Studi pada perusahaan manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia 2010-2013.	a. Pengaruh positif tidak signifikan antara profitabilitas terhadap pengungkapan CSR. b. Studi pada perusahaan manufaktur industri barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia 2013-2016.

No	Nama, Tahun & Judul	Judul Penelitian		Hasil	Persamaan	Perbedaan	
		Variabel	Analisis Data			Penelitian Terdahulu	Penelitian Sekarang
				<p>pengungkapan CSR.</p> <p>c. Terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara <i>size</i> perusahaan, profitabilitas, <i>Leverage</i> dan kepemilikan institusional terhadap pengungkapan CSR.</p>			
5.	Worotikan (2015), Analisa pengaruh ukuran perusahaan, ROA dan DER terhadap pengungkapan CSR	Ukuran perusahaan, profitabilitas (ROA), <i>Leverage</i> (DER), pengungkapan tanggung jawab sosial	Regresi liner berganda	<p>a. Ada pengaruh signifikan secara parsial antara ukuran perusahaan (<i>size</i>), ROA dan DER terhadap pengungkapan CSR.</p> <p>b. Ada pengaruh signifikan secara</p>	<p>a. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.</p> <p>b. ukuran perusahaan, profitabilitas dan <i>leverage</i> berpengaruh secara simultan terhadap</p>	<p>a. Hasil ROA dan DER berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.</p> <p>b. Studi pada Bank Umum Swasta Nasional Devisa Yang Terdaftar Di BEI 2010-2013.</p>	<p>a. Hasil profitabilitas dan <i>leverage</i> tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.</p> <p>b. Studi pada perusahaan</p>

No	Nama, Tahun & Judul	Judul Penelitian		Hasil	Persamaan	Perbedaan	
		Variabel	Analisis Data			Penelitian Terdahulu	Penelitian Sekarang
				simultan antara ukuran perusahaan (<i>size</i>), ROA dan DER terhadap pengungkapan CSR.	<p>pengungkapan CSR.</p> <p>c. Menggunakan variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, dan <i>leverage</i>.</p> <p>d. Analisis data menggunakan regresi linier berganda</p>		manufaktur industri barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia 2013-2016.
6.	Arya (2016), Pengaruh size, profitabilitas leverage dan umur terhadap pengungkapan CSR	Size perusahaan, profitabilitas, Leverage, umur perusahaan, dan pengungkapan tanggung jawab sosial	Regresi linier berganda	<p>a. Ukuran perusahaan dan Umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.</p> <p>b. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.</p>	<p>a. Analisis data menggunakan regresi linier berganda</p>	<p>a. Hasil Ukuran perusahaan dan Umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.</p> <p>b. Hasil Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan</p>	<p>a. Hasil ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.</p> <p>b. Hasil profitabilitas dan <i>leverage</i> tidak berpengaruh terhadap</p>

No	Nama, Tahun & Judul	Judul Penelitian		Hasil	Persamaan	Perbedaan	
		Variabel	Analisis Data			Penelitian Terdahulu	Penelitian Sekarang
				c. <i>Leverage</i> berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR.		<p>CSR.</p> <p>c. <i>Hasil Leverage</i> berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR.</p> <p>d. Studi pada perusahaan manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia 2010-2013.</p>	<p>pengungkapan CSR.</p> <p>c. Studi pada perusahaan manufaktur industri barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia 2013-2016.</p>

Sumber : Olahan Peneliti 2018

B. Tinjauan Teoritis

1. *Social Responsibility*

a. Teori Legitimasi

Legitimasi dianggap penting bagi perusahaan karena legitimasi masyarakat kepada perusahaan menjadi faktor yang strategis bagi perkembangan perusahaan kedepan. O'Donovan (2000) dalam Hadi (2011: 87) berpendapat legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan perusahaan kepada masyarakat dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Dengan demikian legitimasi memiliki manfaat dalam mendukung keberlangsungan hidup suatu perusahaan. Legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat (*society*), pemerintah individu dan kelompok masyarakat. Untuk itu sebagai suatu sistem yang mengutamakan keberpihakan atau kepentingan masyarakat, operasi perusahaan harus sesuai dengan harapan masyarakat.

Dasar pemikiran teori ini adalah organisasi atau perusahaan akan terus berlanjut jika masyarakat menyadari bahwa organisasi beroperasi untuk sistem nilai yang sepadan dengan sistem nilai masyarakat itu sendiri . Teori legitimasi menganjurkan perusahaan untuk meyakinkan bahwa aktivitas dan kinerjanya dapat diterima oleh masyarakat. Perusahaan menggunakan laporan tahunan mereka untuk menggambarkan kesan tanggung jawab lingkungan, sehingga mereka diterima oleh masyarakat dan mendorong atau membantu investor dalam melakukan pengambilan keputusan investasi.

b. *Stakeholder*

Hadi (2011: 93) dalam bukunya yang berjudul *corporate social responsibility* yang membahas bahwa perusahaan tidak hanya sekedar bertanggung jawab terhadap para pemilik (*shareholder*) sebagaimana terjadi selama ini, namun mulai mengarah ke arah yang lebih luas yaitu sampai pada ranah kemasyarakatan (*stakeholder*), selanjutnya disebut tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*). Fenomena seperti itu terjadi, karena adanya tuntutan dari masyarakat akibat dari *negative externalities* yang timbul serta ketimpangan sosial yang terjadi. Untuk itu, tanggungjawab perusahaan yang semula hanya diukur sebatas pada indikator ekonomi (*economic focused*) dalam laporan keuangan, kini harus bergeser dengan memperhitungkan faktor-faktor sosial (*social dimentions*) terhadap *stakeholder*.

Stakeholder adalah semua pihak baik internal maupun eksternal perusahaan yang memiliki hubungan baik bersifat mempengaruhi maupun dipengaruhi, bersifat langsung maupun tidak langsung oleh perusahaan. *Stakeholder* merupakan pihak internal dan eksternal perusahaan, seperti: pemerintah, perusahaan pesaing, masyarakat sekitar, lingkungan internasional, lembaga di luar perusahaan (LSM dan sejenisnya), lembaga pemerhati lingkungan, para pekerja perusahaan, kaum minoritas dan lain sebagainya yang keberadaanya sangat mempengaruhi dan dipengaruhi perusahaan (Hadi, 2011: 93-94).

Esensi teori *stakeholder* berkaitan dengan teori legitimasi yang mengisyaratkan bahwa perusahaan hendaknya mengurangi *expectation gap* dengan masyarakat (*public*) sekitar guna meningkatkan legitimasi (pengakuan) masyarakat ternyata terdapat benang merah. Hal ini membuat perusahaan hendaknya menjaga reputasinya yaitu dengan menggeser pola orientasi (tujuan) yang semula semata-mata diukur dengan *economic measurement* yang cenderung *shareholder orientation*, kearah memperhitungkan faktor sosial (*social factors*). Faktor sosial dijadikan sebagai wujud kepedulian dan keberpihakan terhadap masalah sosial kemasyarakatan (*stakeholder orientation*) (Hadi, 2011: 95).

Menurut Fahrizqi (2010), Salah satu strategi untuk menjaga hubungan dengan para *stakeholder* perusahaan adalah dengan melaksanakan tanggung jawab sosial, dengan pelaksanaan tanggung jawab sosial diharapkan keinginan dari *stakeholder* dapat terakomodasi sehingga akan menghasilkan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan *stakeholder*. Hubungan yang harmonis akan memberikan dampak positif pada perusahaan yaitu tercapainya keberlanjutan dan kelestarian perusahaan (*sustainability*)

c. Teori Kontrak Sosial

Teori kontrak sosial muncul karena adanya interelasi dalam kehidupan sosial masyarakat, agar terjadi keselarasan, keserasian dan keseimbangan, termasuk dalam lingkungan. Perusahaan yang merupakan kelompok orang yang memiliki kesamaan tujuan dan bersama-sama berusaha mencapai

tujuan tersebut adalah bagian dari masyarakat dalam lingkungan yang lebih besar. Keberadaannya sangat ditentukan oleh masyarakat, dimana antara keduanya saling mempengaruhi. Maka dari itu, agar terjadi keseimbangan, maka perlu kontrak sosial baik secara eksplisit maupun implicit sehingga terjadi kesepakatan-kesepakatan yang saling melindungi kepentingan-kepentingan masing-masing (Hadi, 2011: 95)

J.J Rousseau (1762) dalam Hadi (2011: 95) berpendapat bahwa alam bukanlah wujud dari konflik, melainkan memberikan hak kebebasan bagi individu-individu untuk berbuat secara kreatif. J.J Rousseau menyatakan “....*Social Contract which was designed to explain-and therefore legitimate-the relationship between and individual and society and its government*”. Pendapat tersebut mengandung makna bahwa secara volunteer individu harus menaati pemerintah, sementara pemerintah harus mampu mengatur agar terjadi peningkatan good citizenship.

Kontrak sosial dibangun dan dikembangkan, salah satunya untuk menjelaskan hubungan antara perusahaan terhadap masyarakat. Di sini, perusahaan memiliki kewajiban kepada masyarakat untuk member kemaanfaatan bagi masyarakat setempat. Dalam konteks perusahaan dengan *stakeholder*, kontrak sosial mengisyaratkan bahwa perusahaan seharusnya berusaha untuk memastikan bahwa operasinya harus sejalan dengan ekspektasi masyarakat sehingga dapat dikatakan legitimate. Hal tersebut sejalan dengan teori legitimasi, bahwa legitimasi dapat diperoleh manakala

terdapat kesesuaian antara keberadaan perusahaan tidak mengganggu atau sesuai dengan eksistensi sistem nilai yang ada dalam masyarakat dan lingkungan (Deggan, dalam Hadi 2011: 97).

d. Teori Agensi

Menurut teori keagenan, salah satu cara yang diharapkan dapat menyelaraskan tujuan prinsipal dan agen adalah melalui mekanisme pelaporan (Luayyi, 2010). Informasi merupakan salah satu cara untuk mengurangi ketidakpastian, sehingga memberi akuntan peran yang penting dalam membagi risiko antara manajer dan pemilik. Eisenhardt (1989) dalam Luayyi (2010) menyatakan bahwa teori keagenan menggunakan tiga asumsi sifat manusia yaitu, manusia pada umumnya mementingkan diri sendiri (*self interest*), manusia memiliki daya pikir terbatas mengenai persepsi masa mendatang (*bounded rasionality*), dan manusia selalu menghindari risiko (*risk averse*). *Agent* mempunyai lebih banyak informasi mengenai kapasitas diri, lingkungan kerja dan perusahaan secara keseluruhan. Sedangkan *principal* tidak mempunyai informasi yang cukup tentang kinerja *agent*. Ketika tidak semua keadaan diketahui oleh semua pihak dan sebagai akibatnya, ketika konsekuensi-konsekuensi tertentu tidak dipertimbangkan oleh pihak-pihak tersebut, hal ini mengakibatkan adanya ketidakseimbangan informasi yang dimiliki oleh *principal* dan *agent*. Ketidakseimbangan informasi ini disebut asimetri informasi (*information asymmetries*).

2. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

a. Pengertian CSR

Hal yang menarik, sebagai sebuah konsep yang semakin populer, tanggung jawab sosial ternyata belum memiliki definisi yang tunggal. Yusuf Wibisono (2007: 8), mengingat tanggung jawab sosial adalah sebuah konsep yang berkembang dengan cepat sehingga definisinya pun juga bisa berubah-ubah menyesuaikan dengan perkembangannya. Definisi menurut masing-masing pihak sebagai berikut :

- 1) The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) (1999) (Hadi, 2011) dalam publikasinya *Making Good Business Sense* mendefinisikan CSR sebagai “*Continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the local community and society at large*”.
 - 2) World Bank mempunyai definisi yang berbeda, lembaga keuangan global ini memandang CSR sebagai “*the commitment of business to contribute to sustainable economic development working with employees and their representatives the local community and society at large to improve quality of life, in ways that are both good for business and good for development*”.
- (Hadi, 2011)

- 3) Uni Eropa (EU Green Paper on CSR)(2001) mengemukakan bahwa “*CSR is an concept whereby companies integrate social and environmental concerns in their business operations and in their interaction with their stakeholders on a voluntary basic*”. (Hadi, 2011)
- 4) CSR Forum (Wibisono, 2007) memberikan definisi, “*CSR mean open and transparent business practices that are based on ethical values and respect for employees, communities, and environment*”.

Berdasarkan definisi-definisi diatas, peneliti menggunakan definisi dari The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) (1999) (Hadi, 2011) dan menarik kesimpulan tentang tanggung jawab sosial perusahaan yakni tanggung jawab sosial perusahaan merupakan strategi bisnis yang tidak dapat dipisahkan dari kepentingan berbagai pihak. Perusahaan juga harus memperhatikan kepentingan pihak masyarakat dan lingkungan.

b. Pengungkapan CSR

Pada pelaporan pengungkapan CSR dapat dilakukan secara terpisah maupun tergabung dalam laporan tahunan perusahaan. Pelaporan yang dilakukan sama halnya dengan laporan kinerja keuangan perusahaan. Agar praktik tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan diketahui *stakeholder*-nya, perusahaan harus melakukan pengungkapan praktik tanggung jawab sosial mereka. Laporan tanggung jawab sosial harus berdasarkan laporan perusahaan dan dijelaskan secara rinci dan dinilai berdasarkan kategori-kategori yang ada. pengungkapan

CSR dapat diukur melalui metode *check-list* (Sembiring, 2005). *Checklist* dilakukan dengan melihat pengungkapan sosial perusahaan dalam 7 kategori yang disebutkan oleh Hadi (2011: 151), yaitu lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat dan umum. Menurut Sembiring (2005), Metode *check-list* yang telah diklasifikasikan sebagai berikut :

- 1) Lingkungan
 - a) Pengendalian polusi kegiatan operasi, pengeluaran riset dan pengembangan untuk mengurangi polusi.
 - b) Operasi perusahaan tidak mengakibatkan polusi atau memenuhi ketentuan hukum dan peraturan polusi.
 - c) Pernyataan yang menunjukkan bahwa polusi operasi telah atau akan dikurangi.
 - d) Pencegahan atau perbaikan kerusakan lingkungan akibat pengelolaan sumber alam, misalnya reklamasi daratan atau reboisasi.
 - e) Konservasi sumber alam, misalnya mendaur ulang kaca, besi, minyak, air dan kertas.
 - f) Penggunaan material daur ulang.
 - g) Menerima penghargaan berkaitan dengan program lingkungan yang dibuat perusahaan.
 - h) Merancang fasilitas yang harmonis dengan lingkungan.
 - i) Kontribusi dalam seni yang bertujuan untuk memperindah lingkungan.
 - j) Kontribusi dalam pemugaran bangunan sejarah.
 - k) Pengelolaan limbah.
 - l) Riset mengenai pengelolaan limbah
 - m) Mempelajari dampak lingkungan untuk memonitor dampak lingkungan perusahaan.
 - n) Perlindungan lingkungan hidup.
- 2) Energi
 - a) Menggunakan energi secara lebih efisien dalam kegiatan operasi
 - b) Memanfaatkan barang bekas untuk memproduksi energi.
 - c) Penghematan energi sebagai hasil produk daur ulang.
 - d) Membahas upaya perusahaan dalam mengurangi konsumsi energy.
 - e) Peningkatan efisien energi dan produk.
 - f) Riset yang mengarah pada peningkatan efisiensi energi dari produk.
 - g) Mengungkapkan kebijakan energi perusahaan.
- 3) Kesehatan dan keselamatan kerja

- a) Mengurangi polusi, iritasi atau resiko dalam lingkungan kerja.
 - b) Mempromosikan keselamatan tenaga kerja dan kesehatan fisik atau mental.
 - c) Mengungkapkan statistic kecelakaan kerja.
 - d) Mentaati peraturan standar kesehatan dengan keselamatan kerja.
 - e) Menerima penghargaan berkaitan dengan keselamatan kerja.
 - f) Menetapkan suatu komite keselamatan kerja.
 - g) Melaksanakan riset untuk meningkatkan keselamatan kerja.
 - h) Mengungkapkan pelayanan kesehatan tenaga kerja.
- 4) Lain-lain tentang tenaga kerja
- a) Perekrutan atau memanfaatkan tenaga kerja wanita/orang cacat
 - b) Mengungkapkan presentase/jumlah tenaga kerja wanita/orang cacat dalam tingkat managerial;
 - c) Mengungkapkan tujuan penggunaan tenaga kerja wanita/orang cacat dalam pekerjaan
 - d) Program untuk kemajuan tenaga kerja wanita/orang cacat
 - e) Pelatihan tenaga kerja melalui program tertentu di tempat kerja
 - f) Memberi bantuan keuangan pada tenaga kerja dalam bidang pendidikan
 - g) Mendirikan suatu pusat pelatihan tenaga kerja
 - h) Mengungkapkan bantuan atau bimbingan untuk tenaga kerja yang dalam proses mengundurkan diri atau yang telah membuat kesalahan
 - i) Mengungkapkan perencanaan kepemilikan rumah karyawan;
 - j) Mengungkapkan fasilitas untuk aktivitas rekreasi
 - k) Pengungkapan persentase gaji untuk pensiun;
 - l) Mengungkapkan kebijakan penggajian dalam perusahaan
 - m) Mengungkapkan jumlah tenaga kerja dalam perusahaan
 - n) Mengungkapkan tingkatan managerial yang ada
 - o) Mengungkapkan disposisi staff - dimana staff ditempatkan
 - p) Mengungkapkan jumlah staff, masa kerja dan kelompok usia mereka;
 - q) Mengungkapkan statistik tenaga kerja, mis. penjualan tenaga kerja;
 - r) Mengungkapkan kualifikasi tenaga kerja yang direkrut.
 - s) Mengungkapkan rencana kepemilikan saham oleh tenaga kerja;
 - t) Mengungkapkan rencana pembagian keuntungan lain.
 - u) Mengungkapkan informasi hubungan manajemen dengan tenaga kerja dalam meningkatkan kepuasan dan motivasi kerja;
 - v) Mengungkapkan informasi stabilitas pekerjaan tenaga kerja dan masa depan perusahaan;
 - w) Menbuat laporan tenaga kerja yang terpisah;
 - x) Melaporkan hubungan perusahaan dengan serikat buruh
 - y) Melaporkan gangguan dan aksi tenaga kerja
 - z) Mengungkapkan informasi bagaimana aksi tenaga kerja dinegosiasikan.
 - aa) Peningkatan kondisi kerja secara umum;
 - bb) Informasi re-organisasi perusahaan yang mempengaruhi tenaga kerja;

- cc) Informasi dan statistik perputara tenaga kerja Produk
- 5) Produk
 - a) Pengungkapan informasi pengembangan produk perusahaan, termasuk pengemasannya.
 - b) Gambaran pengeluaran riset dan pengembangan produk; 108
 - c) Pengungkapan informasi proyek riset perusahaan untuk memperbaiki produk
 - d) Pengungkapan bahwa produk memenuhi standard keselamatan;
 - e) Membuat produk lebih aman untuk konsumen;
 - f) Melaksanakan riset atas tingkat keselamatan produk perusahaan
 - g) Pengungkapan peningkatan kebersihan/kesehatan dalam pengolahan dan penyiapan produk;
 - h) Pengungkapan informasi atas keselamatan produk perusahaan
 - i) Pengungkapan informasi mutu produk yang dicerminkan dalam penerimaan penghargaan
 - j) Informasi yang dapat diverifikasi bahwa mutu produk telah meningkat (Misalnya, ISO 9000) Keterlibatan Masyarakat
- 6) Keterlibatan masyarakat
 - a) Sumbangan tunai, produk, pelayanan untuk mendukung aktivitas masyarakat, pendidikan, dan seni
 - b) Tenaga kerja paruh waktu (part-time employment) dari mahasiswa/pelajar
 - c) Sebagai sponsor untuk proyek kesehatan masyarakat;
 - d) Membantu riset medis;
 - e) Sebagai sponsor untuk konferensi pendidikan, seminar, atau pemeran seni
 - f) Membiayai program beasiswa
 - g) Membuka fasilitas perusahaan untuk masyarakat;
 - h) Mensponsori kampanye nasional;
 - i) Mendukung pengembangan industri lokal Umum
- 7) Umum
 - a) Pengungkapan tujuan/kebijakan perusahaan secara umum berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat.
 - b) Informasi berhubungan dengan tanggung jawab sosial perusahaan selain yang disebutkan di atas. Total yang diungkapkan Total yang diharapkan diungkapkan.

c. Konsep *Corporate Social Responsibility Disclosure Indeks* (CSDI)

Corporate Social Responsibility Disclosure Indeks (CSDI) merupakan pengungkapan CSR perusahaan. Informasi mengenai indikator-indikator yang digunakan dalam mengukur CSDI perusahaan didasarkan pada *Global Reporting*

Initiative (GRI) (Radyati, 2008;41). Meski banyak cara untuk mengelompokan persoalan *sustainability*, akan tetapi GRI menggunakan tiga pilar *sustainability*, yang dikenal dengan *triple bottom line*, sebagai patokan dalam membuat pengelompokan indikator kinerja yang harus diukur oleh perusahaan atau organisasi (Radyati, 2008;41). GRI terdiri dari tiga pilar utam, yaitu ekonomi, lingkungan dan sosial sebagai dasar pelaporan keberlanjutan. GRI standard disclosure digunakan dalam penelitian ini sebagai pedoman informasi terkait indikator-indikator dalam mengukur CSDI perusahaan yang akan diteliti.

Perhitungan CSDI pada umumnya menggunakan pendekatan dikotomi, maksudnya setiap item pengungkapan tersebut ada dalam laporan tahunan perusahaan maka diberi skor 1, dan jika item pengungkapan tersebut tidak ada dalam laporan tahunan perusahaan maka diberi skor 0. Pengungkapan tanggung jawab sosial dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

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

(Sembiring, 2005)

Keterangan :

CSDI j : *Corporate Social Responsibility Disclosure Indeks* perusahaan j

Nj : Jumlah item untuk perusaahn j, nj = 79

Xij : 1 = jika item I diungkapkan, 0 = jika item I tidak diungkapkan

3. Kinerja Keuangan

a. Pengertian Kinerja Keuangan

Pengertian kinerja keuangan menurut Tampubolon (2005: 20) adalah pengukuran kinerja perusahaan yang ditimbulkan sebagai akibat dari proses pengambilan keputusan manajemen. Karena menyangkut pemanfaatan modal, efisiensi dan rentabilitas dari kegiatan perusahaan. Kinerja keuangan yaitu alat untuk mengukur prestasi kerja keuangan perusahaan melalui struktur permodalannya. Penilaian kinerja perusahaan harus diketahui output maupun inputnya. Output adalah hasil dari suatu kinerja karyawan atau perusahaan, sedangkan input adalah keterampilan atau alat yang digunakan untuk mendapatkan hasil tersebut.

b. Analisis Kinerja Keuangan

Analisis terhadap kinerja perusahaan pada umumnya dilakukan dengan menganalisis laporan keuangan. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis ratio. Menurut Drs. Bambang Riyanto dalam Munawir (2004:70), mengklasifikasikan angka-angka ratio keuangan sebagai berikut :

- 1) Ratio *Leverage*, adalah ratio yang mengukur berapa besar penggunaan utang dalam pembelanjaan perusahaan. Jenis-jenis ratio *Leverage* adalah:

- a. *Total debt to equity ratio*, mengukur sampai seberapa besar jumlah rupiah modal sendiri yang dijaminan atas hutang. Rumus untuk menghitungnya sebagai berikut :

$$\text{Total debt to equity ratio} = \frac{\text{Total utang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

- b. *Total debt to total capital assets*, mengukur bagian aktiva yang digunakan untuk menjamin keseluruhan kewajiban atau hutang. Rumus untuk menghitungnya sebagai berikut :

$$\text{TD Capital Assets} = \frac{(\text{Aktiva Lancar} + \text{Hutang Jangka Panjang})}{\text{Jumlah Aktiva}}$$

- c. *Long-term debt to equity ratio*, mengukur bagian dari modal sendiri yang dijadikan jaminan untuk hutang jangka panjang. Rumus untuk menghitungnya sebagai berikut :

$$\text{LTD Equity Ratio} = \frac{\text{Hutang Jangka Panjang}}{\text{Modal Sendiri}}$$

- d. *Tangible assets debt coverage*, mengukur besar aktiva tetap tangible yang digunakan untuk menjamin hutang jangka panjang. Rumus untuk menghitungnya sebagai berikut :

$$\text{TAD Coverage} = \frac{(\text{Jumlah Aktiva} + \text{Tangible} + \text{Hutang Lancar})}{\text{Hutang Jangka Panjang}}$$

- e. *Time interest earned ratio*, mengetahui seberapa besar kemampuan perusahaan dalam membayar beban bunga dan memenuhi pembayaran bunga bagi kreditor. Rumus untuk menghitungnya sebagai berikut :

$$\text{Time Interest Earned Ratio} = \text{Laba sebelum pajak dan bunga} / \text{Beban bunga}$$

- 2) Ratio Profitabilitas, adalah ratio yang mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dengan menggunakan sumber-sumber yang dimiliki perusahaan. Jenis-jenis ratio profitabilitas adalah:

- a. *Return on investment*, mengukur kemampuan modal yang diinvestasikan dalam keseluruhan aktiva untuk menghasilkan keuntungan bersih. Rumus untuk menghitungnya sebagai berikut :

$$\text{ROI} = \text{Keuntungan} / \text{Modal}$$

- b. *Return on equity*, menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari investasi pemegang saham perusahaan tersebut yang dinyatakan dalam persentase. Rumus untuk menghitungnya sebagai berikut :

$$\text{ROE} = \text{Laba bersih setelah pajak} / \text{Ekuitas pemegang}$$

- c. *Return on assets*, menilai persentase keuntungan (laba) yang diperoleh perusahaan terkait sumber daya atau total asset sehingga efisiensi suatu perusahaan dalam mengelola asetnya bisa terlihat dari persentase rasio. Rumus untuk menghitungnya sebagai berikut :

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

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

- d. *net profit margin*, mengukur keuntungan netto atau laba bersih per rupiah penjualan. Rumus untuk menghitungnya sebagai berikut :

$$\text{Net Profit Margin} = \text{Laba bersih setelah pajak} / \text{Pendapatan Penjualan}$$

- e. *operating profit margin*, mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba operasi sebelum bunga dan pajak yang dihasilkan oleh setiap rupiah penjualan. Rumus untuk menghitungnya sebagai berikut :

$$\text{Operating Profit Margin} = (\text{Penjualan Bersih} - \text{HPP} - \text{Biaya lain-lain}) / \text{Penjualan Bersih}$$

- f. *gross profit margin*, mengukur kemampuan perusahaan mendapatkan laba bruto per rupiah penjualan. Rumus untuk menghitungnya sebagai berikut :

$$\text{Gross Profit Margin} = \text{Laba Kotor} / \text{Pendapatan Penjualan}$$

4. Ukuran Perusahaan (*size*)

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 dibandingkan dengan perusahaan kecil. Secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan politik, yaitu tekanan untuk melakukan pertanggung jawaban sosial. Pengungkapan sosial yang lebih besar

merupakan pengurangan biaya politis bagi perusahaan. Pengungkapan kepedulian pada lingkungan melalui pelaporan keuangan, maka perusahaan dalam jangka panjang bisa terhindar dari biaya yang sangat besar akibat dari tuntutan masyarakat (Worotikan, 2015)

Ukuran perusahaan bisa didasarkan pada jumlah aktiva (aktiva tetap, tidak berwujud dan lain-lain), jumlah tenaga kerja, volume penjualan dan kapitalisasi pasar. Penelitian ini menggunakan ukuran perusahaan yang dinyatakan dengan jumlah aktiva yang dimiliki oleh perusahaan. Pengukuran ini dilakukan untuk mengetahui semakin banyak aktiva yang dimiliki oleh perusahaan, maka akan semakin besar pula tanggung jawab sosial yang harus diungkapkan oleh perusahaan (Worotikan, 2015)

Menurut (Marzully dan Denies, 2012) ukuran perusahaan diukur dengan mentransformasikan total aktiva yang dimiliki perusahaan ke dalam bentuk logaritma natural. Ukuran perusahaan diproksikan dengan menggunakan Log natural total aktiva dengan tujuan agar mengurangi fluktuasi data yang berlebih. Dengan menggunakan Log natural, jumlah aktiva dengan nilai ratusan miliar bahkan triliun akan disederhanakan, tanpa mengubah proporsi dari jumlah aktiva yang sesungguhnya. Perhitungan ini dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Total Aktiva}$$

(Marzully dan Denies, 2012)

5. Profitabilitas

Rentabilitas atau profitabilitas merupakan kemampuan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu (Munawir, 2004:31). Laba atau keuntungan ini dibagikan kepada pemegang saham setelah dikurangi pajak atau bunga. Semakin besar keuntungan yang diterima perusahaan, maka akan semakin besar kemampuan perusahaan untuk membayar devidennya.

Hubungan antara pengungkapan CSR dengan profitabilitas diyakini mencerminkan bahwa reaksi sosial memerlukan gaya manajerial yang sama dengan gaya manajerial yang dilakukan pihak manajemen untuk membuat perusahaan memperoleh keuntungan. Pengungkapan tentang pertanggung jawaban sosial perusahaan mencerminkan suatu pendekatan perusahaan dalam melakukan adaptasi dengan lingkungan yang bersifat dinamis. Pengungkapan CSR merupakan cerminan suatu pendekatan manajemen dalam menghadapi lingkungan yang dinamis serta kemampuan untuk mempertemukan tekanan sosial dengan reaksi kebutuhan masyarakat (Worotikan, 2015)

Return On Equity (ROE), *Return On Assets* (ROA), dan *Return On Investment* (ROI) dapat digunakan sebagai indikator perhitungan pada profitabilitas. Dalam penelitian ini indikator yang digunakan adalah *Return On Assets* (ROA). Perhitungan ROA digunakan karena cocok digunakan untuk membandingkan perusahaan sejenis dan perhitungan ROA merupakan rasio yang menunjukkan hasil (return) laba bersih perusahaan setelah pajak pada setiap

tahunnya. ROA merupakan salah satu bentuk dari rasio profitabilitas yang dimaksudkan untuk mengukur kemampuan perusahaan atas keseluruhan dana yang ditanamkan dalam aktivitas yang digunakan untuk aktivitas operasi perusahaan dengan tujuan menghasilkan laba dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya atau disebut juga hasil atas investasi (Andreas, 2015). Dengan perhitungan ROA yang membandingkan laba bersih setelah pajak dengan total aktiva (modal + hutang) dapat dilihat pengaruh laba yang tinggi dengan pengungkapan CSR. Berikut rumus yang digunakan:

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

(Husnan, 2001:339)

6. *Leverage*

Leverage merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam membiayai asset perusahaan. Perusahaan yang mempunyai tingkat *Leverage* tinggi berarti sangat bergantung pada pinjaman luar untuk membiayai asetnya, sedangkan perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* lebih rendah lebih banyak membiayai asetnya dengan modal sendiri. Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *debtholders* (Arya 2016)

Perhitungan *leverage* dalam penelitian ini menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER). DER digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan menutupi

utang dengan modalnya sendiri. Dengan menggunakan perhitungan DER, dapat dilihat pengaruh dari penggunaan hutang terhadap pengungkapan CSR. Tingginya tingkat ratio penggunaan hutang tentu akan menjadi sorotan dari investor sehingga perusahaan akan mengurangi biaya lebih untuk pengungkapan CSR. Berikut ini adalah rumus Debt to Equity Ratio (DER):

$$\text{DER} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

(Husnan dan Pudjiastuti, 2002:70)

C. Pengaruh Antar Variabel

1. Pengaruh Total aktiva terhadap pengungkapan CSR

Pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR sejalan dengan teori *stakeholder* yang menjelaskan perusahaan dengan ukuran perusahaan (*size*) yang besar cenderung mendapat sorotan dan tekanan dari masyarakat akibat *negative externalities* yang timbul serta ketimpangan sosial yang terjadi (Harahap, 2002 dalam Hadi 2011: 93). Perusahaan dapat mengurangi tekanan tersebut dengan mengeluarkan biaya untuk melakukan *corporate social responsibility disclosure* yang lebih luas.

Penelitian yang dilakukan oleh Arya (2016) tidak menunjukkan hubungan kedua variabel. Sebaliknya penelitian yang menunjukkan hubungan kedua variabel ini antara lain Fahrizqi (2010), Yulfaida (2012), Purnama (2014), dan

Worotikan (2015). Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis pertama yang akan diuji dalam penelitian ini ditulis dalam bentuk alternatif yaitu :

H₁ : Total aktiva berpengaruh terhadap pengungkapan CSR

2. Pengaruh ROA terhadap pengungkapan CSR

Hubungan antara pengungkapan CSR dengan profitabilitas diyakini mencerminkan bahwa reaksi sosial memerlukan gaya manajerial yang sama dengan gaya manajerial yang dilakukan pihak manajemen untuk membuat perusahaan memperoleh keuntungan. Menurut Arya (2016), *Profit margin* yang tinggi akan mendorong para manajer untuk memberikan informasi yang lebih rinci tentang perusahaan, sebab mereka ingin meyakinkan investor terhadap profitabilitas perusahaan dan mendorong kompensasi terhadap manajemen. Hasil penelitian Arya (2016) sejalan dengan teori legitimasi (O'Donovan: 2000 dalam Nor Hadi 2011: 87) yang menjelaskan hubungan positif antara variabel ROA dengan pengungkapan CSR, saat perusahaan menghasilkan profit yang tinggi, masyarakat tentu menginginkan perusahaan menjalankan usahanya sesuai dengan sistem nilai yang ada di masyarakat dan mendorong perusahaan untuk melakukan tanggung jawab sosial. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial yang dilakukan oleh perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Fahrizqi (2010), Purnama (2014), dan Worotikan (2015) mendukung hubungan profitabilitas dengan pengungkapan

CSR. Sedangkan penelitian yang dilakukan Yulfaida (2012) melaporkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis kedua yang akan diuji dalam penelitian ini ditulis dalam bentuk alternatif yaitu :

H₂ : ROA berpengaruh terhadap pengungkapan CSR

3. Pengaruh DER terhadap pengungkapan CSR

Tingkat *leverage* adalah rasio untuk melihat kemampuan perusahaan dalam menyelesaikan semua kewajibannya kepada pihak lain. Perusahaan yang mempunyai proporsi utang lebih banyak dalam struktur permodalannya akan mempunyai biaya keagenan yang lebih besar. Semakin tinggi tingkat *leverage* (rasio hutang/aset) semakin besar kemungkinan perusahaan akan berusaha untuk tidak melaporkan CSR untuk mengurangi biaya untuk mengungkapkan pertanggungjawaban social sehingga peningkatan rasio hutang akan menurunkan pengungkapan pertanggung jawaban social perusahaan. (Lisna Untari, 2010). Pengaruh DER terhadap pengungkapan CSR sejalan dengan teori agensi yang menjelaskan principal (debtholders) akan berusaha menghindari resiko (*risk averse*) akan tingginya hutang dibanding modal perusahaan. Ratio *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan CSR.

Penelitian yang dilakukan oleh Worotikan (2015) dan Arya (2016) mendukung hubungan *leverage* dengan pengungkapan CSR. Sedangkan pada

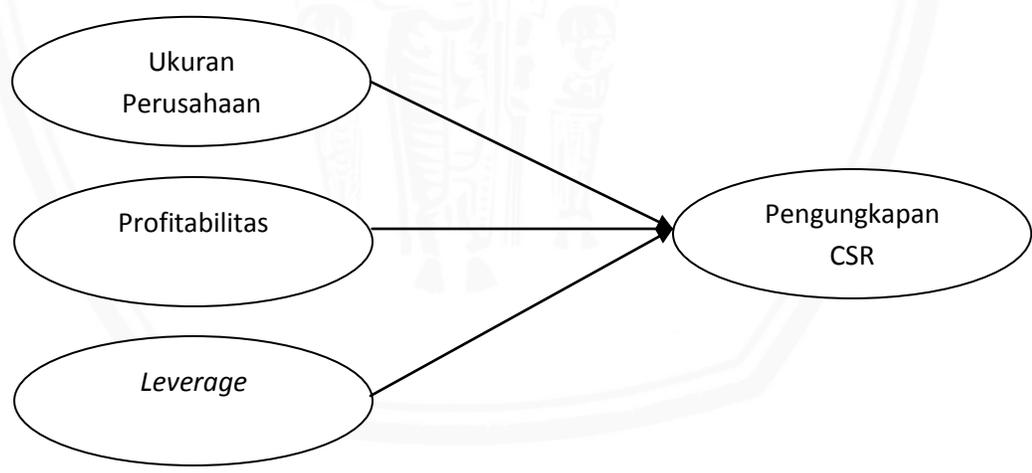
penelitian yang dilakukan oleh Yulfaida (2012) dan Fahrizqi (2010) tidak menunjukkan pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan CSR.

Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis ketiga yang akan diuji dalam penelitian ini ditulis dalam bentuk alternatif yaitu :

H₃ : DER berpengaruh terhadap pengungkapan CSR

D. Model Konsep

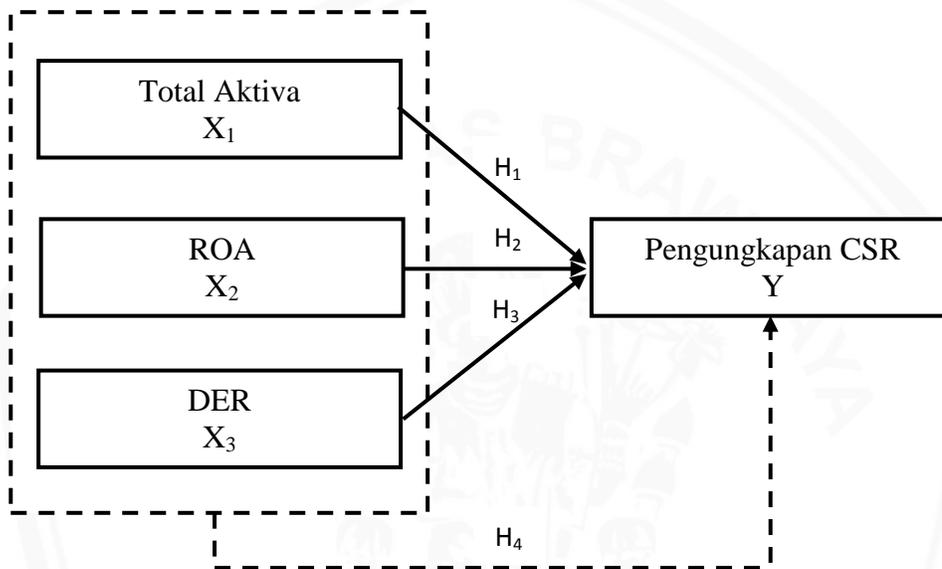
Berdasarkan teori yang telah dijelaskan maka peneliti menentukan model konsep penelitian ini mengenai kinerja keuangan dan pengungkapan CSR. Model Konsep ini menggambarkan bahwa kinerja keuangan mempengaruhi pengungkapan CSR pada laporan tahunan perusahaan manufaktur industri barang konsumsi yang tercatat di bursa efek Indonesia periode 2013-2016. Konsep penelitian ini dijelaskan pada gambar 2.



Gambar 1. Model Konsep
 Sumber: Data diolah, 2018

E. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan (Sugiyono, 2011: 64). Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 2. Model Hipotesis

Sumber: Data diolah, 2018

Keterangan :

———— = Berpengaruh secara Parsial

- - - - - = Berpengaruh secara Simultan

H1: Total aktiva berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

H2: ROA berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

H3: DER berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

H4: Total aktiva, ROA, dan DER berpengaruh secara simultan terhadap pengungkapan CSR.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka jenis penelitian ini adalah *explanatory research* dengan pendekatannya yaitu kuantitatif, dimana metode ini digunakan untuk menjelaskan pengaruh antara variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Menurut Silalahi (2010:30), “*Explanatory research* bertujuan untuk menjelaskan pengaruh antara dua atau lebih gejala atau variabel, baik arah maupun pengaruhnya”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif karena data penelitian ini berupa angka dan analisis penelitian ini menggunakan alat statistik yang selanjutnya akan diberikan penjelasan secara deskriptif mengenai hasil penelitian. Pada akhirnya hasil penelitian ini menjelaskan hubungan kausal antar variabel-variabel melalui pengujian hipotesis.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Bursa Efek Indonesia (BEI). Lokasi tersebut dipilih karena data yang dibutuhkan pada penelitian ini terdapat pada laporan keuangan perusahaan manufaktur industri barang konsumsi yang terdapat di Bursa Efek Indonesia. Hal tersebut membuat peneliti memilih lokasi tersebut karena data yang dibutuhkan bisa didapatkan melalui website resmi BEI serta data yang didapat akurat dan dapat dipertanggung-jawabkan.

C. Variabel dan Pengukuran

1. Variabel Independen

a. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan dapat diproksikan dari nilai kapitalisasi pasar, total aktiva dan penjualan. Dalam penelitian ini pengukuran yang digunakan adalah total aktiva (Werner R. Murhadi, 2013). Pengukurannya menggunakan rumus :

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Total Aktiva}$$

b. Profitabilitas

Rasio profitabilitas dapat dihitung melalui *return on asset* (ROA) dan *return on equity* (ROE). Dalam penelitian ini rasio profitabilitas yang dipakai adalah *return on asset*. ROA merupakan ukuran efektifitas perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aktiva yang dimiliki. Pengukuran yang digunakan memakai rumus sebagai berikut: (Husnan, 2001:339).

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

c. Leverage

Leverage adalah mengukur seberapa besar aktiva/modal perusahaan dibiayai dengan utang. Indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat *leverage* adalah *Debt to Equity Ratio* (DER). Pengukurannya dengan menggunakan rumus: (Husnan dan Pudjiastuti, 2002:70)

$$\text{DER} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

2. Variabel Dependen

a. Pengungkapan CSR

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengungkapan CSR dalam laporan tahunan. Pengukuran ini akan menggunakan instrument yang dipakai Sembiring (2005). Instrument ini mengelompokkan pengungkapan CSR dalam 7 kategori yakni: lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat dan umum.

Perhitungan CSDI pada penelitian ini menggunakan pendekatan dikotomi, maksudnya setiap item pengungkapan tersebut ada dalam laporan tahunan perusahaan maka diberi skor 1, dan jika item pengungkapan tersebut tidak ada dalam laporan tahunan perusahaan maka diberi skor 0. Rumus perhitungan CSDI adalah sebagai berikut (Sembiring, 2005) :

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

Keterangan :

CSDI_j : *Corporate Social Responsibility Disclosure Indeks* perusahaan j

N_j : Jumlah item untuk perusaahn j, n_j = 79

X_{ij} : 1 = jika item I diungkapkan, 0 = jika item I tidak diungkapkan

Kesimpulannya, $0 < CSDI < 1$

Tabel 3.1. Variabel Bebas & Terikat (*Independent & Dependent Variable*)

Variabel Bebas	Definisi	Formulasi Pengukuran	Satuan
<i>Ukuran perusahaan (size) (X1)</i>	Melihat ukuran perusahaan melalui total aktiva yang dimiliki oleh perusahaan yang dapat dipergunakan untuk kegiatan operasi perusahaan. (Werner R. Murhadi, 2013)	$SIZE = \ln (\text{Total Aktiva Perusahaan})$	Rupiah
<i>Profitabilitas (X2)</i>	Untuk menunjukkan besarnya pendapatan bersih yang diperoleh perusahaan dari seluruh asset yang dimilikinya. (Husnan, 2001:339)	$ROA = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Aktiva}}$	Rasio (%)
<i>Leverage (X3)</i>	Untuk mengukur tingkat pinjaman dari keuangan berdasarkan perbandingan jumlah total hutang dibanding dengan modal sendiri. (Husnan dan Pudjiastuti, 2002:70)	$DER = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Ekuitas}}$	Rasio (%)
<i>Pengungkapan CSR (Y)</i>	Rata-rata pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan selama periode tertentu diukur dari jumlah tanggungjawab sosial yang	$CSDI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$	Indeks

Variabel Bebas	Definisi	Formula Pengukuran	Satuan
	diungkapkan oleh perusahaan dibagi total tanggungjawab sosial yang ada. (Sembiring, 2005)		

Sumber: Data diolah, 2018

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2015: 80), populasi adalah wilayah regenerasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari, kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI pada tahun 2013-2016 .

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2015:81), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *purposive sampling*. Kriteria pengambilan sampel yang akan diteliti sebagai berikut :

- a. Perusahaan manufaktur industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2013-2016. (K1)
- b. Perusahaan manufaktur industri barang konsumsi yang mempublikasikan laporan tahunan untuk publik selama periode 2013-2016. (K2)

- c. Perusahaan manufaktur industri barang konsumsi yang mempublikasikan pengungkapan sosial dan tersedia untuk publik dalam laporan tahunannya selama periode 2013-2016. (K3)
- d. Tersedia data ukuran perusahaan, ROA, dan DER dalam laporan keuangan perusahaan manufaktur industri barang konsumsi selama periode 2013-2016. (K4)
- e. Tidak mengalami kerugian selama periode penelitian.

Tabel 3.2. Daftar Populasi Penelitian

No	Nama Perusahaan	Kriteria Sampel					Sampel
		K1	K2	K3	K4	K5	
1	Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk, PT	√	√	√	√	√	√
2	Tri Banyan Tirta Tbk, PT	√	√	√	√	—	—
3	Campina Ice Cream Industri, Tbk	—	—	—	—	—	—
4	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk, PT	√	√	√	√	—	—
5	Sariguna Primatirta Tbk	—	—	—	—	—	—
6	Delta Djakarta Tbk, PT	√	√	√	√	√	√
7	Buyung Poetra Sembada Tbk, PT	—	—	—	—	—	—
8	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk, PT	√	√	√	√	√	√
9	Indofood Sukses Makmur Tbk, PT	√	√	√	√	√	√
10	Multi Bintang Indonesia Tbk, PT	√	√	√	√	√	√
11	Mayora Indah Tbk, PT	√	√	√	√	√	√
12	Prima Cakrawala Abadi Tbk	—	—	—	—	—	—
13	Prashida Aneka Niaga Tbk, PT	√	√	√	√	—	—
14	Nippon Indosari Corporindo	√	√	√	√	√	√
15	Sekar Bumi Tbk, PT	√	√	√	√	√	√
16	Sekar Laut Tbk, PT	√	√	√	√	√	√
17	Siantar Top Tbk, PT	√	√	√	√	—	—
18	Ultrajaya Milk Industry and trading Company Tbk, PT	√	√	√	√	√	√
19	Gudang Garam Tbk	√	√	√	√	√	√
20	Handjaya Mandala Sampoerna Tbk	√	√	√	√	—	—
21	Bentoe International Investama Tbk	√	√	√	√	—	—
22	Wisnilak Inti Makmur Tbk	√	√	√	√	√	√

No	Nama Perusahaan	Kriteria Sampel					Sampel
		K1	K2	K3	K4	K5	
23	Darya Varia Laboratoria Tbk	√	√	√	√	√	√
24	Indofarma (Persero) Tbk	√	√	√	√	—	—
25	Kimia Farma (Persero) Tbk	√	√	√	√	√	√
26	Kalbe Farma Tbk	√	√	√	√	√	√
27	Merck Indonesia Tbk	√	√	√	√	√	√
28	Pyridama Farma Tbk	√	√	√	√	√	√
29	Merck Sharp Dohme Pharma Tbk	√	√	√	√	—	—
30	Industri Jamu & Farmasi Sido Muncul Tbk	√	√	√	√	√	√
31	Taisho Pharmaceutical Indonesia Tbk	√	√	√	√	—	—
32	Tempo Scan Pasific Tbk	√	√	√	√	√	√
33	Akasha Wira International Tbk, PT	√	√	√	√	√	√
34	Kino Indonesia Tbk	—	—	—	—	—	—
35	Martino Berto Tbk	√	√	√	√	—	—
36	Mustika Ratu Tbk	√	√	√	√	—	—
37	Mandom Indonesia Tbk	√	√	√	√	√	√
38	Unilever Indonesia Tbk	√	√	√	√	√	√
39	Chitose International Tbk, PT	—	—	—	—	—	—
40	Kedaung Indah Can Tbk, PT	√	√	√	√	—	—
41	Langgeng Makmur Industry Tbk, PT	√	√	√	√	—	—
42	Integra Indocabinet Tbk, PT	—	—	—	—	—	—
TOTAL SAMPEL							22

Sumber: Data diolah, 2018 (www.idx.co.id)

E. Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh secara tidak langsung menggunakan media perantara. Data sekunder penelitian ini mengambil dari laporan keuangan tahunan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan Bank Indonesia selama periode yang diteliti dan diakses melalui website resmi, yaitu www.idx.co.id dan www.bi.go.id.

F. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan di dalam penelitian ini adalah metode studi dokumentasi, dengan mendapatkan data berupa laporan tahunan yang telah dikeluarkan oleh perusahaan pada periode tahun 2013 - 2016. Penelitian ini menggunakan data sekunder yaitu data yang tidak langsung didapat oleh peneliti, misalnya peneliti harus mencari melalui orang lain atau melalui dokumen (Sugiyono, 2015: 225). Data tersebut diperoleh melalui situs yang dimiliki oleh BEI, yakni www.idx.co.id.

G. Teknik Analisis Data

1. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif didefinisikan merupakan suatu metode dalam pengorganisasian dan menganalisis data kuantitatif, sehingga diperoleh gambaran yang teratur mengenai suatu kegiatan. Ukuran yang digunakan dalam deskripsi antara lain: frekuensi, tendensi sentral (*mean*, median dan modus), disperse (standar variasi dan varian) dan korelasi antara variabel penelitian. Ukuran yang digunakan dalam statistik deskriptif tergantung pada tipe skala pengukuran construct yang digunakan dalam penelitian (Ghozali, 2016:19).

2. Analisis Statistik Inferensial

Statistik inferensial sering juga disebut sebagai statistic induktif probabilitas yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi. Statistik inferensial (induktif) pada dasarnya dibagi

menjadi dua bagian yaitu uji hubungan dan uji beda (Santoso, 2010: 80). Untuk uji pengaruh dalam penelitian ini menggunakan regresi linear berganda dan uji hipotesis.

a. Uji Asumsi Klasik

Menurut Ghozali (2016:103), uji asumsi klasik bertujuan mengetahui dan menguji kelayakan atas model regresi yang digunakan dalam penelitian ini. Pengujian ini juga bertujuan untuk memastikan bahwa didalam model regresi yang digunakan bebas dari asumsi klasik yang terdiri dari uji autokorelasi, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas serta untuk memastikan bahwa data yang baik harus memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Adapun masing-masing pengujian tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan menguji a variabel bebas (X) dan data variabel terkait (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan. Model regresi yang baik adalah data yang berdistribusi normal atau mendekati normal. Dalam penelitian ini untuk mendeteksi apakah data berdistribusi normal atau tidak dengan menggunakan dua cara yaitu melalui analisis grafik dan analisis statistik (Ghozali, 2016:154). Pada penelitian ini uji normalitas yang digunakan adalah uji statistik *One Sample Kolmogorov Smirnov (K-S test)* dengan hipotesis adalah sebagai berikut:

Ho (Hipotesis Nol) : data residual berdistribusi normal

Ha (Hipotesis Alternatif) : data residual tidak berdistribusi normal

Dasar pengambilan keputusan dari *One Sample Kolmogorov Smirnov (K-S test)* dapat dilihat dari nilai *asymptotic significant (2-Tailed)* dengan kriteria :

- a) Nilai signifikansi < intensitas nyata (0,05) maka data tidak terdistribusi normal
- b) Nilai signifikansi > intensitas nyata (0,05) maka data terdistribusi normal

2) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya. Hal ini sering ditemukan pada data runtut waktu (*time series*) karena “gangguan” pada seseorang individu/kelompok cenderung mempengaruhi “gangguan” pada individu/kelompok yang sama pada periode berikutnya. (Ghozali, 2016:107). Salah satu ukuran menentukan ada tidaknya masalah autokorelasi dengan uji Durbin – Watson (DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika $0 < dw < dl$, maka terjadi autokorelasi positif
2. Jika $dl < dw < du$, maka ragu-ragu terjadi autokorelasi
3. Jika $4 - du < dw < du$, maka tidak terjadi autokorelasi
4. Jika $4 - du < dw < 4 - dl$, maka ragu-ragu terjadi autokorelasi
5. Jika $dw > 4 - dl$, maka terjadi autokorelasi

Nilai d_u dan nilai d_l dapat diperoleh dari table statistic Durbin Watson yang bergantung pada banyaknya observasi dan banyaknya variabel yang menjelaskan.

3) Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen (Ghozali, 2016:103). Ada tidaknya masalah multikolinieritas di dalam model regresi dapat dideteksi dengan melihat nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF) yang dihasilkan melalui pengolahan data dengan bantuan *software* SPSS. Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Dasar pengambilan keputusan pada uji multikolinieritas dapat dilakukan dengan dua cara yakni :

a) Melihat Nilai *Tolerance*

1. Jika nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10, maka mengindikasikan tidak terjadi multikolinieritas terhadap data yang diuji.
2. Jika nilai *tolerance* lebih kecil dari 0,10 maka mengindikasikan terjadi multikolinieritas terhadap data yang diuji.

b) Melihat Nilai VIF (*Variance Inflation Factor*)

1. Jika nilai VIF lebih kecil dari 10,00, maka mengindikasikan tidak terjadi multikolinieritas terhadap data yang diuji.

2. Jika nilai VIF lebih besar dari 10,00, maka mengindikasikan terjadi multikolinieritas terhadap data yang diuji.

4) Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghazali (2016:134), uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan kepengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di-studentized. Dasar untuk analisisnya sebagai berikut :

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

b. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini variabel independennya adalah ukuran perusahaan, profitabilitas dan leverage,

sedangkan untuk variabel dependennya adalah pengungkapan tanggung jawab sosial. Pengujian hipotesis analisis liner berganda yang dilakukan dengan bantuan SPSS 21.0 *for windows*. Persamaan untuk menguji hipotesis secara keseluruhan pada penelitian ini adalah sebagai berikut (Malhotra, 2006:513);

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3$$

Keterangan :

Y = Pengungkapan CSR

A = Konstanta

b_1, b_2, b_3 = Koefisian regresi

X1 = Ukuran perusahaan (*size*)

X2 = Profitabilitas

X3 = *Leverage*

c. Koefisian Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2016;95) koefisian determinasi (R^2) merupakan alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisian determinasi adalah anatar nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil atau mendekati nol berarti kemampuan variabel-variabel independen menjelaskan variasi variabel dependen terbatas. Dan jika nilai R^2 mendekati 1 berarti variabel-variabel independen member semua informasi yang dibutuhkan untuk memperedeksi variabel-variabel dependen.

d. Pengujian Hipotesis

1) Uji T (Uji Parsial)

Menurut Ghozali (2016:97) Uji statistik T digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh masing-masing variabel dalam menjelaskan variabel dependend. Dapat disimpulkan bahwa Uji T yang dilakukan pada penelitian ini bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh total aktiva, ROA, dan Der secara individual dalam menerangkan pengungkapan CSR. Uji T dapat dilakukan dengan mengamati nilai signifikan dari t hitung $<$ tingkat signifikan yang ditentukan ($\alpha = 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hipotesa nol (H_0) dan Hipotesa alternatifnya (H_a) yang hendak diuji adalah sebagai berikut :

- a. H_0 : Total Aktiva tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.
 H_a : Total Aktiva berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.
- b. H_0 : ROA tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.
 H_a : ROA berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.
- c. H_0 : DER tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.
 H_a : DER berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Uji T (uji parsial) pada penelitian ini ingin menguji hipotesis pertama, yaitu:

H1: Total aktiva berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

H2: ROA berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

H3: DER berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

2) Uji F (Uji Simultan)

Menurut Ghozali (2016:96) uji statistic F digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimaksudkan mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Uji statistic F ini dilakukan untuk menunjukkan apakah Total Aktiva, ROA, dan DER secara simultan merupakan penjelas yang signifikan terhadap pengungkapan CSR. Uji F dapat dilakukan dengan mengamati nilai signifikan F. Apabila tingkat signifikan dari F hitung < tingkat signifikan yang ditentukan ($\alpha = 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hipotesis nol (H_0) dan Hipotesis alternatifnya (H_a) yang hendak diuji adalah sebagai berikut :

- a. H_0 : Total Aktiva, ROA, dan DER tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.
- b. H_a : Total Aktiva, ROA, dan DER berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Uji F (uji Simultan) pada penelitian ini ingin menguji hipotesis kedua, yaitu:

H4: Total aktiva, ROA dan DER berpengaruh secara simultan terhadap pengungkapan CSR.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Profil Perusahaan

1. ADES (PT. Akasha Wira International Tbk)

PT. Akasha Wira International Tbk didirikan dengan nama PT. Alfindo Putra Setia di tahun 1985. Namun perseroan telah diubah beberapa kali, tahun 2004 ketika nama perseroan diubah menjadi PT. Ades Waters Indonesia Tbk. Untuk menghindari kesamaan nama dengan produk perusahaan PT. Ades Waters Indonesia Tbk (ADES) berubah nama menjadi PT. Akasha Wira International Tbk. Produk yang di produksi perseroan, meliputi air minum dalam kemasan, minuman ringan, industri produk roti dan kue, industri kembang gula lainnya, industri mie dan produk lainnya, industry barang kosmetik, serta termasuk pasta gigi, dan bisnis perdagangan besar.

2. AISA (PT. Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk)

PT Tiga Pilar Sejahtera berdiri tahun 1992 oleh Bapak Joko Morgoginta, Bapak Budhi Istanto dan Bapak Priyo Hadisutant. Kegiatan usaha Perseroan ini yaitu perdagangan, perindustrian, dan perkebunan yang bergerak dibidang usaha industri makanan, meliputi mie kering, mie instan, mie snack, bihun, *snack*, biscuit, permen; pengolahan dan distribusi beras serta perkebunan kelapa sawit. Tahun 2003 Perseroan terdaftar menjadi

perusahaan public dan berubah nama menjadi PT. Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan kode emiten AISA melalui proses backdoor listing dengan mengakuisisi PT. Asia Inti Selera yang merupakan produsen mie telur dengan merek dagang ayam 2 telur. Kantor Pemasaran terletak di Alun Graha 1st Floor Jl. Prof Dr. Soepomo, SH No. 233, Tebet, Jakarta Selatan, Indonesia, Sedangkan kantor manufaktur terletak di Jl. Raya Solo Sragen Km. 16 Desa Sepat, Masaran Sragen, Jawa Tengah, Indonesia.

3. DLTA (PT. Delta Djakarta Tbk)

PT. Delta Djakarta Tbk, pertama kali didirikan di Indonesia pada tahun 1932 sebagai perusahaan bir Jerman yang bernama “Archipel Brouwerij,NV”. Pada tahun 1984, PT. Delta Djakarta Tbk, menjadi salah satu perusahaan Indonesia pertama yang mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia. PT. Delta Djakarta memproduksi bir Pilsner dan Stout berkualitas terbaik yang dijual di pasar domestic Indonesia dengan merek dagang Anker Bir, Anker Stout, Carisberg, San Miguel Pale Pilsen, San Mig Light dan Kuda Putih. PT. Delta Djakarta juga memproduksi dan mengeksport bir Pilsner dengan merek dagang “Batavia”. Kantor pusat dan pabrik perusahaan terletak di Jl. Inspeksi Tarum Barat, Tambun, Bekasi Timur 17510.

4. DVLA (PT. Darya Varia Laboratoria Tbk)

PT. Darya Varia Laboratoria Tbk, adalah perusahaan farmasi yang telah lama berdiri di Indonesia, beroperasi sejak tahun 1976. Setelah menjadi

perusahaan terbuka pada tahun 1994, perseroan mengakuisisi PT. Pradja Pharin (Prafa) di tahun 1995 dan terus mengembangkan berbagai produk obat resep dan Consumer Health. Pada Juli 2014, Prafa menggabungkan diri (merger) dengan Darya Varia. Darya Varia mengoperasikan dua fasilitas manufaktur kelas dunia di Guning Putrid an Citeureuo, Bogor, Keduanya memiliki sertifikat Cara Pembuatan Obat yang Baik (CPOB).

5. GGRM (PT. Gudang Garam Tbk)

PT Gudang Garam Tbk. (GGRM) didirikan dengan nama PT Gudang Garam Tbk. pada tanggal 26 Juni 1958. PT Gudang Garam Tbk. berlokasi di Jl. Jendral Ahmad Yani No. 79, Jakarta. Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan PT Gudang Garam Tbk. (GGRM) bergerak dalam bidang usaha industri rokok. PT Gudang Garam Tbk. (GGRM) melakukan IPO untuk pertama kali pada 27 Agustus 1990 dengan jumlah saham beredar 1.924.088.000. Tercatat per Desember 2016 jumlah saham beredar . PT Gudang Garam Tbk. (GGRM) tetap sejumlah 1.924.088.000.

6. ICBP (PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk)

PT. Indofood CBP Sukses makmur Tbk, didirikan pada bulan September 2009 melalui proses restrukturisasi internal dari Grup Produk Konsumen Bermerek (CBP) PT. Indofood Sukses Makmur Tbk., ICBP telah

mencatatkan sahamnya di BEI sejak tanggal 7 Oktober 2010. Pada saat itu, Indofood tetap menjadi pemegang saham mayoritas ICBP dengan kepemilikan saham sekitar 80%. Oleh karenanya, ICBP tetap memiliki sinergi dengan perusahaan-perusahaan Indofood lainnya dalam meningkatkan keunggulan kompetitifnya. Saat ini kegiatan usaha ICBP terdiri dari mie instan, dairy, makanan ringan, penyedap makanan, nutrisi dan makanan khusus, dan minuman. Kantor pusat perusahaan terletak di Sudirman Plaza, Indofood Tower, 23 Floor, Jl. Jend. Sudirman Kav. 76-78, Jakarta 12910.

7. Indofood Sukses Makmur Tbk, PT

PT Indofood Sukses Makmur Tbk. (INDF) didirikan dengan nama PT Panganjaya Intikusuma pada tanggal 14 Agustus 1990 dan berganti nama menjadi PT Indofood Sukses Makmur Tbk. pada tahun 1971. PT Indofood Sukses Makmur Tbk. berlokasi di Jl. Jendral Sudirman Kav. 76-78, No. 17, Jakarta Selatan. Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan PT Indofood Sukses Makmur Tbk. (INDF) bergerak dalam bidang usaha pengolahan makanan dan minuman. Entitas anak perusahaan bergerak dalam industry pangan. PT Indofood Sukses Makmur Tbk. (INDF) melakukan IPO untuk pertama kali pada 14 Juli 1994 dengan jumlah saham beredar 763.000.000. Tercatat per Desember 2016 jumlah saham beredar PT Indofood Sukses Makmur Tbk. (INDF) mencapai 8.780.426.500.

8. KAEF (PT. Kimia Farma Tbk)

PT. Kimia Farma Tbk adalah perusahaan farmasi pertama di Indonesia yang didirikan oleh pemerintah Hindia Belanda tahun 1817. Nama perusahaan ini pada awalnya adalah NV Chemicalien Handle Rathkamp & Co. Berdasarkan kebijaksanaan nasionalisasi atas eks perusahaan Belanda di masa awal kemerdekaan, pada tahun 1958 pemerintah Republik Indonesia melakukan peleburan sejumlah perusahaan farmasi menjadi Perusahaan Negara Farmasi (PNF) Bhinneka Kimia Farma. Kemudian pada tahun 1971, bentuk badan hukum PNF diubah menjadi Perseroan Terbatas, sehingga nama perusahaan berubah menjadi PT. Kimia Farma Tbk.

9. KLBF (PT. Kalbe Farma Tbk)

Kalbe berdiri pada tahun 1966, melalui proses pertumbuhan organik dan penggabungan usaha & akuisisi, Kalbe telah tumbuh dan bertransformasi menjadi penyedia solusi kesehatan terintegrasi melalui 4 kelompok divisi usahanya: Divisi Obat resep (kontribusi 25%), Divisi Produk Kesehatan (kontribusi 17%), Divisi Nutrisi (kontribusi 26%), serta Divisi Distribusi dan Logistik (kontribusi 32%). Keempat divisi usaha ini mengelola portofolio obat resep dan obat bebas yang komprehensif, produk-produk minuman energi dan nutrisi, serta usaha distribusi yang menjangkau lebih dari satu juta outlet di seluruh kepulauan Indonesia, Di pasar Internasional, Perseroan telah hadir di Negara-negara ASEAN, Nigeria, dan Afrika Selatan, dan menjadi perusahaan

produk kesehatan nasional yang dapat bersaing di pasar ekspor. Kantor pusat Kalbe terletak di Gedung Kalbe Jl. Let. Jend. Suprpto Kav. 4 Cempaka Putih, Jakarta 10510, Indonesia dan pabrik Kalbe terletak di kawasan Industri Delta Silikon Jl. M.H. Thamrin Blok A3-1 Lippo Cikarang Bogor, Bekasi 17550.

10. MERCK (PT. Merck Indonesia Tbk)

PT, Merck Tbk adalah sebuah perusahaan manufaktur farmasi multinasional di Indonesia. Perseroan memiliki peran strategis bagi Grup Merck, yakni sebagai hub produksi untuk kawasan Asia Tenggara. Perusahaan induknya Merck KGaA, yang berkantor pusat di Darmstadt, Jerman, adalah sebuah perusahaan milik keluarga yang memiliki jaringan operasi di 66 negara serta didukung oleh 39.000 karyawan. Sebagai afiliasi dari Merck KGaA di Darmstadt, Jerman, Perseroan berkedudukan di Indonesia dan berlokasi di Jl. TB Simatupang No. 8, Pasar Rebo, Jakarta Timur, didirikan sebagai perusahaan penanaman modal asing (PMA) berdasarkan Undang-undang No. 1 tahun 1967. Pada tahun 1981, Perseroan terdaftar di Bursa Efek Jakarta dan mengumumkan statusnya sebagai perusahaan terbuka.

11. MLBI (PT. Multi Bintang Indonesia Tbk)

PT. Multi Bintang Indonesia Tbk didirikan 3 Juni 1929 dengan nama N.V. Nederlandsch Indische Bierbrouwerijen dan mulai beroperasi secara komersial pada tahun 1929. Kantor pusat MLBI berlokasi di Talavera Office Park Lantai 20, Jl. Let. Jend. TB Simatupang Kav. 22-26, Jakarta 12430, sedangkan pabrik berlokasi di jln. Daan Mogot Km. 19, Tangerang 15122 dan jl. Raya Mojosari – Pacet KM. 50, Sampang Agung, Jawa Timur. MLBI adalah bagian dari Grup Asia Pacific Breweries dan Heineken, dimana pemegang saham utama adalah Fraser & Neave Ltd. (Asia Pacific Breweries) dan Heineken N.V. (Heineken). Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan MLBI beroperasi dalam industry bir dan minuman lainnya.

12. MYOR (PT. Mayora Indah Tbk)

PT. Mayora Indah Tbk, didirikan pada tahun 1977 dengan pabrik pertama berlokasi di Tangerang dengan target market wilayah Jakarta dan sekitarnya. Setelah mampu memenuhi pasar Indonesia, Perseroan melakukan penawaran umum perdana dan menjadi perusahaan public pada tahun 1990 dengan target market, konsumen Asia. Saat ini produk Perseroan telah tersebar di 5 benua di dunia. Kegiatan usaha Perseroan diantaranya adalah dalam bidang industry. Saat ini, PT. Mayora Indah Tbk, dan entitas anak memproduksi dan secara umum mengklasifikasikan produk yang

dihasilkannya kedalam 6 (enam) divisi yang masing-masing menghasilkan produk berbeda namun terintegrasi, meliputi biscuit, kembang gula, wafer, coklat, kopi dan makanan kesehatan. Alamat perusahaan di Gedung Mayora, Jl. Tomang Raya 21-23, Jakarta Barat.

13. PYFA (PT. Pyridama Farma Tbk)

PT. Pyridama Farma Tbk, didirikan pada tanggal 27 November 1976 dibentuk oleh Ir. Sarkri Kosasih dengan kegiatan awal untuk memproduksi dan memasarkan obat-obatan untuk hewan. Pada tahun 1985, Perseroan mulai memproduksi produk farmasi yaitu obat-obatan untuk manusia dan pada tanggal 1 Februari 1993 PT. Pyridama Veteriner didirikan untuk memisahkan kegiatan produksi farmasi dari kegiatan produksi veteriner. Kantor pusat Perseroan terletak di Jalan Kemandoran VIII No. 16, Jakarta 12210, sedangkan fasilitas produksi berlokasi di Jl. Hanjavar, Pacet, Cianjur, Jawa Barat.

14. ROTI (PT. Nippon Indosari Corporindo)

PT. Nippon Indosari Corporindo berdiri pada tahun 1995 sebagai sebuah perusahaan Penanaman Modal Asing. Setahun kemudian Perseroan beroperasi secara komersil dengan memproduksi roti “ Sari Roti”. Saat ini Perseroan memiliki 8 pabrik yang terletak di Cikarang, Pasuruan, Semarang, Medan, Palembang, Makassar, Purwakarta, dan Cikande. Aneka ragam

produk yang diproduksi oleh Perseroan diantaranya Whirt Bread, Sweet Bread, Sandwich, Cake, dan Bread Crumb. Kantor Pusat terletak di Kawasan Industri MM 2100 Jl. Selayar blok A9 Desa Mekarwangi, Cikarang Barat, Bekasi 17530 – Jakarta Barat.

15. SIDO (PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk)

PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk didirikan tanggal 18 Maret 1975. Kantor pusat SIDO beralamat di Gedung Menara Suara Merdeka Lt. 16, Jl. Pandanaran No. 30 Semarang 50134 – Indonesia, dan pabrik berlokasi di Jl Soekarno Hatta Km 28, Kecamatan Berges, Kelpu, Semarang. Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan SIDO antara lain menjalankan usaha dalam bidang industri jamu yang meliputi industri obat-obatan (farmasi), jamu, kosmetika, minuman dan makanan yang berkaitan dengan kesehatan, perdagangan, pengangkutan darat dan jasa. Kegiatan utama Sido Muncul adalah produksi dan distribusi jamu herbal, minuman energy, minuman dan permen serta minuman kesehatan (dengan merek utama Sidomuncul Tolak Angin dan Kuku Bima)

16. SKBM (PT. Sekar Bumi Tbk)

Sekar Bumi pertama kali didirikan pada bulan April 1973 dengan keyakinan bahwa sumber daya Indonesia memiliki potensi yang sangat besar untuk ditawarkan kepada dunia. Slogan ‘Quality Food, Quality Life’ mewakili

usaha gigih Sekar Bumi untuk menjaga dan meningkatkan kualitas dalam setiap produk yang ditawarkannya. Saat ini Sekar Bumi memiliki 2 divisi usaha yaitu Hasil Laut Beku Nilai Tambah dan Makanan Olahan Beku. Hasil Laut Beku Nilai Tambah meliputi berbagai jenis produk makanan laut nilai tambah, seperti udang, ikan, cumi-cumi, dan banyak lainnya. Makanan Olahan Beku meliputi berbagai macam produk dim sum, udang berlapis tepung roti, bakso seafood, sosis, dan banyak lainnya. Selain itu, melalui anak perusahaannya, Sekar Bumi juga memproduksi pakan ikan, pakan udang, mete dan produk kacang lainnya. Kantor perusahaan terletak di Plaza Asia FL 2 Jl. Jend. Sudirman Kav. 59 South Jakarta – 12190 DKI Jakarta, Indonesia, sedangkan pabrik terletak di Jl. Jenggolo 2 No. 17 Sidoarjo, 61219 East Java, Indonesia.

17. SKLT (PT. Sekar Laut Tbk)

PT. Sekar Laut Tbk, adalah perusahaan yang bergerak dibidang industri, pertanian, perdagangan, dan pembangunan, khususnya dalam industri krupuk, saos dan bumbu masak. Proses produksi krupuk telah dilakukan oleh pendiri sejak tahun 1966 dimulai dari industry rumah tangga. Pada tahun 1976, PT. Sekar Laut didirikan dan produksinya mulai dikembangkan menggunakan merek FINNA. Pada tanggal 8 September 1993 terdaftar di BEI. Kantor pusat dan pabrik terletak di Jl. Jenggolo II/17, Sidoarjo 61219, Jawa timur.

18. TCID (PT. Mandom Indonesia Tbk)

PT. Mandom Indonesia berdiri dengan nama PT. Tancho Indonesia CO. Ltd pada tahun 1969 kemudian tahun 1993 mencatatkan seluruh saham di Bursa Efek Jakarta dan berubah nama menjadi PT. Tancho Indonesia Tbk, pada tahun 1997. Pada tahun 2001 berubah nama menjadi PT. Mandom Indonesia Tbk, dan diikuti dengan pergantian logo Perseroan. Kegiatan usaha utama yaitu pabrik untuk memproduksi berbagai rupa produk kosmetika, wangi-wangian, bahan pembersih/perbekalan kesehatan rumah tangga, kemasan plastic dan barang-barang dari plastic lainnya, selain itu bergerak di dalam bidang industri dan perdagangan. Adapun produk yang diproduksi antara lain dengan merek Gatsby, Pixy Base Makeup, Pucelle, dan Lalalife. Kantor pusat terletak di Jl. Yos Sudarso, By Pass PO BOX 1072, Jakarta 14010, Indonesia.

19. TSPC (PT. Tempo Scan Pasific Tbk)

PT. Tempo Scan Pacific Tbk, dan entitas anaknya merupakan bagian dari kelompok usaha swasta nasional Grup Tempo yang telah memulai usaha perdagangan produk farmasi sejak tahun 1953. PT. Tempo Scan Pacific Tbk, dibentuk melalui proses restrukturisasi pada tahun 1991 dan semula bernama PT. Scanchemie yang pada tahun 1970 melalui kegiatan produksi komersial produk farmasi dalam skala besar. Sering perjalanan waktu , Perseroan

melalui entitas anaknya memproduksi produk kosmetika dan produk konsumen sejak tahun 1977 dan tahun 1995 Perseroan menjadi perusahaan public. Kantor pusat berlokasi di Tempo Scan Tower, lantai 16, Jl. H.R. Rasuna Said Kav. 3-4, Jakarta 12950, Indonesia.

20. ULTJ (PT. Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk)

PT. Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk didirikan tanggal 2 November 1971 dan mulai beroperasi secara komersial pada awal tahun 1974. Perusahaan memiliki kantor pusat dan pabrik yang berlokasi di Jl. Raya Cimareme 131 Padalarang Kabupaten Bandung 40552. Berdasarkan anggaran dasar perusahaan, ruang lingkup kegiatan perusahaan bergerak dalam bidang industri makanan dan minuman. Dibidang minuman perusahaan memproduksi rupa-rupa jenis minuman cair seperti susu cair, sari buah, the, minuman tradisional dan minuman kesehatan, yang diolah dengan teknologi UHT dan dikemas dalam kemasan karton aseptik. Di bidang makanan perusahaan memproduksi susu kental manis, susu bubuk, dan konsentrat nua-buahan tropis.

21. UNVR (PT. Unilever Indonesia Tbk)

PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) didirikan dengan Lever Zeepfabrieken N.V. pada tanggal 5 Desember 1933. Pada 22 Juli 1980, nama perusahaan diubah menjadi PT Lever Brothers Indonesia dan pada 30 Juni

1997, nama perusahaan diubah menjadi PT Unilever Indonesia Tbk. Perusahaan ini berlokasi di Graha Unilever, Jl. Jendral Gatot Subroto Kav.15, Jakarta. Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) bergerak dalam bidang usaha produk *home and personal care* serta *foods & ice cream*. Entitas anak perusahaan bergerak dalam bidang usaha pengolahan bahan makanan kecap saus cabe dan lainnya, dan bidang distribusi serta ekspor dan impor barang. PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) melakukan IPO untuk pertama kali pada 19 Januari 1982 dengan jumlah saham beredar 9.200.000. Tercatat per Desember 2016 jumlah saham beredar PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) mencapai 7.630.000.000.

22. WIIM (PT. Wismilak Inti Makmur Tbk)

PT. Wismilak Inti Makmur Tbk, merupakan industri rokok terkemuka di Indonesia yang didirikan oleh Lie Koen Lie, Tjioe Ing Hien, Tjioe Ing Hwa, Oei Bian Hok dan Sie Po Nio pada tahun 1963. Pada 18 Desember 2012, Wismilak menjadi perusahaan terbuka. Pada akhir 2014, Wismilak memiliki 3 anak perusahaan, 5 pabrik, 19 kantor cabang, 5 stock point, 5 merek sigaret kretek tangan, 3 merek sigaret kretek mesin dan mempekerjakan lebih dari 4000 karyawan. Bidang usahanya mencakup produksi bumbu rokok, filter dan kelengkapan rokok lainnya; pemasaran dan penjualan produk rokok dan kelengkapannya; serta penyertaan pada produsen rokok kretek.

B. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif pada penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan variabel Total Aktiva, *Return on Assets*, *Debt to Equity Ratio* dan pengungkapan CSR tanpa bermaksud membuat kesimpulan secara umum. Perhitungan yang digunakan pada analisis statistik deskriptif dalam penelitian ini yaitu nilai maksimum, nilai minimum, dan nilai rata-rata yang bertujuan untuk mempermudah pendeskripsian atau penggambaran data dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan 88 data dari masing-masing variabel yang diperoleh dari jumlah sampel penelitian yang menggunakan data tahunan periode 2013-2016. Berikut hasil analisis statistik deskriptif dari sampel penelitian selama masa pengamatan.

1. Total Aktiva

Total Aktiva merupakan jumlah seluruh Aktiva (assets) yang dimiliki oleh perusahaan. Tabel 4.1. merupakan Total Aktiva perusahaan setiap tahunnya.

Tabel 4.1. Ukuran Persahaan (Total Aktiva) Tahun 2013-2016

No.	Kode	Total Aktiva (Rp dalam Jutaan)							
		2013	2014	2015	2016	Min	Max	Mean	Stad-dev
1	ADES	441.064	502.990	653.224	767.479	441.064	767.479	620.589	165.636,56
2	AISA	5.020.824	7.373.868	9.060.980	9.254.539	5.020.824	9.254.539	7.677.553	1.962.242,7
3	DLTA	872.682	997.443	1.038.322	1.197.797	872.682	1.197.797	1.026.561	134.147,55
4	DVLA	1.195.106	1.241.239	1.376.278	1.531.365	1.195.106	1.531.365	1.335.997	151.239,95
5	GGRM	50.770.251	58.234.278	63.505.413	62.951.634	50.770.251	63.505.413	58.865.394	5.892.276,9
6	ICBP	21.410.300	25.029.500	26.560.600	28.901.900	21.410.300	28.901.900	25.475.575	3.143.375,4
7	INDF	77.777.900	86.077.200	91.831.500	82.174.500	77.777.900	91.831.500	84.465.275	5.967.361,4
8	KAEF	2.471.940	3.012.779	3.434.879	4.612.563	2.471.940	4.612.563	3.383.040	909.507,29
9	KLBF	11.319.399	12.439.267	13.696.417	15.226.009	11.319.399	15.226.009	13.170.273	1.679.581,5
10	MERK	699.478	711.056	641.647	743.935	641.647	743.935	699.029	42.638,375
11	MLBI	1.782.148	2.231.051	2.100.853	2.275.038	1.782.148	2.275.038	2.097.273	222.720,7
12	MYOR	9.712.969	10.297.997	11.342.716	12.922.422	9.712.969	12.922.422	11.069.026	1.407.522,6
13	PYFA	175.049	172.557	159.951	167.063	159.951	175.049	168.655	6.693,3529
14	ROTI	1.822.689	2.142.894	2.706.324	2.919.641	1.822.689	2.919.641	2.397.887	504.392,3
15	SIDO	2.955.458	2.820.273	2.796.111	2.987.614	2.796.111	2.987.614	2.889.864	95.725,593
16	SKBM	500.000	652.980	764.480	1.001.660	500.000	764.480	639.153	132.781,02
17	SKLT	304.000	336.900	377.100	568.200	304.000	568.200	396.550	118.273,2
18	TCID	1.473.920	1.863.680	2.082.097	2.185.101	1.473.920	2.185.101	1.901.200	314.801,23
19	TSPC	5.417.060	5.609.557	6.284.729	6.585.807	5.417.060	6.585.807	5.974.288	551.924,16
20	ULTJ	2.812.056	2.918.134	3.539.997	4.239.200	2.812.056	4.239.200	3.377.347	658.198,58
21	UNVR	12.704.000	14.281.000	15.730.000	16.746.000	12.704.000	16.746.000	14.865.250	1.760.432
22	WIIM	1.232.930	1.334.545	1.342.700	1.353.634	1.232.930	1.353.634	1.315.952	55.897,945
Minimum		175.049	172.557	159.951	167.063				
Maximum		77.777.900	86.077.200	91.831.500	82.174.500				
Mean		9.675.965	11.418.009	11.864.833	12.395.783				
Stad-dev		18.898.592	21.545.016	22.692.836	21.454.758				
g(%)			112,87%	122,62%	122,75%				

Keterangan

g : Indeks pertumbuhan (*growth*)

Berdasarkan Tabel 4.1. menunjukkan ukuran perusahaan yang diprosikan dengan total aktiva perusahaan periode 2013-2016. Data pada tabel menunjukkan nilai minimum total aktiva tahun 2013 sebesar Rp.

175.049.000.000, tahun 2014 sebesar Rp 172.557.000.000, tahun 2015 sebesar Rp 159.951.000.000, dan pada tahun 2016 sebesar Rp 167.063.000.000. Nilai maksimum yang diperoleh pada tahun 2013 adalah Rp 77.777.900.000.000, tahun 2014 sebesar Rp 86.077.200.000.000, tahun 2015 sebesar Rp 91.831.500.000.000, dan pada tahun 2016 sebesar Rp 82.174.500.000.000. Rata-rata ukuran perusahaan pada tahun 2013 sebesar Rp 9.675.964.680.000, tahun 2014 sebesar Rp 10.921.872.180.000, tahun 2015 sebesar Rp 11.864.832.640.000, dan pada tahun 2016 sebesar Rp 11.877.868.230.000. Standar deviasi lebih besar dari rata-rata menunjukkan sebaran dari variabel data yang besar atau bervariasi dari rasio total aktiva terendah dan tertinggi.

Melihat dari indeks pertumbuhannya diketahui bahwa tiap tahun total aktiva mengalami peningkatan/pertumbuhan. Total aktiva pada tahun 2014 memiliki indeks pertumbuhan sebesar 112,87%, ini dihitung dengan patokan tahun 2013 sebagai indeks dasar. Dua tahun berikutnya, yakni tahun 2015 dan 2016 masing-masing mengalami pertumbuhan sebesar 122,62% dan 122,75%. ini menunjukkan bahwa perolehan aktiva yang dimiliki perusahaan mengalami peningkatan tiap tahunnya.

2. ROA (*Return on Assets*)

ROA merupakan rasio yang menunjukkan hasil atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. ROA diukur dari laba bersih perusahaan dibagi

dengan total akiva dan ditampilkan dalam persentase. Tabel 4.2. merupakan ROA tahunan perusahaan.

Tabel 4.2. Profitabilitas (ROA) Tahun 2013-2016

No.	Kode Perusahaan	ROA (%)							
		2013	2014	2015	2016	Min	Max	Mean	Stad-Dev
1	ADES	13	6	5	7	5	13	7,75	3,593976
2	AISA	6,92	5,13	4,12	7,77	4,12	7,77	5,985	1,660291
3	DLTA	30,3	28,33	18,34	21,18	18,34	30,3	24,5375	5,694186
4	DVLA	6,5	6,5	7,8	9,9	6,5	9,9	7,675	1,60494
5	GGRM	8,6	9,3	10,2	10,6	8,6	10,6	9,675	0,899537
6	ICBP	11,5	11,1	11,3	13,1	11,1	13,1	11,75	0,914695
7	INDF	5	6,4	4,2	6,1	4,2	6,4	5,425	1,014479
8	KAEF	8,68	8,49	7,61	5,8	5,8	8,68	7,645	1,315358
9	KLBF	16,96	16,61	14,63	15,1	14,63	16,96	15,825	1,134034
10	MERK	25,17	25,62	22,22	20,68	20,68	25,62	23,4225	2,369956
11	MLBI	50	35	34	43	34	50	40,5	7,505553
12	MYOR	10	4	11	11	4	11	9	3,366502
13	PYFA	3,54	1,54	1,93	3,08	1,54	3,54	2,5225	0,942068
14	ROTI	8,66	8,8	10	9,58	8,66	10	9,26	0,638122
15	SIDO	13,77	14,77	15,66	15,79	13,77	15,79	14,9975	0,935499
16	SKBM	11,65	13,15	5,28	2,11	2,11	13,15	8,0475	5,225785
17	SKLT	3,8	5,1	5,3	3,6	3,6	5,3	4,45	0,873689
18	TCID	10,2	9,4	26,2	7,4	7,4	26,2	13,3	8,680246
19	TSPC	11,72	10,36	8,31	8,14	8,14	11,72	9,6325	1,718863
20	ULTJ	11,56	9,7	14,78	16,74	9,7	16,74	13,195	3,160564
21	UNVR	44,5	43,9	39	39,4	39	44,5	41,7	2,901724
22	WIIM	10,89	8,8	9,8	7,9	7,9	10,89	9,3475	1,28829
Minimum		3,54	1,54	1,93	2,11				
Maximum		50	43,9	39	43				
Mean		14,67818	13,09091	13,03091	12,95318				
Stad-Dev		12,27899	10,74447	9,738069	10,53162				
g(%)			89,66%	89,05%	88,87%				

Keterangan

g : Indeks pertumbuhan (*growth*)

Berdasarkan Tabel 4.2. menunjukkan nilai rata-rata perusahaan periode 2013-2016. Nilai rata-rata perusahaan sampel mengalami penurunan dari tahun ke tahun. Hal ini dapat dilihat dari nilai rata-rata pada tahun 2014 sebesar 13,64%, menurun dibandingkan tahun sebelumnya yang memiliki nilai rata-rata sebesar 15,21%. Penurunan pun terjadi pada tahun 2015 yang memiliki nilai rata-rata lebih kecil dari tahun 2014, serta tahun 2016 yang memiliki nilai rata-rata lebih kecil dari tahun 2015. Standar deviasi lebih kecil dari rata-rata menunjukkan sebaran dari variabel data yang kecil atau tidak adanya kesenjangan yang cukup besar dari rasio ROA terendah dan tertinggi. Dapat dilihat pada tahun 2013 standar deviasi yang lebih kecil yaitu 13,82059 dengan nilai rata-ratanya 15,21909, tahun 2014 standar deviasi yang lebih kecil yaitu 12,57006 dengan nilai rata-ratanya 13,64545, tahun 2015 standar deviasi yang lebih kecil yaitu 11,3703 dengan nilai rata-ratanya 11,3703, dan , tahun 2016 standar deviasi yang lebih kecil yaitu 12,24204 dengan nilai rata-ratanya 13,52591.

Nilai pertumbuhan perusahaannya selaras dengan nilai rata-rata perusahaan, tiap tahunnya yang selalu mengalami penurunan. Tahun 2014 indeks pertumbuhan sebesar 89,66%, lalu pada tahun 2015 mengalami penurunan lagi menjadi 89,05%, tahun 2016 kembali mengalami penurunan hingga angka 88,87%. Kondisi ini menunjukkan bahwa profit perusahaan rata-rata mengalami penurunan, ini dapat dilihat melalui indeks pertumbuhannya.

3. DER (*Debt Equity Ratio*)

Debt Equity Ratio (DER) merupakan persentase dari perbandingan total hutang dengan modal perusahaan. Tabel 4.3. merupakan *Debt Equity Ratio* (DER) tahunan perusahaan.

Tabel 4.3. Leverage (DER) Tahun 2013-2016

No.	Kode Perusahaan	DER (%)							
		2013	2014	2015	2016	Min	Max	Mean	Stad-Dev
1	ADES	66,57	72,17	98,92	99,66	67	99	84,5	17,44515
2	AISA	113	106	128	117	106	128	116	9,201449
3	DLTA	30,08	31,49	22,29	18,39	18	31	25,25	6,291529
4	DVLA	28	31	41	42	28	42	35,5	7,047458
5	GGRM	72,6	75,8	67,1	59,1	59	75	68,25	6,994045
6	ICBP	67	72	62	56	56	72	64,25	6,849574
7	INDF	111	114	113	87	87	114	106,25	12,8938
8	KAEF	52,7	76,02	67,02	103,07	52	103	74,5	21,42429
9	KLBF	33,49	27,39	25,21	22,14	22	33	26,75	4,645787
10	MERK	36	30,64	35	27,67	28	36	32,5	3,696846
11	MLBI	80	303	135	177	80	303	183,5	91,51503
12	MYOR	150	153	118	106	106	153	131,75	23,35773
13	PYFA	56	77,72	58,02	58,34	58	85	69,5	13,67479
14	ROTI	135	125	128	102	102	135	122,5	14,29452
15	SIDO	13,07	7,43	7,61	8,32	7.3	10.3	8,8	1,290994
16	SKBM	158	112	122	172	112	172	141	28,58904
17	SKLT	127	127,5	145,4	91,9	91	145	122,5	22,6495
18	TCID	27	48,8	21,4	22,5	21	48	29,5	12,60952
19	TSPC	41,23	37,42	44,9	42,08	37	44	41	2,94392
20	ULTJ	39	28,37	26,54	21,49	21	39	28,5	7,593857
21	UNVR	212,3	200,9	225,9	256	200	256	223,25	24,10221
22	WIIM	60	57,67	42,27	36,57	37	60	49,25	11,47098
Minimum		13,07	7,43	7,61	8,32				
Maximum		212,3	303	225,9	256				
Mean		77,68	87,06	78,84	78,46				
Stad-Dev		52,540	67,835	54,609	61,844				
g(%)			112,06%	101,49%	101,00%				

Keterangan

g : Indeks pertumbuhan (*growth*)

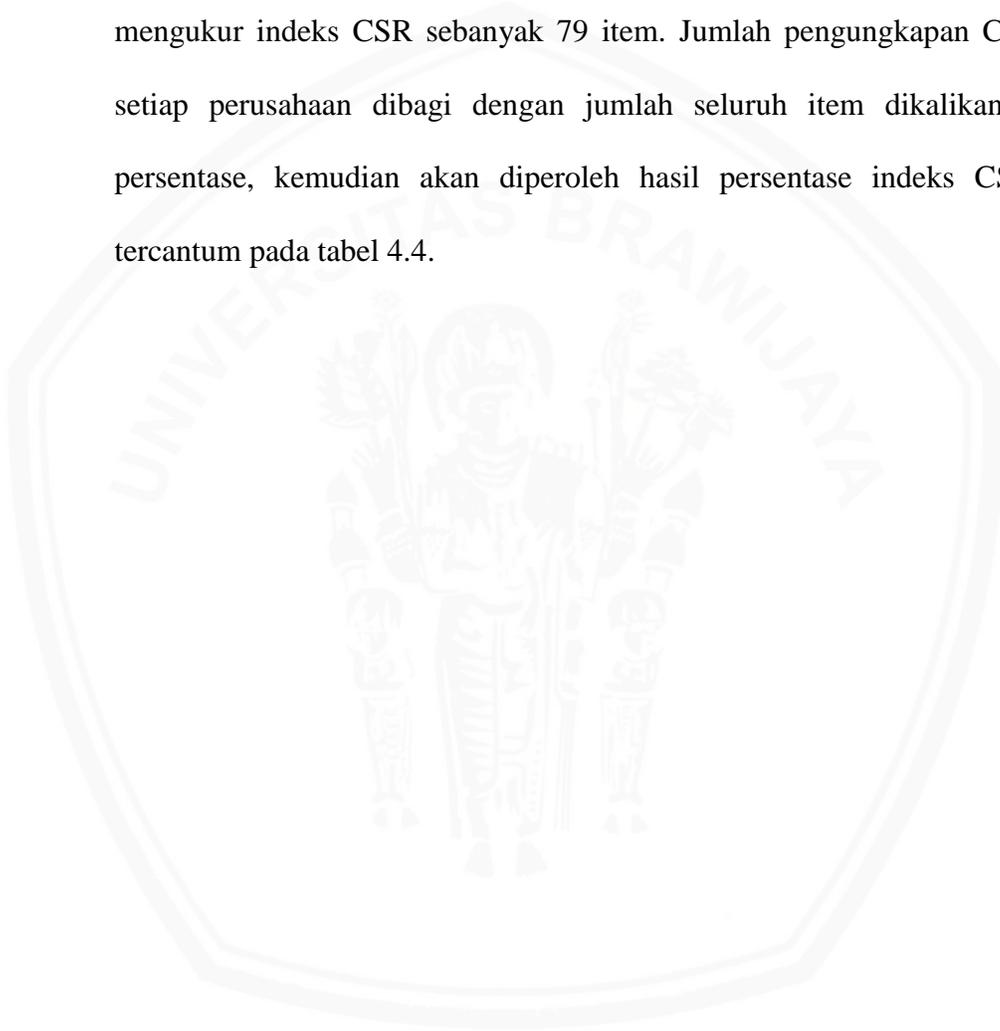
Berdasarkan Tabel 4.3. dilihat dari nilai rata-rata, DER setiap tahunnya mengalami peningkatan dan penurunan. Ini terlihat pada periode 2014 mengalami peningkatan secara nilai rata-rata sebesar 87,06 dibandingkan tahun 2013 sebesar 77,68. Namun pada tahun 2015 DER mengalami penurunan menjadi 78,84 dan 78,46 pada tahun 2016. Angka ini menunjukkan seberapa besar perusahaan dibiayai dengan menggunakan hutang. Rata-rata ditunjukkan berada pada kisaran 77,68 hingga 87,06. Standar deviasi lebih kecil dari rata-rata menunjukkan sebaran dari variabel data yang kecil atau tidak adanya kesenjangan yang cukup besar dari rasio DER terendah dan tertinggi. Dapat dilihat pada tahun 2013 standar deviasi yang lebih kecil yaitu 52,540 dengan nilai rata-ratanya 77,680, tahun 2014 standar deviasi yang lebih kecil yaitu 67,835 dengan nilai rata-ratanya 87,06, tahun 2015 standar deviasi yang lebih kecil yaitu 54,609 dengan nilai rata-ratanya 78,84, dan , tahun 2016 standar deviasi yang lebih kecil yaitu 61,844 dengan nilai rata-ratanya 78,46.

Indeks pertumbuhan *leverage* yang diproksikan menggunakan DER tiap tahunnya mengalami penurunan. Tahun 2014 indeks pertumbuhan sebesar 112,06%, lalu pada tahun 2015 menurun sampai 101,49%. pada tahun 2016 kembali menurun pada angka 101%. Berdasarkan perhitungan DER serta indeks pertumbuhannya, diketahui bahwa tiap tahun modal sendiri yang

dimiliki oleh perusahaan manufaktur industry barang konsumsi mampu mengurangi utang yang dimilikinya.

4. Pengungkapan CSR

Jumlah item pengungkapan CSR yang digunakan sebagai alat untuk mengukur indeks CSR sebanyak 79 item. Jumlah pengungkapan CSR pada setiap perusahaan dibagi dengan jumlah seluruh item dikalikan dengan persentase, kemudian akan diperoleh hasil persentase indeks CSR yang tercantum pada tabel 4.4.



Tabel 4.4. Indeks CSR Perusahaan Tahun 2013-2016

No	Kode Perusahaan	Xij				Nij	Indeks Tanggung Jawab Sosial			
		2013	2014	2015	2016		2013	2014	2015	2016
1	ADES	6	11	11	11	79	7,59%	11,39%	11,39%	11,39%
2	AISA	8	7	14	15	79	10,12%	8,86%	17,72%	18,98%
3	DLTA	2	7	9	11	79	2,53%	8,86%	11,39%	11,39%
4	DVLA	4	5	8	9	79	5,06%	6,32%	10,12%	11,39%
5	GGRM	10	10	11	13	79	12,65%	12,65%	11,39%	16,45%
6	ICBP	22	22	23	23	79	27,84%	27,84%	29,11%	29,11%
7	INDF	20	20	23	20	79	25,31%	25,31%	29,11%	25,31%
8	KAEF	12	11	19	22	79	15,18%	11,39%	24,05%	27,84%
9	KLBF	22	23	20	23	79	27,84%	29,11%	25,31%	29,11%
10	MERK	3	3	3	7	79	3,79%	3,79%	3,79%	8,86%
11	MLBI	7	9	11	11	79	8,86%	11,39%	11,39%	11,39%
12	MYOR	8	9	9	14	79	10,12%	11,39%	11,39%	17,72%
13	PYFA	3	3	4	4	79	3,79%	3,79%	5,06%	5,06%
14	ROTI	10	10	9	13	79	12,65%	12,65%	11,39%	16,45%
15	SIDO	8	16	17	18	79	10,12%	20,25%	21,51%	22,78%
16	SKBM	7	8	7	5	79	8,86%	10,12%	8,86%	6,32%
17	SKLT	3	3	4	5	79	3,79%	3,79%	5,06%	6,32%
18	TCID	14	15	18	14	79	17,72%	18,98%	22,78%	17,72%
19	TSPC	4	4	4	4	79	5,06%	5,06%	5,06%	5,06%
20	ULTJ	9	9	10	10	79	11,39%	11,39%	12,65%	12,65%
21	UNVR	18	18	23	24	79	22,78%	22,78%	29,11%	30,37%
22	WIIM	12	15	17	17	79	15,18%	18,98%	21,51%	21,51%
Min		2	3	3	4					
Max		22	23	23	24					
Mean		9,63	10,81	12,45	13,31					
g (%)			112,26%	129,24%	138,20%					

Sumber: Data diolah penulis, 2018

Keterangan:

- Xij : Jumlah item CSR perusahaan sampel
 Nij : Jumlah item yang diharapkan untuk perusahaan j
 g : Indeks pertumbuhan (*growth*)

Berdasarkan tabel 4.4. menunjukkan bahwa pada periode tahun 2013 memiliki rata-rata pengungkapan CSR sebesar 9,63 dengan persentase 12,19%. rata-rata tersebut menunjukkan pengungkapan CSR sampel yang dilakukan dalam jangka waktu satu tahun. Periode tahun 2014 rata-ratanya sebesar 10,81 dengan persentase 13,46%, tahun 2015 sebesar 12,45 dengan persentase 15,42% dan tahun 2016 rata-rata pengungkapan CSR sebesar 13,31 dengan persentase 16,51%.

Tabel 10 juga menunjukkan kisaran pengungkapan CSR sampel periode 2013-2016. ADES memiliki pengungkapan CSR berada pada kisaran 6 sampai 11 atau 7,59%-11,39%. AISA memiliki kisaran pengungkapan CSR sebesar 7 sampai 15 atau 10,12%-18,89%. Pengungkapan CSR yang dilakukan DLTA berada pada kisaran 2 sampai 11 atau 2,53%-11,39%. DVLA memiliki pengungkapan CSR berada pada kisaran 4 sampai 9 atau 5,06%-11,39%. GGRM memiliki pengungkapan CSR berada pada kisaran 10 sampai 13 atau 12,65%-16,45%. Pengungkapan CSR ICBP berada pada kisaran 22 sampai 23 atau 27,84%-19,11%. INDF memiliki pengungkapan CSR berada pada kisaran 20 sampai 23 atau 25.31-29.11%..

KAEF memiliki pengungkapan CSR berada pada kisaran 11 sampai 22 atau 11,39%-27,84%. KLBF memiliki pengungkapan CSR berada pada kisaran 20 sampai 23 atau 25,31%-29,11%. MERK memiliki pengungkapan CSR 3 sampai 7 atau 3,79%-8,86%. Pengungkapan CSR yang dilakukan

MLBI berada pada kisaran 7 sampai 11 atau 8,86%-11,39%. MYOR memiliki pengungkapan CSR berada pada kisaran 8 sampai 14 atau 10,12%-17,72%. Pengungkapan CSR oleh PYFA berada pada kisaran 3 sampai 4 atau 3,79%-5,06%. ROTI memiliki pengungkapan CSR berada pada kisaran 9 sampai 13 atau 11,39%-16,45%. SIDO memiliki pengungkapan CSR berada pada kisaran 8 sampai 18 atau 10,12%-22,78%.

SKBM memiliki pengungkapan CSR berada pada kisaran 5 sampai 8 atau 6,31%-10,12%. Pengungkapan CSR oleh SKLT berada pada kisaran 3 sampai 5 atau 3,79%-6,32%. TCID memiliki pengungkapan CSR berada pada kisaran 14 sampai 18 atau 17,72%-22,78%. TSPC memiliki pengungkapan CSR pada kisaran 4 atau 5,06%. Pengungkapan CSR yang dilakukan ULTIJ berada pada kisaran 9 sampai 10 atau 11,39%-12,65%. UNVR memiliki pengungkapan CSR berada pada kisaran 18 sampai 24 atau 22,78%-30,37%. WIIM memiliki pengungkapan CSR berada pada kisaran 12 sampai 17 atau 15,18%-21,51%.

Nilai minimum yang ditunjukkan pada tabel 8 berada pada kisaran 2 sampai 4, sedangkan nilai maksimumnya berada pada kisaran 22 sampai 24. Melihat dari indeks pertumbuhannya, dapat disimpulkan bahwa pengungkapan CSR dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Tahun 2013 dijadikan sebagai indeks dasar untuk menghitung tingkat pertumbuhan di tahun 2014. Tahun 2014 indeks pertumbuhan pengungkapan CSR sebesar

112,26%. Pengungkapan CSR pada tahun 2015 dan 2016 juga mengalami peningkatan yaitu sebesar 129,24% dan 138,20%.

C. Analisis Statistik Inferensial

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk menghasilkan regresi linier berganda yang baik. (Ghozali, 2016: 101) Pengujian ini dilakukan dengan aplikasi SPSS (*Statistic Package for the Social Sciens*) 21.0 for windows.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan pengujian yang digunakan untuk mengetahui apakah nilai residual telah terdistribusi secara normal atau tidak. (Ghozali, 2016: 154) Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan menggunakan Kolmogorov-Smirnov Test yaitu dengan membandingkan nilai signifikansi atau *asymptotic significance (2-tailed)* dengan intensitas nyata atau *alpha* yang telah ditentukan di awal yaitu 0,05. Dasar pengambilan keputusan berdasarkan uji Kolmogorov-Smirnov Test adalah sebagai berikut:

- a) Nilai signifikansi < intensitas nyata (0,05) maka data tidak terdistribusi normal
- b) Nilai signifikansi > intensitas nyata (0,05) maka data terdistribusi normal

Berdasarkan hasil uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov Test yang tertera pada lampiran maka dapat disimpulkan hasil uji Kolmogorov-Smirnov Test pada Tabel 4.5. adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		88
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	6,03802097
Most Extreme Differences	Absolute	,065
	Positive	,061
	Negative	-,065
Kolmogorov-Smirnov Z		,605
Asymp. Sig. (2-tailed)		,857

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber Data: Diolah penulis, 2018

Hasil yang ditunjukkan pada tabel 4.5. menunjukkan bahwa nilai signifikansi atau *asymptotic significance (2-tailed)* > intensitas nyata (0,05). Hal tersebut ditunjukkan dengan nilai signifikansi atau *asymptotic significance (2-tailed)* sebesar 0,857 dan intensitas nyata sebesar 0,05. Berdasarkan hasil tersebut asumsi normalitas dapat dipenuhi sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh data telah terdistribusi secara normal.

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan suatu pengujian yang digunakan untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik adalah data yang menunjukkan tidak adanya multikolinearitas (Ghozali, 2016: 103). Adanya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai tolerance dan variance inflation (VIF). Apabila nilai tolerance $< 0,1$ dan nilai VIF > 10 maka terjadi multikolinearitas, sebaliknya jika nilai tolerance $> 0,1$ dan VIF < 10 , maka tidak terjadi multikolinearitas. Berdasarkan hasil uji multikolinearitas yang tertera pada lampiran maka dapat disimpulkan hasil uji multikolinearitas pada Tabel 4.6. adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1		
	(Constant)	
	Ln_Total Aktiva	,976
	ROA	,865
	DER	,859
		1,025
		1,155
		1,164

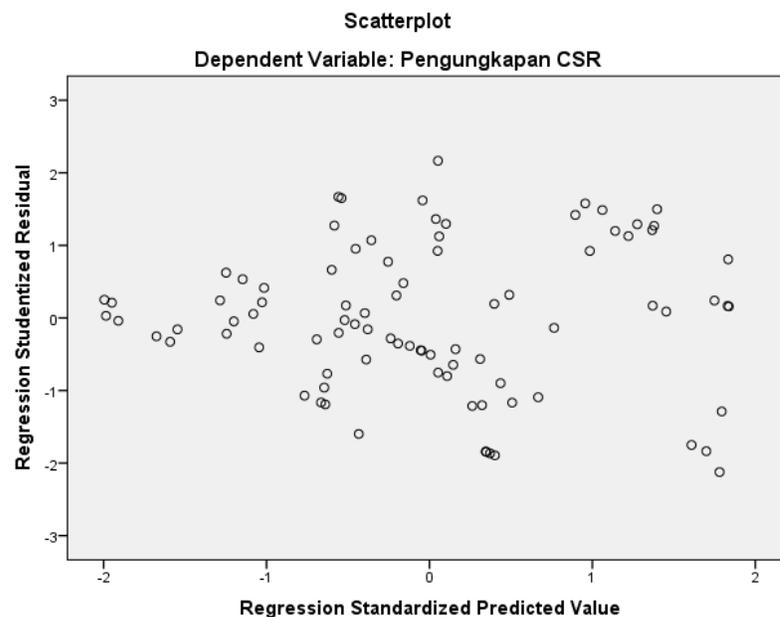
a. Dependent Variable: Pengungkapan CSR
Sumber: Data diolah penulis, 2018

Pada tabel 4.6. dapat dilihat bahwa dari hasil uji multikolinearitas tidak ada variabel independen yang memiliki nilai tolerance kurang dari 0,10 (nilai *tolerance* berkisar antara 0,859 sampai 0,976). Hasil nilai VIF juga menunjukkan tidak ada yang lebih dari 10 (nilai VIF berkisar 1,025 sampai

1,164). Dari nilai tolerance dan VIF tersebut dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen.

d. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas merupakan pengujian yang digunakan untuk membuktikan apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Penelitian ini melakukan Uji heterokedastisitas dengan menggunakan grafik *scatterplot*. Berdasarkan hasil uji heterokedastisitas yang tertera pada lampiran maka dapat disimpulkan hasil uji heterokedastisitas pada Gambar 4 adalah sebagai berikut:



Gambar 3. Hasil Uji Heterokedastisitas

Sumber: Data diolah penulis, 2018

Pada Gambar 4 dapat diketahui bahwa data dari masing-masing variabel dependen tersebut terlihat penyebaran titik-titik secara acak dan penyebaran titik-titik tersebut tidak memiliki pola tertentu. Titik-titik tersebut menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi penelitian ini tidak terjadi heterokedastisitas.

e. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi meruakan pengujian yang digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi linier terdapat korelasi antara variabel pengganggu pada periode tdengan variabel pengganggu pada periode t-1. Uji autokorelasi pada penelitian ini dilakukan melalui uji Durbin Watson (dW) dengan melihat besaran yang tertera pada tabel Durbin Watson. Berdasarkan hasil uji autokorelasi yang tertera pada lampiran maka dapat disimpulkan hasil Uji autokorelasi pada Tabel 4.7. adalah sebagai berikut:

Tabel. 4.7. Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,669 ^a	,447	,427	6,14490	1,841

a. Predictors: (Constant), DER, Ln_Total Aktiva, ROA

b. Dependent Variable: Pengungkapan CSR

Sumber: Data diolah penulis, 2018

Pada Tabel 4.7. hasil uji autokorelasi menghasilkan Durbin Watson (dW) statistik sebesar 1,841, dengan jumlah data observasi (n) sebanyak 88. Variabel independen (k') dalam penelitian ini adalah tiga, sehingga berdasarkan tabel Durbin Watson diperoleh dU sebesar 1,726 dengan batas bawah (dL) sebesar 1,589. Hasil Uji Autokorelasi menunjukkan nilai Durbin Watson pada penelitian ini membuktikan bahwa model regresi yang digunakan tidak terjadi autokorelasi baik positif maupun negatif karena nilai Durbin Watson 1,841 lebih dari nilai dU (1,726) dan kurang dari 2,274 (4-dU).

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen yaitu Total Aktiva, *Return on Assets* (ROA) dan *Debt to equity ratio* (DER) terhadap Pengungkapan CSR. Analisis regresi linier berganda dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS 21.0 *for windows*. Berdasarkan hasil Uji Regresi Linier Berganda yang tertera pada lampiran maka dapat disimpulkan hasil Uji Regresi Linier Berganda pada Tabel 4.8. adalah sebagai berikut:

Tabel 4.8. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a				
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
	B	Std. Error	Beta	
	(Constant)	-35,809	6,239	
1	Ln_Total Aktiva	3,310	,419	,648
	ROA	,093	,057	,141
	DER	-,008	,012	-,059

a. Dependent Variable: Pengungkapan CSR
 Sumber: Data diolah penulis, 2018

Dari Tabel 4.8. dapat diperoleh hasil analisis regresi linier berganda yang terbentuk adalah sebagai berikut:

$$Y = 0,648 X_1 + 0,141 X_2 + (-0,059) X_3$$

Dimana:

Y = Pengungkapan CSR

X1 = Total Aktiva

X2 = *Return on Assets* (ROA)

X3 = *Debt Equity Ratio* (DER)

a. Total Aktiva (X_1)

Nilai koefisien variabel Total Aktiva (X_1) sebesar 0,648. Koefisien Total Aktiva positif berarti hubungan yang terjadi antara Total Aktiva dan pengungkapan CSR bersifat positif. Hal tersebut menjelaskan bahwa jika Total Aktiva mengalami kenaikan sebesar 1 satuan, maka pengungkapan CSR

mengalami peningkatan sebesar 0,648 satuan dengan asumsi variabel lainnya konstan.

b. ROA (X_2)

Nilai koefisien variabel ROA (X_2) sebesar 0,141. Koefisien ROA (X_2) bernilai positif berarti hubungan yang terjadi antara ROA dan pengungkapan CSR bersifat positif. Hal tersebut menjelaskan bahwa jika ROA mengalami kenaikan sebesar 1 satuan, maka pengungkapan CSR mengalami peningkatan sebesar 0,141 satuan dengan asumsi variabel lainnya konstan.

c. DER (X_3)

Nilai koefisien variabel DER (X_3) sebesar (-0,059). Koefisien DER (X_3) bernilai negatif berarti hubungan yang terjadi antara DER dan pengungkapan CSR bersifat negatif. Hal tersebut menjelaskan bahwa jika DER mengalami kenaikan sebesar 1 satuan, maka pengungkapan CSR mengalami penurunan sebesar (-0,059) satuan dengan asumsi variabel lainnya konstan.

3. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian Koefisien Determinasi dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui sampai seberapa jauh variabel independen (*Total Aktiva*, *Return on Assets* dan *Debt to equity ratio*) yang digunakan dalam persamaan regresi mampu menjelaskan variabel dependen. Berdasarkan hasil uji Koefisien

Determinasi yang tertera pada lampiran maka dapat disimpulkan hasil uji Koefisien Determinasi pada Tabel 4.9. adalah sebagai berikut:

Tabel 4.9. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,669 ^a	,447	,427	6,14490

a. Predictors: (Constant), DER, Ln_Total Aktiva, ROA

b. Dependent Variable: Pengungkapan CSR

Sumber: Data diolah penulis, 2018

Pada Tabel 4.9. didapatkan hasil Uji Koefisien Determinasi yaitu Adjusted R Square sebesar 0,427. Hal ini berarti variabel dependen (Pengungkapan CSR) saham biasa dipengaruhi variabel independen (Total Aktiva, *Return on Assets* dan *Debt to equity ratio*) sebesar 42,7% sedangkan sisanya 57,3% pengungkapan CSR dipengaruhi oleh faktor-faktor atau variabel independen lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

4. Uji Hipotesis

a. Uji T

Uji T digunakan untuk menguji apakah variabel Total Aktiva, ROA dan DER yang digunakan dalam penelitian ini memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel Pengungkapan CSR. Uji T pada penelitian ini dilakukan dengan membandingkan nilai dari T_{hitung} dengan T_{tabel} . Jika nilai

T_{hitung} lebih besar dari T_{tabel} , maka H_0 ditolak dan menerima H_a . Selain itu, Uji T dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi dengan alpha sebesar 0,05. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari tingkat signifikansi (alpha) 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Berdasarkan hasil Uji T yang tertera pada lampiran maka dapat disimpulkan hasil Ujit pada Tabel 4.11. adalah sebagai berikut:

Tabel 4.11. Hasil Uji T

Model	Coefficients ^a					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-35,809	6,239		-5,740	,000
	Ln_Total Aktiva	3,310	,419	,648	7,893	,000
	ROA	,093	,057	,141	1,616	,110
	DER	-,008	,012	-,059	-,676	,501

a. Dependent Variable: Pengungkapan CSR
Sumber: Data diolah penulis, 2018

Pada Tabel 4.11. hasil Uji T dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan Tabel 4.11. didapatkan besarnya T_{hitung} untuk variabel Total Aktiva adalah sebesar 7,893 dengan nilai signifikansi 0,000. Hasil tersebut menunjukkan $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($7,417 > 1,992$). Hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut:

H_0 = Total Aktiva tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR.

H_a = Total Aktiva berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR.

Dilihat dari signifikansinya, nilai signifikansi Total Aktiva lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya Total Aktiva berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

2) Berdasarkan Tabel 4.11. didapatkan besarnya T_{hitung} untuk variabel *Return on Assets* (ROA) adalah sebesar 1,056 dengan nilai signifikansi 0,294. Hasil tersebut menunjukkan $T_{hitung} < T_{table}$ ($1,616 < 1,992$). Hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut:

H_0 = *Return on Assets* (ROA) tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR.

H_a = *Return on Assets* (ROA) berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR.

Dilihat dari signifikansinya, nilai signifikansi *Return on Assets* (ROA) lebih besar dari 0,05 ($0,110 > 0,05$) sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a ditolak dan H_0 diterima yang artinya *Return on Assets* (ROA) tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR.

3) Berdasarkan Tabel 4.11. didapatkan besarnya T_{hitung} untuk variabel *Debt to equity ratio* (DER) adalah sebesar 2,096 dengan nilai signifikansi 0,039. Hasil tersebut menunjukkan $T_{hitung} < T_{table}$ ($-0,676 < 1,992$). Hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut:

H_0 = *Debt to equity ratio* (DER) tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR.

$H_a = \text{Debt to equity ratio (DER)}$ berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR.

Dilihat dari signifikansinya, nilai signifikansi *Debt to equity ratio* (DER) lebih besar dari 0,05 ($0,501 > 0,05$) sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a ditolak dan H_o diterima yang artinya *Debt to equity ratio* (DER) tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

b. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji apakah secara simultan variabel Total Aktiva, ROA dan DER yang digunakan dalam penelitian ini berpengaruh signifikan terhadap variabel pengungkapan CSR. Hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut:

- 1) $H_o = \text{Total Aktiva, ROA dan DER}$ tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR.
- 2) $H_a = \text{Total Aktiva, ROA dan DER}$ berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR.

Uji F dilakukan dengan membandingkan nilai dari F_{hitung} dengan F_{tabel} . Jika nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} , maka H_o ditolak dan menerima H_a . Selain itu, Uji F dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi dengan alpha sebesar 0,05. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari tingkat signifikansi (alpha) 0,05 maka H_o ditolak dan H_a diterima. Berdasarkan hasil Uji F yang

tertera pada lampiran maka dapat disimpulkan hasil Uji F pada Tabel 4.10. adalah sebagai berikut:

Tabel 4.10. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2564,809	3	854,936	22,641	,000 ^b
	Residual	3171,820	84	37,760		
	Total	5736,628	87			

a. Dependent Variable: Pengungkapan CSR

b. Predictors: (Constant), DER, Ln_Total Aktiva, ROA

Sumber: Data diolah penulis, 2018

Pada Tabel 4.10. menunjukkan bahwa hasil perhitungan F_{hitung} sebesar 25,193, sedangkan nilai F_{tabel} yang didapatkan dari *table F* ($\alpha = 0,05$, df regresi = 3, df residual = 88) sebesar 2,71. Dari perhitungan menunjukkan bahwa F_{hitung} lebih besar daripada F_{tabel} ($22,641 > 2,71$) dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari α ($0,000 < 0,05$), sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya Total Aktiva, *Return on Assets* dan *Debt to equity ratio* berpengaruh secara simultan terhadap pengungkapan CSR.

D. Analisis dan Interpretasi

1. Hasil Pengujian Hipotesis 1 (Pengaruh Total Aktiva terhadap Pengungkapan CSR)

Berdasarkan hasil uji hipotesis dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa variabel Total Aktiva dinyatakan berpengaruh terhadap pengungkapan

CSR pada perusahaan manufaktur industri barang konsumsi periode 2013-2016. Hasil uji hipotesis ini ditunjukkan dengan signifikansi Total Aktiva sebesar 0,000 yang lebih kecil dari tingkat signifikansi (α) 0,05 yang telah ditentukan dalam penelitian ini. Dapat disimpulkan bahwa Total Aktiva memiliki hubungan positif dan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR, artinya apabila Total Aktiva perusahaan semakin besar maka pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan akan lebih luas. Dapat dilihat juga melalui statistik deskriptif sebelumnya, rata-rata pada total aktiva dari tahun 2013-2016 selalu mengalami peningkatan, hal ini searah positif dengan rata-rata pengungkapan tanggung jawab sosial yang juga meningkat dari tahun 2013-2016.

Hasil penelitian ini sesuai dan konsisten dengan penelitian Sembiring (2005), Fahrizqi (2010), Yulfaida (2012), Purnama (2014) dan Worotikan (2015) yang menyatakan bahwa Total Aktiva berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Namun, tidak sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Arya (2016), yang menyatakan bahwa Total Aktiva tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan teori *stakeholder* yang menjelaskan perusahaan dengan ukuran perusahaan yang besar cenderung mendapat sorotan dan tekanan dari masyarakat akibat *negative externalities* yang timbul serta ketimpangan sosial yang terjadi (Harahap, 2002 dalam Nor Hadi 2011: 93)

2. Hasil Pengujian Hipotesis 2 (Pengaruh ROA terhadap Pengungkapan CSR)

Berdasarkan hasil uji hipotesis dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa variabel ROA dinyatakan memiliki hubungan positif dan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur industri barang konsumsi periode 2013-2016. Hasil uji hipotesis ini ditunjukkan dengan signifikansi ROA sebesar 0,110 yang lebih besar dari tingkat signifikansi (α) 0,05 yang telah ditentukan dalam penelitian ini. Dapat disimpulkan bahwa ROA tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Tidak adanya pengaruh yang signifikan ini mengindikasikan bahwa tinggi rendahnya ROA tidak berdampak signifikan pada pengungkapan CSR.

Hasil penelitian ini, tidak sesuai dengan hasil penelitian Fahrizqi (2010), Purnama (2014), Worotikan (2015) dan Arya (2016) yang menyatakan bahwa ROA berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Namun, sesuai dan konsisten dengan penelitian Sembiring (2005) dan Yulfaida (2012) yang menyatakan bahwa ROA tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori legitimasi (O'Donovan: 2000 dalam Nor Hadi 2011: 87) yang menjelaskan hubungan positif antara variabel ROA dengan pengungkapan CSR, saat perusahaan menghasilkan profit yang tinggi, masyarakat tentu menginginkan perusahaan menjalankan usahanya

sesuai dengan sistem nilai yang ada di masyarakat dan mendorong perusahaan untuk melakukan tanggung jawab sosial. Akan tetapi dalam penelitian ini, pengaruh antar variabel ROA dengan pengungkapan CSR tidak begitu signifikan. Hal ini diduga berdasarkan analisis deskriptif dari rata-rata tiap tahunnya, pada tahun 2013 menuju tahun 2014 ROA mengalami penurunan. Pada tahun 2015 mengalami penurunan dari 2014, begitu pun pada tahun 2016 yang memiliki rata-rata lebih kecil dari tahun 2015. Apabila kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba tidak baik atau tidak dapat menghasilkan laba yang tinggi, maka perusahaan tidak akan mendapat perhatian lebih dari masyarakat.

3. Hasil Pengujian Hipotesis 3 (Pengaruh DER terhadap Pengungkapan CSR)

Berdasarkan hasil uji hipotesis dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa variable DER dinyatakan memiliki hubungan negatif dan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur industri barang konsumsi periode 2013-2016. Hasil uji hipotesis ini ditunjukkan dengan signifikansi DER sebesar 0,501 yang lebih besar dari tingkat signifikansi (α) 0,05 yang telah ditentukan dalam penelitian ini. Dapat disimpulkan bahwa DER tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Tidak adanya pengaruh yang signifikan ini mengindikasikan bahwa tinggi rendahnya hutang perusahaan yang diperoleh

perusahaan dilihat dari rasio *leverage* tidak berdampak pada pengungkapan CSR. Dapat dilihat juga melalui statistik deskriptif sebelumnya, rata-rata pada DER dari tahun 2014-2016 selalu mengalami penurunan, hal ini searah negatif dengan rata-rata pengungkapan tanggung jawab sosial yang mengalami peningkatan pada tahun 2014-2016.

Hasil penelitian ini, tidak sesuai dengan hasil penelitian Purnama (2014), Worotikan (2015) dan Arya (2016) yang menyatakan bahwa DER berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Namun, sesuai dan konsisten dengan penelitian Sembiring (2005), Fahrizqi (2010) dan Yulfaida (2012) yang menyatakan bahwa DER tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat Kokubu *et.al.*, dalam penelitiannya di Jepang (Sembiring, 2005), yang menyatakan bahwa perusahaan Jepang secara tradisional mempunyai hubungan yang baik dengan bank, walaupun mempunyai suatu derajat ketergantungan yang tinggi pada hutang.

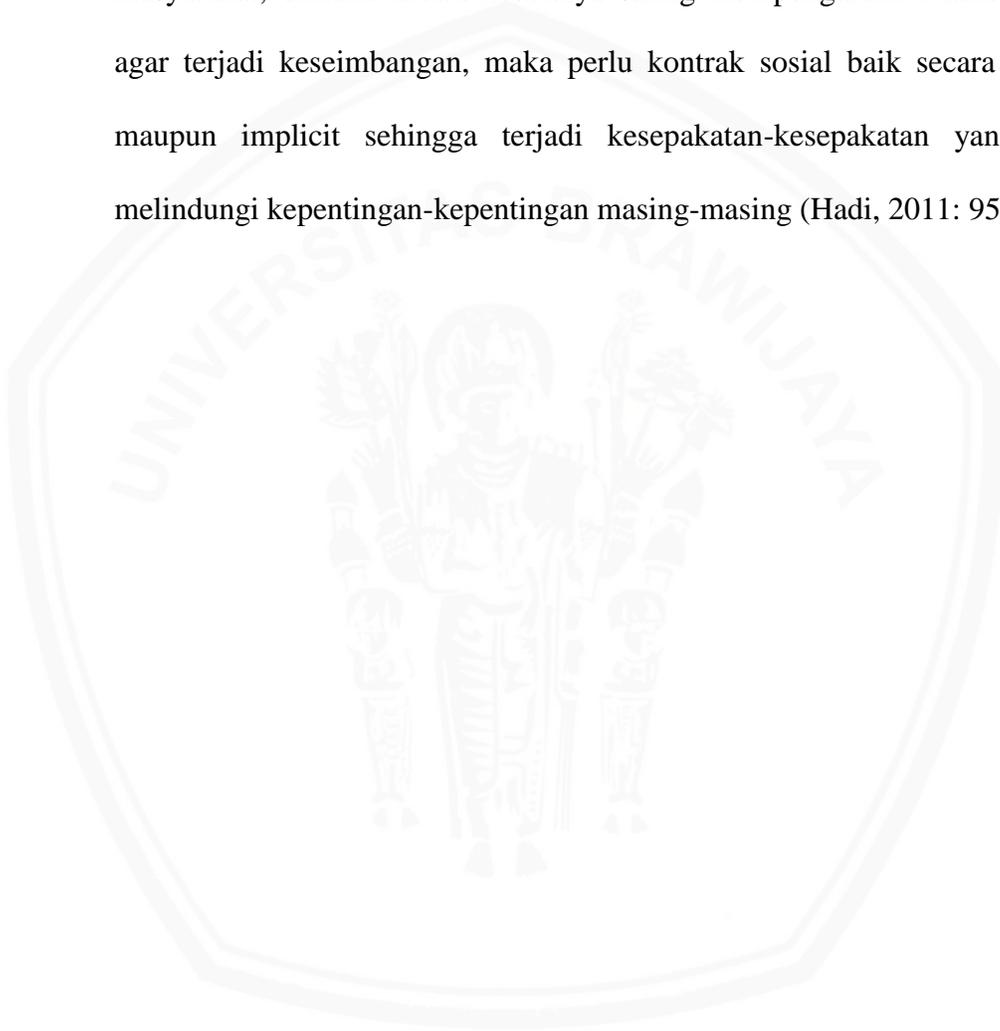
Di Indonesia, derajat ketergantungan perusahaan terhadap hutang juga terjadi. Hal ini tercermin dengan deskripsi sebelumnya yang menunjukkan bahwa 45% (10 perusahaan) sampel mempunyai rasio hutang terhadap modal sendiri lebih dari satu. Ini dapat diinterpretasikan bahwa hampir 50% perusahaan di Indonesia mempunyai hutang yang lebih besar dari modalnya sendiri. Tanpa hubungan yang baik dengan para *debtholders*, maka

berdasarkan teori agensi (Eisenhardt: 1989 dalam Luayyi 2010), hal ini akan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Hasil ini sesuai dengan hasil penelitian Sembiring (2005) yang menemukan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

4. Hasil Pengujian Hipotesis 4 (Pengaruh Total Aktiva, ROA dan DER terhadap Pengungkapan CSR)

Berdasarkan hasil uji hipotesis dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa variabel Total Aktiva, ROA dan DER dinyatakan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur industri barang konsumsi periode 2013-2016. Hasil uji hipotesis ini ditunjukkan dengan signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari tingkat signifikansi (α) 0,05 yang telah ditentukan dalam penelitian ini. Besarnya pengaruh variabel independen (Total Aktiva, ROA dan DER) terhadap pengungkapan CSR juga ditunjukkan dari hasil dari koefisien determinasi yaitu *adjusted R square* sebesar sebesar 42,7% sedangkan sisanya 57,3% pengungkapan CSR dipengaruhi oleh faktor-faktor atau variabel independen lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini sesuai dan konsisten dengan penelitian Sembiring (2005) dan Worotikan (2015) yang menyatakan bahwa secara simultan Total aktiva, ROA, dan DER dinyatakan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Berdasarkan teori kontrak sosial perusahaan yang merupakan kelompok orang yang memiliki kesamaan tujuan dan bersama-sama berusaha mencapai tujuan tersebut adalah bagian dari masyarakat dalam lingkungan yang lebih besar. Keberadaannya sangat ditentukan oleh masyarakat, dimana antara keduanya saling mempengaruhi. Maka dari itu, agar terjadi keseimbangan, maka perlu kontrak sosial baik secara eksplisit maupun implicit sehingga terjadi kesepakatan-kesepakatan yang saling melindungi kepentingan-kepentingan masing-masing (Hadi, 2011: 95)



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh Total Aktiva, *Return on Assets (ROA)*, dan *Debt Equity Ratio (DER)* terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur industri barang konsumsi yang tercatat di bursa efek Indonesia periode 2013-2016 dengan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Total Aktiva berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan CSR. Sesuai dengan hasil uji t dimana nilai t signifikansi sebesar $0.000 < \text{nilai } t$ yang ditentukan yaitu sebesar 0.05. Hasil ini juga didukung oleh hasil penelitian Yulfaida (2012) dan Worotikan (2015) yang menyatakan bahwa Total Aktiva berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan CSR. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan teori stakeholder yang menjelaskan perusahaan dengan ukuran perusahaan yang besar cenderung mendapat sorotan dan tekanan dari masyarakat akibat *negative externalities* yang timbul serta ketimpangan sosial yang terjadi (Harahap, 2002 dalam Hadi 2011: 93)
2. ROA tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Sesuai dengan hasil uji t dimana nilai t signifikansi sebesar $0.110 > \text{nilai } t$ yang ditentukan yaitu sebesar 0.05. Hasil ini konsisten dengan penelitian Sembiring (2005) dan Yulfaida (2012) yang menyatakan bahwa ROA tidak berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan CSR. Hal ini diduga dari analisis deskriptif rata-rata ROA perusahaan selalu mengalami penurunan

tiap tahunnya. Apabila kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba tidak baik atau tidak dapat menghasilkan laba yang tinggi, maka perusahaan tidak akan mendapat perhatian lebih dari masyarakat.

3. DER tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Sesuai dengan hasil uji t dimana nilai t signifikansi sebesar $0.501 >$ nilai t yang ditentukan yaitu sebesar 0.05. Hasil ini juga didukung oleh hasil penelitian Sembiring (2005), Fahrizqi (2010) dan Yulfaida (2012) yang menyatakan bahwa DER tidak berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan CSR. Hal ini diduga perusahaan-perusahaan mempunyai hubungan yang baik dengan *debtholder*, sehingga DER tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.
4. Secara simultan Total Aktiva, ROA dan DER berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan CSR. Sesuai dengan hasil uji F dimana nilai F signifikansi sebesar $0.000 <$ nilai signifikansi ditentukan yaitu sebesar 0.05, sehingga dapat disimpulkan Total Aktiva, ROA dan DER berpengaruh positif signifikan secara simultan terhadap Pengungkapan CSR. Hasil dari koefisien determinasi yaitu *adjusted R square* juga menunjukkan bahwa sebesar variabel independen yang digunakan pada penelitian ini berpengaruh 42.7% terhadap Pengungkapan CSR 57.3% Pengungkapan CSR dipengaruhi oleh faktor-faktor atau variabel independen lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

B. Saran

1. Secara Akademisi

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian ini, peneliti ingin memberikan saran terkait dengan hasil penelitian agar dijadikan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya dan diharapkan dalam penelitian selanjutnya dapat menggunakan alat indikator, variabel dan tahun penelitian yang berbeda. Apabila dalam penelitian ini menggunakan *checklist* sebagai item untuk mengukur pengungkapan CSR, maka peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan indikator yang berbeda, contohnya: pedoman GRI sehingga dapat terjadi keberagaman penelitian. Selain itu dapat menambah variabel independen terkait pengungkapan CSR, karena masih ada variabel lain, contohnya: ukuran dewan komisaris, pengungkapan media, dll diluar dari penelitian ini yang bisa digunakan sebagai faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah periode penelitian sehingga penelitian yang dilakukan dapat lebih baik.

2. Secara Praktisi

a. Bagi perusahaan

- Bagi manajemen perusahaan diharapkan lebih terbuka dalam mengungkapkan kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan tanggung jawab sosial dalam laporan tahunannya.
- Bagi perusahaan supaya lebih memperhatikan lingkungan sosialnya, mengingat antara perusahaan dan masyarakat saling memiliki kepentingan. Perilaku perusahaan yang mengabaikan

pertanggungjawaban sosialnya akan merugikan perusahaan itu sendiri.

b. Bagi investor

Investor dan calon investor perusahaan berkategori *high profile* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia agar lebih seksama dan juga memperhatikan aspek *Corporate Social Responsibility* perusahaan sebagai pertimbangan dalam melakukan investasi.

c. Bagi Pemerintah

Pemerintah perlu mendorong setiap perusahaan di Indonesia untuk melakukan praktik dan pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) demi terciptanya pembangunan berkelanjutan di Indonesia, salah satu caranya adalah dengan menetapkan kebijakan/regulasi yang jelas dan tegas mengenai praktik dan pengungkapan CSR. Pemerintah harus menetapkan ketentuan hukum, kesepakatan, konvensi ataupun standar internasional yang berlaku, agar perusahaan benar-benar menerapkan praktik Corporate Social Responsibility (CSR) tersebut dengan baik

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Hadi, Nor. 2011. Corporate Social Responsibility. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Husnan, Suad. 2001. Manajemen Keuangan Teori Dan Penerapan (Keputusan Jangka Pendek) Buku 2 Edisi 4 Cetakan Pertama. Yogyakarta: BPFE.
- Husnan, Suad dan Pudjiastuti, Enny. 2002. Dasar-dasar Teori Portofolio dan Analisis Sekuritas. Edisi Ketiga. Yogyakarta: AMP YKPN.
- IAI. Pedoman Standar Akuntansi Keuangan (PSAK). Rev. 2004. Jakarta: Salemba Empat
- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 21. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Munawir. 2004. Analisa Laporan Keuangan. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- PROPER. Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan 2015.
<http://proper.menlh.go.id/portal/pubpdf/PUBLIKASI%20PROPER%202015.pdf> diakses pada bulan November 2018
- Radyati, M.N. 2008. Third Sector Organisation Governance in Indonesia: Regulations, Initiatives and Models.
- Silalahi, Ulber. (2010). Metode Penelitian Sosial. Jakarta: Refika Aditama.
- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Sunyoto, Danang. 2011. Praktik SPSS Untuk Kasus, Cetakan I. Yogyakarta: Nuha Medika.
- Tampubolon, Manahan P. 2005. Manajemen Keuangan. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Undang-undang Republik Indonesia Nomer 40 tahun 2007 Perseroan Terbatas. 6 Juli 2007. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007. Jakarta.
- Wahyudi, isa dan Azheri, Busyra. 2011. Corporate Social Responsibility, prinsip, pengaturan dan implementasi. Malang: Malang in-trans.
- Wibisono, Yusuf. 2007. Konsep Corporate Social Responsibility. Gresik: Foscho

Jurnal :

- Arya, Bustan, H. Mohammad Kholiq Mahfud. 2016. "Pengaruh Size, Profitabilitas Leverage Dan Umur Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan". Diponegoro Journal Of Management. Volume 5 Nomor 2, Tahun 2016, Halaman 1-14

- Andreas, Hans Hananto, Usil Sis Sucahyo & Delima Elisabeth. 2015. *Corporate Social Responsibility Dan Profitabilitas*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis - Universitas Kristen SatyaWacana. Jurnal Manajemen, Vol.15, No.1, November 2015
- Fahrizqi, Anggara. 2010. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Laporan Tahunan Perusahaan". Jurnal Universitas Diponegoro.
- Luayyi, Sri. 2010. Teori Keagenan Dan Manajemen Laba dari Sudut Pandang Etika Manajer. Jurnal. Malang: FE Universitas Brawijaya. 199-216
- Marzully Nur Denies Priantinah. 2012. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility di Indonesia". Jurnal. Universitas Negeri Yogyakarta. Jurnal Nominal / Volume I Nomor I / Tahun 2012
- Purnama, Anastasia Indah Ayu. 2014. "Pengaruh *Size*, Profitabilitas, Leverage Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR Disclosure) Dalam Laporan Tahunan Perusahaan Manufaktur Pada Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2013". E-Journal S1 Ak Universitas Pendidikan Ganesha.
- Salman dan Gudono, 2009. Hubungan Komponen Sistem Pengendalian Manajemen (Quality Goal, Quality Feedback, dan Quality Incentive) terhadap Kinerja Kualitas dan Konsekuensi terhadap Kinerja Keuangan. Prosiding Simposium Nasional Akuntansi IX, Padang.
- Sari, Intan Purnama. 2018. *Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Profitabilitas Perusahaan (Pada Perusahaan Manufaktur Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016)*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lampung.
- Sari, Rizkia Anggita. 2012. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. Universitas Negeri Yogyakarta. Jurnal Nominal / Volume I Nomor I / Tahun 2012
- Sembiring, E. R. 2005. "Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Studi Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta". Simposium Nasional Akuntansi 8. Solo.
- Siregar dan dahlia, D. 2008. "Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)". Skripsi. Program S1 Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. Semarang.

repository.ub.ac.id

Untari, Lisna, 2010, *Effect on Company Characteristics Corporate Social Responsibility Disclosure in Corporate Annual Report of Consumption Listed in Indonesian Stock Exchange*, Jurnal Universitas Gunadarma.

Veronica, Theodora Martina, Drs. Agus Sumin, Mm. (2010). *The Effect Of Company Characteristic On Disclosure Of Social Responsibility In Mining Corporate Sector Listed In Indonesia Stock Exchange*. Jurnal Akuntansi Keuangan, Vol.12 No.1.2010.

Worotikan, Evelyn Jessica. 2015. "Analisa Pengaruh Ukuran Perusahaan, Roa Dan Der Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan". Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 26 No. 2 September 2015

Yulfaida, Dwi Zhulaikha . 2012. "Pengaruh *Size*, Profitabilitas, *Profile*, *Leverage* Dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia". Diponegoro Journal Of Accounting Volume 1, Nomor 1, Tahun 2012.

Internet :

"Ketaatan industri manufaktur menurun dalam pengendalian pencemaran air"
<https://ekonomi.bisnis.com/read/20151211/257/500855/industri-manufaktur-bandel-pengendalian-pencemaran-air-jadi-merosot> diakses pada tanggal 21 Oktober 2018

"Berita Industri Manufaktur Ditopang Sektor Barang Konsumsi".
<http://www.kemenperin.go.id/artikel/7014/Manufaktur-Ditopang-SektorBarang-%09Konsumsi> diakses pada 21 Oktober 2018