

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

Perusahaan yang menjadi obyek penelitian ini adalah perusahaan Manufaktur yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) dan mengikuti PROPER selama periode 2013-2015. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Berdasarkan metode tersebut diperoleh 22 perusahaan yang memenuhi kriteria pengambilan sampel. Hal ini dapat dilihat dari tabel 4.1 yang menunjukkan populasi sampel.

Table 4.1.
Proses Pengambilan Sampel

No	Kriteria	Jumlah
1	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2013-2015 secara berturut-turut	130
2	Perusahaan manufaktur yang tidak mengikuti PROPER periode 2013-2015 secara berturut-turut	(66)
3	Perusahaan manufaktur yang tidak memiliki <i>growth</i> positif periode 2013-2015 secara berturut-turut	(40)
4	Perusahaan manufaktur yang tidak memiliki data-data lengkap terkait variabel yang digunakan pada penelitian	(1)
5	Data outlier	(1)
	Perusahaan manufaktur yang memenuhi kriteria	22
	Jumlah laporan tahunan yang diteliti (tiga tahun)	66

Sumber : Hasil olah data, 2016

Dari tabel 4.1 dapat dilihat bahwa perusahaan yang memenuhi kriteria sebanyak 22 perusahaan, sehingga jumlah laporan tahunan yang diteliti adalah 66 laporan tahunan. Data-data yang berkaitan dengan daftar perusahaan-

perusahaan yang menjadi populasi sasaran penelitian ini selengkapnya ditampilkan pada lampiran 1.

B. Analisis dan Pengujian Hipotesis

1. Uji Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Uji statistik deskriptif pada penelitian ini mencakup jumlah data, nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata (*mean*) dan standar deviation untuk setiap variabel penelitian. Hasil uji statistik deskriptif ditunjukkan dalam tabel berikut:

TABEL 4.2.
Hasil Uji Statistik Deskriptif
Profitabilitas, Likuiditas dan Growth

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	66	.05495	.52747	.2462537	.11361362
Profitabilitas	66	-.19071	.42135	.0867865	.10616469
Likuiditas	66	.65397	5.32823	2.0385643	1.11141155
Growth	66	.00735	1.37250	.1726223	.23024185
Valid N (listwise)	66				

Sumber: Output SPSS, 2016

Tabel 4.2 memberikan gambaran statistik deskriptif pada setiap variabel penelitian. Jumlah sampel yang diolah dalam penelitian ini sebanyak 66 laporan tahunan. Dari tabel diatas menunjukkan bahwa tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki nilai minimum sebesar 0.05495 (5,495%) perusahaan yang memiliki nilai terkecil adalah Sorini Agro Asia Corporindo Tbk; nilai maksimum pengungkapan CSR sebesar 0,52727 (52,727%) perusahaan yang

mengungkapkan CSR terbanyak adalah Unilever Indonesia Tbk; nilai rata-rata (*mean*) sebesar 0,2462537 (24,62537%) hal tersebut menunjukkan bahwa nilai rata-rata mendekati nilai maksimum yang artinya perusahaan yang dijadikan obyek penelitian telah secara maksimum mengungkapkan kegiatan CSR; dan standar deviasi sebesar 0,11361362.

Variabel profitabilitas memiliki nilai minimum sebesar -0,19071 (-19,071%) perusahaan yang memiliki nilai minimum adalah Tirta Mahakam Resources Tbk; nilai maksimum profitabilitas sebesar 0,42135 (42,135%) perusahaan dengan tingkat profitabilitas tertinggi adalah Unilever Indonesia Tbk; nilai rata-rata (*mean*) sebesar 0,0867865 (8,67856%) hal tersebut menunjukkan bahwa nilai rata-rata mendekati minimum yang artinya perusahaan yang dijadikan obyek penelitian belum menghasilkan laba yang tinggi; dan standar deviasi sebesar 0,10616469.

Variabel likuiditas memiliki nilai minimum sebesar 0,65397 perusahaan yang memiliki likuiditas terendah adalah Unilever Indonesia Tbk; nilai maksimum sebesar 5,32823 perusahaan dengan tingkat likuiditas tertinggi adalah Sri Rejeki Isman Tbk; nilai rata-rata (*mean*) sebesar 2,0385643 artinya tingkat likuiditas perusahaan yang dijadikan obyek penelitian masih tergolong rendah karena nilai rata-rata mendekati nilai minimum; dan standar deviasi sebesar 1,11141155.

Variabel pertumbuhan perusahaan (*growth*) memiliki nilai minimum sebesar 0,00735 perusahaan dengan tingkat growth terendah adalah Indofood Sukses Makmur Tbk; nilai maksimum sebesar 1,37250

perusahaan dengan tingkat growth tertinggi adalah Schering Plough Indonesia Tbk; nilai rata-rata (*mean*) perusahaan yang menjadi obyek penelitian sebesar 0,1726223 artinya tingkat pertumbuhan perusahaan masih tergolong rendah karena nilai rata-rata mendekati nilai minimum; dan standar deviasi sebesar 0,23024185 .

TABEL 4.3
Hasil Uji Statistik Deskriptif
Media Exposure

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
0	12	18.2	18.2	18.2
Valid 1	54	81.8	81.8	100.0
Total	66	100.0	100.0	

Sumber: Output SPSS, 2016

Berdasarkan Tabel 4.3 pengungkapan *corporate social responsibility* dalam *web* resmi perusahaan telah banyak dilakukan oleh perusahaan. Hal itu dapat dilihat dari tabel frekuensi yang menunjukkan bahwa dari data sampel penelitian terdapat 54 sampel yang telah mengungkapkan kegiatan *corporate social responsibility* atau sebesar 81,8% sampel telah melakukan pengungkapan *corporate social responsibility*. Terdapat 12 sampel yang tidak melakukan pengungkapan *corporate social responsibility* dalam *web* perusahaan atau sebesar 18,2% sampel yang tidak mengungkapkan kegiatan *corporate social responsibility*. Perusahaan yang tidak mengungkapkan kegiatan *corporate social responsibility* selama 3 tahun berturut turut adalah PT Mayora Indah Tbk, PT Suparma Tbk, PT Taisho Pharmaceutical Indonesia Tbk, dan PT Sri Rejeki Isman

Tbk. Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan bahwa perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI banyak yang sadar akan pentingnya pengungkapan *corporate social responsibility* untuk keberlangsungan hidup perusahaan.

TABEL 4.4
Hasil Uji Statistik Deskriptif
Kinerja Lingkungan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	15	22.7	22.7	22.7
3	45	68.2	68.2	90.9
Valid 4	5	7.6	7.6	98.5
5	1	1.5	1.5	100.0
Total	66	100.0	100.0	

Sumber: Output SPSS, 2016

Tabel 4.4 menunjukkan bahwa peringkat PROPER yang diperoleh perusahaan manufaktur yang menjadi sampel penelitian ini paling banyak adalah peringkat biru yaitu sebanyak 45 sampel atau sebesar 68,2%. Peringkat PROPER paling sedikit yang diperoleh perusahaan manufaktur dalam sampel penelitian adalah warna emas. Terdapat satu perusahaan yang mendapatkan warna emas yaitu PT Unilever Indonesia Tbk pada tahun 2013.

Perusahaan yang mendapat peringkat PROPER warna hijau sebanyak 5 sampel perusahaan atau sebesar 7,6%. Perusahaan yang mendapatkan warna hijau adalah PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk pada tahun 2013-2015 dan PT Unilever Indonesia Tbk pada tahun 2014 dan 2015. Perusahaan manufaktur yang dijadikan sampel yang mendapatkan

peringkat PROPER warna merah sebanyak 15 sampel atau sebesar 22,7%. Tidak ada perusahaan manufaktur yang mendapatkan peringkat PROPER warna hitam. Hasil tersebut menunjukkan bahwa perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI sudah melakukan kinerja lingkungan dengan baik, hal itu dapat dilihat dengan banyaknya perusahaan manufaktur yang mendapat peringkat biru dan tidak adanya perusahaan yang mendapatkan peringkat hitam.

2. Uji Kualitas Data

a. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Hasil pengujian normalitas menggunakan uji *kolmogorov-smirnov* (KS) disajikan dalam tabel dibawah ini

TABEL 4.5.
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		66
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	.09246628
Most Extreme Differences	Absolute	.118
	Positive	.118
	Negative	-.077
Kolmogorov-Smirnov Z		.957
Asymp. Sig. (2-tailed)		.320

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Output SPSS, 2016

Tabel diatas menunjukkan nilai *Kolmogorov-Smirnov Z* sebesar 0,957 dengan *Asymp. Sig. (2-tiled)* sebesar 0,320 yang lebih besar dari *alpha* (α) 0,05 yang berarti bahwa data

berdistribusi normal dan model regresi layak untuk digunakan dalam penelitian ini.

2) Uji Multikolinieritas

Pengujian multikolinieritas dilakukan untuk menguji korelasi antar variabel yang dilakukan dengan cara perhitungan nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Hasil pengujian multikolinieritas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

TABEL 4.6.
Hasil Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model	Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)		.754	.454		
Profitabilitas	-.039	-.318	.752	.725	1.380
Likuiditas	-.210	-1.739	.087	.755	1.325
Growth	-.246	-2.294	.025	.963	1.038
Media Exposure	.243	2.056	.044	.789	1.267
Kinerja Lingkungan	.358	2.990	.004	.771	1.297

a. Dependent Variable: CSR

Sumber: Output SPSS, 2016

Tabel multikolinieritas menunjukkan bahwa nilai tolerance lebih dari 0,1 untuk seluruh variabel independen penelitian dan nilai *variance inflation factor* (VIF) kurang dari 10 untuk seluruh variabel. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

3) Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas menggunakan metode *glejser* disajikan dalam tabel berikut:

TABEL 4.7.
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Coefficients ^a		
	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
(Constant)		1.832	.072
Profitabilitas	.096	.659	.512
Likuiditas	.060	.425	.673
1 Growth	-.247	-1.960	.055
Media Exposure	.167	1.198	.236
Kinerja Lingkungan	-.042	-3.01	.765

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Output SPSS, 2016

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa semua variabel independen memiliki nilai sig yang lebih dari 0,05. Dengan demikian, model regresi dalam penelitian ini bebas dari masalah heteroskedastisitas.

4) Uji Autokorelasi

Hasil uji autokorelasi yang dilakukan menggunakan uji *Durbin-Watson* (D-W) dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

TABEL 4.8.
Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.581 ^a	.338	.282	.09624195	2.142

a. Predictors: (Constant), Kinerja Lingkungan, Media Exposure, Growth, Likuiditas, Profitabilitas

b. Dependent Variable: CSR

Sumber: Output SPSS, 2016

Hasil uji autokorelasi yang disajikan dalam tabel 4.7. menunjukkan nilai *Durbin-Watson* (D-W) sebesar 2,142. Berdasarkan tabel *Durbin-Watson* (D-W) dengan ketentuan $k = 5$, $n = 66$, dan $\alpha (\alpha) = 0,05$ maka diperoleh nilai dU sebesar 1,7675 dan 4-dU sebesar 2,2325. Dari hasil tersebut terlihat bahwa nilai D-W berada diantara dU dan 4-dU ($1,7675 < 2,142 < 2,2325$), sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terkena masalah autokorelasi.

3. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil pengujian analisis regresi linier berganda (*multiple linear regression*) dapat dilihat pada tabel berikut:

TABEL 4.9.
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.060	.079		.754	.454
Profitabilitas	-.042	.132	-.039	-.318	.752
Likuiditas	-.022	.012	-.210	-1.739	.087
Growth	-.121	.053	-.246	-2.294	.025
Media Exposure	.071	.035	.243	2.056	.044
Kinerja Lingkungan	.068	.023	.358	2.990	.004

a. Dependent Variable: CSR

Sumber: Output SPSS, 2016

Berdasarkan tabel diatas diperoleh hasil analisis regresi linier berganda sebagai berikut:

$$\text{CSR} = 0,060 - 0,042 \text{ Profit} - 0,022 \text{ Likuid} - 0,121 \text{ Growth} + 0,071 \text{ Medexp} + 0,068 \text{ Lingku} + \varepsilon$$

b. Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

TABEL 4.10.
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.581 ^a	.338	.282	.09624195

a. Predictors: (Constant), Kinerja Lingkungan, Media Exposure, Growth, Likuiditas, Profitabilitas

b. Dependent Variable: CSR

Sumber: SPSS, 2016

Dari tabel diatas dapatdiketahuibahwa nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,282 atau 28,3%. Hal ini berarti bahwa variasi variabel dependen pengungkapan *corporate social responsibility* (*CSR disclosure*) mampu dijelaskan oleh variabel independen yaitu profitabilitas, likuiditas, *growth*, *media exposure* dan kinerja lingkungan sebesar 28,3%. Sedangkan sisanya 71,7% dijelaskan oleh variabel yang tidak ada dalam penelitian ini.

c. Uji F (Uji Simultan)

TABEL 4.11.
Hasil Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.283	5	.057	6.117	.000 ^b
	Residual	.556	60	.009		
	Total	.839	65			

a. Dependent Variable: CSR

d. Predictors: (Constant), Kinerja Lingkungan, Media Exposure, Growth, Likuiditas, Profitabilitas

Sumber: Output SPSS, 2016

Berdasarkan tabel 4.10. diperoleh nilai sig. sebesar 0,000 kurang dari alpha (α) 0,05 yang berarti bahwa variabel independen profitabilitas, likuiditas, *growth*, *media exposure* dan kinerja lingkungan secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu pengungkapan *corporate social responsibility* (*CSR disclosure*).

d. Uji t (Uji Signifikan Parsial)

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan menggunakan alat analisis regresi linier berganda (*multiple linear regression*) diperoleh hasil yang ditampilkan pada tabel 4.9. dari tabel tersebut diperoleh hasil pengujian hipotesis sebagai berikut:

1) Pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan tabel 4.9 menunjukkan bahwa tingkat signifikansi (*sig.*) variabel profitabilitas sebesar 0,752 dan nilai koefisien regresi (B) sebesar -0,042. Tingkat signifikansi variabel profitabilitas lebih besar dari *alpha* (α) 0,05 dan nilai koefisien regresi bernilai negatif, hal ini berarti bahwa secara parsial variabel profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Dengan demikian hipotesis satu (H_1) **ditolak**.

2) Pengaruh likuiditas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan tabel 4.9 menunjukkan bahwa tingkat signifikansi (*sig.*) variabel likuiditas sebesar 0,087 dan nilai koefisien regresi (B) sebesar -0,022. Tingkat signifikansi variabel likuiditas lebih besar dari *alpha* (α) 0,05 dan nilai koefisien regresi bernilai negatif, hal ini berarti bahwa secara parsial variabel likuiditas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Dengan demikian hipotesis dua (H_2) **ditolak**.

3) Pengaruh *growth* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan tabel 4.9 menunjukkan bahwa tingkat signifikansi (*sig.*) variabel *growth* sebesar 0,025 dan nilai koefisien regresi (B) sebesar -0,121. Tingkat signifikansi variabel *growth* kurang dari *alpha* (α) 0,05 dan nilai koefisien regresi bernilai negatif, hal ini berarti bahwa secara parsial variabel *growth* berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Dengan demikian hipotesis tiga (H_3) **ditolak**.

4) Pengaruh *media exposure* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan tabel 4.9 menunjukkan bahwa tingkat signifikansi (*sig.*) variabel *media exposure* sebesar 0,044 dan nilai koefisien regresi (B) sebesar 0,071. Tingkat signifikansi variabel *media exposure* kurang dari *alpha* (α) 0,05 dan nilai koefisien regresi bernilai positif, hal ini berarti bahwa secara parsial variabel *media exposure* berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Dengan demikian hipotesis empat (H₄) **diterima**.

5) Pengaruh kinerja lingkungan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan tabel 4.9 menunjukkan bahwa tingkat signifikansi (*sig.*) variabel kinerja lingkungan sebesar 0,004 dan nilai koefisien regresi (B) sebesar 0,068. Tingkat signifikansi variabel kinerja lingkungan kurang dari *alpha* (α) 0,05 dan nilai koefisien regresi bernilai positif, hal ini berarti bahwa secara parsial variabel kinerja lingkungan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Dengan demikian hipotesis lima (H₅) **diterima**.

Dari uraian hasil pengujian hipotesis diatas, berikut ini merupakan ringkasan hasil pengujian hipotesis yang disajikan dalam tabel berikut ini:

TABEL 4.12.
Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis

Kode	Hipotesis	Hasil
H ₁	Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	Ditolak
H ₂	Likuiditas berpengaruh positif terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	Ditolak
H ₃	<i>Growth</i> berpengaruh positif terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	Ditolak
H ₄	<i>media exposure</i> berpengaruh terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	Diterima
H ₅	Kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	Diterima

Sumber : Hasil Olah Data, 2016

C. Pembahasan

Penelitian ini menguji pengaruh variabel independen yaitu profitabilitas, likuiditas, *growth*, *media exposure* dan kinerja lingkungan terhadap variabel dependen yaitu pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan terhadap beberapa hipotesis dalam penelitian ini, menunjukkan hasil bahwa tidak semua variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Variabel independen yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* adalah variabel *media exposure* dan kinerja lingkungan. Variabel profitabilitas dan likuiditas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social*

Responsibility, sedangkan variabel *Growth* berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

1. Pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Hasil penelitian ini tidak mendukung teori legitimasi, karena perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi menganggap bahwa perusahaan tersebut tidak perlu untuk melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang suksesnya keuangan perusahaan salah satunya dengan melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Selain hal tersebut perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang rendah akan lebih memilih menggunakan labanya untuk kegiatan operasional perusahaan, oleh karena itu pemanfaatan untuk melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* lebih sedikit. Sehingga pengungkapan *Corporate Social Responsibility* tidak lagi dipengaruhi oleh besar kecilnya profitabilitas karena perusahaan sadar akan pentingnya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang harus dilakukan oleh perusahaan.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian Putri dan Christiawan (2014) yang menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Penelitian ini juga didukung oleh Sulistyawati dkk. (2016) yang

membuktikan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

2. Pengaruh likuiditas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Hasil pengujian hipotesis kedua membuktikan bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Hal tersebut berarti bahwa besar kecilnya likuiditas tidak berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Perusahaan dengan tingkat likuiditas yang rendah akan lebih fokus untuk melunasi hutang-hutangnya daripada perusahaan tersebut harus mengungkapkan kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang akan mengurangi kemampuan perusahaan dalam melunasi hutang-hutangnya.

Sedangkan perusahaan dengan tingkat likuiditas yang tinggi menandakan bahwa perusahaan tersebut memiliki kinerja finansial yang baik, sehingga perusahaan merasa tidak perlu untuk melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam laporan tahunan karena dianggap tidak memiliki pengaruh terhadap investor. Sehingga tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* tidak lagi dipengaruhi oleh besar kecilnya tingkat likuiditas perusahaan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh putri dan Christiawan (2014) yang menunjukkan bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh Kamil dan Herusetya (2012) dan Ekowati dkk. (2014) yang memberikan hasil yang sama.

3. Pengaruh *growth* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa *growth* berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat pertumbuhan perusahaan maka pengungkapan *Corporate Social Responsibility* akan semakin rendah, itu dikarenakan dengan tingkat pertumbuhan yang tinggi perusahaan akan semakin fokus terhadap peningkatan pertumbuhan perusahaan sehingga akan mengesampingkan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Menurut Ekowati dkk. (2014) perusahaan dengan tingkat penjualan yang tinggi maka akan lebih memilih untuk menggunakan biaya-biaya guna kegiatan produksi, dari pada menggunakan biaya untuk kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang nantinya akan menambah biaya.

Semakin rendah tingkat pertumbuhan perusahaan maka akan semakin tinggi pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Hal ini dikarenakan dengan tingkat pertumbuhan yang rendah maka perusahaan akan mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* untuk menghindari asimetri informasi dan untuk meningkatkan investor.

4. Pengaruh *media exposure* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Hasil pengujian hipotesis keempat membuktikan bahwa *media exposure* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Hasil hipotesis ini berkaitan dengan teori legitimasi, bahwa *media exposure* mempunyai peran yang penting karena adanya tuntutan publik terhadap perusahaan. Semakin banyak perusahaan memanfaatkan *media exposure* maka perusahaan akan semakin meningkatkan reputasi perusahaan dimata *stakeholders*, sehingga pengungkapan *Corporate Social Responsibility* juga akan semakin tinggi.

Perusahaan dapat mengungkapkan kegiatan *Corporate Social Responsibility* melalui berbagai media, salah satunya dengan media *website* resmi perusahaan. Pengkomunikasian *Corporate Social Responsibility* didalam *web* resmi perusahaan diharapkan masyarakat mengetahui aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan, sehingga akan meningkatkan reputasi perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ekowati dkk. (2014) yang menyatakan bahwa *media exposure* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Hasil penelitian ini juga didukung oleh Kristi (2012) yang menyatakan bahwa *media exposure* berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*.

5. Kinerja lingkungan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Hal ini berarti bahwa program pemeringkatan yang dilakukan oleh pemerintah memicu perusahaan untuk mengungkapkan kepedulian terhadap lingkungan dan sosial. Perusahaan dengan tingkat tanggung jawab yang baik akan cenderung untuk mengungkapkan kinerja perusahaan karena hal tersebut menggambarkan berita baik bagi *stakeholder*. Sehingga semakin tinggi kinerja lingkungan maka tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* juga akan semakin tinggi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Oktariani dan Mimba (2014) yang menyatakan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Penelitian ini juga konsisten terhadap penelitian yang dilakukan oleh Rakhiemah dan Agustia (2009) yang menyatakan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.