

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan menjelaskan gambaran hasil penelitian beserta pembahasan hipotesis. Hasil penelitian dan pembahasan ditampilkan secara terpisah. Penelitian ini menggunakan alat bantu analisis berupa *software* SPSS versi 15.0. Penjelasan lebih lanjut hasil penelitian dan pembahasan disajikan sebagai berikut ini:

A. Gambaran Umum Penelitian

Sampel dalam penelitian ini menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Tahun penelitian mencakup data laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan pada periode 2016-2017 secara berturut-turut, dimaksud agar lebih mencerminkan kondisi pada saat ini. Alasan memilih perusahaan manufaktur karena jumlah perusahaan manufaktur sangat banyak, setiap tahunnya ada sekitar 143 perusahaan.

Jumlah perusahaan yang memenuhi kriteria diatas selama periode 2016-2017 secara berturut-turut sebanyak 118 perusahaan. Dengan jumlah. Prosedur pemilihan sampel, dapat dilihat pada tabel 4.1 sebagai berikut :

Tabel 4.1
Hasil Pengambilan Sampel

Keterangan	Jumlah
Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2016-2017 secara berturut-turut	286
Tidak tersedianya laporan keuangan dan laporan tahunan	(36)
Perusahaan manufaktur yang menggunakan mata uang selain rupiah	(22)
Perusahaan manufaktur yang memiliki laba negatif	(96)
Data Outlier	(14)
Jumlah data sampel yang diolah	118

B. Uji Kualitas Instrumen dan Data

1. Uji Statistik Deskriptif

Hasil statistik deskriptif disajikan dalam tabel 4.2 sebagai berikut :

Tabel 4.2

Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	118	.08	.53	.2370	.09103
Profitabilitas	118	.00	1.20	.1060	.13822
Leverage	118	.00	3.87	.7440	.64278
Likuiditas	118	.61	8.64	2.5961	1.74872
ukuran Perusahaan (dalam ribuan Rupiah)	118	162,828,169	1,623,027,475,045	54,615,449,156	234,625,787,239
Media Exposure	118	.00	27.00	3.9746	6.29267
Valid N (listwise)	118				

Sumber: output SPSS 15.0

Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan bahwa sampel pada penelitian berjumlah 118 perusahaan. Dari hasil deskriptif terhadap variabel dependen pengungkapan *corporate social responsibility*, diketahui nilai terkecil untuk *coporate social responsibility* sebesar 8% yaitu pada Trias Sentosa Tbk pada tahun 2016 dan KMI Wire and Cable Tbk pada tahun 2016. Nilai terbesar dari *coporate social responsibility* sebesar 53% yaitu pada Sepatu Bata Tbk tahun 2017. Rata-rata tingkat *coporate social responsibility* sebesar 23,7 %, hal ini menunjukkan bahwa tingkat

pengungkapan *coporate social responsibility* yang terjadi di Indonesia bisa dikatakan masih relatif kecil, karena persentasenya masih dibawah 50% dari 100% indeks pengungkapan yang dipakai yaitu 91 item pengungkapan. Standar deviasi lebih rendah dari pada nilai rata-ratanya menunjukkan bahwa tingkat sebaran *coporate social responsibility* memiliki variasi yang cukup rendah. Rendahnya tingkat pengungkapan dikarenakan peraturan yang mengatur tentang CSR tidak terlalu memegang kekuatan hukum, jadi perusahaan melaksanakan tanggung jawab sosialnya hanya dengan niat agar mendapatkan *image* yang baik dari pihak luar dan juga masyarakat di lingkungan sekitar perusahaan atau adanya kepentingan khusus.

Jadi bukan karena hakikat utama pelaksanaan tanggung jawab sosial yaitu mensejahterakan masyarakat di sekitar lingkungan perusahaan, itu mengakibatkan perusahaan yang tidak sepenuhnya melakukan tanggung jawab sosial sesuai hakikatnya melaksanakan kegiatannya dengan sembarangan. Meskipun tidak sedikit perusahaan yang melakukan tanggung jawab sosialnya sesuai dengan regulasi dan juga hakikat tanggung jawab sosial perusahaan itu sendiri.

Profitabilitas yang diukur dengan *Return on Equity* yang merupakan perbandingan antara laba bersih (EAT) dengan total ekuitas memiliki rata-rata sebesar 0,1060. Hal ini berarti rata-rata perusahaan mampu menghasilkan laba bersih dalam setiap tahunnya sebesar 10,6% atau 0,106 kali dari seluruh nilai modal sendiri. ROE terendah terjadi pada Ekadharma International Tbk tahun 2017 karena nilainya sebesar 0,01% terjadi karena pada saat itu Ekadharma International

Tbk mengalami penurunan ROE yang pada tahun sebelumnya sebesar 15%, sedangkan ROE tertinggi terjadi pada Multi Bintang Indonesia Tbk tahun 2016 sebesar 120%. Standar deviasi sebesar 0,13822 menunjukkan bahwa ukuran penyebaran dari variabel profitabilitas bersifat heterogen karena lebih besar daripada nilai rata-ratanya. Artinya nilai profitabilitas antara perusahaan satu dengan perusahaan lainnya sangat berbeda.

Hasil analisis deskriptif terhadap variabel Leverage yang diukur dengan perbandingan antara total hutang dengan total modal sendiri memiliki nilai rata-rata sebesar 0,7440 dengan nilai DER terendah terjadi pada Indocement Tunggal Prakarsa Tbk tahun 2017 sebesar 0,02% dan nilai DER tertinggi terjadi Astra Otoparts Tbk tahun 2016 sebesar 387% . Hal ini berarti rata-rata perusahaan memiliki hutang sebesar 3,8 kali dari nilai modal sendiri yang dimiliki. Sedangkan standar deviasi sebesar 0.64278.

Analisis Deskriptif pada variabel likuiditas yang diukur dengan *Current ratio*, menunjukkan bahwa, selama periode penelitian variabel ini memiliki nilai minimum sebesar 0,61 pada perusahaan Unilever Indonesia Tbk artinya bahwa kemampuan terendah perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendek adalah sebesar 61% dari total aktiva lancar. Nilai maksimum sebesar 8,64 pada Delta Djakarta Tbk artinya bahwa kemampuan tertinggi perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendek adalah sebesar 8,6 kali dari total aktiva lancar. Nilai rata-rata sebesar 2,5961 artinya dari 118 sampel perusahaan selama periode penelitian rata – rata perusahaan memiliki aktiva lancar yang nilainya lebih besar dibandingkan hutang lancar, yaitu

rata-rata 259,69%. Sedangkan standar deviasi sebesar 1,74872 artinya selama periode penelitian, fluktuasi data *Current ratio*, antara perusahaan satu dengan perusahaan lainnya adalah berkisar 1,74872 pada 118 kasus yang terjadi.

Pada variabel ukuran perusahaan yang diproksikan dengan menggunakan log aktiva perusahaan, menunjukkan nilai rata-rata lognya 21,88 atau sama dengan aktiva sebanyak Rp54.615.449.156 dan log aktiva terendah 18,19 pada Lionmesh Prima Tbk tahun 2016 memiliki aktiva 162.828.169.000 sedangkan aktiva tertinggi 28,12 pada Sekar Bumi Tbk tahun 2017 sebesar 1.623.027.475.045. Sedangkan standar deviasi sebesar 1.89522 berarti ukuran penyebaran variabel skala perusahaan adalah sebesar 234.625.787.239 .

Pada variabel media *exposure* diukur dengan menghitung jumlah publikasi selama satu periode melalui media online memiliki nilai rata-rata sebesar 3,97 dengan nilai terendah terjadi pada Indocement Tunggul Prakarsa Tbk tahun 2017 sebesar 0 kali atau sama sekali di publikasikan oleh media online terpilih dan jumlah publikasi tertinggi terjadi pada Unilever Indonesia Tbk tahun 2017 sebesar 27 kali , Sedangkan standar deviasi sebesar 6,29267.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah data yang kita olah telah terhindar dari kebiasaan didalam penelitian, karena tidak semua data regresi dapat diterapkan.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*. Hasil uji normalitas ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.3

Hasil Uji Normalitas

Variabel	Probabilitas	Keterangan
Residual Regresion	0,299	Normal

Sumber output SPSS 15.0

Berdasarkan tabel 4.3 menunjukkan nilai Sig. *Kolmogorov Smirnov* sebesar 0,299 lebih besar dari alpha (α) 0,05 yang berarti bahwa data residual terdistribusi normal dan model regresi layak digunakan dalam penelitian ini.

b. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas adalah pengujian untuk melihat apakah ada korelasi antarvariabel bebas (*independent*) dalam suatu model regresi (Nazaruddin dan Basuki, 2016). Hasil uji multikolinieritas ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.4

Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Profitabilitas	0.753	1.328	Terbebas dari Multikolinieritas
Leveage	0.688	1.455	Terbebas dari Multikolinieritas
Likiuditas	0.777	1.288	Terbebas dari Multikolinieritas
Ukuran Perusahaan	0.736	1.358	Terbebas dari Multikolinieritas
Media Exposure	0.778	1.285	Terbebas dari Multikolinieritas

Sumber output SPSS 15.0

Berdasarkan tabel 4.4 menunjukkan bahwa nilai *tolerance* untuk semua variabel independen dalam penelitian ini lebih besar dari 0,1 dan nilai *variance inflation factor* (VIF) untuk semua variabel independen kurang dari 10. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi masalah multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi (Nazaruddin dan Basuki, 2016). Uji ini sangat penting dilakukan karena uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui adanya penyimpangan dari syarat-syarat asumsi klasik pada model regresi. Hasil uji heteroskedastisitas ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.5

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Nilai Sig.	Keterangan
Profitabilitas	0,707	Terbebas Dari Heteroskedastisitas
Leverage	0,451	Terbebas Dari Heteroskedastisitas
Likuiditas	0,085	Terbebas Dari Heteroskedastisitas
Ukuran Perusahaan	0,928	Terbebas Dari Heteroskedastisitas
Media Exposure	0,454	Terbebas Dari Heteroskedastisitas

Sumber output SPSS 15.0

Berdasarkan tabel 4.5 menunjukkan bahwa semua variabel independen memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, model regresi dalam penelitian ini bebas dari masalah heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi digunakan sebagai pengujian untuk mengetahui adanya penyimpangan atau tidaknya pada suatu data. Maksud penyimpangan disini adalah hubungan antara satu dengan yang lainnya (Nazaruddin dan Basuki, 2016). Hasil uji autokorelasi ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.6

Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.440(a)	.193	.117	.15266	2.194

Predictors: (Constant), Media Exposure, Likuiditas, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage

b Dependent Variable: CSR

Sumber output SPSS 15.0

Berdasarkan tabel 4.6 menunjukkan nilai Durbin Watson sebesar 1.898 yang memenuhi asas $dU < dw < 4-dL$ yaitu $1,6125 < 2,1940 < 2,2113$ sehingga dapat disimpulkan bebas dari autokorelasi.

C. Uji Hipotesis

Hasil uji hipotesis dengan analisis regresi disajikan dalam table 4.7 sebagai berikut :

Tabel 4.7

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel Independent	Koef. Regresi	t statistic	probability	Keterangan
(Constant)	-0.088			
Profitabilitas	0.048	0.337	0.737	Tidak Signifikan
Leverage	-0.280	-1.884	0.047	Signifikan
Likuiditas	-0.256	-1.832	0.073	Tidak Signifikan
Ukuran Perusahaan	0.143	0.922	0.326	Tidak Signifikan
Media Exposure	0.287	2.053	0.045	Signifikan
Adj. R Square	0.117			
F statistic	2.541			
p-value	0.000			

Sumber output SPSS 15.0

a. Uji Signifikansi Secara Simultan (Uji-F)

Tabel 4.7 menunjukkan bahwa hasil pengujian memiliki nilai signifikansi $0,000 < \alpha 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa ketidakpastian profitabilitas, leverage, likuiditas, ukuran perusahaan dan media exposure secara bersama-sama atau simultan memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

b. Uji *Adjusted R Squared* ($Adj. R^2$)

Koefisien determinasi (*Adjusted R²*) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Berdasarkan Tabel 4.7 diketahui koefisien determinasi sebesar 0,117 dapat diartikan bahwa *corporate social responsibility* 11% dapat dijelaskan oleh variabel profitabilitas, *leverage*, likuiditas, ukuran perusahaan dan media exposure. Sedangkan sisanya sebesar 88% (100%-11%), dapat dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak diuji dalam penelitian ini.

c. Uji T

Berdasarkan tabel 4.7 yang menunjukkan hasil pengujian analisis regresi linier berganda dapat diperoleh hasil hipotesis sebagai berikut:

a. Pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan CSR

Berdasarkan Tabel 4.7 menunjukkan bahwa variabel profitabilitas memiliki regresi (beta) sebesar 0.337 dan nilai sig. sebesar 0.737. Tingkat signifikansi variabel profitabilitas lebih besar dari alpha (α) 0,05, hal ini berarti bahwa secara parsial profitabilitas tidak

berpengaruh terhadap CSR. Dengan demikian H1 tidak berhasil didukung .

b. Pengaruh *Leverage* terhadap pengungkapan CSR

Berdasarkan Tabel 4.7 menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan memiliki regresi (beta) sebesar -1.884 dan nilai sig. sebesar 0.047. Tingkat signifikansi variabel *leverage* lebih kecil dari alpha (α) 0,05, hal ini berarti bahwa secara parsial *leverage* berpengaruh negatif terhadap CSR. Dengan demikian, H2 berhasil didukung.

c. Pengaruh likuiditas terhadap pengungkapan CSR.

Berdasarkan Tabel 4.7 menunjukkan bahwa variabel likuiditas memiliki regresi (beta) sebesar -1.832 dan nilai sig. sebesar 0.073. Tingkat signifikansi variabel likuiditas lebih besar dari alpha (α) 0,05, hal ini berarti bahwa secara parsial likuiditas tidak berpengaruh terhadap CSR. Dengan demikian, H3 tidak berhasil didukung.

d. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR.

Berdasarkan Tabel 4.7 menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan memiliki regresi (beta) sebesar 0.922 dan nilai sig. sebesar 0.326. Tingkat signifikansi variabel ukuran perusahaan lebih besar dari alpha (α) 0,05, hal ini berarti bahwa secara parsial ukuran perusahaan

berpengaruh terhadap CSR. Dengan demikian, H4 tidak berhasil didukung.

e. Pengaruh media exposure terhadap pengungkapan CSR

Berdasarkan Tabel 4.7 menunjukkan bahwa variabel media exposure memiliki regresi (beta) sebesar 2.059 dan nilai sig. sebesar 0.045. Tingkat signifikansi variabel media exposure lebih kecil dari alpha (α) 0,05, hal ini berarti bahwa secara parsial ukuran perusahaan berpengaruh terhadap CSR. Dengan demikian, H5 diterima.

D. Pembahasan

Dari uraian hasil hipotesis yang telah dijelaskan di atas, dapat kita ringkas sebagai berikut:

Tabel 4.8

Hasil Ringkasan Hipotesis

KODE	HIPOTESIS	KETERANGAN
H1	Profitabilitas berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR	Ditolak
H2	<i>Leverage</i> berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR	Diterima
H3	Likuiditas berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR	Ditolak
H4	Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR	Ditolak
H5	Media exposure berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR	Diterima

1. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR

Profitabilitas merupakan karakteristik perusahaan yang diukur dengan pengukuran ROE. Profitabilitas yang tinggi adalah keinginan bagi setiap perusahaan. Profitabilitas tinggi mengartikan bahwa capaian laba yang didapatkan juga semakin banyak. Hal ini, dikarenakan setiap perusahaan memiliki tujuan yang sama yaitu memperoleh keuntungan yang besar.

Semakin besar profitabilitas yang didapatkan maka akan semakin menunjukkan bahwa perusahaan tersebut berkompeten dan dapat berkompetisi dengan perusahaan yang lain. Selain itu, perusahaan tersebut pastinya akan terus berkembang dengan pesat. Perkembangan ini seharusnya tidak melupakan salah satu tanggungjawab dari perusahaan kepada lingkungan dan sosial atau yang biasa disebut dengan *Corporate Social Responsibility*. Dengan adanya dana yang ditunjukan profitabilitas tinggi diharapkan perusahaan akan lebih mewujudkan CSR tersebut. CSR ini sangat penting dilakukan karena telah diatur di dalam Undang-undang.

Berdasarkan hasil uji parsial (uji-t) pada tabel 4.7 yang menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap CSR. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil nilai signifikansi $0.340 > \alpha (0.05)$, sehingga hipotesis 1 tertolak. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Rifqiyah, R (2016) yang menyatakan bahwa jika terjadi ketidakstabilan perusahaan dalam memperoleh laba dari tahun ke tahun akan menyebabkan perusahaan tersebut tidak mendapatkan perhatian lebih dari masyarakat. Penelitian Kamil dan Herusetya (2012) dalam Adiyani, N (2017) yang menyatakan bahwa CSR memang sangat penting bagi perusahaan yang berfungsi untuk meningkatkan reputasi perusahaan. Namun, sebesar apapun profitabilitas yang didapatkan tidak akan meningkatkan CSR. Serta penelitian Sumaryono, A (2017) yang menyatakan bahwa CSR merupakan kewajiban yang harus diungkapkan oleh perusahaan, baik dalam kondisi profitabilitas tinggi ataupun rendah. Artinya,

hasil ini sesuai dengan teori regulasi yang menyatakan bahwa bagaimanapun kondisi profitabilitas perusahaan harus tetap mengungkapkan CSR karena hal tersebut telah diatur di dalam Undang-undang serta merupakan perwujudan dari teori legitimasi yang akan menciptakan hubungan baik antara masyarakat, lingkungan dengan perusahaan.

2. *Leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap tingkat pengungkapan corporate social responsibility. Hasil ini didasari oleh hasil uji regresi dimana hasil nilai koefisien regresi 0.169 dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,047. Hasil perhitungan ini membuat hipotesis kedua yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap tingkat pengungkapan corporate social responsibility diterima. Semakin tinggi *leverage* perusahaan maka akan semakin rendah pengungkapan tanggung jawab sosialnya (CSR). Sejalan dengan hasil penelitian Marfiah dan Cahyono (2011) dan yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap tingkat pengungkapan *corporate social responsibility*.

Leverage merupakan perbandingan antara hutang dengan aktiva. Rasio *Debt to Equity* (DER) merupakan bagian dari *leverage ratio* yang menunjukkan proporsi hutang dan ekuitas yang digunakan perusahaan dalam

kegiatan operasionalnya. Rasio tersebut digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu hutang. Dilihat dari pengertian *Leverage* sendiri maka dapat dipahami bahwa perusahaan dengan *leverage* yang tinggi akan mengungkapkan lebih sedikit informasi CSR. Perusahaan yang memiliki rasio *leverage* tinggi cenderung tidak melakukan aktivitas tanggung jawab sosial yang banyak sedangkan perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah akan melakukan aktivitas sosial lebih banyak. Menurut Dewi dan Hadi (2011) hal ini terjadi karena ketika perusahaan memiliki *leverage* rendah maka perusahaan tidak memiliki tanggung jawab yang besar terhadap kreditor sehingga memiliki kebebasan untuk melakukan apa saja dalam perusahaannya termasuk melakukan aktivitas tanggung jawab sosial, sehingga aktivitas sosial yang dilakukan akan banyak. Sedangkan perusahaan dengan *leverage* tinggi memiliki tanggung jawab besar terhadap kreditor sehingga kurang bebas dalam melakukan aktivitas perusahaan. Hasil ini sejalan dengan teori agnesi karena perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* tinggi cenderung lebih sedikit memperhatikan kegiatan CSR karena lebih megutamakan kondisi keuangan mereka. Namun hasil ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sari (2011) dan Suaryana (2011) bahwa dalam penelitiannya diungkapkan *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* hal itu terjadi karena perbedaan jenis sample

perusahaan dan periode pelaporan keuangan, Sari (2011) menggunakan perusahaan manufaktur dengan periode laporan keuangan 2008-2010.

3. Likuiditas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel likuiditas tidak berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan *corporate social responsibility*. Hasil ini didasari oleh hasil uji regresi dimana hasil nilai koefisien regresi 0.316 dan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 yaitu 0.754. Pada hipotesis awal peneliti mengungkapkan bahwa Likuiditas merupakan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangannya pada saat ditagih. Kemampuan membayar atas kewajiban jangka pendek sangat tergantung dari alat pembayaran likuid (cair) yang dimiliki perusahaan (Dewi dan Hadi, 2011). Perusahaan dengan likuiditas yang tinggi akan memberikan sinyal kepada perusahaan yang lain, bahwa mereka lebih baik dari pada perusahaan lain, dengan melakukan kegiatan yang berhubungan dengan lingkungan sosial. Namun, hipotesis tersebut tidak dapat didukung oleh data yang diuji dalam penelitian ini. Hasil uji regresi menunjukkan nilai koefisien regresi - 0,316 dan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 yaitu 0,092 sehingga hasil perhitungan ini membuat hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap tingkat pengungkapan *corporate social responsibility* ditolak karena hasil uji tidak signifikan. Sehingga hasil ini sesuai dengan teori regulasi yang menyatakan bahwa bagaimanapun kondisi

likuiditas perusahaan harus tetap mengungkapkan CSR karena hal tersebut telah diatur di dalam Undang-undang serta merupakan perwujudan dari teori legitimasi yang akan menciptakan hubungan baik antara masyarakat, lingkungan dengan perusahaan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Kamil dan Antonius (2012) yang menemukan bahwa likuiditas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap indeks pengungkapan *corporate social responsibility*. Alasan yang mendasari hasil bahwa likuiditas tidak berpengaruh positif signifikan karena kurangnya perhatian dari *stakeholders* yang berkepentingan terhadap informasi keuangan, kurang memperhitungkan kualitas likuiditas entitas, maka pada akhirnya tidak banyak mempengaruhi luas pengungkapan CSR. Kamil dan Antonius (2012) mengatakan bahwa CSR bukan lagi menjadi sekedar kegiatan, tetapi CSR merupakan sebuah kewajiban bagi perusahaan yang berguna untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan, sehingga semakin tinggi atau rendahnya tingkat likuiditas perusahaan tidak memengaruhi besarnya tingkat pengungkapan CSR. Hasil ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Hadi (2011) hal ini dikarenakan sample perusahaan yang diujikan berbeda dengan yang peneliti uji. Dewi dan Hadi menggunakan sample perusahaan manufaktur yang terdaftar (listing) di Bursa Efek Indonesia yang mempunyai laporan keuangan tahunan secara lengkap pada tahun 2008-2010.

4. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR

Ukuran perusahaan merupakan salah satu karakteristik perusahaan. Ukuran perusahaan dibagi menjadi tiga kategori yaitu, kecil, sedang, dan besar. Ukuran perusahaan dapat dilihat melalui total aset yang dimiliki oleh perusahaan, semakin besar aset yang dimiliki maka semakin besar juga perusahaan tersebut. Perusahaan yang berada pada kategori besar akan lebih dikenal oleh masyarakat. Apabila masyarakat telah mengenal perusahaan tersebut, maka hal ini dapat menjadi penilaian para investor untuk menanamkan modal. Semakin dikenal oleh masyarakat diharapkan perusahaan besar akan lebih dapat bertanggungjawab kepada lingkungan sekitar dan sosial, karena perusahaan yang baik adalah perusahaan yang tidak hanya mementingkan aspek ekonomi saja. Selain aspek ekonomi, terdapat aspek lingkungan dan sosial yang harus dijalankan oleh perusahaan. Ketiga aspek tersebut sudah tercantum didalam CSR. Semakin besar ukuran perusahaan maka diharapkan semakin luas pula pengungkapan CSR.

Berdasarkan hasil uji parsial (uji-t) pada tabel 4.7 yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap CSR. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil nilai signifikansi $0.219 > \alpha (0.05)$, sehingga hipotesis keempat ditolak. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang menghasilkan hubungan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap CSR. Penelitian Maiyarni, dkk (2014) yang

menyatakan bahwa besar kecilnya ukuran perusahaan tidak memengaruhi pengungkapan CSR karena banyaknya pengungkapan tidak memiliki pengaruh pada pihak internal dan eksternal yang memiliki kepentingan didalam perusahaan. Penelitian Subiantoro, O (2015) menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki aset yang besar belum tentu peduli akan lingkungan dan sosial disekitar. Hal ini, bisa dikarenakan oleh kurangnya kesadaran manajemen perusahaan. Dan penelitian Pradnyani dan Sisdyani (2015) yang menyatakan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan mencerminkan bahwa klasifikasi besaran perusahaan tidak mempengaruhi luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil ini sesuai dengan teori regulasi yang menyatakan bahwa seberapa besar ukuran perusahaan tersebut, harus tetap mengungkapkan CSR karena hal tersebut telah diatur di dalam Undang-undang serta merupakan perwujudan dari teori legitimasi yang akan menciptakan hubungan baik antara masyarakat, lingkungan dengan perusahaan.

Hasil ini tidak sejalan dengan penelitian Putri, R (2017) yang menyatakan bahwa semakin besar ukuran perusahaan yang memiliki aset dalam jumlah besar maka pengungkapan CSRpun juga akan lebih luas. Hal ini, berguna untuk mengurangi risiko dan tuduhan yang tidak pantas diterima perusahaan. Serta penelitian Sumaryono, A (2017) yang menyatakan bahwa semakin besar ukuran perusahaan pasti memiliki pemegang saham yang memperhatikan kepentingan sosial yang dibuat

perusahaan didalam laporan tahunan yang juga merupakan media informasi mengenai CSR. Artinya, semakin besar perusahaan maka akan semakin luas CSR yang diungkapkan di laporan tahunan. Pengungkapan tersebut bukan hanya untuk masyarakat, namun juga sebagai sumber informasi untuk para pemegang saham dan pemilik modal.

5. Media exposure berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel media exposure berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan corporate social responsibility. Hasil ini didasari oleh hasil uji regresi dimana hasil nilai koefisien regresi 0,299 dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,32. Hasil perhitungan ini membuat hipotesis kelima yang menyatakan bahwa media exposure berpengaruh positif terhadap tingkat pengungkapan corporate social responsibility diterima.

Hasil ini konsisten dengan teori legitimasi. Variabel media exposure terdukung dalam penelitian ini kemungkinan disebabkan karena publikasi media mengenai kegiatan CSR perusahaan (rata-rata publikasi media sebanyak 4 kali publikasi pertahun di media online CNN news dan Repoblika online). Kemungkinan lain adalah kemampuan jumlah publikasi oleh media online yang dapat mengukur media exposure. Publikasi media sendiri ada yang bersifat positif (goodnews) dan pemberitaan negative (bad news). Pemberitaan positif oleh media boleh jadi karena permintaan perusahaan, sehingga sebenarnya bukan

merupakan pengukur media exposure. Pemberitaan negative mungkin pengukur media exposure yang lebih baik karena mencerminkan tekanan atau pengawasan publik atas kegiatan CSR melalui media. Penelitian ini tidak membedakan pemberitaan negative dan positif. Dengan pengukuran media exposure yang sama,

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sari (2012) dan Ekowati, dkk (2012). Penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif yang signifikan antara Media Exposure dengan CSR. Sari (2012) dan Ekowati, dkk (2012) menjelaskan bahwa media exposure merupakan media yang paling efektif dengan didukung oleh para pengguna web yang meningkat. Namun dalam penelitian tersebut pengukur media exposure adalah pengungkapan CSR di website perusahaan sehingga sebenarnya merupakan pengukuran pengungkapan CSR. Sedangkan (Solikhah dan Winarsih 2016) yang mengukur paparan media dengan jumlah publikasi kegiatan CSR di media menemukan paparan media tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.