

**PENGARUH MEDIA *EXPOSURE*, UKURAN PERUSAHAAN, *LEVERAGE*
DAN STRUKTUR KEPEMILIKAN SAHAM TERHADAP PENGUNGKAPAN
*CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY***

**(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun
2013-2015)**

ADITYA GUSMA ALFARIZI
gusmaaditya@gmail.com
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

ABSTRACT

This research aims to determine: 1) media exposure affect the disclosure of CSR, 2) the size of the company's positive effect on the disclosure of CSR, 3) leverage positive effect on the disclosure of CSR, 4) institutional ownership positively affects the disclosure of CSR, 5) foreign ownership positive influence on CSR disclosure.

Research was conducted on the annual report of companies listed on the Stock Exchange Indonesia (BEI) using 39 companies from years 2013-2015 as the sample. Sampling using purposive sampling method. Analisis data using descriptive statistics test, classic assumption test consists of normality test, autocorrelation, multicollinearity test, test heteroskedastisitas dan hypothesis testing using multiple linear regression.

Results of the study: 1) media exposure affect the disclosure of CSR, 2) the size of the company does not have positive influence Disclosure of CSR, 3) the leverage effect on Disclosure of CSR, 4) institutional ownership has no effect on the disclosure of CSR, 5) foreign ownership positively affects Disclosure of CSR.

Keywords: Media Exposure, Company Size, Leverage, Institutional Ownership, Foreign Ownership, CSR disclosure.

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Perusahaan merupakan bagian dari masyarakat dan lingkungan, sehingga keberadaannya tidak bisa terlepas dari masyarakat dan lingkungan. Perusahaan tidak boleh mengembangkan diri sendiri tanpa memperhatikan kepentingan masyarakat dan lingkungan. Dampak dari aktivitas perusahaan tidak hanya dirasakan oleh pihak yang terkait langsung dengan perusahaan tetapi juga dirasakan oleh masyarakat sekitar. Keberadaan dan dampak aktivitas perusahaan seringkali bertentangan bahkan merugikan kepentingan pihak lain. Perbedaan kepentingan tersebut jika tidak segera ditindak lanjuti maka dapat mempengaruhi aktivitas dan eksistensi perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan seharusnya tidak hanya berfokus pada kepentingan internal perusahaan saja, tetapi juga mencermati kepentingan pihak-pihak eksternal perusahaan.

Selain bertujuan untuk memperoleh profit atau laba, perusahaan juga dituntut untuk memperhatikan faktor lingkungan dan sosial. Sudah banyak sekali kerusakan lingkungan yang ditimbulkan oleh aktivitas perusahaan seperti penebangan liar, pembakaran hutan, pencemaran udara, pencemaran air, efek rumah kaca dan lain sebagainya. Hal ini seharusnya menjadi tanggung jawab perusahaan kepada pihak-pihak yang berkaitan langsung dengan perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus melakukan tanggung jawab sosial sebagai kompensasi atas aktivitas-aktivitas yang

berdampak pada lingkungan dan sosial. Tanggung jawab sosial perusahaan ini disebut dengan *Corporate Social Responsibility (CSR)*. CSR adalah bentuk tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan untuk memberikan perhatian serta kepedulian terhadap lingkungan dan masyarakat, baik yang berhubungan langsung dengan aktivitas perusahaan maupun yang tidak berhubungan langsung dengan aktivitas perusahaan. Konsep CSR ini berangkat dari harapan masyarakat mengenai peran perusahaan dalam mengatasi masalah lingkungan dan sosial.

Dalam konteks agama islam, CSR adalah praktik bisnis yang memiliki tanggung jawab etis secara islami. Perusahaan memasukan norma-norma agama islam yang ditandai dengan adanya komitmen ketulusan dalam menjaga kontrak sosial di dalam operasinya. Dengan demikian, praktik bisnis dalam kerangka CSR Islami mencakup serangkaian kegiatan bisnis dalam bentuknya. Meskipun tidak dibatasi jumlah kepemilikan barang, jasa serta profitnya, namun cara-cara untuk memperoleh dan pendayagunaannya dibatasi oleh aturan halal dan haram oleh syariah (Suharto,2010).
الْبِرِّ وَلَكِنَّ وَالْمَغْرِبِ الْمَشْرِقِ قَبْلَ وَجُوهَكُمْ تَوَلَّوْا أَنْ الْبِرَّ لَيْسَ وَالْأَيْتَامَى الْقُرْبَى دَوَى حُبِّهِ عَلَى الْمَالِ وَآتَى وَالنَّبِيِّينَ وَالْكِتَابِ وَالْمَلَائِكَةَ الْآخِرِ وَالْيَوْمِ بِاللَّهِ أَمَنْ مَنْ إِذَا بَعَثْتَهُمْ وَالْمُؤْمِنُونَ الزَّكَاةَ وَآتَى الصَّلَاةَ وَأَقَامَ الرَّقَابَ وَفِي السَّائِلِينَ السَّبِيلِ وَابْنِ الْكَيْفِ وَالْمَسَدِ مُتَّقُونَ أَلْ هُمْ وَأُولَئِكَ صَدَقُوا الَّذِينَ أُولَئِكَ الْبَأْسِ وَحِينَ وَالصَّرَاءِ الْبَأْسَاءِ فِي وَالصَّابِرِينَ عَاهَدُوا (QS. Al Baqarah:177)

Artinya : “bukanlah menghadapkan wajahmu ke arah timur dan barat itu suatu kebajikan, akan tetapi Sesungguhnya kebajikan itu ialah beriman kepada Allah, hari Kemudian, malaikat-malaikat, kitab-kitab, nabi-nabi dan memberikan harta yang dicintainya kepada kerabatnya, anak-anak yatim, orang-orang miskin, musafir (yang memerlukan pertolongan) dan orang-orang yang meminta-minta; dan (memerdekakan) hamba sahaya, mendirikan shalat, dan menunaikan zakat; dan orang-orang yang menepati janjinya apabila ia berjanji, dan orang-orang yang sabar dalam kesempitan, penderitaan dan dalam peperangan. mereka Itulah orang-orang yang benar (imannya); dan mereka Itulah orang-orang yang bertakwa”

Dari ayat di atas dapat diambil kesimpulan bahwa Islam adalah agama yang mengedepankan pentingnya nilai-nilai sosial di masyarakat ketimbang hanya sekedar menghadapkan wajah kita ke barat dan ke timur dalam shalat. Tanpa mengesampingkan akan pentingnya shalat dalam Islam, Al Quran mengintegrasikan makna dan tujuan shalat dengan nilai-nilai sosial. Di samping memberikan nilai keimanan berupa iman kepada Allah SWT, Kitab-Nya, dan Hari Kiamat, Al Quran menegaskan bahwa keimanan tersebut tidak sempurna jika tidak disertai dengan amalan-amalan sosial berupa kepedulian dan pelayanan kepada kerabat, anak yatim, orang miskin, dan musafir serta menjamin kesejahteraan mereka yang membutuhkan.

Kewajiban untuk melaksanakan CSR juga tertuang dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 pasal 1 ayat 3 tentang Perseroan Terbatas yang telah disahkan pada tanggal 20 Juli 2007, dimana perusahaan yang melakukan kegiatan usaha di bidang atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Sanksi pidana mengenai pelanggaran CSR ini terdapat didalam Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup (UUPLH) Pasal 41 ayat (1) yang menyatakan: “Barang siapa yang melawan hukum dengan sengaja melakukan perbuatan yang mengakibatkan pencemaran dan atau perusakan lingkungan hidup, diancam dengan pidana penjara paling lama sepuluh tahun dan denda paling banyak lima ratus juta rupiah. Meskipun beberapa peraturan sudah ditetapkan dalam pelaksanaan dan pelaporan CSR, namun peraturan-peraturan tersebut tidak memberikan pedoman secara khusus mengenai bagaimana dan informasi apa saja yang harus dilaporkan oleh perusahaan mengenai pelaksanaan CSR, sehingga pengungkapan yang relevan dengan pelaksanaan CSR masih dirasa kurang oleh para *stakeholders*. Berdasarkan hal tersebut, peneliti berusaha untuk menemukan faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi pengungkapan CSR

Teori *stakeholders* menjelaskan bahwa eksistensi perusahaan ditentukan oleh para *stakeholders*. Oleh karena itu, pengungkapan sosial harus dianggap sebagai wujud komunikasi antara manajemen dengan

stakeholders (Indrawati, 2009). Praktik pengungkapan CSR memiliki peran yang sangat penting bagi perusahaan karena perusahaan hidup di lingkungan masyarakat dan aktivitasnya memiliki dampak bagi lingkungan dan sosial. Perusahaan harus senantiasa memperhatikan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagai bentuk jaminan dan usaha perusahaan untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat.

Teori legitimasi menjelaskan bahwa pengungkapan CSR dilakukan perusahaan untuk mendapatkan legitimasi masyarakat dimana perusahaan itu didirikan. Menurut Hadi (2011) legitimasi masyarakat merupakan faktor strategis bagi perusahaan dalam mengembangkan perusahaan dalam jangka panjang. Hal itu, dapat dijadikan sebagai media untuk membangun strategi perusahaan, terutama terkait dengan upaya memposisikan diri di tengah lingkungan masyarakat yang semakin maju. Dengan demikian, legitimasi merupakan manfaat atau sumber daya potensial bagi perusahaan untuk mempertahankan keberlangsungan perusahaan (*going concern*).

1.2. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, maka rumusan masalah yang di peroleh adalah sebagai berikut :

- 1.2.1.1. Apakah media *exposure* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR?
- 1.2.1.2. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR?

- 1.2.1.3. Apakah leverage positif berpengaruh terhadap pengungkapan CSR?
- 1.2.1.4. Apakah struktur kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR?
- 1.2.1.5. Apakah struktur kepemilikan asing berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

- 1.3.1.1. Untuk menguji pengaruh media exposure terhadap pengungkapan CSR.
- 1.3.1.2. Untuk menguji pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR.
- 1.3.1.3. Untuk menguji pengaruh leverage terhadap pengungkapan CSR.
- 1.3.1.4. Untuk menguji pengaruh struktur kepemilikan institusional terhadap pengungkapan CSR.
- 1.3.1.5. Untuk menguji pengaruh struktur kepemilikan asing terhadap pengungkapan CSR

II. LANDASAN TEORI DAN PENURUNAN HIPOTESIS

2.1. Teori Pemangku kepentingan (*Stakeholders Theory*)

Teori *stakeholders* menjelaskan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholders*-nya. (Ghozali dan Chariri, 2007). Dalam hal ini, perusahaan mengungkapkan secara sukarela atas investasi lingkungan yang telah dilakukan untuk membuktikan kepada masyarakat akan kepedulian perusahaan tersebut dalam menjaga lingkungan dan memberikan nilai tambah serta manfaat bagi masyarakat. Oleh karena itu, perusahaan sangat membutuhkan dukungan *stakeholders* untuk keberlangsungan perusahaan tersebut.

Menurut Riswari (2012), pengungkapan CSR ini perlu didasari dengan kepentingan *stakeholders* karena mereka akan mengetahui dan menilai sejauh mana perusahaan melaksanakan peranannya, sehingga menuntut adanya akuntabilitas perusahaan atas kegiatan CSR yang telah dilakukannya. Kesadaran perusahaan tentang pentingnya keberadaan *stakeholders* akan menjadikan perusahaan senantiasa berinovasi dan mengevaluasi, sehingga perusahaan dapat berkembang dengan baik.

2.2. Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Teori legitimasi merupakan kontrak sosial yang diimplikasikan antara suatu institusi dengan masyarakat (Nurkhin, 2009). Teori ini menjelaskan bahwa suatu bisnis dibatasi oleh kontrak sosial yang menyatakan perusahaan sepakat untuk menunjukkan berbagai aktivitas sosial agar perusahaan memperoleh penerimaan atau legitimasi dari masyarakat sehingga akan menjamin keberlangsungan perusahaan tersebut (Reverte, 2009).

Teori ini beranggapan bahwa organisasi atau perusahaan akan terus berlanjut keberadaannya 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.

2.3. Pengungkapan *Corporate social responsibility*

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan mekanisme bagi organisasi untuk memberikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum (Darwin, 2004). Sedangkan menurut Menurut Rawi (2008) CSR adalah wujud dari kepedulian dan sensitifitas perusahaan untuk ikut meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat dan lingkungan,

serta merupakan bagian dari upaya investasi yang mendukung keberlanjutan dari usaha yang dikembangkan, juga tidak terpisahkan dari strategi jangka panjang. Berdasarkan penjelasan diatas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan wujud nyata dari kepedulian perusahaan terhadap lingkungan, masyarakat dan juga para pegawai.

Menurut (Anggraini 2006) pertanggung jawaban sosial perusahaan diungkapkan di dalam laporan yang disebut *Sustainability Reporting*, yaitu pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*).

2.4. Media Exposure

Bagi perusahaan yang menyadari pentingnya pengungkapan CSR pasti akan memikirkan bermacam-macam cara untuk memberikan informasi kepada para *stakeholdernya*, termasuk informasi mengenai pengungkapan CSR. Dengan mengkomunikasikan CSR melalui media, diharapkan masyarakat mengetahui aktivitas sosial yang dilakukan perusahaan, sehingga perusahaan akan mendapatkan kepercayaan dan legitimasi dari masyarakat. Menurut Munif *et al.*, (2010) Perusahaan dapat mengungkapkan kegiatan CSR melalui berbagai media. Terdapat tiga media yang sering dipakai perusahaan dalam pengungkapan CSR, yaitu melalui media televisi, koran, serta internet (web perusahaan).

2.5. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan variabel yang banyak digunakan untuk menjelaskan pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan dalam laporan tahunan. Menurut Hilmi dan Ali (2008) ukuran perusahaan dapat dinilai dari beberapa segi. Besar kecilnya ukuran perusahaan dapat didasarkan pada total nilai aktiva, total penjualan, kapitalisasi pasar, jumlah tenaga kerja dan sebagainya. Semakin besar nilai item-item tersebut maka semakin besar pula ukuran perusahaan itu. Ukuran perusahaan merupakan tingkat identifikasi besar atau kecilnya suatu perusahaan dan juga sebagai alat ukur untuk mengukur suatu perusahaan berdasarkan aturan tertentu.

2.6. *Leverage*

Leverage merupakan penggunaan aktiva atau dana dimana dalam penggunaannya aktiva atau dana tersebut perusahaan harus menutupi biaya tetap atau beban tetap. Sumber dana perusahaan dapat dibagi menjadi dua yaitu sumber dana internal dan sumber dana eksternal. Sumber dana internal berasal dari laba perusahaan. Sementara sumber dana eksternal merupakan sumber dana perusahaan yang berasal dari luar perusahaan, misalnya hutang dari kreditur dan lain sebagainya.

Menurut Kasmir (2013) *leverage* merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam membiayai aset 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. Dengan demikian, tingkat *leverage* perusahaan dapat menggambarkan risiko keuangan perusahaan.

2.7. Struktur Kepemilikan Institusional

Kepemilikan Institusional adalah kepemilikan saham oleh pemerintah, institusi berbadan hukum, institusi keuangan, institusi luar negeri dan institusi lainnya pada akhir tahun Shien et al. (2006). Kepemilikan institusional merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kinerja perusahaan. Adanya kepemilikan institusional di suatu perusahaan akan mendorong peningkatan pengawasan kepada manajemen sehingga dapat mengurangi perilaku *opportunistic* manajer. Pengawasan yang dilakukan oleh investor institusional bergantung pada besar kecilnya investasi yang dilakukan. Semakin besar kepemilikan institusional yang terdapat pada perusahaan maka semakin besar pula tingkat pengawasan yang dilakukan.

2.8. Struktur Kepemilikan Asing

Kepemilikan saham asing adalah jumlah saham yang dimiliki oleh pihak asing (luar negeri) baik oleh individu maupun lembaga yang terdapat pada perusahaan. Selama ini investor asing merupakan pihak yang dianggap *concern* terhadap pengungkapan CSR. Menurut Fauzi (2006) negara-negara di Eropa dan Amerika sangat memperhatikan isu-isu sosial

dan lingkungan seperti hak asasi manusia, ketenaga kerjaan, efek rumah kaca, penebangan liar, serta pencemaran air. Oleh karena itu, perusahaan-perusahaan asing sudah mulai merubah perilaku mereka dalam melakukan aktivitasnya untuk menjaga lingkungan dan mendapatkan reputasi yang baik.

Undang-undang No. 25 Tahun 2007 pada pasal 1 angka 6 menjelaskan bahwa kepemilikan asing adalah perseorangan warga negara asing atau badan usaha asing yang melakukan penanaman modal di wilayah Republik Indonesia (Ramadhan 2010). Perusahaan yang struktur kepemilikannya dominan dengan pihak asing melihat bahwa legitimasi dari masyarakat sangat penting, karena pasar tempat beroperasi dapat memberikan eksistensi yang tinggi bagi keberlangsungan perusahaan pada jangka panjang. (Suchman, 1995)

2.9. Pengaruh Media *Exposure* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Media mempunyai peran untuk mendorong manajemen dalam melakukan pengungkapan CSR untuk mendapat kepercayaan serta legitimasi dari masyarakat atau komunitas sosialnya melalui kegiatan CSR. Pengkomunikasian CSR melalui berbagai media akan meningkatkan citra perusahaan di mata masyarakat.

Menurut Ratnasari (2012) media internet/website adalah media yang paling efektif dengan didukung oleh para pemakai internet yang mulai

meningkat. Dengan adanya pengungkapan CSR melalui media website diharapkan masyarakat dapat mengetahui aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan sehingga perusahaan akan dikenal dan memiliki nilai sesuai dengan apa yang diharapkan masyarakat.

Kristi (2012) melakukan penelitian pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan berhasil menemukan adanya hubungan positif antara media exposure terhadap pengungkapan CSR, penelitian tersebut didukung oleh penelitian dari Melati (2014) yang menyatakan pengungkapan CSR melalui media perusahaan memberikan pengaruh terhadap pengungkapan CSR, hal itu menandakan bahwa pengungkapan informasi melalui media perusahaan/website mendapatkan respon yang positif dari para *stakeholders* sehingga dapat mempengaruhi tindakan manajemen untuk melakukan pengungkapan CSR. Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

H1 : Media *exposure* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

2.10. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Ukuran perusahaan merupakan variabel yang sering digunakan untuk menjelaskan luas pengungkapan yang terdapat pada laporan tahunan perusahaan. Selain itu perusahaan besar merupakan emiten yang paling banyak disoroti, sehingga pengungkapan yang lebih besar akan mengurangi

biaya politis sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan (Sembiring, 2005).

Ale (2014) melakukan penelitian pada seluruh perusahaan manufaktur yang terdapat di BEI dan berhasil menunjukkan adanya hubungan positif antara ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR. Penelitian tersebut didukung oleh Purnasiwi dan Sudarno (2011) yang juga berhasil menemukan hubungan positif antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan CSR. Akan tetapi tidak semua peneliti mendukung hubungan ukuran perusahaan dengan pengungkapan CSR. Penelitian yang tidak berhasil menunjukkan hubungan kedua variabel ini ditemukan oleh kurnianingsih (2013). Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

H2 : Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

2.11. Pengaruh *Leverage* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Rasio leverage digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang. Mia dan Al Mamun (2011) berpendapat bahwa perusahaan dengan leverage tinggi akan mendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial yang makin banyak. Dengan diberikan pengungkapan informasi seperti CSR

diharapkan pihak-pihak seperti kreditor dan investor dapat melihat hal tersebut sebagai jaminan atas going concern perusahaan sehingga haknya sebagai kreditor dan investor tetap terjamin dan tidak memberikan tekanan yang lebih besar ke perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Purnasiwi dan sudarno (2011) menunjukkan hasil positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Penelitian tersebut juga didukung oleh penelitian Yuliani (2014) yang berhasil menemukan hubungan antara leverage dengan pengungkapan CSR. Namun tidak semua penelitian berhasil menemukan hubungan leverage dengan pengungkapan CSR. Penelitian yang tidak berhasil menunjukkan hubungan kedua variabel ini ditemukan oleh Sembiring (2003). Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

H3 : *Leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

2.12. Pengaruh Kepemilikan Institusional dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Teori *Stakeholders* menjelaskan bahwa pemangku kepentingan merupakan pihak yang berkepentingan pada perusahaan dan dapat mempengaruhi atau dapat dipengaruhi oleh aktivitas perusahaan. Kepemilikan institusional yang besar akan sangat berpengaruh terhadap keputusan manajemen yang akan diambil. Salah satu keputusannya adalah

pengungkapan informasi CSR sebagai bentuk transparansi kepada *stakeholders*. Hal ini dikarenakan kepemilikan institusional akan melakukan pengawasan terhadap pihak manajemen. Menurut Rawi (2008) semakin tinggi tingkat kepemilikan institusional yang dimiliki oleh investor institusional maka akan menyebabkan tingkat monitor menjadi lebih efektif. Dengan demikian semakin tinggi tingkat kepemilikan institusional, maka pengungkapan CSR akan semakin luas.

Penelitian yang dilakukan oleh Anggraini (2006) berhasil menunjukkan hubungan yang positif antara kepemilikan saham institusional dengan pengungkapan CSR. Penelitian tersebut didukung oleh Ale (2014) yang juga berhasil menemukan hubungan positif antara kepemilikan institusional dengan Pengungkapan CSR. Artinya, semakin besar kepemilikan institusional dalam perusahaan maka tekanan terhadap manajemen perusahaan untuk mengungkapkan CSR pun semakin besar. Berbeda dengan penelitian Rustiarni (2011) menemukan adanya hubungan negatif antara kepemilikan saham instiusional dengan pengungkapan CSR. Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

H4 : Struktur Kepemilikan Institusional berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

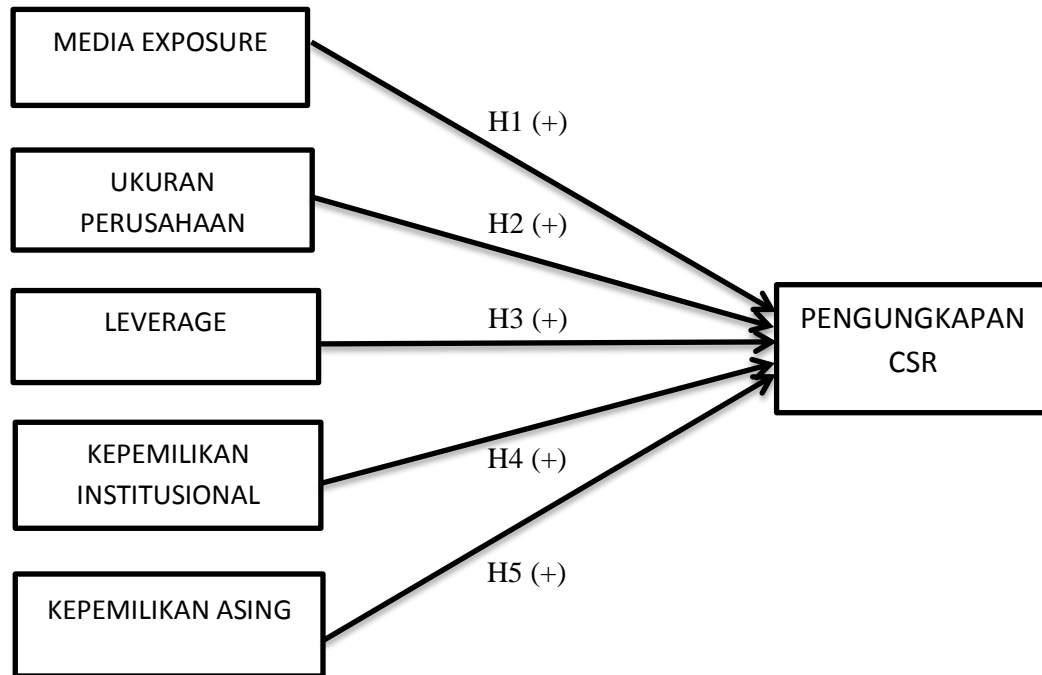
2.13. Pengaruh Kepemilikan Asing dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Perusahaan dengan kepemilikan saham asing biasanya lebih sering menghadapi masalah asimetri informasi dikarenakan keterbatasan letak geografis dan bahasa. Menurut Puspitasari (2009) ada beberapa faktor yang menyebabkan kepemilikan saham asing mengungkapkan informasi lebih luas. Pertama, perusahaan asing terutama dari Eropa dan Amerika lebih dulu mengenal konsep praktik dan pengungkapan CSR dibandingkan dengan negara ini. Kedua, perusahaan asing mendapatkan pelatihan yang lebih baik dalam bidang akuntansi. Ketiga, perusahaan tersebut mempunyai sistem informasi yang lebih efektif dan efisien sehingga dapat memenuhi kebutuhan informasi dari internal dan eksternal.

Pendapat tersebut didukung oleh penelitian Rustiarini (2011) yang berhasil menunjukkan adanya hubungan positif antara kepemilikan asing dengan pengungkapan CSR. Namun Hasil yang berbeda ditunjukkan oleh Yuliani (2014) yang tidak menemukan adanya pengaruh kepemilikan asing terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

H5: Struktur Kepemilikan Asing berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

2.14. Model Penelitian



Gambar 2.1
Model Penelitian

III. METODE PENELITIAN

3.1. Pemilihan Sampel dan Pengumpulan Data

Obyek dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sedangkan subyeknya berupa Laporan Keuangan tahunan seluruh Perusahaan Manufaktur yang dipublikasikan oleh Bursa Efek Indonesia. Data yang digunakan adalah data tahun 2013-2015. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan metode dokumentasi. Metode dokumentasi sendiri merupakan proses pengumpulan

data yang diperoleh dari media internet dan beberapa data yang telah dipublikasikan di *www.idx.co.id*.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* Kriterianya adalah 1) Perusahaan merupakan kelompok industri manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2013-2015, 2) Perusahaan tersebut menerbitkan laporan keuangan tahunan dengan periode yang berakhir 31 Desember 2015, 3) Perusahaan mempunyai semua elemen yang dibutuhkan peneliti untuk mengukur dan mengolah data penelitiannya pada periode 2013-2015.

3.2. Definisi Operasional Variabel

3.2.1. Variabel *Corporate Social Responsibility*

CSR merupakan komitmen usaha untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk meningkatkan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya, komunitas lokal, dan komunitas luas (Anatan, 2013). Di Indonesia, ketentuan tentang pengungkapan CSR masih belum memiliki standar khusus, dengan demikian penelitian ini menggunakan standar yang sesuai dengan pedoman Global Reporting Initiatives (GRI) G.4 yang diperoleh dari website www.globalreporting.org, yang terdiri dari kategori ekonomi (9 indikator), lingkungan (34 indikator), praktek ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja (16 indikator), hak asasi manusia (12 indikator), masyarakat (11 indikator), dan tanggung jawab atas produk (9

indikator). Skor dari setiap item pengungkapan dijumlahkan dan dibagi dengan total items pengungkapan yang diharapkan untuk setiap indikator sehingga diperoleh skor pengungkapan per indikator untuk setiap perusahaan.

$$\text{CSRD} = n / 91$$

Dimana :

CSRD : Indeks pengungkapan CSR perusahaan

N : jumlah item yang diungkapkan

91 : Jumlah item yang diharapkan

3.2.2. Variabel Media *Exposure*

Media merupakan alat bagi perusahaan untuk melakukan komunikasi dengan para stakeholders-nya, melalui media perusahaan dapat membagikan informasi mengenai kondisi perusahaan tersebut. Konsisten dengan penelitian Nur (2012) untuk mengukur media *exposure* peneliti menggunakan variabel *dummy*, yaitu dengan memberikan nilai 1 untuk perusahaan yang mengungkapkan kegiatan CSR di website perusahaan dan 0 untuk perusahaan yang tidak mengungkapkan kegiatan CSR di website perusahaan.

3.2.3. Variabel Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan skala yang digunakan untuk menentukan besar kecilnya suatu perusahaan. Konsisten dengan

penelitian (Wijaya, 2012) pada penelitian ini ukuran perusahaan diproksikan dengan *log* natural total aset, tujuannya adalah untuk mengurangi perbedaan yang signifikan antara besar atau kecilnya perusahaan sehingga data dari total aset dapat terdistribusi normal. Rumus yang digunakan untuk mengukur ukuran perusahaan adalah sebagai berikut :

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Log N (Total Aset)}$$

3.2.4. Variabel *Leverage*

Leverage dapat diartikan sebagai tingkat ketergantungan perusahaan terhadap utang yang digunakan untuk membiayai kegiatan operasionalnya. Kosisten dengan penelitian (Kasmir, 2013), penelitian ini menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER) untuk mengukur total kewajiban terhadap modal sendiri (*shareholder equity*) . Rumus tersebut dapat dinyatakan sebagai berikut :

$$\text{DER} = \frac{\text{total kewajiban}}{\text{ekuitas}}$$

3.2.5. Variabel Kepemilikan Saham Institusional

Kepemilikan saham institusional adalah kepemilikan saham perusahaan yang dimiliki oleh institusi atau lembaga seperti perusahaan investasi, bank dan kepemilikan institusi lainnya (Tarjo, 2008). Konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Anggraini (2006), kepemilikan institusional diukur dengan menggunakan

perbandingan antara jumlah kepemilikan saham yang dimiliki oleh pihak institusi dengan jumlah saham yang beredar. Rumus dapat digambarkan sebagai berikut : **Kepemilikan Institusional** =
$$\frac{jmlh\ saham\ institusional}{jml\ saham\ yg\ beredar} \times 100\%$$

3.2.6. Variabel Kepemilikan saham Asing

Kepemilikan saham asing adalah kepemilikan saham yang dimiliki oleh pihak asing. Konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Susanti (2013) kepemilikan institusional diukur dengan menggunakan perbandingan antara jumlah kepemilikan saham yang dimiliki oleh pihak asing dengan jumlah saham yang beredar. Rumus dapat digambarkan sebagai berikut :

$$\text{Kepemilikan Asing} = \frac{jmlh\ saham\ asing}{jml\ saham\ yg\ beredar} \times 100\%$$

3.3. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan regresi linear berganda untuk menjelaskan hubungan beberapa variabel yang diteliti. Metode regresi linear berganda, yaitu metode yang mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih serta menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dan variabel independen. Persamaan regresi linear berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{CSR}D = \alpha + b_1ME + b_2UP + b_3LEV + b_4KI + b_5KA + e$$

Dimana :

α : Konstanta

CSRSD : *Corporate Social Responsibility Disclosure*

ME : *Media Exposure*

UP : Ukuran Perusahaan

LEV : *Leverage*

INST : Kepemilikan Institusional

ASING : Kepemilikan Asing

b1,b2,b3,b4 : koefisien regresi

e : *Standard error*

IV. HASIL PENELITIAN

4.1. Analisis Statik Deskriptif

Statistik deskriptif pada penelitian ini menyajikan jumlah data, nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata (*mean*) dan simpangan baku (*standar deviation*) dari variabel independen dan variabel dependen. Hasil statistik deskriptif ditunjukkan dalam Tabel 4.1.

Tabel 4.2
Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y	75	,16	,40	,2738	,06692
ME	75	,00	1,00	,6133	,49027
UP	75	1.006	288.314	144.660	475.178
LEV	75	,10	2,95	,9635	,66612
INST	75	,05	,77	,3115	,21169
ASING	75	,07	,78	,4260	,17370
Valid N (listwise)	75				

Sumber : Output SPSS 15.0

Tabel 4.2 menunjukkan bahwa pengamatan dalam penelitian ini sebanyak 75 sampel perusahaan, adapun hasil statistik deskriptif adalah sebagai berikut: Variabel pengungkapan CSR (Y) memiliki nilai minimum sebesar 16%; nilai maksimum sebesar 40%; nilai rata-rata (*mean*) sebesar 27,38% dan simpangan baku (*standar deviation*) sebesar 66,92 %. Variabel Media *Exposure* (ME) dimana perusahaan yang melakukan pengungkapan CSR melalui media web adalah sebesar 65%; sedangkan sisanya sebesar 35% belum melakukan pengungkapan CSR melalui media web. Variabel Ukuran Perusahaan (UP) yang diukur dengan menggunakan total aset perusahaan memiliki nilai minimum sebesar 1.006 milyar rupiah; nilai maksimum sebesar 288.314 milyar rupiah; nilai rata-rata (*mean*) sebesar 144.660 milyar rupiah; dan simpangan baku (*standar deviation*) sebesar 475.178 milyar rupiah. Variabel *Leverage* (LEV) memiliki nilai minimum sebesar 10%; nilai

Maksimum sebesar 295% nilai rata-rata (*mean*) sebesar 96,35; dan simpangan baku (*standar deviation*) sebesar 66,61%. Variabel Kepemilikan Institusi (INST) memiliki nilai minimum sebesar 5% ; nilai maksimum sebesar 77% nilai rata-rata (*mean*) sebesar 31,15%; dan simpangan baku (*standar deviation*) sebesar 21,17%. Variabel Kepemilikan Asing (ASING) memiliki nilai minimum sebesar 7%; nilai maksimum sebesar 78%; nilai rata-rata (*mean*) sebesar 42,6%; dan simpangan baku (*standar deviation*) sebesar 17,37%.

4.2. Analisis Uji Asumsi Klasik

4.2.1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data dalam regresi berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *One-Sample Kolmogorov Smirnov Test*. Hasil uji normalitas dalam penelitian ini ditunjukkan pada Tabel 4.2

Tabel 4.2
Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		75
Normal	Mean	,0000000
Parameters(a,b)	Std. Deviation	,04941890
Most Extreme	Absolute	,079
Differences	Positive	,079
	Negative	-,059
Kolmogorov-Smirnov Z		,685
Asymp. Sig. (2-tailed)		,736

Berdasarkan Tabel 4.2 didapatkan hasil bahwa nilai Asymp. Sig (2-tailed) sebesar $0,736 > \alpha (0,05)$. Jadi, dapat disimpulkan data sampel pada penelitian berdistribusi normal.

4.2.2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah antara variabel pengganggu masing-masing variabel saling mempengaruhi dalam model regresi. Uji autokorelasi dalam penelitian ini dilakukan dengan pendekatan DW (*Durbin-Watson*). Hasil uji autokorelasi dalam penelitian ini ditunjukkan pada Tabel 4.3.

Tabel 4.3.
Uji Autokorelasi
Durbin-Watson

Model Summary^b

Model	Durbin-Watson
1	1,816

Berdasarkan Tabel 4.3 didapatkan hasil bahwa nilai DW sebesar 1,816. Nilai DW berada diantara nilai dU 1,7698 dan (4-dL) 2,5134 yang menunjukkan tidak adanya autokorelasi. Jadi, dapat disimpulkan data sampel pada penelitian tidak terjadi autokorelasi.

4.2.3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat korelasi antar variabel independen dalam model regresi. Uji

multikolinearitas dalam penelitian dapat dilihat dari nilai *Tolerance* atau *Variance Inflation Factor* (VIF). Hasil uji multikolinearitas dalam penelitian ini ditunjukkan pada Tabel 4.4.

Tabel 4.4
Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
ME	,915	1,093
UPln	,897	1,115
LEV	,980	1,021
ASING	,711	1,407
INST	,712	1,404

Berdasarkan Tabel 4.4 didapatkan hasil bahwa VIF masing-masing variabel ≤ 10 . *Leverage* (LEV) sebesar 1,021; Kepemilikan Asing (ASING) 1,407; Kepemilikan Institusional (INST) sebesar 1,404; *Media Exposure* (ME) 1,093; Ukuran Perusahaan (UP) sebesar 1,115. Jadi, dapat disimpulkan data sampel pada penelitian tidak terjadi multikolinearitas.

4.2.4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain dalam model regresi. Uji heteroskedastisitas dalam

penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji *Glejser*. Hasil uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini ditunjukkan pada Tabel 4.5.

Tabel 4.5
Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model	Sig.
1 (Constant)	,025
ME	,398
UPln	,881
LEV	,706
ASING	,116
INST	,291

Berdasarkan Tabel 4.5 didapatkan hasil bahwa nilai signifikansi dari masing-masing variabel independen pada penelitian ini lebih besar dari α (0,05). *Leverage* (LEV) sebesar 0,706; Kepemilikan Asing (ASING) sebesar 0,116; Kepemilikan Institusional (INST) sebesar 0,291; *Media Exposure* (ME) 0,398; Ukuran Perusahaan (UPln) 0,881 Jadi, dapat disimpulkan data sampel pada penelitian tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.3. Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk menguji kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi perubahan variabel dependen. Hasil uji koefisien determinasi dalam penelitian ini ditunjukkan pada Tabel 4.6.

Tabel 4.6
Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,674 ^a	,455	,415	,5118

Berdasarkan tabel 4.6 didapatkan hasil bahwa besarnya koefisien determinasi (*Adjusted R²*) adalah 0,415 atau 41,5%, hal ini menunjukkan bahwa nilai perusahaan sebesar 41,5% oleh *Media Exposure* (ME), Ukuran Perusahaan (UP), *Leverage* (LEV), Kepemilikan Institusional (INST), dan Kepemilikan Asing (ASING). Sedangkan sisanya 58,5% (100% - 41,5%) dipengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian.

4.4. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji signifikan simultan (Uji F) bertujuan untuk menguji apakah semua variabel independen mempunyai pengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel dependen dalam model penelitian. Hasil uji signifikan simultan (Uji F) ditunjukkan pada Tabel 4.7.

Tabel 4.7
Uji Signifikan Simultan (Uji F)
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,151	5	,030	11,504	,000(a)
	Residual	,181	69	,003		
	Total	,331	74			

Berdasarkan Tabel 4.7 didapatkan hasil bahwa nilai F sebesar 11,504 dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < \alpha$ (0,05). Jadi, variabel independen

(Media Exposure, Ukuran Perusahaan, Leverage, Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Asing berpengaruh simultan atau bersama-sama terhadap variabel dependen (Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*))

4.5. Uji Parsial (Uji *t*)

Uji parsial (Uji *t*) bertujuan untuk menguji apakah variabel independen mempunyai pengaruh secara parsial terhadap variabel dependen dalam model penelitian. Hasil uji parsial (Uji *t*) dalam penelitian ini ditunjukkan pada Tabel 4.8.

Tabel 4.9
Uji Parsial (Uji *t*)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF	
1	(Constant)	,266	,102			
	ME	,035	,013	,256	2,797	,007
	UP	-,001	,004	-,016	-,168	,867
	LEV	-,056	,009	-,562	-6,161	,000
	INST	,007	,033	,023	,217	,829
	ASING	,129	,041	,335	3,153	,002

a. Dependent Variable: Y
Sumber: Output SPSS 15.0

Berdasarkan pengujian pada Tabel 4.9 dapat dirumuskan model regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,266 + 0,035ME - 0,001UP - 0,56LEV + 0,007INST + 0,129ASING$$

4.5.1. Pengujian Hipotesis Pertama (H₁)

Hasil uji parsial Tabel 4.8 menunjukkan variabel media *exposure* (ME) mempunyai nilai sig $0.013 < 0.05$ dan nilai koefisien regresi 2,547 yang berarti variabel media *exposure* berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility*. Dengan demikian hipotesis pertama (H₁) yang menyatakan bahwa media *exposure* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility* dinyatakan **diterima**.

4.5.2. Pengujian Hipotesis Kedua (H₂)

Hasil uji parsial menunjukkan variabel UP (UPIn) mempunyai nilai sig $0.363 > 0.05$ dan nilai koefisien regresi -0.916 yang berarti variabel ukuran perusahaan tidak Berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility*. Dengan demikian hipotesis kedua (H₂) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility* dinyatakan **ditolak**.

4.5.3. Pengujian Hipotesis Ketiga (H₃)

Hasil uji parsial menunjukkan variabel *leverage* (LEV) mempunyai nilai sig $0.000 < 0.05$ dan nilai koefisien regresi -6.186 yang berarti variabel *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility*. Dengan demikian hipotesis ketiga (H₃) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility* dinyatakan **ditolak**.

4.5.4. Pengujian Hipotesis Keempat (H₄)

Hasil uji parsial menunjukkan variabel Kepemilikan Instusional (INST) mempunyai nilai sig $0.934 > 0.05$ dan nilai koefisien regresi 0.83 yang berarti variabel kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility*. Dengan demikian hipotesis keempat (H_4) yang menyatakan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility* dinyatakan **ditolak**.

4.5.5. Pengujian Hipotesis Kelima (H_5)

Hasil uji parsial menunjukkan variabel Kepemilikan Asing (ASING) mempunyai nilai sig $0.020 < 0.05$ dan nilai koefisien regresi 3,148 yang berarti variabel kepemilikan asing berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility*. Dengan demikian hipotesis kelima (H_5) yang menyatakan bahwa kepemilikan asing berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility* dinyatakan **diterima**.

4.6. Pembahasan (Intrepretasi)

4.6.1. Hubungan media *exposure* terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility*.

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa media *exposure* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility* yang berarti hasil penelitian menerima hipotesis pertama (H_1). Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya

yang dilakukan oleh Kristi (2012) dan Melati (2014) bahwa media *exposure* berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility*. Namun penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Fahmi (2015).

Hal itu menandakan bahwa pengungkapan informasi melalui media perusahaan/website mendapatkan respon yang positif dari para *stakeholders* sehingga dapat mempengaruhi tindakan manajemen untuk melakukan pengungkapan *Corporate social responsibility*.

4.6.2. Hubungan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility*.

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility* yang berarti menolak hipotesis kelima (H₂). Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kurnianingsih (2013) bahwa kepemilikan asing berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility*. Namun penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh kurnianingsih (2013).

Penelitian ini menunjukkan bahwa besar atau kecilnya suatu perusahaan tidak mempengaruhi luas pengungkapan informasi salah satunya pengungkapan *Corporate social responsibility*. Besar kecilnya ukuran perusahaan atau berapapun asset yang dimiliki perusahaan tidak

akan menurunkan atau meningkatkan luas pengungkapan laporan pertanggungjawaban sosialnya. Perusahaan besar tidak akan selalu melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial lebih banyak agar mempunyai pengaruh pada pihak-pihak internal maupun eksternal yang mempunyai kepentingan terhadap perusahaan. Perusahaan kecil pun juga melakukan pengungkapan kegiatan CSR dengan baik guna pelaksanaan tanggung jawab sosialnya untuk dilingkungan di sekitar operasional usahanya bergerak. Hal ini dikarenakan tanggung jawab sosial perusahaan bukan lagi menjadi sekedar kegiatan, tetapi merupakan sebuah kewajiban bagi perusahaan yang berguna untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan, sehingga besar kecilnya ukuran perusahaan tidak mempengaruhi besarnya tingkat tanggung jawab sosial. Oleh sebab itu baik perusahaan besar maupun perusahaan yang kecil diharapkan bisa melaksanakan pengungkapan CSR yang lebih baik. Harapannya size perusahaan baik besar maupun kecil agar turut menciptakan iklim penerapan kegiatan CSR dengan baik.

4.6.3. Hubungan *Leverage* terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility*.

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility* yang berarti hasil penelitian menolak hipotesis ketiga (H_3). Hasil penelitian

ini sejalan dengan penelitian Ale (2014) dan Sembiring (2003) yang menyatakan bahwa tingkat *leverage* yang tinggi berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility*. Namun penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Purnasiwi dan sudarno (2011) dan Yuliani (2014).

Perusahaan yang memiliki nilai *leverage yang tinggi*, maka perusahaan memiliki kemungkinan yang lebih besar untuk melanggar perjanjian kredit kepada kreditur sehingga perusahaan akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dengan cara mengurangi biaya-biaya yaitu biaya memublikasikan informasi termasuk pengungkapan *Corporate social responsibility*. Kemudian Menurut Maria Ulfa (2009) untuk melakukan *Corporate Social Responsibility* tidak tergantung pada tingkat *leverage* namun tergantung pada tingkat kepekaan perusahaan terhadap kepedulian sosial dan tanggung jawabnya terhadap lingkungan. Lebih lanjut dinyatakan bahwa meskipun jumlah utang perusahaan besar namun jika perusahaan memiliki kepedulian dan tanggung jawab yang besar terhadap lingkungan sosialnya maka perusahaan tersebut akan tetap melakukan *Corporate Social Responsibility*. Hal tersebut sejalan dengan penelitian (Suryono dan Prastiwi, 2011) yang menyatakan perusahaan berusaha akan melaporkan laba yang tinggi yaitu dengan cara mengurangi biaya-biaya termasuk biaya untuk memublikasikan pengungkapan

Corporate social responsibility guna untuk mendapatkan kepercayaan dari *stakeholders* agar menanamkan modalnya ke dalam perusahaan.

4.6.4. Hubungan kepemilikan institusional terhadap nilai pengungkapan *Corporate social responsibility*.

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang berarti hasil penelitian menolak hipotesis pertama (H₄). Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Wahyudi dan Prawesti (2006) dan Susanto dan Subekti (2013) bahwa kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Namun penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ale (2014) dan Anggraini (2015)

Perusahaan dengan tingkat kepemilikan institusi tinggi belum tentu melakukan pengungkapan *Corporate social responsibility* dengan tingkat yang tinggi pula, begitu juga sebaliknya perusahaan dengan tingkat kepemilikan institusi rendah belum tentu melakukan pengungkapan *Corporate social responsibility* dengan tingkat yang rendah. Tinggi rendahnya tingkat kepemilikan institusi tidak menjadi indikator tingkat pengungkapan *Corporate social responsibility*, sehingga adanya pemegang saham institusional belum mampu mendorong perusahaan untuk melakukan aktivitas sosial. Penelitian

yang dilakukan oleh Machmud & Djakman(2008) menemukan bahwa kepemilikan institusi yang terdiri dari perusahaan perbankan, asuransi, dana pensiun, dan *asset management* di Indonesia belum mempertimbangkan tanggung jawab sosial sebagai salah satu kriteria dalam melakukan investasi, sehingga investor institusi ini juga cenderung tidak menekan perusahaan untuk mengungkapkan CSR secara detail. Kepemilikan Institusional pada perusahaan di Indonesia belum memiliki kesadaran penuh terhadap pentingnya keberlanjutan jangka panjang perusahaan dengan menjadikan aspek kegiatan sosial dan lingkungan sebagai pertimbangan utama dalam berinvestasi dan kemungkinan pihak institusional masih berorientasi pada keuntungan jangka pendek dengan memprioritaskan faktor lain sebagai pertimbangan investasi, misalnya laba perusahaan.

4.6.5. Hubungan kepemilikan asing terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility*.

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa kepemilikan asing berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility* yang berarti menerima hipotesis kelima (H₅). Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rustiarini (2011) bahwa kepemilikan asing berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate social*

responsibility. Namun penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Yuliani (2014)

Penelitian ini menunjukkan bahwa kepemilikan asing merupakan salah satu variabel yang mampu meningkatkan pengungkapan *Corporate social responsibility*. Jika dilihat dari arah koefisiennya, maka pengaruhnya adalah positif, yang artinya semakin banyak kepemilikan asing dalam perusahaan akan meningkatkan pengungkapan *Corporate social responsibility*. Begitu pula sebaliknya, semakin sedikit kepemilikan asing dalam perusahaan maka semakin rendah pengungkapan *Corporate social responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan.

Menurut Puspitasari (2009) ada beberapa faktor yang menyebabkan kepemilikan saham asing mengungkapkan informasi lebih luas. Pertama, perusahaan asing terutama dari Eropa dan Amerika lebih dulu mengenal konsep praktik dan pengungkapan CSR dibandingkan dengan negara ini. Kedua, perusahaan asing mendapatkan pelatihan yang lebih baik dalam bidang akuntansi. Ketiga, perusahaan tersebut mempunyai sistem informasi yang lebih efektif dan efisien sehingga dapat memenuhi kebutuhan informasi dari internal dan eksternal.

V. SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN

5.1. Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk melihat seberapa besar pengaruh media *exposure*, ukuran Perusahaan, *leverage*, kepemilikan institusional dan kepemilikan Asing pada pengungkapan *Corporate social Responsibility* dengan bahan observasi pengungkapan laporan tahunan perusahaan manufaktur terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2013-2015. Berdasarkan analisis dan pengujian data dalam penelitian ini, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa media *exposure* berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility*.
2. Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak Berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility*.
3. Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility*.
4. Hasil pengujian hipotesis keempat menunjukkan bahwa kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility*.

5. Hasil pengujian hipotesis kelima menunjukkan bahwa kepemilikan asing berpengaruh positif terhadap pengungkapan Corporate social responsibility.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini terdapat beberapa saran untuk penelitian selanjutnya, lembaga-lembaga dan seluruh elemen masyarakat :

1. Menambah jumlah sampel penelitian dengan memanjangkan periode waktu penelitian agar hasil penelitian dapat lebih mencerminkan kondisi yang sesungguhnya.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan variabel yang terkait dengan pengungkapan Corporate social responsibility seperti kepemilikan saham manajerial, kepemilikan saham publik, dan return on asset.
3. Penelitian selanjutnya sebaiknya menggunakan framework item-item lain selain dari G4 Global Reporting Initiative untuk mengukur pengungkapan Corporate social responsibility dan juga senantiasa diperbaharui acuan framework tersebut sehingga akan lebih sesuai dengan keadaan saat ini.

5.3. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan beberapa keterbatasan penelitian yang dengan keterbatasan tersebut dapat berpengaruh terhadap hasil penelitian.

Keterbatasan penelitian ini yaitu :

1. Obyek penelitian menggunakan perusahaan manufaktur dengan jumlah perusahaan yang diobservasi hanya 75 perusahaan dimana belum menggambarkan seluruh perusahaan manufaktur yang ada.
2. Periode penelitian ini juga relatif pendek yaitu tahun 2013-2015, dimana penelitian-penelitian lainnya menggunakan periode penelitian yang relatif lebih panjang.
3. Penelitian ini hanya menggunakan 5 variabel independen yaitu media exposure, ukuran perusahaan, leverage, kepemilikan institusional, kepemilikan asing, sedangkan masih banyak faktor faktorlainnya yang dapat mempengaruhi pengungkapan Corporate social responsibility pada perusahaan, sehingga penelitian ini belum mencakup keseluruhan faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan Corporate social responsibility.

DAFTAR PUSTAKA

- Ale, Lusyana. 2014, “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Kepemilikan Institusional Dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility”, *Jurnal Ekonomi Akuntansi*. p1-19.
- Anatan, Lina. 2013, “ Social Responsibility (CSR) : Tinjauan Teoritis dan Praktik di Indonesia”, *Jurnal Ekonomi Akuntansi*, Vol 8, No 2, 2009.
- Anggraini, Fr. R. R. 2006, “Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta)”, *Simposium Nasional Akuntansi IX*, Padang, 23-26 Agustus 2006.
- Anugrah, Rita, Rolland Hutabarat, dan W. Faradilla, 2010, “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Listing di BEI”, *Jurnal Ekonomi*, Vol 18, 1 Maret 2010.
- Astrotama, G.A, 2009, “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Pertanggungjawaban Sosial dalam Laporan Tahunan Perusahaan Manufaktur di BEI”, *Jurnal Ekonomi*, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Aulia Zahra Munif. (2010). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Indeks Pengungkapan Corporate Social Responsibility Di Indonesia (Studi Empiris Pada Perusahaan Non Keuangan Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia).Tesis. Universitas Diponegoro.
- Chairi, A., 2008, “Kritik Sosial atas Pemakaian Teori dalam Penelitian Pengungkapan Sosial dan Lingkungan”, *Jurnal Maksi*, 8, 151-169.
- Cowen, S.S., Ferreri, L.B. and Parker, L.D., 1987, “The Impact Of Corporate Characteristics On Social Responsibility Disclosure: A Typology and Frequency_Based Analysis, Accounting, Organizations and Society”, Vo. 12, No. 12.

- Daniri, A., 2010, “Akuntabilitas, Kebutuhan, Pelaporan dan Pengungkapan CSR Bagi Perusahaan di Indonesia”, *Akuntan Indonesia*, 12.
- Darwin, A., 2004, *Penerapan Sustainability Reporting di Indonesia*. Konvensi Nasional Akuntansi V, Program Profesi Lanjutan. Yogyakarta, 13-15 Desember.
- Deegan, C., 2004, *Financial Accounting Theory*. Australia: Mcgraw-Hill.
- Effendi, M. A, 2009, *The Power of Good Corporate Governance: Teori dan Implementasi*, Jakarta: Salemba Empat.
- Fahmi, Faisal Nur, 2015, “Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris, Profitabilitas, Media Exposure Dan Umur Perusahaan Pengungkapan Corporate Social Responsibility”, *Skripsi*, Universitas Negeri Semarang.
- Fauzi, H., 2006, “Corporate Social and Environment Perfomance: A Comparative Study Between Indonesian Companies and Multinational Companies (MNCs) Operating In Indonesia”, *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, Vol.6, No.1, Februari 2006, hal 87-100.
- Ghozali, Imam dan A. Chariri, 2007, *Teori Akuntansi*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Imam, 2006. *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Edisi Ke 4, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Imam, 2011, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Gunawan, Y., 2000, “Analisis Pengungkapan Informasi Laporan Tahunan pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta”, *Simposium Nasional Akuntansi III*, hal. 78-98.
- Hadi, Nur ,2011, *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta, Graha Ilmu.

- Haniffa, R.M., dan T.E. Cooke, 2005, "The Impact of Culture and Governance on Corporate Social Reporting", *Journal of Accounting and Public Policy* 24, pp. 391- 430.
- Hilmi, Utari dan Syaiful Ali. 2008. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Ketepatan Waktu Penyampaian Laporan Keuangan (Studi Empiris pada Perusahaan-perusahaan yang Terdaftar di BEJ)". Simposium Nasional Akuntansi XI Ikatan Akuntan Indonesia.
- Huafang, Xiao dan Jianguo, Yuan, 2007, "Ownership Structure, Board Composition and Corporate Voluntary Disclosure: Evidence from Listed Companies in China", *Managerial Auditing Journal*, Vol. 22 No. 6.
- Indrawati, N., 2009, "Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Annual Report serta Pengaruh Political Visibility dan Economic Performance", *Pekbis Jurnal*, 1, Maret, 1-11.
- Kasmir, 2013, *Analisis Laporan Keuangan*, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada.
- Kristi, Agatha Aprinda, 2012, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Publik Di Indonesia," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis*, Vol 1, No 1, 2012.
- Kurnianingsih, Heni Triastuti, 2013, "Pengaruh Profitabilitas Dan Size Perusahaan Terhadap Corporate social responsibility", *Jurnal Riset Akuntansi & Bisnis*, Vol 13, No 1.
- Machmud, N., & Djakman, C. D. (2008). *Pengaruh Struktur Kepemilikan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (CSR Disclosure) pada Laporan Tahunan Perusahaan: Studi Empiris pada Perusahaan Publik yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia Tahun 2006*. Paper presented at the Simposium Nasional Akuntansi XI.
- Melati, Putri, 2014, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Studi Empiris pada Perusahaan Industri Dasar dan Kimia Yang Terdaftar Di BEI Periode 2010-2012", *Jurnal Akuntansi*, Riau, Universitas Maritim Raja Ali Haji.

- Mia, Parvez dan Al-Mamun, Abdullah, 2011, “Corporate Social Disclosure During The Global Financial Crisis”, *International Journal of Economics and Finance*, Vol. 3, No. 6, November 2011.
- Mursalim, 2007, “Simultanitas Aktivisme institusional, Struktur Kepemilikan, Kebijakan Dividen dan Utang dalam Mengurangi Konflik Keagenan”, *Simposium Nasional Akuntansi X*, Makasar 2007.
- Nur, Marzully, 2012, “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan corporate Social Responsibility di Indonesia (Studi Empiris pada Perusahaan Berkategori High Profile Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia)”, *Jurnal Nominal*, Volume I, Nomor I, Tahun 2012, Yogyakarta.
- Nurkhin, A., 2009, “Corporate Governance dan Profitabilitas; Pengaruhnya terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia)”, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Purnasiwi dan Sudarno 2011, “Analisis Pengaruh Size, Profitabilitas, Leverage terhadap Pengungkapan CSR Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia”, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, Semarang.
- Puspitasari, Apriani Daning, 2009, “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada Laporan Tahunan Perusahaan di Indonesia”, *Tesis*, Universitas Diponegoro Semarang.
- Ramadhan, Fauzan, 2010. “Pengaruh Struktur Kepemilikan dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Pada Laporan Tahunan Studi Empiris : Pada Perusahaan Manufaktur yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia Tahun 2006- 2009”, Skripsi Tidak Dipublikasikan. Universitas Diponegoro.
- Ratnasari, Yunita, 2011, “Pengaruh Corporate Governance Terhadap Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di dalam Sustainability Report”, *Skripsi*, Semarang, Universitas Diponegoro.

- Rawi, 2008, “Pengaruh Kepemilikan Manajemen, Institusi dan Leverage terhadap Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Manufaktur yang Listing di Bursa Efek Indonesia”, *Tesis Magister Akuntansi*, Universitas Diponegoro.
- Reverte, C., 2009, “Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure Ratings by Spanish Listed Firms”, *Journal of Business Ethics*, 88, 351-366.
- Riswari, Ardana Dyah, 2012, “Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Governance sebagai Variabel Moderating”, *Skripsi*, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Rustiarni, N. W, 2011, Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham pada Pengungkapan Corporate Social Responsibility. Jurusan Akuntansi, Vol.6, No.1, Januari 2011.
- Sembiring, E. R., 2003, “Kinerja Keuangan, Political Visibility, Ketergantungan pada Hutang, dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan”, *Simposium Nasional Akuntansi VI*.
- Sembiring, Eddy Rismanda, 2005, “Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial : Study Empiris pada Perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Jakarta”, *Simposium Nasional Akuntansi 8*.
- Shien, et.al, 2006 *Financial Accounting Theory 3th editon*. Pearson Prentice Hall.
- Suchman, Mark, C., 1995. “Managing Legitimacy: Strategies and Institutional Approach, *Academy of Management Review*”, 20 (3). 571-610.
- Suharto, 2010, *Limbah Kimia Dalam Pencemaran Air dan Udara*, Andi, Yogyakarta.
- Suryono, Hari dan Andri Prastiwi. 2011. “Pengaruh Karakteristik Perusahaan dan Corporate Governnce Terhadap Praktik Pengungkapan Sustainability Report”. Dalam *Simposium Nasional Akuntansi XIV*.Banda Aceh, 21-22 Juli 2011.
- Susanto, Priyatna Bagus & Imam Subekti. 2013. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Dan *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan (Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). *Penelitian Universitas Brawijaya*

Wahyudi, U., & Pawestri, H. P. 2006. Implikasi Struktur Kepemilikan Terhadap Nilai Perusahaan: Dengan Keputusan Keuangan Sebagai Variabe Intervening. *Simposium Nasional Akuntansi IX*.

Wijaya, M., 2012, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, Vol 1, No.1, 2012.

Yuliani, Nurbaity, 2014, “Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham Dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Socia Responsibility Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2011-2013”, *Jurnal Akuntansi*. Universitas Maritim Raja Ali Haji.

Al-Qura'an Surat Al-Baqarah ayat 177

<https://www.globalreporting.org/standards/g4/Pages/default.aspx> diunduh pada 20 April 2016 pukul 15.30 WIB

Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 ayat 3 tentang Perseroan Terbatas

Undang-undang No. 25 Tahun 2007 pada pasal 1 ayat 6

