

**Pengujian Karakteristik Perusahaan Dan Kinerja Lingkungan Terhadap
Corporate Social Responsibility Disclosure
(Studi Empiris: Perusahaan *Food and Beverage* di Indonesia)**

Idamiharti¹, Venny Darlis²

^{1,2}Dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas
Email: idadamiharti@yahoo.co.id

Naskah Masuk :12-05-2017 Naskah Diterima :29-05-2017 Naskah Disetujui : 19-06-2017

ABSTRACT

The purpose of this study was to examine the influence of size, profitability (ROE), leverage (DER), growth and the firm environment performance (proper) on Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR) in Indonesia. This research employed food and beverage companies that listed in Indonesia Stock Exchange (ISE) in the period 2009-2013 as its samples. Using multiple linear regressions, the results show that leverage (DER) and growth were not significantly influence CSR yet, firms' size, profitability (ROE) and the firm environment performance (proper) have significant effect on CSR.

Keywords: *Size, Profitability (ROE), Leverage (DER), Growth, Firm Environment Performance (Proper) and CSR Disclosure*

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh ukuran, profitabilitas (ROE), leverage (DER), pertumbuhan dan kinerja lingkungan perusahaan (tepat) terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2009-2013. Pengujian hipotesis diuji dengan menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa leverage (DER) dan pertumbuhan tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR, namun ukuran, profitabilitas (ROE) dan kinerja lingkungan perusahaan (proper) berpengaruh signifikan terhadap CSR

Kata Kunci : Ukuran, Profitabilitas (ROE), Leverage (DER), Pertumbuhan, Kinerja Lingkungan Perusahaan (Proper) dan Keterbukaan CSR

PENDAHULUAN

Perusahaan saat ini dianggap sebagai institusi yang mampu memberikan banyak keuntungan bagi masyarakat, di mana menurut pendekatan teori akuntansi tradisional, perusahaan harus memaksimalkan labanya agar dapat memberikan sumbangan yang maksimum kepada masyarakat. Namun seiring dengan berjalannya waktu, masyarakat semakin

menyadari adanya dampak-dampak sosial yang ditimbulkan oleh perusahaan dalam menjalankan operasinya untuk mencapai laba yang maksimal, yang semakin besar dan semakin sulit untuk dikendalikan. Oleh karena itu, masyarakat pun menuntut agar perusahaan senantiasa memperhatikan dampak-dampak sosial yang ditimbulkannya dan berupaya mengatasinya (Rakhiemah, 2009).

Saat ini, masih sedikit perusahaan yang memperhatikan masalah lingkungan dalam aktifitas produksi. Hal ini dipicu oleh perusahaan yang mengalami kesulitan dalam mengenal dan mengidentifikasi kerusakan lingkungan yang ditimbulkan (Gadenne, et.al, 2009) dan dampak lingkungan langsung dari perusahaan sulit untuk diukur (Perez-Sanchez et al., 2003). Pengelolaan lingkungan bagi usaha besar dan menengah sudah diatur oleh undang-undang, seperti adanya kewajiban untuk membuat AMDAL (Analisis Mengenai Dampak Lingkungan) secara berkala (Sembiring, 2005). Sementara itu, untuk usaha yang lebih kecil diwajibkan untuk membuat Unit Pengelolaan Lingkungan (UKL) dan Unit Pemantauan Lingkungan (UPL).

Salah satu tantangan yang dihadapi oleh perusahaan adalah menyelaraskan antara pencapaian produktifitas dan kesadaran lingkungan. Isu ini menjadi penting karena semakin besarnya kerusakan lingkungan yang dihasilkan seperti polusi udara, polusi air dan polusi suara akibat aktifitas bisnis. Selain itu, jika perusahaan ingin mengeksport produk ke luar negeri, mereka harus menciptakan produk yang ramah lingkungan karena konsumen luar negeri lebih *concern* terhadap isu lingkungan. Pengukuran kinerja

lingkungan dan pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) kemudian menjadi solusi untuk mengatasi masalah tersebut pada perusahaan.

Awalnya CSR *disclosure* muncul karena adanya desakan dari eksternal perusahaan seperti semakin mahalnya sumber daya alam, penemuan teknologi bersih, dampak perubahan iklim, dan meningkatnya beban sosial dari kegiatan bisnis (Albino, 2009). Namun saat sekarang praktek CSR lebih banyak dipicu oleh faktor internal, yaitu perubahan pola pikir pelaku bisnis. Dengan pengungkapan CSR diharapkan bisnis mempunyai prospek cerah di masa depan.

Penelitian ini menggunakan perusahaan *food and beverage* sebagai sampel penelitian karena perusahaan ini mempunyai pasar domestik yang kuat. Selain itu ukuran perusahaan dan tingkat pertumbuhan perusahaan *food and beverage* cukup tinggi, terbukti dengan beberapa perusahaan yang sudah mampu untuk ekspor ke luar negeri. Namun disisi lain, perusahaan *food and beverage* dianggap sebagai salah satu perusahaan yang sangat rentan dengan masalah lingkungan. Jenis perusahaan ini banyak menggunakan sumberdaya alam dalam kegiatannya. Bagi

perusahaan yang menjalankan kegiatan usaha yang berkaitan dengan sumber daya alam diwajibkan untuk melaksanakan CSR, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia nomor 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas pasal 74 (Solihin, 2009). Karenanya, penelitian ini ingin melihat lebih dekat kinerja lingkungan dari perusahaan *food and beverage*.

Literatur menunjukkan bahwa studi sebelumnya lebih banyak mendalami regulasi lingkungan untuk bisnis (Ambec and Lanoie, 2008), *going green* sebagai pendekatan dalam transformasi bisnis (Vijfvinkel, 2011), nilai perusahaan dan CSR (Wagner, 2004). Namun jumlah studi tentang karakteristik perusahaan dan kinerja lingkungan terhadap CSR masih jarang, terutama di negara berkembang. Oleh karena itu, penelitian ini sangat penting dalam memperkaya literatur yang mengkaji karakteristik perusahaan terhadap CSR sehingga pada akhirnya mendorong perusahaan lebih memahami karakteristik dan kinerja lingkungan untuk pengungkapan CSR.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi bukti empiris mengenai pengaruh karakteristik perusahaan yang diukur melalui ukuran perusahaan (*size*), profitabilitas (ROE), *leverage* (DER) dan pertumbuhan

perusahaan (*growth*) serta kinerja lingkungan perusahaan yang diukur melalui peringkat proper terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* (CSRSD).

TINJAUAN PUSTAKA

Konsep Karakteristik Perusahaan

Pada dasarnya, penelitian ini menggunakan ukuran perusahaan (*size*), tingkat profitabilitas (ROE), *leverage* (DER), dan tingkat pertumbuhan sebagai karakteristik perusahaan. Ukuran perusahaan (*size*) merupakan skala yang digunakan dalam menentukan besar kecilnya suatu perusahaan. Perusahaan yang skalanya besar biasanya cenderung lebih banyak mengungkapkan tanggung jawab sosial daripada perusahaan yang mempunyai skala kecil. Dikaitkan dengan teori agensi seperti yang dinyatakan Sembiring (2005), bahwa semakin besar suatu perusahaan maka biaya keagenan yang muncul juga semakin besar, untuk mengurangi biaya keagenan tersebut, perusahaan cenderung mengungkapkan informasi yang lebih luas.

Selanjutnya, karakter tingkat profitabilitas mengukur kemampuan para eksekutif perusahaan dalam menciptakan tingkat keuntungan baik dalam bentuk laba perusahaan maupun nilai ekonomis atas penjualan, aset

bersih perusahaan maupun modal sendiri (*shareholders equity*) (Sembiring, 2005). Hubungan kinerja keuangan dengan tanggung jawab sosial perusahaan menurut Belkaoui dan Karpik (1989) dalam Angling (2010) paling baik diekspresikan dengan profitabilitas, Hal itu disebabkan karena pandangan bahwa tanggapan sosial yang diminta dari manajemen sama dengan kemampuan memperoleh laba.

Karakter perusahaan yang lain adalah *leverage*. Karakter ini mencerminkan struktur modal perusahaan dan mengetahui resiko tak tertagihnya suatu hutang. Semakin tinggi *leverage* suatu perusahaan, maka perusahaan memiliki risiko keuangan yang tinggi sehingga menjadi sorotan dari para *debtholders*. Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi cenderung ingin melaporkan laba lebih tinggi agar dapat mengurangi kemungkinan perusahaan melanggar perjanjian utang.

Kemudian, karakter pertumbuhan perusahaan (*growth*) dapat menunjukkan peningkatan kinerja keuangan perusahaan. Ulfa (2009) menyatakan bahwa *growth* merupakan tingkat pertumbuhan perusahaan yang diukur dengan pertumbuhan penjualan perusahaan. Perusahaan dengan pertumbuhan tinggi akan mendapat

banyak sorotan sehingga diprediksi perusahaan yang mempunyai kesempatan pertumbuhan yang lebih tinggi cenderung lebih banyak melakukan *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

Kinerja Lingkungan

Kinerja lingkungan perusahaan dalam penelitian ini diukur melalui PROPER atau Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup yang merupakan instrumen yang digunakan oleh Kementerian Negara Lingkungan Hidup untuk mengukur tingkat ketaatan perusahaan berdasarkan peraturan yang berlaku.

PROPER diumumkan secara rutin kepada masyarakat, sehingga perusahaan yang dinilai akan memperoleh insentif maupun disinsentif reputasi, tergantung kepada tingkat ketaatannya. Penilaian peringkat kinerja perusahaan dalam pengelolaan lingkungan mulai dikembangkan Kementerian Lingkungan Hidup dan Lingkungan (KLHK), sebagai satu alternatif instrumen sejak 1995. Program ini awalnya dikenal dengan nama PROPER PROKASIH. Alternatif instrumen penataan dilakukan melalui penyebaran informasi tingkat kinerja penataan masing – masing perusahaan

kepada *stakeholder* pada skala nasional. Program ini diharapkan dapat mendorong perusahaan untuk meningkatkan kinerja pengelolaan lingkungannya. Dengan demikian dampak lingkungan dari kegiatan perusahaan dapat diminimalisasi.

Penggunaan warna di dalam penilaian PROPER merupakan bentuk komunikatif penyampaian kinerja kepada masyarakat, mulai dari terbaik, EMAS, HIJAU, BIRU, MERAH, sampai ke yang terburuk, HITAM. Secara sederhana masyarakat dapat mengetahui tingkat penaatan pengelolaan lingkungan pada perusahaan dengan hanya melihat peringkat warna yang ada. Bagi pihak-pihak yang memerlukan informasi yang lebih rinci, KLH dapat menyampaikan secara khusus.

Aspek penilaian PROPER adalah ketaatan terhadap peraturan pengendalian pencemaran air, pengendalian pencemaran udara, pengelolaan limbah B3, AMDAL serta pengendalian pencemaran laut. Ketentuan ini bersifat wajib untuk dipenuhi. Jika perusahaan memenuhi seluruh peraturan tersebut (*in compliance*) maka akan diperoleh peringkat EMAS, HIJAU dan BIRU, jika tidak maka MERAH atau HITAM, tergantung kepada aspek ketidak-

taatannya.

Corporate Social Responsibility Disclosure

Corporate Social Responsibility (CSR) secara lebih sederhana dapat dikatakan sebagai timbal balik perusahaan kepada masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Dimana dalam proses pengambilan keuntungan tersebut sering kali menimbulkan kerusakan lingkungan ataupun dampak sosial lainnya.

Menurut *World Business Council for Sustainable Development*, CSR adalah komitmen berkesinambungan dari kalangan bisnis untuk berperilaku etis dan memberi kontribusi bagi pembangunan ekonomi, seraya meningkatkan kualitas kehidupan karyawan dan keluarganya, serta komunitas lokal dan masyarakat luas pada umumnya. Tujuan utama korporasi adalah memperoleh profit semata semakin ditinggalkan. Sebaliknya konsep *triple bottom line* (*profit, planet, people*) yang digagas oleh John Elkington makin masuk ke dalam *mainstream* etika bisnis (Sembiring, 2005).

Menurut konsep *signal theory* menyatakan bahwa perusahaan memberikan sinyal-sinyal kepada pihak luar perusahaan dengan tujuan

meningkatkan nilai perusahaan (Brigham, 2011). Selain laporan keuangan yang diwajibkan bagi perusahaan untuk dilaporkan, perusahaan juga melakukan pelaporan yang bersifat sukarela. Salah satu dari pengungkapan sukarela yang dilakukan oleh perusahaan adalah pengungkapan CSR pada laporan tahunan perusahaan. Pengungkapan CSR ini merupakan sebuah sinyal positif yang diberikan oleh perusahaan kepada pihak luar perusahaan yang nantinya akan direspon oleh *stakeholder* dan *shareholder* melalui perubahan harga saham perusahaan dan perubahan laba perusahaan.

Menurut Yusuf dan Williams (2007, p. 242) dalam Kusniadji (2011), CSR dapat membantu meningkatkan kinerja keuangan perusahaan, menurunkan biaya operasinya, meningkatkan citra merek dan reputasinya, meningkatkan penjualan dan loyalitas pelanggan, menghasilkan produktivitas dan kualitas produk yang lebih tinggi, menarik dan mempertahankan karyawan, mengakses modal, membantu memastikan keselamatan produk, serta menurunkan kewajiban legal suatu organisasi. CSR juga memberikan manfaat kepada masyarakat dan khalayak. Misalnya,

dana, pekerja atau pelatih sukarela, keterlibatan atau dukungan perusahaan bagi pendidikan masyarakat, program ketenagakerjaan, dan program-program serupa lainnya, juga memberikan produk yang aman dan berkualitas (Kusniadji, 2011). CSR juga memberi manfaat lingkungan. Manfaat ini biasanya meliputi daur ulang materi yang lebih besar, ketahanan, dan fungsionalitas produk yang lebih baik, lebih banyak penggunaan sumber daya yang dapat diperbaharui, pemanfaatan perangkat manajemen lingkungan dalam perencanaan bisnis, termasuk standar eko-labeling dan manajemen lingkungan (Kusniadji, 2011).

Untuk penelitian ini indikator yang digunakan hanyalah tiga kategori, yaitu indikator lingkungan, tenaga kerja dan masyarakat. Indikator lingkungan mencakup dua indikator yang terdiri dari : indikator lingkungan dan indikator energi. Indikator tenaga kerja mencakup dua kategori yaitu indikator kesehatan dan keselamatan tenaga kerja dan indikator lain-lain tenaga kerja. Sedangkan untuk indikator masyarakat mencakup kategori produk, keterlibatan masyarakat, dan umum (Sembiring, 2005).

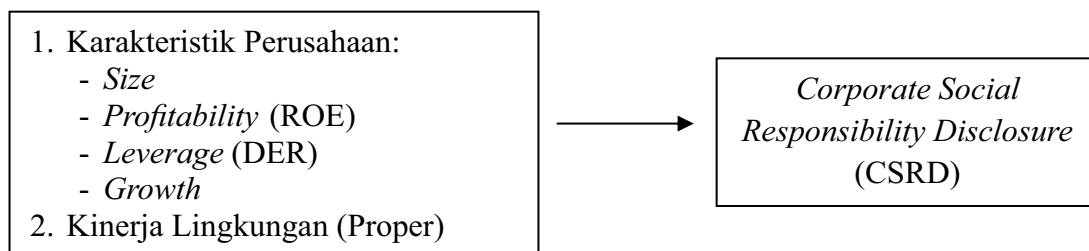
Hubungan karakteristik perusahaan dan CSR disclosure

Dari perspektif ekonomi, perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut akan meningkatkan nilai perusahaan. Dengan menerapkan CSR, diharapkan perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan yang menerapkan CSR mengharapkan akan direspon positif oleh para pelaku pasar (Sembiring, 2005).

Hubungan kinerja lingkungan dengan CSR disclosure

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa kinerja lingkungan akan berpengaruh terhadap kinerja finansial perusahaan. Almilia dan Wijayanto (2007) menemukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kinerja lingkungan dengan kinerja ekonomi. Hal ini memberikan penjelasan bahwa kinerja lingkungan perusahaan memberikan akibat pada kinerja finansial perusahaan yang tercermin pada tingkat *return* tahunan perusahaan yang dibandingkan dengan *return* industri.

Berdasarkan penjelasan tinjauan pustaka diatas, maka kerangka pemikiran untuk penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Penelitian

METODOLOGI

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah semua perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2009-2013, yaitu sebanyak 17 perusahaan. Metoda pengambilan sampel adalah

purposive sampling dengan kriteria sebagai berikut:

- Perusahaan *food and beverage* yang terdaftar pada BEI (Bursa Efek Indonesia).
- Perusahaan *food and beverage* yang secara terus menerus melaporkan data keuangan pada periode 2009-2013 dan memperoleh laba.

Berdasarkan kriteria tersebut didapatkan 10 perusahaan sebagai sampel dengan total observasi sebanyak 50 observasi.

Sumber Data

Sumber utama data dan informasi penelitian adalah perusahaan *food and beverage*. Data yang digunakan adalah data sekunder dengan mengakses laporan keuangan pada BEI (Bursa Efek Indonesia) dan juga laporan keuangan yang diterbitkan oleh masing-masing perusahaan. Sasaran dari pengumpulan data ini adalah untuk menggali informasi mengenai karakteristik perusahaan dan CSR *disclosure* masing-masing perusahaan. Selain itu juga menggunakan data dari Kementerian Lingkungan Hidup, dan bank data pemerintah untuk mengetahui peringkat proper masing-masing perusahaan sebagai indikator kinerja lingkungan. Penelitian ini bersifat asosiatif yaitu untuk mengidentifikasi pengaruh karakteristik perusahaan dan kinerja lingkungan terhadap CSR *disclosure* pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar pada BEI (Bursa Efek Indonesia) periode 2009-2013 dengan menggunakan analisis regresi linier berganda.

Operasional Variabel

Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat atau variabel yang dipengaruhi adalah *Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR)* yaitu pengungkapan aktifitas CSR yang dilakukan perusahaan yang diukur dengan rumus berikut ini:

$$\text{CSR} = \frac{\text{jumlah CSR yang diungkapkan}}{78 \text{ item CSR disclosure}}$$

Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas atau variabel yang mempengaruhi dalam penelitian ini adalah :

1. Ukuran perusahaan (*size*) yaitu jumlah aset yang dimiliki perusahaan, diukur dengan: *Size* = Logaritma Natural Total Asset
2. Profitabilitas yaitu kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, diukur dengan *Return On Equity (ROE)*, yaitu:

$$ROE = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Ekuitas}}$$

3. *Leverage* yaitu tingkat penggunaan hutang dalam perusahaan, diukur dengan *Debt to Equity Ratio (DER)*, yaitu:

$$DER = \frac{\text{Debt}}{\text{Equity}}$$

4. *Growth* yaitu tingkat pertumbuhan perusahaan yang mengacu pada

perubahan penjualan, diukur dengan rumus berikut:

$$Growth = \frac{Penjualan_t - Penjualan_{t-1}}{Penjualan_{t-1}}$$

5. Kinerja lingkungan yaitu tingkat ketaatan perusahaan terhadap peraturan yang ditetapkan oleh Kementerian Lingkungan Hidup melalui peringkat proper berdasarkan warna mulai dari yang terbaik, emas, hijau, biru, merah, sampai ke yang terburuk, hitam. Masing-masing peringkat warna diberi nilai dengan skala 1 sampai dengan 5, 1 untuk yang terburuk (hitam) sampai dengan 5 untuk yang terbaik (emas).

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan uji asumsi klasik terlebih dahulu yang bertujuan untuk memperoleh model dan tingkat ketelitian yang tinggi agar hasil analisis dapat diinterpretasikan secara akurat untuk memperoleh model regresi yang menghasilkan estimator linear tidak bias yang terbaik (*Best Linear Unbias Estimator/BLUE*) (Priyatno, 2009). Uji asumsi klasik yang dilakukan meliputi uji normalitas (uji *Shapiro Wilk*), uji multikolinearitas (VIF &

Tolerance), uji heteroskedastisitas (uji *Breusch Pagan*) dan uji autokorelasi (uji *Durbin Watson*). Sedangkan persamaan regresi linier berganda yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$CSR\text{D} = a + b_1\text{Size} + b_2\text{Profit} + b_3\text{Leverage} + b_4\text{Growth} + b_5\text{Proper} + e$$

Keterangan;

CSR D = *Corporate Social Responsibility Disclosure*

a = konstanta

b₁-b₅ = koefisien regresi

e = tingkat kesalahan

Size = Ukuran perusahaan (Ln Total Asset)

Profit = profitabilitas perusahaan (ROE)

Leverage = tingkat hutang perusahaan (DER)

Growth = tingkat pertumbuhan perusahaan (perubahan penjualan)

Proper = peringkat kinerja lingkungan perusahaan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif dilakukan untuk mengetahui gambaran mengenai karakteristik data penelitian. Dalam analisis ini akan diperoleh informasi mengenai *mean*, standar deviasi, nilai maksimum, dan nilai minimum. *Mean* menunjukkan nilai rata-rata dari data. Nilai maksimum dan minimum menunjukkan nilai terbesar dan nilai terkecil dari data. Untuk ukuran standar penyimpangan didapat dari nilai standar

deviasi. Analisis deskriptif penelitian ini

secara lengkap dapat dilihat pada Tabel 1 berikut:

Tabel 1 Statistik Deskriptif

Variabel	Observasi	Mean	Std. Dev	Min.	Max
Size	50	19.66	5.75	12.09	28.66
Profit	50	0.32	0.50	0.05	3.23
Leverage	50	1.26	1.34	0.19	8.43
Growth	50	0.15	0.36	-0.99	1.27
Proper	50	2.84	0.68	1.00	4.00
CSRD	50	0.49	0.08	0.37	0.64

Sumber: Hasil pengolahan data dengan STATA 12

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa terdapat 50 observasi dengan sampel sebanyak 10 perusahaan selama periode 2009-2013. Kemudian jika dilihat dari standar deviasi yang terbesar penyimpangannya berada pada variabel profitabilitas (ROE), dimana nilai standar deviasi lebih besar dari nilai *mean*. Ini mengindikasikan bahwa tidak terdapat pengelompokan data yang baik untuk variabel tersebut.

Pengujian Hipotesis

Analisis Linear Berganda

Sebelum pengujian hipotesis, terlebih dahulu telah dilakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas dan uji autokorelasi. Berdasarkan pengujian yang dilakukan semua uji asumsi klasik telah terpenuhi, artinya model regresi telah layak untuk digunakan. Hasil pengujian regresi dapat dilihat pada Tabel 2 berikut ini:

Tabel 2 Hasil Regresi Linear Berganda

CSRD	Coeff.	Std. Error	t	P > (t)	95% Conf. Interval	
Size	0.006	0.002	3.98	0.000	0.0034	0.0104
Profit	0.085	0.03	3.22	0.002	0.032	0.137
Leverage	-0.0008	0.009	-0.08	0.934	-0.0204	0.0188
Growth	0.02	0.02	0.78	0.438	-0.0318	0.072
Proper	0.04	0.01	2.53	0.015	0.0073	0.0646
Const.	0.22	0.06	3.64	0.001	0.0998	0.347

Sumber: Hasil pengolahan data dengan STATA 12

Berdasarkan Tabel 2 diatas diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$CSRD = 0.22 + 0.006Size + 0.085Profit - 0.0008Leverage + 0.02Growth + 0.04Proper + e$$
 Persamaan di atas menunjukkan hubungan antara variabel independen

yaitu ukuran perusahaan (*size*), profitabilitas (ROE), *leverage* (DER), pertumbuhan (*growth*) dan kinerja lingkungan (*proper*) terhadap variabel dependen yaitu *Corporate Social Responsibility Disclosure* (CSRD). Nilai konstanta sebesar 0.22 menunjukkan apabila semua variabel

independen bernilai 0, maka CSRD akan bernilai positif sebesar 0.22. Koefisien variabel ukuran perusahaan (*size*) bernilai positif 0.006 yang artinya setiap kenaikan 1% *size* akan menaikkan CSRD sebesar 0.006% dengan asumsi variabel lain konstan. Koefisien variabel profitabilitas (ROE) bernilai positif 0.085. Maka dapat disimpulkan setiap kenaikan 1% profitabilitas akan meningkatkan CSRD sebesar 0.085% dengan asumsi variabel lain konstan. Koefisien variabel *leverage* (DER) memiliki nilai yang negatif yaitu sebesar -0.0008 yang artinya setiap kenaikan 1% *leverage* akan menurunkan CSRD sebesar 0.0008% dengan asumsi variabel lain tetap. Selanjutnya, variabel pertumbuhan (*growth*) memiliki nilai

yang positif sebesar 0.02 yang artinya setiap kenaikan 1% *growth* akan meningkatkan CSRD sebesar 0.02% dengan asumsi variabel lainnya konstan. Sementara variabel kinerja lingkungan (PROPER) juga memiliki nilai yang positif, yaitu sebesar 0.04. Hal ini menunjukkan setiap kenaikan 1% PROPER akan meningkatkan CSRD sebesar 0.04% dengan asumsi variabel lain konstan.

Uji Goodness of Fit

Uji *Goodness of Fit* berguna untuk melihat seberapa besar proporsi sumbangan seluruh variabel bebas terhadap variabel terikat, dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 3 Hasil Uji Goodness of Fit

Source	SS	df	MS
Model	0.116	5	0.023
Residual	0.177	44	0.004
Total	0.294	49	0.006

Sumber : Hasil Analisis

Number of Observation	: 50
F (5,44)	: 5.76
Prob > F	: 0.0004
R-Squared	: 0.3958
Adj R-Squared	: 0.3271
Root MSE	: 0.0635

Pengujian besarnya hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian ini diukur menggunakan *adjusted R square*, karena jumlah variabel independen lebih dari satu. Berdasarkan hasil pengolahan data pada Tabel 3 diatas, diperoleh nilai *adjusted R square* sebesar 0.3271. Hal ini menunjukkan ukuran perusahaan

(*size*), profitabilitas (ROE), *leverage* (DER), pertumbuhan (*growth*) dan kinerja lingkungan (*proper*) berpengaruh sebanyak 32.71% terhadap CSRD. Sedangkan, sisanya sebesar 67.29% dipengaruhi oleh variabel lainnya diluar variabel pada penelitian ini.

Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F)

Uji F atau uji simultan adalah uji statistik yang menunjukkan apakah semua variabel independen (bebas) yang terdapat dalam model regresi mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap variabel dependen (terikat). Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan

significance level 0.05 ($\alpha = 5\%$). Jika nilai signifikansi ≤ 0.05 maka dapat dikatakan variabel independen berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikansi > 0.05 maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen

Tabel 4 Hasil Uji F

Source	SS	df	MS
Model	0.116	5	0.023
Residual	0.177	44	0.004
Total	0.294	49	0.006

Sumber : Hasil Analisis Data

Number of Observation	: 50
F (5,44)	: 5.76
Prob > F	: 0.0004
R-Squared	: 0.3958
Adj R-Squared	: 0.3271
Root MSE	: 0.0635

Pada tabel di atas terlihat bahwa nilai probabilita F sebesar 0.0004 yang berarti kecil dari 0.05, maka dapat dikatakan variabel ukuran perusahaan (*size*), profitabilitas (ROE), *leverage* (DER), pertumbuhan (*growth*) dan kinerja lingkungan (*proper*) secara simultan berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* (CSR D).

Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)

Uji t atau uji parsial bertujuan untuk melihat seberapa besar pengaruh setiap

variabel independen secara individu/parsial terhadap variabel dependennya. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance level* 0.05 ($\alpha = 5\%$). Jika nilai signifikansi ≤ 0.05 maka dapat dikatakan variabel independen berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikansi > 0.05 maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut ini merupakan hasil uji parsial dalam penelitian ini:

Tabel 5 Hasil Uji t

Variabel	p> t	Hasil
Ukuran Perusahaan (<i>Size</i>)	0.000	Signifikan
<i>Profitability</i> (ROE)	0.002	Signifikan
<i>Leverage</i> (DER)	0.934	Tidak Signifikan
<i>Growth</i>	0.438	Tidak signifikan
Proper	0.015	Signifikan

Sumber : Hasil Analisis

Berdasarkan hasil uji-t pada Table 5 diatas, ukuran perusahaan (*size*) mempunyai nilai signifikansi sebesar 0.000 yang lebih kecil dari 0.05. Hal ini menunjukkan hipotesis 1 diterima, dimana ukuran perusahaan (*size*) secara parsial mempunyai pengaruh terhadap CSR. Begitu juga dengan variabel profitabilitas (ROE) dan kinerja lingkungan (PROPER), masing-masing memiliki nilai signifikansi 0.002 dan 0.015. Kedua variabel ini mempunyai nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0.05. Ini berarti bahwa hipotesis 2 dan hipotesis 5 diterima, dimana profitabilitas (ROE) dan kinerja lingkungan (PROPER) secara parsial mempunyai pengaruh terhadap CSR. Sementara variabel *leverage* (DER) dan pertumbuhan (*growth*) mempunyai nilai signifikansi secara berturut-turut sebesar 0.934 dan 0.438 . Kedua variabel ini mempunyai nilai signifikansi yang lebih besar dari 0.05, sehingga hipotesis 3 dan 4 tidak diterima. Hal ini berarti *leverage* (DER) dan pertumbuhan (*growth*) secara parsial tidak berpengaruh terhadap CSR.

Pembahasan

Ukuran Perusahaan (*Size*) Terhadap CSR Disclosure

Dalam hipotesis 1 dinyatakan bahwa ukuran perusahaan (*size*) berpengaruh terhadap CSR disclosure, hal ini sesuai dengan hasil penelitian. Hasil penelitian ini menunjukkan nilai koefisien regresi sebesar 0.006 dengan signifikansi sebesar 0.000 yang artinya ukuran perusahaan (*size*) berpengaruh positif terhadap CSR disclosure (CSR). Ukuran perusahaan (*size*) berpengaruh positif terhadap CSR yang artinya semakin besar ukuran perusahaan maka semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR (CSR) yang dilakukan perusahaan. Hal ini sesuai dengan teori agensi, dimana perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut. Disamping itu, perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggungjawab sosial perusahaan

(Sembiring, 2005). Menurut Cowen, et.al (1987) dalam Sembiring (2005), secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan. Perusahaan besar dengan aktifitas operasi dan pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat akan memungkinkan memiliki pemegang saham yang memperhatikan program sosial dan lingkungan yang dibuat perusahaan, sehingga pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan akan semakin luas. Dari sisi tenaga kerja, tentu perusahaan besar juga cenderung memiliki jumlah tenaga kerja yang lebih besar pula. Dengan semakin banyaknya jumlah tenaga kerja dalam suatu perusahaan, maka tekanan pada pihak manajemen untuk memperhatikan kepentingan tenaga kerja akan semakin besar. Program berkaitan dengan tenaga kerja yang merupakan bagian dari CSR perusahaan akan semakin banyak pula dilakukan oleh perusahaan. Hal ini berarti program CSR perusahaan juga semakin banyak dan akan diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian-penelitian sebelumnya, yaitu hasil penelitian Sembiring (2005), Ambec and Lanoie (2008), Hasibuan (2001) dan Gray, et.al (2001) yang menyatakan bahwa semakin besar ukuran perusahaan maka pengungkapan

CSR yang dilakukan perusahaan juga cenderung semakin luas. Namun, hasil penelitian ini memiliki perbedaan dengan hasil penelitian Veronica (2008) yang menemukan bahwa *size* tidak berpengaruh terhadap CSR.

Profitabilitas (ROE) Terhadap CSR Disclosure

Hipotesis 2 menyatakan bahwa profitabilitas yang diprosikan dengan *Return On Equity* (ROE) berpengaruh terhadap CSR disclosure, hal ini sesuai dengan hasil penelitian. Hasil penelitian ini menunjukkan nilai koefisien regresi sebesar 0.085 dengan signifikansi sebesar 0.002 yang artinya profitabilitas (ROE) berpengaruh positif terhadap CSR disclosure (CSR).

Profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR yang artinya semakin tinggi kemampuan perusahaan menghasilkan laba, maka semakin tinggi pula tingkat pengungkapan CSR (CSR) yang dilakukan perusahaan. Hal ini sesuai dengan teori agensi, dimana perolehan laba yang semakin besar akan membuat perusahaan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan. Disamping itu, perusahaan dengan laba yang tinggi juga akan memiliki kemampuan yang lebih dalam membiayai kegiatan sosialnya, sehingga mereka pun lebih

mampu untuk melakukan program CSR-nya dalam jumlah yang lebih banyak. Hal ini tentu saja diikuti dengan pengungkapan CSR yang lebih luas dalam laporan tahunan perusahaan. Selain itu, pengungkapan CSR yang lebih luas juga disebabkan karena pandangan bahwa tanggapan sosial yang diminta dari manajemen sama dengan kemampuan memperoleh laba.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian-penelitian sebelumnya, yaitu hasil penelitian Veronica (2008) dan Hackston dan Milne (1996) yang menyatakan bahwa semakin tinggi profitabilitas perusahaan maka pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan juga cenderung semakin luas. Namun, hasil penelitian ini memiliki perbedaan dengan hasil penelitian Sembiring (2005) dan Gray, et. al (2001) dimana ditemukan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap CSR.

Leverage (DER) Terhadap CSR Disclosure

Hasil pengujian statistik untuk variabel *leverage* yang diproksikan dengan *Debt to Equity Ratio* (DER) menunjukkan nilai koefisien regresi sebesar -0.0008 dan tingkat signifikansi sebesar 0.934 yang artinya variabel *leverage* berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap CSR

disclosure, dengan demikian maka hipotesis 3 tidak diterima.

Nilai koefisien regresi yang negatif mengindikasikan semakin tinggi tingkat *leverage* perusahaan, maka semakin rendah pengungkapan CSR perusahaan. Menurut Belkaoui dan Karpik (1989) dalam Sembiring (2005) keputusan untuk mengungkapkan informasi sosial akan diikuti dengan pengeluaran biaya yang dapat menurunkan pendapatan. Sesuai dengan teori agensi, maka manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan CSR yang dilakukannya agar tidak menjadi sorotan para *debtholders*.

Tidak adanya pengaruh yang signifikan dari *leverage* terhadap CSR dalam penelitian ini disebabkan karena di Indonesia derajat ketergantungan yang tinggi dari perusahaan terhadap hutang juga terjadi dan perusahaan-perusahaan tersebut mempunyai hubungan yang baik dengan bank sebagai *debtholders*, walaupun mempunyai suatu derajat ketergantungan yang tinggi pada hutang (Sembiring, 2005). Hal ini tercermin dari data sampel yang digunakan dalam penelitian ini, dimana rata-rata perusahaan menunjukkan bahwa 80% (8 perusahaan dari 10 perusahaan sampel)

mempunyai rasio hutang terhadap modal sendiri lebih dari satu. Ini dapat diinterpretasikan bahwa perusahaan-perusahaan tersebut mempunyai hutang yang lebih besar dari modalnya sendiri. Tanpa hubungan yang baik dengan para *debtholders*, maka berdasarkan teori agensi, hal ini akan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Veronica (2008) dan Sembiring (2005) yang menemukan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan

Growth Terhadap CSR Disclosure

Hipotesis empat menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan (*growth*) berpengaruh terhadap CSR *disclosure*, namun hipotesis ini tidak terdukung dalam hasil penelitian ini. Hasil pengujian statistik untuk variabel *growth* menunjukkan nilai koefisien regresi sebesar 0.02 dan tingkat signifikansi sebesar 0.438 yang artinya variabel *growth* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap CSR *disclosure*, dengan demikian maka hipotesis 4 tidak diterima.

Nilai koefisien regresi yang positif mengindikasikan semakin tinggi tingkat *growth* perusahaan, maka

semakin tinggi pula pengungkapan CSR perusahaan. Perusahaan dengan pertumbuhan tinggi akan mendapat banyak sorotan sehingga diprediksi perusahaan yang mempunyai kesempatan pertumbuhan yang lebih tinggi cenderung lebih banyak melakukan *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

Tidak adanya pengaruh yang signifikan dari *growth* terhadap CSR dalam penelitian ini disebabkan karena pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan telah menjadi kewajiban perusahaan untuk melakukannya, sehingga tinggi rendahnya tingkat *growth* perusahaan tidak terlalu menjadi patokan dalam penyampaian CSR yang dilakukan perusahaan. Selain itu, kebanyakan investor berorientasi pada kinerja jangka pendek dengan berorientasi kepada keuntungan (*profit*) pada tahun berjalan, sedangkan *Corporate Social Responsibility* dianggap berpengaruh pada kinerja jangka menengah dan jangka panjang.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Ulfa (2009) yang menemukan bahwa *growth* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan..

Kinerja Lingkungan (PROPER) Terhadap CSR Disclosure

Hasil pengujian statistik untuk variabel kinerja lingkungan yang diprosikan dengan peringkat PROPER menunjukkan nilai koefisien regresi sebesar 0.04 dan tingkat signifikansi sebesar 0.015 yang artinya variabel kinerja lingkungan berpengaruh positif signifikan terhadap CSR disclosure, dengan demikian maka hipotesis 5 diterima.

Kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap CSR yang artinya semakin baik kinerja lingkungan perusahaan, maka semakin tinggi pula tingkat pengungkapan CSR (CSR) yang dilakukan perusahaan. Hal ini sesuai dengan teori legitimasi dan *signalling theory*, dimana informasi-informasi baik (*good news*) seperti kinerja atau ketaatan dan kepedulian terhadap lingkungan dapat memberikan sinyal positif bagi para investor diluar, hal inipun juga dapat menekan tekanan dari para aktivis sosial terhadap perusahaan, sehingga perusahaan akan semakin terdorong untuk mengungkapkan kegiatan CSR-nya secara lebih luas.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian Almilia dan Wijayanto (2007) yang menemukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kinerja

lingkungan dengan kinerja ekonomi. Hal ini memberikan penjelasan bahwa kinerja lingkungan perusahaan memberikan akibat pada kinerja finansial perusahaan yang tercermin pada tingkat *return* tahunan perusahaan yang dibandingkan dengan *return* industri, sehingga perusahaan akan semakin terdorong melakukan pengungkapan kinerja lingkungan dan tanggungjawab sosialnya terhadap publik sebagai sinyal positif bagi para investor

Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat terlihat bahwa karakteristik perusahaan seperti ukuran perusahaan dan profitabilitas serta kinerja lingkungan perusahaan berpengaruh terhadap CSR disclosure. Dengan demikian diharapkan perusahaan untuk dapat selalu memperhatikan dan meningkatkan kinerjanya sehingga semakin mendorong perusahaan melakukan kegiatan yang bertanggungjawab terhadap lingkungan sosialnya dan tidak hanya berorientasi laba saja. Demikian juga dengan item-item pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, hendaknya senantiasa diperbaharui sesuai dengan kondisi yang ada di masyarakat. Hal ini mungkin dapat dilakukan dengan

melibatkan para aktivis sosial serta pihak berwenang terkait dengan masalah sosial.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis didapatkan hasil bahwa *leverage* dan *growth* tidak berpengaruh terhadap CSR *disclosure* perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Namun, ukuran perusahaan (*size*), profitabilitas dan kinerja lingkungan (*proper*) berpengaruh terhadap CSR *disclosure* perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2009 – 2013. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar ukuran perusahaan, semakin tinggi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba serta semakin baik kinerja lingkungannya akan semakin meningkatkan kesadaran tanggung jawab sosial perusahaan.

Keterbatasan

Adapun beberapa keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini yaitu jumlah sampel yang masih terbatas karena hanya menggunakan perusahaan-perusahaan yang tergabung dalam sektor *food and beverage* saja. Selain itu, nilai *adjusted R square* yang masih rendah. Hal ini menunjukkan bahwa masih banyak variabel lain yang mempengaruhi CSR *disclosure* diluar variabel yang

dimasukkan dalam penelitian ini.

Disamping itu, tahun pengamatan juga tidak terlalu panjang sehingga memungkinkan timbulnya hasil penelitian yang kurang akurat. Kemudian, terdapatnya unsur subjektivitas dalam menentukan indeks pengungkapan CSR. Hal ini dikarenakan tidak adanya ketentuan baku yang dapat dijadikan acuan sehingga penentuan indeks untuk indikator dalam katagori yang sama dapat berbeda untuk setiap peneliti

SARAN

Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan perusahaan yang berada disektor lain seperti otomotif dan pertambangan, karena sektor-sektor ini juga sangat rentan terhadap masalah lingkungan. Selain itu,menambah variabel independen yang lain seperti biaya operasional, tipe industri dan kepemilikan manajemen untuk melihat pengaruhnya terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Serta juga dapat menggunakan proksi lain sebagai indikator variabel seperti jumlah tenaga kerja untuk mengukur ukuran perusahaan (*size*), *Earning Per Share* (EPS) untuk mengukur profitabilitas dan sebagainya. Kemudian, menambah jumlah sampel penelitian dan tahun

pengamatan supaya hasil penelitian lebih akurat. Penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan cara pengungkapan CSR yang berbeda, sehingga bisa terjadi keberagaman penelitian

DAFTAR PUSTAKA

- AAmbec, S., Paul Lanoie, (2008). Does It Pay to Be Green? A Systematic Overview. *Academy of Management Peerspectives*, November 2008: 45-62.
- Albino, V., Balice, A., R. Dangelico (2009). Environmental Strategies and Green Product Development: An Overview on Sustainability-Driven Companies. *Business Strategy and the Environment*, 18: 83-96
- Almilia, L. Spica. dan D. Wijayanto. (2007). Pengaruh Environmental Performance Dan Environmental Disclosure Terhadap Economical Performance. *Proceedings The 1st Accounting Confrence*, Depok, 7-9 November 2007. pp. 1-23.
- Angling, Mahatma Pian KS. (2010). Pengaruh Karakteristik Perusahaan dan Regulasi Pemerintah Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Laporan Tahunan di Indonesia. Skripsi. Universitas Diponegoro.
- Brigham dan Houston (2011). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*, Jilid 1, Salemba Empat, Jakarta
- Fauzi, H. et a. (2010). Triple Bottom Line as Sustainable Corporate Performance: A Proposition for the Future. *Journal of Sustainability* (2): 1345-1360
- Gadenne, David L., Kennedy, Jessica, & McKeiver, Catherine. (2009). An Empirical Study of Environmental Awareness and Practices in SMEs. *Journal of Business Ethics*, 84(1), 45-63. doi: 10.1007/s10551-008-9672-9.
- Gerstenfeld A and Roberts H (2000). Size matters: barriers and prospects for environmental management in small and medium enterprises in Hillary R (ed) (2000) *Small and medium enterprises and the environment – Business imperatives*. Greenleaf Publishing limited, Sheffield,UK
- Ghozali, Imam (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gray, R., Javad, M., Power, David M., and Sinclair C. Donald., (2001). “Social And Environmental Disclosure, And Corporate Characteristic: A Research Note And Extension”., *Journal of Business Finance and Accounting*, Vol 28 No. 3, pp 327-356.
- Hasibuan, Rizal (2001). “Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sosial” *Tesis*, Universitas Diponegoro, Semarang
- Hasil Penilaian PROPER KLH (2013). <http://www.menlh.go.id/hasil-penilaian-proper-klh-2013/>, di akses 25 APRIL 2014
- Kusniadji, S. (2011). Mengkomunikasikan Program *Corporate Social Responsibility* Untuk Meningkatkan Citra Perusahaan. *Jurnal Komunikasi Universitas Tarumanegara*. Vol. 3. No.1. p. 55-63.

