

**PENGARUH *RETURN ON ASSET* (ROA), *DEBT TO EQUITY RATIO* (DER),
PERTUMBUHAN PERUSAHAAN DAN UKURAN DEWAN KOMISARIS TERHADAP
PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* PADA PERUSAHAAN
MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2012 –
2014**

**Novita Sari
Inge Lengga Sari Munthe
Asri Eka Ratih
Universitas Maritim Raja Ali Haji
2017**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Return On Asset* (ROA), *Debt to Equity Ratio* (DER), Pertumbuhan Perusahaan dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Pengukuran tanggung jawab sosial perusahaan didasarkan pada kategori *Global Reporting Indeks (GRI) versi G3.1 dan G4* yang dilihat dalam laporan keuangan tahunan perusahaan. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari 2012 sampai 2014. Dari 131 perusahaan yang terdaftar, hanya 36 perusahaan yang memenuhi kriteria sampel penelitian yang telah ditetapkan. Data dikumpulkan dengan metode observasi data sekunder. Data diolah dengan metode analisis data statistik yaitu meliputi uji normalitas, uji heterokedastisitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi, uji t, uji F dan uji regresi linear berganda. Untuk menganalisis data menggunakan software SPSS versi 21. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel *Return On Asset* (ROA), *Debt to Equity Ratio* (DER), Pertumbuhan Perusahaan dan Ukuran Dewan Komisaris berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Secara parsial ukuran dewan komisaris berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, sedangkan *Return On Asset* (ROA), *Debt to Equity Ratio* (DER), pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan CSR perusahaan.

Kata Kunci: Penungkapan *Corporate Social Responsibility*, *Return On Asset* (ROA), *Debt to Equity Ratio* (DER), Pertumbuhan Perusahaan dan Ukuran Dewan Komisaris.

PENDAHULUAN

Perusahaan dianggap banyak memberi keuntungan bagi masyarakat, seperti memberikan kesempatan kerja, menyediakan barang konsumsi, jasa, membayar pajak, memberi sumbangan, dan lain-lain. Namun dibalik itu semua, keberadaan perusahaan ternyata juga banyak menimbulkan berbagai persoalan sosial dan lingkungan, seperti: polusi udara, keracunan, kebisingan, diskriminasi, pemaksaan, kesewenang-wenangan, produksi makanan haram serta bentuk *negative externalities* lain. Oleh karena itu, adanya perusahaan yang bergerak dibidang pemanfaatan sumber daya alam baik secara langsung maupun yang tidak langsung tentu memberikan dampak pada lingkungan sekitarnya. Adanya dampak lingkungan tersebut mempengaruhi kesadaran masyarakat akan pentingnya melaksanakan tanggung jawab sosial atau yang dikenal dengan CSR (*Corporate Social Responsibility*).

Corporate Sosial Responsibility merupakan hal yang penting untuk diungkapkan dalam *Annual Report* perusahaan. Oleh karena itu, seluruh perusahaan di Indonesia semakin dituntut untuk memberikan informasi yang transparan atas aktivitas sosialnya, sehingga pengungkapan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) diperlukan peran dari akuntansi pertanggungjawaban sosial (Kurniawati, 2013).

Sejak tanggal 23 September 2007, pengungkapan *Corporate Social Responsibility* mulai diwajibkan melalui UU Perseroan Terbatas Nomor 40 Tahun 2007, khususnya untuk perusahaan-perusahaan yang hidup dari ekstraksi sumber daya alam. Dalam pasal 74 Undang-Undang tersebut diatur tentang kewajiban pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan. Sehingga, tidak ada lagi pengungkapan CSR yang sukarela, namun wajib hukumnya. Sementara itu, perkembangan CSR di luar negeri sudah sangat populer. Bahkan di beberapa negara, CSR digunakan sebagai salah satu indikator penilaian kinerja sebuah perusahaan dengan dicantumkannya informasi CSR di dalam catatan laporan keuangan perusahaan yang bersangkutan (Purnasiwi, 2011).

Sejalan dengan prinsip *Corporate Social Responsibility*, yakni perusahaan diminta untuk memerhatikan lingkungan tempat kegiatan produksi dilakukan, hal ini selain untuk menjaga kelestarian lingkungan, juga dapat merubah pola pikir masyarakat tentang perusahaan, yakni perusahaan tidak hanya mengambil dan merusak, namun juga berusaha merestorasi lingkungan tempat kegiatan produksi dilakukan serta memberikan *image* positif terhadap perusahaan dari masyarakat umum (Melati, 2014).

Jadi, *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah basis teori tentang perlunya sebuah perusahaan membangun hubungan harmonis dengan masyarakat dan lingkungan tempat beroperasi. Secara teoretik, *Corporate Social Responsibility* dapat didefinisikan sebagai tanggung jawab moral suatu perusahaan terhadap para *stakeholders* terutama komunitas atau masyarakat disekitar wilayah kerja dan operasinya. Sebuah perusahaan harus menjunjung tinggi moralitas. Parameter keberhasilan suatu perusahaan dalam sudut pandang CSR adalah mengedepankan prinsip moral dan etis, yakni menggapai suatu hasil terbaik, tanpa merugikan kelompok masyarakat lainnya (Purnasiwi, 2011).

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Agency Theory

Agency Theory merupakan teori yang mengungkapkan hubungan antara pemilik (*principal*) dengan manajemen (*agent*). Dalam Gemitasari (2013), Suaryana juga menyebutkan *agency theory* menyatakan bahwa perusahaan yang menghadapi biaya kontrak dan biaya pengawasan yang rendah cenderung akan melaporkan laba lebih rendah atau dengan kata lain akan mengeluarkan biaya – biaya untuk kepentingan manajemen, salah satunya biaya yang dapat meningkatkan reputasi perusahaan di mata masyarakat yaitu biaya – biaya yang terkait dengan tanggung jawab sosial perusahaan (Gemitasari, 2013).

Stakeholder Theory

Stakeholder theory mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholder*-nya seperti pemegang saham, kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, analis dan pihak lain. Dalam Zanirah (2015), Ghozali dan Chariri juga menjelaskan bahwa perusahaan harus menjaga hubungan dengan *stakeholder*-nya dengan mengakomodasi keinginan dan kebutuhan *stakeholder*-nya, terutama *stakeholder* yang mempunyai *power* terhadap ketersediaan sumber daya yang digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan, misal tenaga kerja, pasar atas produk perusahaan dan lain – lain. Salah satu strategi untuk menjaga hubungan dengan para *stakeholder* perusahaan adalah dengan melakukan CSR, yang diharapkan keinginan dari *stakeholder* dapat terakomodasi sehingga akan menghasilkan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan *stakeholder*-nya. Hubungan yang harmonis akan berakibat pada perusahaan pencapaian pembangunan berkelanjutan (*sustainability*) (Zanirah, 2015).

Legitimacy Theory

Ghozali dan Chariri menjelaskan bahwa hal yang melandasi *legitimacy theory* adalah kontrak sosial dengan masyarakat dimana perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber ekonomi. Sesuai dengan pendapat Guthrie dan Parker, *legitimacy theory* adalah organisasi yang mendasarkan operasi bisnisnya pada lingkungan sosial perusahaan melalui kontrak sosial yang disetujui dan berbagai keinginan masyarakat sebagai bentuk penghargaan atas persetujuan organisasi dan keberlanjutan perusahaan. Dengan teori ini, perusahaan harus memperhatikan kepentingan dari berbagai pihak, bukan hanya dari pihak perusahaan saja. Semakin banyak perusahaan melakukan kegiatan sosial yang memberikan dampak positif dari pihak lain, akan membuat manfaat dan kemajuan tersendiri bagi pihak perusahaan. Untuk itu, sebagai suatu sistem yang mengedepankan keberpihakan kepada *society*, operasi perusahaan harus kongruen dengan harapan masyarakat (Retno dan Priantinah dalam Arief (2014)).

Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Menurut Sembiring dalam Gemitasari (2013), tanggung jawab sosial perusahaan merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan.

Pengungkapan tanggung jawab sosial dinilai menurut standar GRI (*Global Reporting Initiative*) versi G3.1 yang diterbitkan tahun 2011 dan GRI versi G4 yang diterbitkan tahun 2013. Total item pengungkapan GRI-G3.1 adalah 84 item sementara GRI-G4 adalah 91 item. Dalam standar GRI-G3.1 (2011) dan GRI-G4 (2013) indikator kinerja dibagi menjadi 3 komponen utama, yaitu ekonomi, lingkungan, dan sosial mencakup praktik ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja, hak asasi manusia, masyarakat, tanggung jawab atas produk (www.globalreporting.org).

Return on Asset (ROA)

Hery (2015, hal. 228) menyatakan *Return on Asset (ROA)* merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi aset dalam menciptakan laba bersih. Dengan kata lain, rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset. Rasio ini dihitung dengan membagi laba bersih terhadap total aset. Profitabilitas dapat didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba (Hery, 2015, hal. 226).

Perusahaan yang memiliki kemampuan kinerja keuangan yang baik, akan identik dengan upaya – upaya untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas. Luasnya pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan adalah upaya untuk memperoleh dukungan dan mencari simpati para *stakeholder*-nya. Perusahaan dengan kinerja yang tinggi akan meningkatkan nilai perusahaan dalam proses pembentukan *image* yang sangat berpengaruh untuk mendapatkan kepercayaan dari para stakeholder. Kinerja perusahaan yang baik, dapat dicerminkan melalui tingkat profitabilitas yang akan diperoleh dari waktu ke waktu (Widianto dalam Amalia (2013)).

Debt to Equity Ratio (DER)

Dalam Hery (2015, hal. 198) dikatakan bahwa *Debt to Equity Ratio* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya proporsi utang terhadap modal. Rasio ini dihitung sebagai hasil bagi antara total utang dengan modal. Rasio ini berguna untuk mengetahui besarnya perbandingan antara jumlah dana yang disediakan oleh kreditor dengan jumlah dana yang berasal dari pemilik perusahaan. Dengan kata lain, rasio ini berfungsi untuk mengetahui berapa bagian dari setiap rupiah modal yang dijadikan sebagai jaminan utang. Rasio ini memberikan petunjuk umum tentang kelayakan kredit dan risiko keuangan debitur.

Marzully dan Denies (2012) menjelaskan bahwa perusahaan dengan *leverage* yang tinggi membuat perusahaan perlu melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan secara luas. Hal ini karena perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi berusaha untuk mengurangi sorotan dari debitur sehingga perusahaan dituntut untuk aktif melakukan pengungkapan tanggung jawab sosialnya (Worotikan, Topowijono, & Sulasmiyati, 2015).

Pertumbuhan Perusahaan (Growth)

Pertumbuhan perusahaan adalah dampak atas arus dana perusahaan dari perubahan operasional yang disebabkan oleh pertumbuhan atau peningkatan volume usaha (Helfert dalam Hastuti (2014)). Wakid, dkk (2013) dalam Hastuti (2014) menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan (*growth*) juga merupakan kemampuan perusahaan untuk meningkatkan *size*.

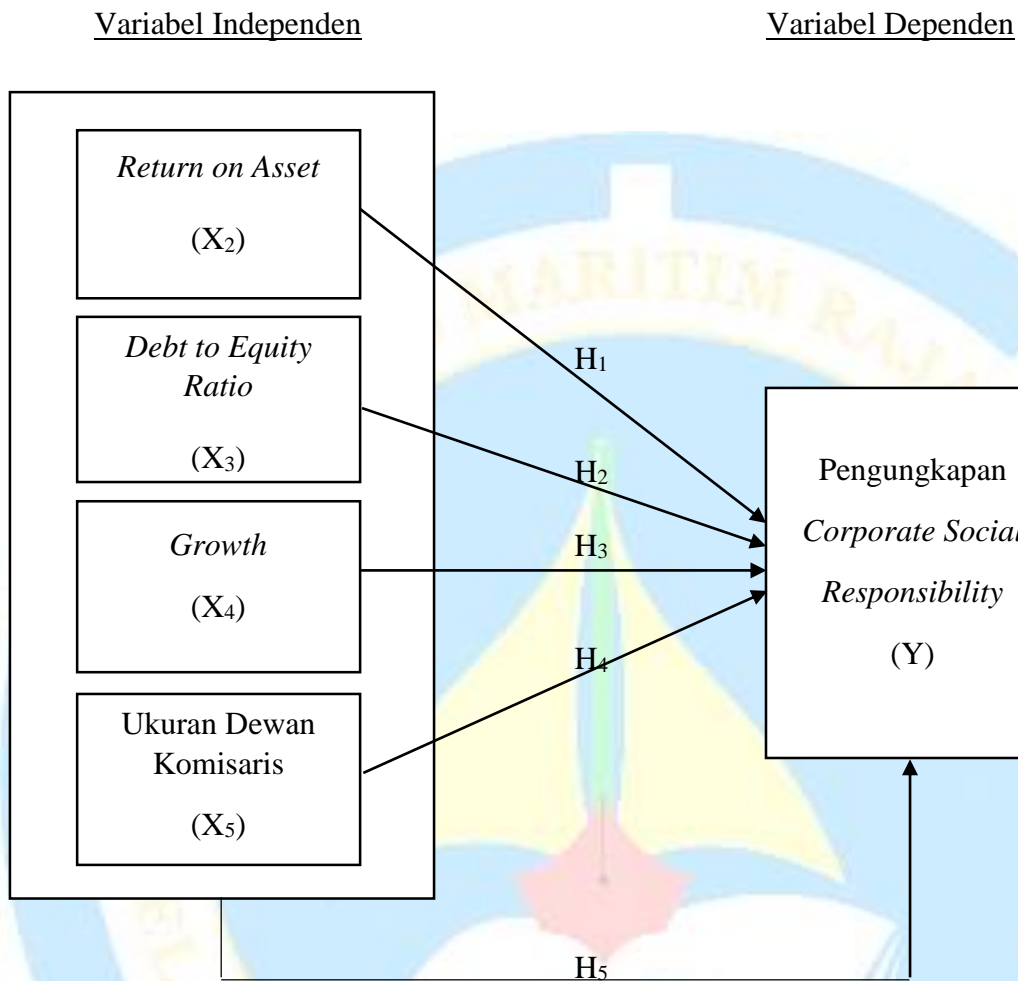
Pertumbuhan perusahaan merupakan salah satu pertimbangan para investor dalam menanamkan investasinya. Perusahaan yang memiliki kesempatan tumbuh yang tinggi diharapkan akan memberikan profitabilitas yang tinggi di masa depan, diharapkan laba lebih persisten, sehingga investor akan tertarik untuk berinvestasi di perusahaan tersebut. 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* (Sari, 2012).

Ukuran Dewan Komisaris

Chtouron *et.al.*, (2001) dan Antonia (2008) dalam Fima (2014) mengungkapkan dewan komisaris adalah pihak yang berperan penting dalam menyediakan laporan keuangan perusahaan *reliable*. Dewan komisaris merupakan wakil *shareholder* dalam entitas bisnis yang berbadan hukum perseroan terbatas (PT) yang berfungsi mengawasi pengelolaan perusahaan yang dilaksanakan oleh manajemen (direksi), dan bertanggung jawab untuk menentukan apakah manajemen memenuhi tanggung jawab mereka dalam mengembangkan dan menyelenggarakan penengndalian intern perusahaan (Mulyadi (2002) dalam Nur (2012)).

Menurut Gray dalam Fr. Reni (2006), dengan wewenang yang dimiliki, dewan komisaris dapat memberikan pengaruh yang cukup kuat untuk menekan manajemen agar mengungkapkan informasi CSR lebih banyak, sehingga dapat dijelaskan bahwa perusahaan yang memiliki ukuran dewan komisaris yang lebih besar akan lebih banyak mengungkapkan CSR.

KERANGKA PEMIKIRAN



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

POPULASI DAN SAMPEL

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2012-2014. Dengan menggunakan metode purposive sampling yaitu metode pengambilan sampel berdasarkan kriteria-kriteria tertentu, total sampel yang diperoleh adalah 108 sampel dari 36 perusahaan selama 3 tahun penelitian. Kriteria sampel yang ditetapkan adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tersebut melaporkan laporan tahunan (*annual report*) dan ringkasan laporan keuangan selama tiga tahun berturut-turut pada tahun 2012, 2013 dan 2014.

OPERASIONAL VARIABEL PENELITIAN

1. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

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

Keterangan: CSR_j : *Corporate Social Responsibility Disclosure* Perusahaan j
 n_j : Jumlah item untuk perusahaan j, $n_j = 84, 91$
 X_{ij} : *dummy variabel*: 1 = jika item diungkapkan;
0 = jika item i tidak diungkapkan.

2. *Return on Asset* (ROA)

$$\text{Return on Asset} = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Total asset}}$$

3. *Debt to Equity Ratio* (DER)

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total liabilitas}}{\text{Total ekuitas}}$$

4. Pertumbuhan Perusahaan

$$\text{Growth} = \frac{\text{Penjualan}_t - \text{Penjualan}_{t-1}}{\text{Penjualan}_{t-1}}$$

5. Ukuran Dewan Komisaris

$$DK = \sum \text{Dewan Komisaris Perusahaan}$$

PENGOLAHAN DATA

Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan sebagai teknik analisis dengan tujuan untuk menjelaskan atau memberikan informasi dan gambaran mengenai variabel – variabel dalam penelitian.

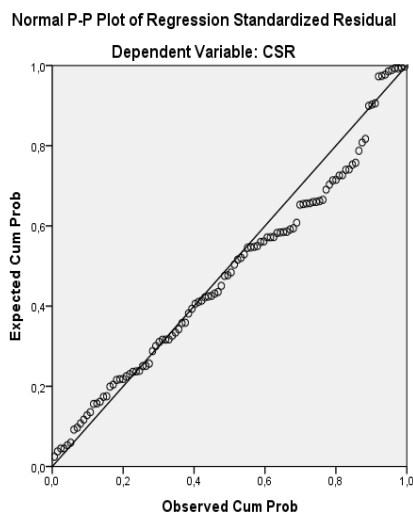
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	108	,0357	,6374	,231448	,1304881
ROA	108	,0066	2,4167	,139335	,2379676
DER	108	,0793	5,1524	,853106	,8146115
Growth	108	,0019	,7203	,163922	,1093693
UDK	108	3	12	4,88	2,063
Valid N (listwise)	108				

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2013, hal. 160). Dalam penelitian ini digunakan dua cara untuk melakukan uji normalitas data, yaitu analisis grafik normal plot dan uji statistik dengan *Kolmogorov-Smirnov*.

Untuk menentukan normal tidaknya data, maka *kolmogorov-smirnov test* variabel-variabel yang mempunyai asymp. Sig (2-tailed) lebih besar Sig $\alpha = 0,05$, maka diartikan bahwa variabel-variabel tersebut memiliki distribusi normal atau sebaliknya (Santoso, 2015, hal. 45).



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardize d Residual
N		108
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,11472184
	Absolute	,100
Most Extreme Differences	Positive	,100
	Negative	-,059
Kolmogorov-Smirnov Z		1,042
Asymp. Sig. (2-tailed)		,228

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas, dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan lawannya *variance inflation factor* (VIF). Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai *Tolerance* $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai *VIF* ≥ 10 (Ghozali, 2013, hal. 105).

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	,094	,041		2,268	,025		
1 ROA	,000	,048	,000	,005	,996	,991	1,009
DER	-,013	,014	-,084	-,953	,343	,974	1,027
Growth	,029	,108	,024	,266	,791	,914	1,094
UDK	,030	,006	,467	5,163	,000	,918	1,089

a. Dependent Variable: CSR

Uji Autokorelasi

Menurut Santoso (2012, hal. 192), uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu (residual) pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Pengambilan keputusan pada uji Durbin-Watson menurut Santoso (2012, hal. 194) adalah sebagai berikut:

1. Bila angka DW < -2 berarti ada autokorelasi yang positif.
2. Bila angka DW -2 sampai dengan $+2$ berarti tidak ada autokorelasi.
3. Bila angka DW $> +2$ berarti ada autokorelasi yang negatif.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,476 ^a	,227	,197	,1169282	1,496

a. Predictors: (Constant), UDK, ROA, DER, Growth

b. Dependent Variable: CSR

Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2013, hal. 139) uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Menurut Priyatno (2012, hal. 84), salah satu uji untuk melihat apakah model regresi bebas dari heterokedastisitas yaitu dengan melakukan uji *Spearman Rho*. Jika korelasi antara variabel independen dengan residual didapat signifikansi lebih dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi masalah heterokedastisitas pada model regresi.

Correlations

		Unstandardized Residual	
Spearman's rho	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	1,000
		Sig. (2-tailed)	.
		N	108
	ROA	Correlation Coefficient	,039
		Sig. (2-tailed)	,687
		N	108
	DER	Correlation Coefficient	,067
		Sig. (2-tailed)	,490
		N	108
	Growth	Correlation Coefficient	-,016
		Sig. (2-tailed)	,870
		N	108
UDK	Correlation Coefficient	,055	
	Sig. (2-tailed)	,569	
	N	108	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Analisis Regresi Berganda

Regresi Linear Berganda digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh variabel independen yaitu *Return on Asset (ROA)*, *Debt to Equity Ratio (DER)*, *Pertumbuhan Perusahaan (Growth)*, dan *Ukuran Dewan Komisaris* terhadap variabel dependen yaitu *Pengungkapan Corporate Social Responsibility*.

$$CSRDI = 0,094 + 0,000 ROA - 0,013 DER + 0,029 Growth + 0,030 UDK$$

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,094	,041		2,268	,025
ROA	,000	,048	,000	,005	,996
DER	-,013	,014	-,084	-,953	,343
Growth	,029	,108	,024	,266	,791
UDK	,030	,006	,467	5,163	,000

a. Dependent Variable: CSR

UJI HIPOTESIS

Uji Parsial (Uji Statistik t)

Menurut Ghozali (2013, hal. 98) uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel penjelas/ independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,094	,041		2,268	,025
ROA	,000	,048	,000	,005	,996
DER	-,013	,014	-,084	-,953	,343
Growth	,029	,108	,024	,266	,791
UDK	,030	,006	,467	5,163	,000

a. Dependent Variable: CSR

Uji Simultan (Uji Statistik F)

Menurut Ghozali (Ghozali, 2013, hal. 98) uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama – sama terhadap variabel dependen/ terikat.

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	,414	4	,103	7,564	,000 ^b
Residual	1,408	103	,014		
Total	1,822	107			

a. Dependent Variable: CSR

b. Predictors: (Constant), UDK, ROA, DER, Growth

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,476 ^a	,227	,197	,1169282

a. Predictors: (Constant), UDK, ROA, DER, Growth

b. Dependent Variable: CSR

PEMBAHASAN

1. Return on Asset (ROA) Tidak Berpengaruh Signifikan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Hasil penelitian ini menunjukkan variabel *Return on Asset* (ROA) di dalam penelitian ini memiliki nilai t_{hitung} sebesar 0,005 lebih kecil dari t_{tabel} yaitu 1,65978 dan nilai signifikansi sebesar 0,996 atau lebih besar dari tingkat signifikansi ($\alpha = 0,05$), sehingga H_1 gagal diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel *Return on Asset* (ROA) tidak berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

2. Debt to Equity Ratio (DER) Tidak Berpengaruh Signifikan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Hasil penelitian ini menunjukkan variabel *Debt to Equity Ratio* (DER) di dalam penelitian ini memiliki nilai t_{hitung} sebesar -0,953 lebih besar dari t_{tabel} yaitu 1,65978 dan nilai signifikansi sebesar 0,343 atau lebih besar dari tingkat signifikansi ($\alpha = 0,05$), sehingga H_2 gagal diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel *Debt to Equity Ratio* (DER) tidak berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

3. Pertumbuhan Perusahaan (Growth) Tidak Berpengaruh Signifikan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Hasil penelitian ini menunjukkan variabel Pertumbuhan Perusahaan yang diukur dengan rasio pertumbuhan penjualan berdasarkan uji t memiliki nilai t_{hitung} sebesar 0,266 lebih kecil dari t_{tabel} yaitu 1,65978 dan nilai signifikansi sebesar 0,791 atau lebih besar dari tingkat signifikansi ($\alpha = 0,05$), sehingga H_3 gagal diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Pertumbuhan Perusahaan (*Growth*) tidak berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

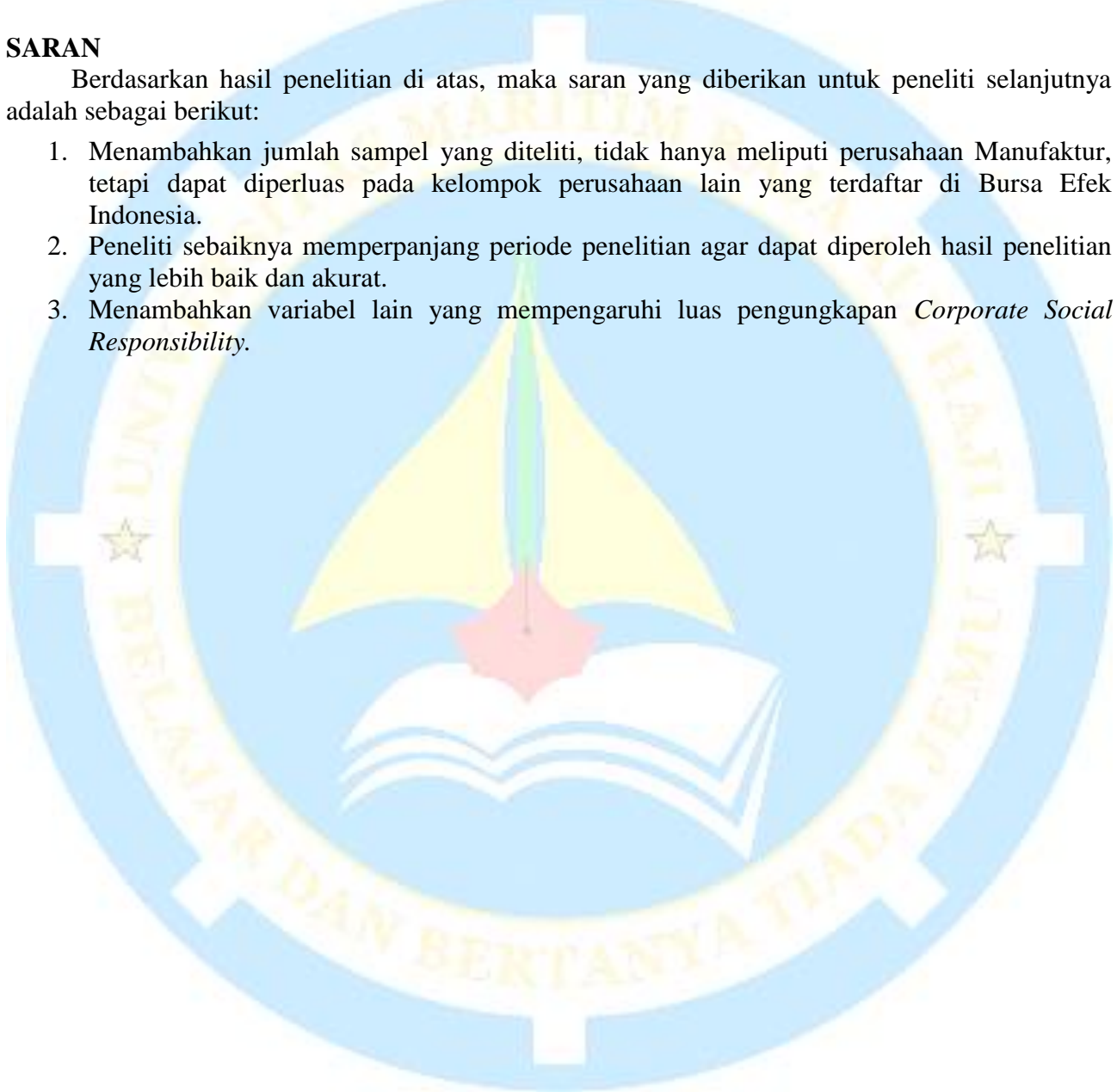
4. Ukuran Dewan Komisaris Berpengaruh Signifikan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Hasil penelitian menunjukkan variabel Ukuran Dewan Komisaris di dalam penelitian ini mempunyai nilai t_{hitung} sebesar 5,163 lebih besar dari t_{tabel} yaitu 1,65978 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 atau lebih kecil dari tingkat signifikansi ($\alpha = 0,05$), sehingga H_4 berhasil diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Ukuran Dewan Komisaris berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka saran yang diberikan untuk peneliti selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Menambahkan jumlah sampel yang diteliti, tidak hanya meliputi perusahaan Manufaktur, tetapi dapat diperluas pada kelompok perusahaan lain yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Peneliti sebaiknya memperpanjang periode penelitian agar dapat diperoleh hasil penelitian yang lebih baik dan akurat.
3. Menambahkan variabel lain yang mempengaruhi luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.



DAFTAR PUSTAKA

- Agoes, S., & Ardana, I. C. (2009). *Etika Bisnis dan Profesi: Tantangan Membangun Manusia Seutuhnya*. Jakarta: Salemba Empat.
- Amalia, D. (2013). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure di Bursa Efek Indonesia. *Media Riset Akuntansi*, 34-47.
- Arief, A. (2014). *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Manajemen Laba*. Semarang: Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Ariestyawati, M. (2013). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris dan Umur Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure dalam Laporan Tahunan*. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Fadlillah, R. N. (2014). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility . *jurnal Ilmu & Riset Akuntansi Vol.3*, 1-15.
- Fahrizqi, A. (2010). *Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Sosial Responsibility (CSR) dalam Laporan Tahunan Perusahaan*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Fima, K. U. (2014). *Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris, Leverage, Profitabilitas, Size, Kepemilikan Saham Institusional, dan Kepemilikan Saham Publik Terhadap Pengungkapan CSR pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. Surakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah.
- Gemitasari, R. (2013). *Analisis Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*. Surakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Global Reporting Initiative . (2013). Amsterdam: www.globalreporting.org.
- Hastuti, W. (2014). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, dan Tipe Industri Terhadap Pengungkapan tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Laporan Tahunan*. Padang: Universitas Negeri Padang.
- Hery. (2015). *Analisis Laporan Keuangan: Pendekatan Rasio Keuangan*. Yogyakarta: CAPS.
- Kurniawati, F. A. (2013). *Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Pertambangan di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2009-2011*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Limberg, G., Iwan, R., Moeliono, M., Indriatmoko, Y., Mulyana, A., & Utomo, N. A. (2009). *Bukan Hanya Laba: Prinsip - Prinsip Bagi Perusahaan Untuk Melaksanakan Tanggung Jawab Sosial*. Bogor: CIFOR.
- Melati, P. (2014). *Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)*. Tanjungpinang: Universitas Maritim Raja Ali Haji.
- Nur, M. (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*, 22-34.
- Nur, M., & Priantinah, D. (2012). Analisis Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility di Indonesia. *Nominal 1*, 1-13.

- Pradnyani, I. A., & Sisdyani, E. A. (2015). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Dewan Komisaris pada Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*. Bali: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana.
- Priyatno, D. (2012). *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*. Yogyakarta: ANDI .
- Purnasiwi, J. (2011). *Analisis Pengaruh Size, Profitabilitas dan Leverage Terhadap Pengungkapan CSR Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Putra, E. N. (2011). *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)*. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Riahi, A., & Belkaoui. (2011). *Accounting Theory dalam Teori Akuntansi Edisi 5*. Jakarta: Salemba Empat.
- Santoso, S. (2012). *Aplikasi SPSS pada Statistik Parametrik*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Santoso, S. (2015). *Menguasai Statistik Multivariat*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sari, R. A. (2012). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Nominal*, 124-140.
- Saripudin. (2011). *Pengaruh Size Perusahaan, Profitabilitas, Tipe Industri dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility*. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
- Sembiring , E. R. (2005). Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Study Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta. *SNA VIII* , 379-395.
- Septiana, F., & Fitria, A. (2014). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi Vol.3*, 1-20.
- Suharto, E. (2010). *CSR & COMDEV: Investasi Kreatif Perusahaan di Era Globalisasi*. Bandung: Alfabeta.
- Umar, H. (2011). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 11*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Wakidi, R. H., & Siregar, H. S. (2011). Pengaruh Sisi Internal dan Eksternal Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Ekonomi Vol 14, No 4*, 180-190.
- Worotikan, E. J., Topowijono, & Sulasmiyati, S. (2015). Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, ROA, DER Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1-6.
- Wulandhari , I. P. (2015). *Pengaruh Ukuran Perusahaan (Size), Tipe Perusahaan (Profile), Financial Leverage, Profitabilitas dan Struktur Kepemilikan Saham Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)*. Tanjungpinang: Fakultas Ekonomi Universitas Maritim Raja Ali Haji.
- Zanirah, D. N. (2015). *Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Luas Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Laporan Tahunan Perusahaan*. Malang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.