

PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL DENGAN KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL SEBAGAI VARIABEL MODERASI

Niki Ratnasari¹, Iren Meita²

^{1,2}Akuntansi, Fakultas Bisnis Intitut Teknologi dan Bisnis Kalbis, Jakarta, Indonesia

E-mail korespondensi: ¹nikiratnasari02@gmail.com, ²iren.meita@kalbis.ac.id

Informasi Artikel

Draft awal: 21 Juli 2017
 Revisi : 25 Agustus 2017
 Diterima : 20 September 2017
 Available online: 25 September 2017

Kata Kunci:

Corporate Responsibility, Firm Size, Leverage, Institutional ownership, Social Disclosure, Firm Age

Tipe Artikel : Research report



Diterbitkan oleh Fakultas
 Ekonomi Universitas Islam
 Attahiriyah

ABSTRACT

The research aims to analyze the influence of corporate characteristic on the disclosure of corporate social responsibility with institutional ownership as a moderating variable. The population of this research is manufacture companies listed in Indonesia Stock Exchange (IDX) 2011-2015. Research sampling used purposive sampling technique. There are 22 samples that meet the criteria as a sample of research with 5 years of observation. The total sample studied was 110. The multiple regression analysis was used for hypothesis testing. The result indicate that firm size, firm age, and leverage have a significant influence on the corporate social responsibility; and simultaneously firm size, firm age, and leverage have a significant influence on the corporate social responsibility. Meanwhile, institutional ownership weakens the effect of firm size on the disclosure of social responsibility. While, institutional ownership weakens the effect of firm age and leverage on the disclosure of social responsibility.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan corporate social responsibility dengan kepemilikan institusional sebagai variabel moderating. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (IDX) 2011-2015, menggunakan teknik purposive sampling sehingga diperoleh 22 sampel yang memenuhi kriteria. Regresi linier berganda digunakan untuk menguji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, umur perusahaan, dan pengaruh berpengaruh signifikan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan; dan ukuran perusahaan secara simultan, umur perusahaan, dan pengaruh berpengaruh signifikan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan. Sementara itu, kepemilikan institusional melemahkan pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Sementara, kepemilikan institusional melemahkan pengaruh usia perusahaan dan pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

1. Pendahuluan

Isu mengenai tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Indonesia telah banyak dibicarakan dan menjadi pusat perhatian bagi masyarakat dan pemerintah. *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah sebuah bentuk kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan di sekitar mereka beroperasi.

Salah satu kejadian monumental terjadi sebagai tragedi alam nasional adalah semburan lumpur lapindo, Sidoarjo akibat kelalaian eksploitasi migas. Bencana ini, melantarkan penduduk lebih dari satu kecamatan, serta tidak sedikit perusahaan harus kehilangan usaha dengan merumahkan ribuan karyawan (Hadi, 2011:11-13). Dengan adanya peristiwa tersebut, menunjukkan bahwa masih lemahnya pelaksanaan dan penerapan kegiatan CSR di Indonesia.

Untuk itu, pemerintah telah mengeluarkan beberapa peraturan undang-undang dimana setiap perusahaan di Indonesia wajib untuk melakukan pertanggung jawaban sosial sesuai dengan yang telah diatur, antara lain: Peraturan pemerintah No. 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Perseroan Terbatas pasal 4, yang berisi:

"Tanggung jawab sosial dan lingkungan dilaksanakan oleh Direksi berdasarkan rencana kerja tahunan Perseroan setelah mendapatkan persetujuan Dewan Komisaris atau RUPS sesuai dengan anggaran dasar Perseroan, kecuali ditentukan lain dalam peraturan perundang-undangan" (www.hukumonline.com, 22 Februari 2017).

Namun, setiap perusahaan memiliki faktor-faktor yang berbeda-beda dalam melakukan pengungkapan pertanggungjawaban sosial meskipun perusahaan tersebut masih dalam satu jenis usaha yang sama. Faktor-faktor yang berbeda dalam mempengaruhi pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan disebut dengan karakteristik perusahaan. Dalam hal ini, peneliti memilih ukuran (*size*) perusahaan, umur (*age*) perusahaan dan *leverage* sebagai karakteristik perusahaan.

Ukuran perusahaan seringkali dijadikan variabel dalam melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial. Kebanyakan perusahaan besar akan melakukan mengungkapkan informasi lebih banyak dari pada perusahaan kecil. Hal tersebut, karena perusahaan besar akan menghadapi resiko politik yang lebih besar dibanding perusahaan kecil (Nugroho, 2016:6). Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nursiam dan Gemitasari (2013:196), menyatakan bahwa ada hubungan signifikan antara ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Sementara Putri (2009:1) tidak menemukan hubungan signifikan antara kedua variabel tersebut.

Umur perusahaan menunjukkan sudah berapa lama perusahaan mampu bertahan dari awal mulai perusahaan sampai sekarang. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Yusuf (2011:571), menyatakan bahwa umur perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Faktor lainnya yang dapat mempengaruhi adalah *Leverage*. Menurut Mardiyanto (2009:247), *leverage* yang mampu menghasilkan laba yang lebih besar tetapi, *leverage* juga dapat menimbulkan potensi kerugian. Apabila tingkat *leverage* tinggi atau besar, maka perusahaan cenderung untuk mengurangi tingkat *leverage* atau mengurangi proporsi utangnya dan begitu juga sebaliknya. Adanya hubungan yang tidak signifikan antara *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh Dewi dan Priyadi (2015:18). Hal berbeda yang dilakukan oleh Yusuf (2011:571), yang menyatakan adanya hubungan signifikan antara *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Kepemilikan institusional juga memiliki arti penting yang bertugas untuk memonitor kinerja manajemen sebagai adanya pencegahan terhadap kecurangan di perusahaan. Semakin besar suatu kepemilikan institusional maka akan mendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial Bangun (2012:718). Di temukan dalam penelitian yang dilakukan oleh Nurkhin (2010:46) bahwa adanya hubungan yang tidak signifikan antara kepemilikan institusional terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Namun, hal berbeda yang dinyatakan oleh

Adnantara (2013:107) bahwa kepemilikan institusional berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Selain dari faktor-faktor yang telah diuraikan tersebut, adanya pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan maka akan memperlihatkan adanya sisi pertanggungjawaban oleh perusahaan yang ditunjukkan dalam laporan tahunan perusahaan. Perusahaan yang melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial diharapkan akan memperoleh signal balik dari para *stakeholder*. Hal ini bermaksud bahwa perusahaan yang menerapkan pertanggungjawaban mendapatkan respon positif atau sinyal positif dari para *stakeholder*. Dengan demikian, muncul teori sinyal dapat memperkuat perusahaan untuk memiliki tanggung jawab terhadap lingkungan sekitarnya.

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial; apakah umur perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial; apakah *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial; apakah umur perusahaan, ukuran perusahaan, dan *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial; apakah kepemilikan institusional memperkuat atau memperlemah pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial; apakah kepemilikan institusional memperkuat atau memperlemah pengaruh umur perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial, dan apakah kepemilikan institusional memperkuat atau memperlemah pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

2. Litelature Review

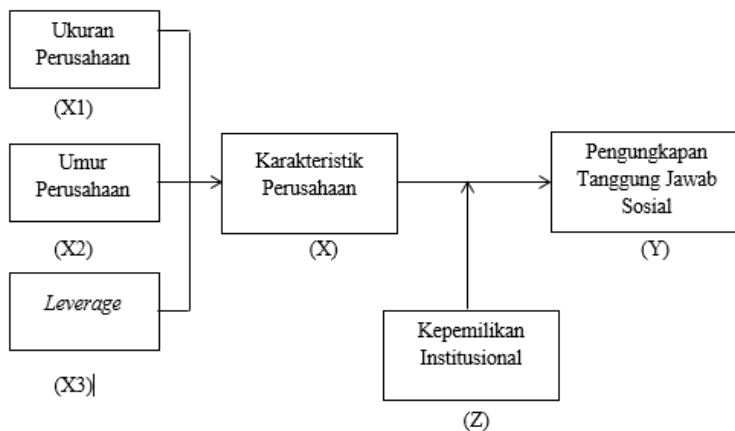
Akibat aktivitas-aktivitas perusahaan yang tidak bertanggung jawab telah menyebabkan kerugian bagi beberapa pihak, khusus untuk masyarakat sekitar. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk tidak hanya bertanggung jawab atas pihak pemilik (*shareholder*) saja tetapi juga harus bertanggung jawab atas sosial (*stakeholder*). Menurut Hadi (2011:93), *stakeholder* adalah semua pihak baik internal maupun eksternal yang memiliki hubungan baik bersifat mempengaruhi maupun dipengaruhi, bersifat langsung maupun tidak langsung oleh perusahaan.

Menurut Luk et al. (2005) dalam Hadi (2011:93) menyatakan bahwa "*Stakeholder is a group or an individual who can affect, or be affected by, the success or failure of an organization*"

Definisi tersebut menerangkan bahwa, *stakeholder* merupakan pihak internal maupun eksternal, seperti: pemerintah, perusahaan pesaing, masyarakat sekitar, lingkungan internasional, lembaga di luar perusahaan, lembaga pemerhati lingkungan, para pekerja perusahaan, kaum minoritas dan lain sebagainya yang keberadaannya sangat mempengaruhi dan dipengaruhi perusahaan (Hadi, 2011:93-94).

Perusahaan hendaknya menjaga reputasinya, yaitu dengan menggeser pola orientasi (tujuan) yang semula semata-mata diukur dengan *economic measurement* yang cenderung *shareholder orientation* ke arah memperhitungkan faktor sosial sebagai wujud kepedulian dan keberpihakan terhadap masalah sosial kemasyarakatan (*stakeholder orientation*) (Hadi, 2011:95).

Kerangka pemikiran dan hipotesis dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh variabel X1, X2, dan X3 terhadap variabel Y baik secara parsial dan simultan. Selain itu, berkaitan juga dengan bagaimana variabel Z memperkuat atau memperlemah variabel X1, X2, dan X3 terhadap variabel Y secara parsial. Model penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1 Model Penelitian
 Sumber: Data Telah Diolah Peneliti

3. Metode

3.1. Desain Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang merupakan data sekunder. Penelitian kuantitatif adalah suatu cara untuk menguji sasaran teori dengan mengkaji hubungan antara beberapa variabel. Beberapa variabel ini dapat diukur, khususnya dalam beberapa instrumen, sehingga data yang sudah ditandai dengan nomor bisa dianalisis dengan menggunakan prosedur statistik (Creswell, 2014:352). Data yang digunakan dalam penelitian adalah data sekunder. Datanya berupa laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan pada tahun 2011 sampai 2015 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Alasan peneliti memilih data pada tahun 2011 sampai 2015, karena laporan keuangan tahunan perusahaan pada tahun 2011 sampai 2015 adalah data terbitan terbaru dari perusahaan. Data penelitian diperoleh dari website Bursa Efek Indonesia (BEI).

3.2. Populasi dan Sampel

Populasi dari penelitian ini adalah perusahaan LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Periode amatan selama 5 tahun, yaitu pada periode 2011 sampai 2015. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *nonprobability* dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Sampel yang digunakan adalah perusahaan LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) sesuai dengan kriteria-kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti. Dalam penelitian ini, total sampel terdiri dari 22 sampel yang telah dipilih sesuai dengan kriteria yang ditentukan peneliti.

3.3. Pengukuran

Menurut Chariri dan Ghazali (2007:93) dalam Bahri dan Cahyani (2016), pengungkapan atau *disclosure* dapat diartikan sebagai pemberian informasi bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan terhadap informasi tersebut.

Pengungkapan tanggung jawab sosial pada laporan tahunan perusahaan diukur menggunakan proksi CSRD berdasarkan indikator *Global Reporting Initiative (GRI)* versi 3.1 yang diperoleh dari website resmi (www.globalreporting.org). *Global Reporting Initiative (GRI)* merupakan kerangka pelaporan untuk membuat laporan tahunan yang terdiri dari prinsip-prinsip pelaporan, panduan pelaporan dan standar pengungkapan (Putri, 2009:12). Total item pengungkapan sejumlah 84 item. Indikator-indikator tersebut terdiri dari ekonomi, lingkungan dan sosial.

Pengukuran CSRD menggunakan metode *content analysis*. *Content analysis* merupakan sebuah metode pengkodifikasian sebuah teks (isi) dari sebagian tulisan ke dalam berbagai kelompok atau kategori berdasarkan kriteria tertentu (Putri, 2009:12). *Content analysis* dapat dilaksanakan dengan cara yang *replicable* maka dapat dilakukan salah satunya dengan cara *checklist* (Fahriqzi, 2010:42). Berikut ini adalah kategori penilaian, yaitu:

Nilai 1 = Jika terdapat informasi mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial pada laporan tahunan perusahaan

Nilai 0 = Jika tidak terdapat informasi mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial pada laporan tahunan perusahaan

Rumus perhitungan indeks CSRDI, sebagai berikut:

$$CSRDI_j = \frac{\sum X_{ij}}{N_j}$$

Keterangan:

CSRDI_j = Indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

$\sum X_{ij}$ = Jumlah item yang diungkapkan perusahaan. Jika 1 = diungkapkan; 0 = tidak diungkapkan

N_j = Jumlah kriteria pengungkapan tanggung jawab sosial untuk perusahaan

Ukuran Perusahaan (Variabel Independen)

Ukuran perusahaan diukur berdasarkan dengan logaritma dari total aktiva perusahaan pada akhir tahun, karena nilai dan sebarannya yang besar dibandingkan variabel yang lain (Fahriqi, 2010:43).

Berikut adalah rumus ukuran perusahaan: $Size = \log Total \text{ Aktiva perusahaan}$

Umur Perusahaan (Variabel Independen)

Umur perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan tetap eksis dan mampu bersaing (Aprilliani, 2017:5). Umur perusahaan dihitung dari tahun pertama kali perusahaan *listed* (terdaftar) di BEI hingga tahun saat dijadikan sampel penelitian (Putri, 2009:13). Berikut adalah rumus umur perusahaan: **Age = Tahun ke n penelitian – tahun pertama kali tercatat di BEI**

Leverage (Variabel Independen)

Leverage adalah alat pengukur besarnya aktiva yang dibiayai dengan hutang yang berasal dari kreditur yang digambarkan dengan modal (Aprilliani, 2017:5). Dalam penelitian ini, tingkat *leverage* diukur dengan *Debt To Equity Ratio (DER)*.

Berikut adalah rumus *debt to equity ratio*:

$$DER = \frac{\text{Total Kewajiban}}{\text{Total Ekuitas Pemegang Saham}} \times 100\%$$

Kepemilikan Institusional (Variabel Moderasi)

Kepemilikan institusional diukur berdasarkan jumlah kepemilikan saham yang dimiliki oleh institusi yang dibandingkan dengan jumlah saham yang beredar yang dilihat dari laporan keuangan perusahaan LQ45, selama periode penelitian.

Berikut rumus kepemilikan institusional:

$$Kep. Insti = \frac{\text{Jumlah kepemilikan saham oleh pihak institusional}}{\text{Jumlah saham yang beredar}} \times 100\%$$

3.4. Metode Analisis Data

Setelah data yang dibutuhkan dalam penelitian terkumpul, maka langkah selanjutnya melakukan analisis data yang terdiri dari asumsi klasik dan uji hipotesis. Uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi. Kemudian, untuk menguji hipotesis menggunakan analisis regresi linier berganda. Uji hipotesis dibagi menjadi 3 (tiga), yaitu uji koefisien determinasi, uji signifikansi simultan (uji F), uji statistik t, dan uji interaksi atau *Moderated Regression Analysis (MRA)*.

Analisis Regresi Linier Berganda

Uji regresi berganda dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel X dengan variabel Y dan variabel Z. Dengan persamaan model regresi, sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

α = Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Koefisien regresi

X_1 = Ukuran Perusahaan

X_2 = Umur Perusahaan

X_3 = *Leverage*

Z = Kepemilikan Instiusional

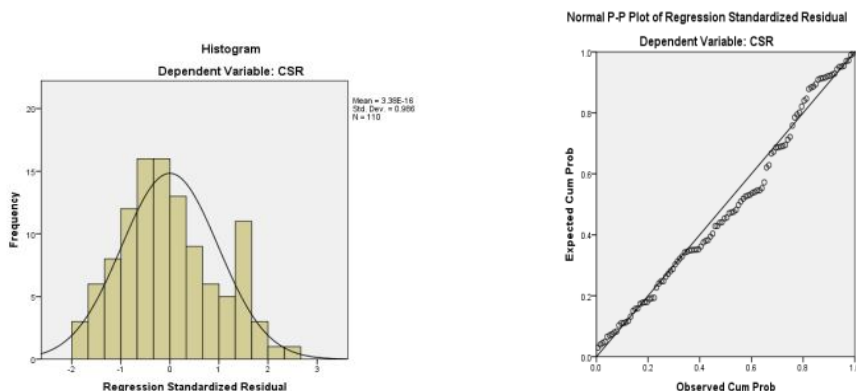
ε = *Error*

4. Hasil dan Pembahasan

4.1. Uji Asumsi

Hasil Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2016:134), uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Gambar 2 adalah hasil uji normalitas dengan grafik Histogram, Gambar 3 adalah hasil uji normalitas dengan *Probability Plot*, dan Gambar 4 adalah hasil uji normalitas *Kolmogrov-Smirnov*.



Sumber: Output SPSS 23

Gambar 2. Uji Normalitas dengan Histogram dan P-P Plot

Berdasarkan tampilan gambar 2 dapat disimpulkan bahwa model regresi telah memenuhi asumsi normalitas, karena grafik Histogram menunjukkan pola dengan distribusi normal dan grafik Normal *Probability Plot* terlihat titik-titik menyebar mengikuti arah garis diagonal. Oleh karena itu model regresi layak untuk dijadikan dalam penelitian ini.

Hasil Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah ada sebuah hubungan antar variabel independen dengan variabel lainnya. Model regresi yang baik adalah tidak adanya hubungan di antara variabel independen (Ghozali, 2016:103). Jika nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10, maka tidak ada masalah multikolinieritas. Berikut ini adalah hasil uji multikolinieritas:

Tabel 1 Hasil Uji Multikolinieritas

		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	(constant)		
	Ukuran Perusahaan	.985	1.015
	Umur Perusahaan	.957	1.045
	<i>Leverage</i>	.915	1.093
	Kepemilikan Instiusional	.961	1.041

Sumber: Data Telah Diolah peneliti

Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan, umur perusahaan, *leverage*, dan kepemilikan institusional memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,985, 0,957, 0,915, dan 0,961. Nilai VIF dari masing-masing variabel menunjukkan hasil 1,015, 1,045, 1,093, dan 1,041, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas.

Hasil Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2016:107), uji autokorelasi menguji apakah dalam model regresi linear memiliki korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Uji ini dilakukan untuk menguji apakah terdapat autokorelasi atau tidak. Dalam pengujian ini menggunakan Uji *Durbin Watson (DW Test)*. Jika angka Durbin Watson diantara -2 hingga $+2$, maka tidak terjadi autokorelasi.

Tabel 2 Hasil Uji Autokorelasi

Model	Durbin-Watson
1	1.191

Sumber: Data Telah Diolah Peneliti

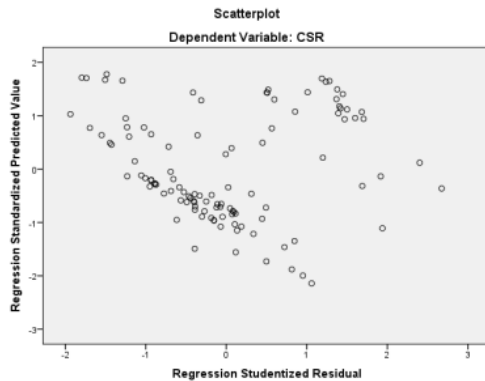
Berdasarkan Tabel 2 menunjukkan bahwa hasil *Durbin-Watson* sebesar 1,191 atau yang berarti nilai tersebut terletak diantara -2 sampai dengan $+2$, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas untuk mengetahui apakah model regresi terjadi adanya ketidaksamaan *variance* dari satu variabel pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2016:134). Dalam uji heteroskedastisitas ini menggunakan uji *scatter plot* dan uji *white*.

Uji Scatter Plot

Uji *scatter plot* bertujuan untuk mengetahui apakah ada masalah heteroskedastisitas atau tidak.



Sumber: Output SPSS 23
 Gambar 3 Hasil Uji *Scatter Plot*

Menurut Ghozali (2016:136), dari hasil gambar 4 menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. dengan hasil tersebut, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.2. Hasil Analisis Linear Regresi Berganda

Uji regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui sejauhmana hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen dan dengan variabel moderasi. Berikut ini adalah hasil perhitungan regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS 23 sebagai berikut:

Tabel 3 Hasil Persamaan 1
 Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients
	B
1 (Constant)	-.611
Ukuran perusahaan	-.037
Moderat 1	.028

Sumber: Data Telah Diolah Peneliti

Dengan persamaan analisis regresi berganda yang dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = 0,611 - 0,037X_1 + 0,028X_1Z + \epsilon$$

Dari persamaan di atas dapat menunjukkan bahwa nilai konstanta sebesar 0,611, dengan arti bahwa jika ukuran perusahaan tetap atau konstan, maka pengungkapan tanggung jawab sosial sebesar 0,611. Nilai koefisien regresi variabel ukuran perusahaan sebesar -0,037, dengan artian bahwa jika ukuran perusahaan semakin rendah, dengan asumsi variabel yang lain tetap atau konstan, maka akan terjadi penurunan pengungkapan tanggung jawab sosial akan sebesar 0,037. Nilai koefisien regresi moderasi dimana kepemilikan institusional sebesar 0,028 memiliki efek positif. Dalam hal ini semakin tinggi moderasi kepemilikan institusional maka pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial akan mengalami peningkatan.

Tabel 4 Hasil Persamaan 2

Coefficients ^a	
	Unstandardized Coefficients
Model	B
1 (Constant)	.698
Umur perusahaan	-.022
Moderat2	.011

Sumber: Data Telah Diolah Peneliti

Dengan persamaan analisis regresi berganda yang dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = 0,698 - 0,022X_2 + 0,011X_2Z + \varepsilon$$

Dari persamaan di atas dapat menunjukkan bahwa nilai konstanta sebesar 0,698, dengan arti bahwa jika umur perusahaan tetap atau konstan, maka pengungkapan tanggung jawab sosial sebesar 0,698. Nilai koefisien regresi variabel ukuran perusahaan sebesar -0,022, dengan artian bahwa jika umur perusahaan semakin rendah, dengan asumsi variabel yang lain tetap atau konstan, maka akan terjadi penurunan pengungkapan tanggung jawab sosial akan sebesar 0,022. Nilai koefisien regresi moderasi dimana kepemilikan institusional sebesar 0,011 memiliki efek positif. Dalam hal ini semakin tinggi moderasi kepemilikan institusional maka pengaruh umur perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial akan mengalami peningkatan.

Tabel 5 Persamaan 3

Coefficients ^a	
	Unstandardized Coefficients
Model	B
1 (Constant)	.679
<i>Leverage</i>	-.101
Moderat3	.020

Sumber: Data Telah Diolah Peneliti

Dengan persamaan analisis regresi berganda yang dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = 0,679 - 0,101X_3 + 0,020X_3Z + \varepsilon$$

Dari persamaan di atas dapat menunjukkan bahwa nilai konstanta sebesar 0,679, dengan arti bahwa jika *leverage* tetap atau konstan, maka pengungkapan tanggung jawab sosial sebesar 0,698. Nilai koefisien regresi variabel ukuran perusahaan sebesar -0,101, dengan artian bahwa jika *leverage* semakin rendah, dengan asumsi variabel yang lain tetap atau konstan, maka akan terjadi penurunan pengungkapan tanggung jawab sosial akan sebesar 0,101. Nilai koefisien regresi moderasi dimana kepemilikan institusional sebesar 0,020 memiliki efek positif. Dalam hal ini semakin tinggi moderasi kepemilikan institusional maka pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial akan mengalami peningkatan.

Hasil Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan suatu prosedur yang akan menghasilkan suatu keputusan, yaitu keputusan dalam menerima atau menolak hipotesis ini (Misbahuddin dan Hasan, 2013:38). Pengujian hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji signifikansi simultan (Uji F), uji koefisien regresi parsial (Uji t), uji koefisien determinasi (R^2), dan uji *Moderated Regression Analysis* (MRA).

Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi yang digunakan dalam peneliti ini layak atau tidak. Berikut ini adalah uji signifikansi simultan (uji F), yaitu

Tabel 6 Hasil Uji F

ANOVA ^a				
Model		Df	F	Sig.
1	Regressio n	3	17.50 2	.000 b
	Residual	106		

Sumber: Data Telah Diolah Peneliti

Berdasarkan tabel 8, hasil dari olah data spss diatas didapatkan bahwa nilai sig-f sebesar $0,000 < 0,05$, maka model regresi dapat digunakan untuk menunjukkan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen atau dapat dinyatakan bahwa ukuran perusahaan, umur perusahaan, dan *leverage* secara bersama-sama berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t)

Menurut Ghozali (2016:97), Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Tabel 7 Hasil Uji t

Coefficients ^a		
Model		Sig.
1	(Constant)	.000
	Ukuran perusahaan	.002
	Umur Perusahaan	.000
	<i>Leverage</i>	.000

Sumber: Data Telah Diolah peneliti

Pada Tabel 9, menunjukkan hasil uji t variabel ukuran perusahaan (X1) memiliki nilai signifikansi $0,002 < 0,05$. Variabel umur perusahaan (X2) memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Variabel *leverage* (X3) memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan setiap variabel berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial (Y).

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2016:95), uji koefisien determinasi (*R Square* atau R^2) bertujuan untuk mengukur sampai seberapa besar variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Hasil dari pengujian koefisien determinasi adalah:

Tabel 8 Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary	
Model	Adjusted R Square
1	.312

Sumber: Data Telah Diolah Peneliti

Berdasarkan Tabel 10 menunjukkan bahwa nilai *R square* sebesar 0,312 atau 31,2 % yang berarti variasi dari ketiga variabel bebas, yaitu ukuran perusahaan, umur perusahaan, dan *leverage* mempengaruhi variasi variabel terikat (pengungkapan tanggung jawab sosial). Sedangkan sisanya 68,8 % dapat dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak dimasukkan dalam model regresi.

Uji Interaksi atau *Moderated Regression Analysis (MRA)*

Uji interaksi adalah salah satu aplikasi perhitungan untuk regresi linear berganda dimana terdapat persamaan yang mengandung unsur perkalian dua atau lebih variabel independen. Hasil dari uji MRA adalah:

Tabel 9 Hasil Uji MRA

Coefficients^a	
Model	Sig.
1 (Constant)	.000
Moderat1	.268
Moderat2	.000
Moderat3	.000

Sumber: Data Telah Diolah Peneliti

Jika nilai signifikan $<0,05$, maka variabel moderasi mampu memoderasi variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel moderat 1 adalah nilai hubungan antara ukuran perusahaan (X1) terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial (Y) dengan kepemilikan institusional (Z). Variabel moderat 2 adalah nilai hubungan antara umur perusahaan (X2) terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial (Y) dengan kepemilikan institusional (Z). Variabel 3 adalah nilai hubungan antara *leverage* (X3) terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial (Y) dengan kepemilikan institusional (Z).

Berdasarkan hasil diatas, nilai signifikan moderat 1 menunjukkan hasil yang tidak signifikan, yaitu 0,268, sedangkan moderat 2 dan moderat 3 menunjukkan hasil signifikan sebesar 0,000 dan 0,000.

Nilai koefisien parameter pada variabel moderat 1, 2, dan 3 menunjukkan hasil apakah variabel kepemilikan institusional (Z) dapat memperkuat atau memperlemah ukuran perusahaan (X1), umur perusahaan (X2), *leverage* (X3) terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial (Y).

Dari hasil tabel diatas, menunjukkan bahwa moderat 1 memperlemah hubungan ukuran perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial, moderat 2 mampu memperkuat hubungan umur perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial, dan moderat 3 memperlemah hubungan *leverage* dengan pengungkapan tanggung jawab sosial.

5. Keterbatasan dan Agenda Penelitian Mendatang

Penelitian ini hanya mengambil periode selama 5 tahun. Diharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat diperluas atau mempersempit periode penelitian. Diharapkan penelitian selanjutnya untuk menggunakan standar pengungkapan tanggung jawab sosial dengan versi terbaru, yaitu GRI Guidelines 4.0

6. Kesimpulan

Penelitian bertujuan untuk mengetahui apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial; apakah umur perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial; apakah *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial; apakah umur perusahaan, ukuran perusahaan, dan *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial; apakah kepemilikan institusional memperkuat atau memperlemah pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial; apakah kepemilikan institusional memperkuat atau memperlemah pengaruh umur perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial, dan apakah kepemilikan institusional memperkuat atau memperlemah pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan : pertama, ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Kedua, umur perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Ketiga, *leverage* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Ke-empat, ukuran perusahaan, umur perusahaan, dan *leverage* secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Kelima, kepemilikan institusional memperlemah pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Ke-enam, kepemilikan institusional memperkuat pengaruh umur perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Ketujuh, kepemilikan institusional memperkuat pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Berdasarkan kesimpulan tersebut maka, untuk perusahaan dapat lebih memperhatikan dan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial, sehingga tidak hanya untuk memperhatikan kepentingan sendiri melainkan kepentingan sosial. Untuk investor dan calon investor perusahaan yang berkategori high profile yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia agar lebih seksama dan lebih memperhatikan aspek pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai pertimbangan untuk melakukan investasi.

Daftar Pustaka

- Adnantara, K. F. (2013). "Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham Dan *Corporate Social Responsibility* Pada Nilai Perusahaan". Jurnal Buletin Studi Ekonomi, Vol. 18, No. 2. Agustus 2013.
- Ansofino, et al. (2016). Buku Ajar Ekonometrika. Yogyakarta: Deepublish.
- Bahri, S. dan Cahyani, F. A. (2016). Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap *Corporate Financial Performance* Dengan *Corporate Social Responsibility Disclosure* Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI)". Jurnal Ekonomi: Universitas Kadiri. Vol. 1, No. 2, September.
- Bangun, N. et al. (2012). "Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional dan Profitabilitas terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia". Jurnal Akuntansi. Vol 12, No. 2.
- Creswell, J.W. (2014). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mix*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Dewi, S. S. & Priyadi, M. P. (2015). "Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI". Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi. Vol. 2, No. 3.

- Fahriqzi, A. (2011). "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Dalam Laporan Tahunan Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia)". Fakultas Ekonomi. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam (2016). Aplikasi Analisis *Multivariate* Dengan Program IBM SPSS 23. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, N. (2011). *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hendriksen, E. (1998). *Accounting Theory. Fifth Edition*. Diterjemahkan oleh Herman Wibowo: Teori Akunting. Buku Satu, Edisi Kelima. Interaksara, Batam.
- Heriwati, H. (2015). "*Corporate Governance*, Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*". *Jurnal Riset Akuntansi dan Perpajakan*. Vol. 2, No. 2, Desember 2015, hal 203-217.
- Mardiyanto, H. (2009). "Inti Sari Manajemen Keuangan". Penerbit: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Misbahuddin dan Hasan, I. (2013). Analisis Data Penelitian dengan Statistik. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mubarok, et al. (2015). "Pengaruh Kuantitas Penawaran Saham, Umur Perusahaan, Ukuran Perusahaan terhadap *Return Saham* 7 Hari Setelah Ipo Studi Kasus Perusahaan Terdaftar IPO Periode 2010-2012".
- Nasir, A. et al. "Pengaruh Kepemilikan Manajerial, *Leverage*, Profitabilitas, Ukuran, Dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Informasi Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan Pada Perusahaan *Food And Beverage* Yang Terdaftar Di BEI". *Jurnal Ekonomi*. Vol. 21, No. 4.
- Nursiam dan Gemitasari, R. (2013). "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009-2011)". *Proceeding Seminar Nasional dan Call For Papers Sancall 2013*, 978-979.
- Nugroho, I. A. (2016). "Pengaruh Karakteristik Perusahaan dan *Corporate Governance* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Manufaktur Di BEI Tahun 2010-2014". Surakarta.
- Nurkhin, A. (2010). "*Corporate Governance* dan Profitabilitas, Pengaruhnya Terhadap Pengungkapan CSR Sosial Perusahaan". *Jurnal Dinamika Akuntansi*, Vol. 2, Maret 2010.
- Ongkowibowo, D.T. dan Hatane, S.E. (2015). "Pengaruh *Marketing Activity* Terhadap Profitability dan *Market Value* Perusahaan Retail dan Produksi Besar". *Business Accounting Review*. Vol. 3. No. 1. Januari 2015.
- Putri, C. D. (2009) " Pengaruh *Corporate Governance* dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Di Dalam *Sustainability Report* (Studi Empiris Perusahaan yang *Listed* di BEI periode 2008-2011)". Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Padang.
- Sari, Y. D. (2013). Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Sikap Komunitas Pada Program Perusahaan (Studi Kuantitatif Implementasi CSR Terhadap Sikap Komunitas Pada Program "*Street Children Sponsorship*" Migas Hess Indonesia). *Jurnal Ilmu Komunikasi* (JIK), Vol. 3, No. 2. Pp.106-130.
- Sawir, A. (2004). Kebijakan Pendanaan dan Restrukturisasi Perusahaan. Penerbit: PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Setyarini, Y. & Paramitha, M. (2011). "Pengaruh Mekanisme *Good Corporate Governance* Terhadap *Corporate Social Responsibility*". *Jurnal Kewirausahaan*, Vol. 5, No. 2, Desember 2011.
- Sugiyono. (2012). "Metodologi Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Kualitatif". Bandung. Alfabeta.
- Sulistiyanto, H. S. (2012). Manajemen Laba (Teori dan Model Empiris). Penebit: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia. Jakarta.
- Wedari, L. K. (2015). "Aktivitas Komite Audit, Kepemilikan Institusional dan Biaya Audit". *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Vol.17, No. 1, Mei 2015.

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, Januari 2012.

Wolk, H. I. et al. (2013). "*Accounting Theory: conceptual issues in a political and economic environment*". By: SAGE Publications, Inc.

Yusuf, M. (2011). Analisa Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Tingkat Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Pada Perusahaan *High Profile* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2005-2007)". *Binus Business Review*, Vol. 2, No. 1. Mei 2011.

[Online]. Diakses 15 Februari 2017 dari www.idx.co.id

[Online]. Diakses 22 Februari 2017 dari www.hukumonline.com

[Online]. Diakses 19 Agustus 2017 dari www.globalreporting.org