

**PENGARUH PENGUNGKAPAN INFORMASI CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY TERHADAP FINANCIAL LEVERAGE PADA
PERUSAHAAN SEKTOR NON KEUANGAN HIGH-PROFILE
YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2010-2012**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dalam
Memenuhi Syarat-Syarat Guna Mencapai
Gelar Sarjana (S1)

Oleh

RIZKA MAULIDYA
NPM : 1115020151



**PROGRAM STUDI AKUNTANSI FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SERAMBI MEKKAH
BANDA ACEH
2014**

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillahirabbil'Aalamiin, segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadhirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah, kesabaran, kekuatan dan kesehatan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul "**Pengaruh Pengungkapan Informasi Corporate Social Responsibility Terhadap Financial Leverage Pada Perusahaan Sektor Non Keuangan High-Profile Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2010 - 2012**". Shalawat dan salam penulis sampaikan kepada Nabi Besar Muhammad SAW yang telah membawa manusia dari alam kebodohan ke alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan.

Skripsi ini diajukan untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Serambi Mekkah.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan moril maupun materi dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan ribuan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Teristimewa dan tercinta penulis persembahkan kepada Ayahanda dan Ibunda yang selalu jadi motivasi terbesar, pendorong semangat, yang selalu mendo'akan di setiap langkah, untuk semua kasih sayang, cinta, perhatian, dukungan dan nasehat yang tiada henti diberikan kepada penulis.
2. Kakak dan Adik-adikku tercinta, yang selalu memberikan dukungan, perhatian dan do'a terutama selama pengajuan judul sampai penyelesaian skripsi ini.
3. Ibu Rulfah M. Daud, SE, Ak, MSi selaku Ketua Jurusan Akuntansi dan dosen pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan fikiran dengan penuh kesabaran dalam mengarahkan dan membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Eva Susanti, SE, M.Si selaku dosen pembimbing II yang membimbing dan mengarahkan penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Saiful Amri, SE, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Serambi Mekkah Banda Aceh.
6. Seluruh staff pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Serambi Mekkah yang telah memberikan begitu banyak ilmu pengetahuan kepada penulis.
7. Sahabatku serta semua teman-teman seperjuangan yang tidak mungkin penulis sebutkan satu persatu yang banyak berbagi suka dan duka dikampus. Terima kasih untuk semua tawa, dukungan dan semangat yang diberikan.
8. Semua teman-teman Jurusan Akuntansi angkatan '09 dan '11 yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini yang tidak mungkin penulis sebutkan satu per satu, terima kasih untuk semua bantuannya.

Akhirnya, dengan mengucapkan alhamdulillah, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Amien Ya Rabbal Alamin.

Banda Aceh, 11 Februari 2014

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
ABSTRAK	viii

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	6
1.5. Ruang Lingkup Penelitian.....	6

BAB II TINJAUAN KEPUSTAKAAN

2.1. <i>Financial Leverage</i>	8
2.2. <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	12
2.3. Tipe Perusahaan High Profile	17
2.4. Penelitian Sebelumnya.....	18
2.5. Kerangka Pemikiran.....	22
2.5.1 Hubungan Pengungkapan Informasi <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap <i>Financial Leverage</i>	22
2.6. Hipotesis Penelitian.....	23

BAB III	METODE PENELITIAN
3.1.	Populasi dan Sampel 24
3.2.	Data dan Teknik pengumpulan Data..... 25
3.3.	Definisi dan Operasional Variabel..... 26
3.3.1	Variabel Dependen (Y) 26
3.3.2	Variabel Independen (X)..... 26
3.4.	Metode Analisis Data..... 27
3.5.	Pengujian Hipotesis..... 28
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
4.1.	Hasil Penelitian 29
4.1.1	Deskripsi Hasil Penelitian 29
4.1.2	Hasil Pengujian Hipotesis 31
4.2.	Pembahasan..... 33
4.2.1	Pengaruh CSR Terhadap <i>Financial Leverage</i> 33
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN
5.1.	Kesimpulan 36
5.2.	Saran 36
DAFTAR KEPUSTAKAAN 38	

DAFTAR TABEL

Tabel

Tabel 2.1. Penelitian Sebelumnya	20
Tabel 3.1. Penentuan Populasi Sasaran Emiten High-Profile di Bursa Efek	25
Tabel 4.1. Descriptive Statistics	30
Tabel 4.2. Pengujian Hipotesis.....	31

DAFTAR GAMBAR

Gambar

Gambar 1. Skema Kerangka Pemikiran 23

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

Lampiran 1. Daftar Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	41
Lampiran 2. Daftar Perusahaan Non Keuangan <i>High Profile</i>	45
Lampiran 3. Tabulasi Nilai Dari <i>Financial Leverage (Y)</i> Dan <i>Corporate Social Responsibility</i>	46
Lampiran 4. Check List CSR Disclosure Tahun 2010.....	47
Lampiran 5. Check List CSR Disclosure Tahun 2010.....	48
Lampiran 6. Check List CSR Disclosure Tahun 2011	49
Lampiran 7. Check List CSR Disclosure Tahun 2011	50
Lampiran 8. Check List CSR Disclosure Tahun 2012.....	51
Lampiran 9. Check List CSR Disclosure Tahun 2012.....	52
Lampiran 10. Total Aktiva Dan Hutang Perusahaan Untuk Tahun 2010, 2011 dan 2012.....	53
Lampiran 11.Output SPSS	54

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meneliti pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap *financial leverage*. Penelitian ini menggunakan data sekunder berupa pengungkapan informasi CSR yang diperoleh dari laporan tahunan perusahaan dari tahun 2010 – 2012. Selanjutnya informasi mengenai rasio *financial leverage* diperoleh dengan melihat laporan keuangan perusahaan sektor non keuangan *high-profile* yang mengungkapkan informasi CSR dari tahun 2010 – 2012.

Variabel yang diuji dalam penelitian ini adalah *financial leverage* (Y) sebagai variabel dependen, yang dihitung dengan menggunakan rasio total hutang terhadap total aktiva perusahaan dan pengungkapan informasi CSR (Y) sebagai variabel independen.

Dari hasil pengujian yang telah dilakukan terhadap permasalahan yang dirumuskan dalam hipotesis, maka dapat disimpulkan bahwa, pengungkapan informasi CSR berpengaruh terhadap *financial leverage* pada perusahaan sektor non keuangan *high-profile* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2010 – 2012. Hasil pengujian statistik menunjukkan hubungan yang kuat antara kedua variabel yang di uji. Para investor sudah sepenuhnya menggunakan informasi CSR sebagai salah satu dasar dalam pengambilan keputusan berinvestasi.

Kata Kunci : CSR, Financial leverage

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi saat ini, perusahaan dituntut untuk meningkatkan kinerjanya agar dapat bersaing dan memperoleh laba yang berkesinambungan. Laba yang diperoleh tentunya merupakan salah satu tujuan perusahaan sebagai institusi bisnis. Dalam mencapai tujuan tersebut, perusahaan harus inovatif dan mampu melakukan penyesuaian diri terhadap perubahan-perubahan di regional dan dalam negeri seperti kebijakan-kebijakan pemerintah dan kondisi politik. Hal-hal tersebut baik secara langsung atau pun tidak langsung sangat berpengaruh terhadap kebijakan-kebijakan yang diambil perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus senantiasa berusaha agar tumbuh dan berkembang secara sistematis dengan berorientasi kepada pertumbuhan dan perkembangan perusahaan yang dinamis, melalui pemanfaatan seluruh potensi sumber daya perusahaan.

Setiap perusahaan dalam menjalankan usahanya pasti bertujuan untuk memaksimalkan kesejahteraan pemilik (*shareholder*) melalui keputusan atau kebijakan investasi, keputusan pendanaan, dan keputusan deviden yang tercermin dalam harga saham di pasar modal, demikian jika dilihat dari sudut pandang manajemen keuangan. Tujuan ini sering diterjemahkan sebagai suatu usaha untuk memaksimumkan nilai perusahaan (Almilia dan Silvy : 2006). Untuk memenuhi hal di atas, perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya memerlukan dana yang

cukup agar operasional perusahaan dapat berjalan dengan lancar. Perusahaan yang kekurangan dana akan mencari dana untuk menutupi kekurangannya akan dana tersebut. Dana tersebut dapat diperoleh dengan cara memasukkan modal baru dari pemilik perusahaan atau dengan cara melakukan pinjaman ke pihak di luar perusahaan. Apabila perusahaan melakukan pinjaman kepada pihak di luar perusahaan maka akan timbul hutang sebagai konsekuensi dari pinjamannya tersebut dan hal itu berarti perusahaan telah melakukan *financial leverage*.

Financial leverage dianggap menguntungkan apabila laba yang diperoleh lebih besar daripada beban tetap yang timbul akibat penggunaan hutang tersebut. *Financial leverage* dianggap merugikan apabila laba yang diperoleh lebih kecil daripada beban tetap yang timbul akibat penggunaan hutangnya tersebut. Dari pinjaman yang telah didapatkan maka perusahaan dapat menambah investasinya. Dalam menanamkan investasinya perusahaan pasti mengharapkan pengembalian yang maksimal dari investasinya tersebut. Penggunaan hutang dalam investasi sebagai tambahan untuk mendanai aktiva perusahaan diharapkan dapat meningkatkan keuntungan yang akan diperoleh pemilik perusahaan dibandingkan hanya dengan menggunakan modal sendiri yang jumlahnya lebih terbatas.

Selain memaksimalkan keuntungan, keberlanjutan perusahaan (*corporate sustainability*) juga akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan gagasan agar perusahaan tidak lagi hanya berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan oleh kondisi keuangannya (*financial*) saja, tetapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple*

bottom lines yaitu juga memperhatikan masalah sosial dan lingkungan (Nurlela, 2008).

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam laporan tahunan juga akan memperkuat citra perusahaan dan menjadi sebagai salah satu pertimbangan yang diperhatikan investor maupun calon investor dalam memilih tempat investasi karena menganggap bahwa perusahaan tidak lagi hanya mengejar profit semata tetapi sudah memperhatikan lingkungan dan masyarakat. Dengan *Corporate Social Responsibility* citra perusahaan akan semakin baik sehingga loyalitas konsumen semakin tinggi.

Di Indonesia, kesadaran akan perlunya memperhatikan lingkungan tersebut telah diatur oleh Undang-Undang Perseroan Terbatas No. 40 Pasal 74 tahun 2007, dimana perusahaan yang melakukan kegiatan usaha dibidang yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Namun masih banyak perusahaan yang menganggap bahwa CSR tidak menguntungkan (*profitable*) dan tidak berdampak langsung terhadap peningkatan pendapatan perusahaan, sehingga perusahaan akan mempertimbangkan biaya dan manfaat yang akan diperoleh ketika mereka memutuskan untuk mengungkapkan CSR. Bila manfaat tersebut lebih besar dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan untuk mengungkapkannya maka perusahaan akan bersedia mengungkapkan informasi tersebut.

Survey global yang dilakukan oleh *The Economist Intelligence Unit* menunjukkan bahwa 85% eksekutif senior dan investor dari berbagai organisasi menjadikan CSR sebagai pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan

(Warta Ekonomi, 2006). Dalam praktiknya di Indonesia, pengungkapan sosial yang meliputi tema kemasyarakatan, tema produk, dan konsumen, serta tema ketenagakerjaan telah mulai digunakan oleh kelompok industri *high-profile* yang memiliki tingkat pengungkapan yang lebih tinggi dibandingkan kelompok industri *low-profile*.

Hasil penelitian Anggraini (2006) menunjukkan bahwa hanya variabel kepemilikan manajemen dan tipe industri yang berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Sebaliknya penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Budi (2008), menemukan bahwa pengungkapan informasi CSR berkorelasi positif dengan tingkat kinerja perusahaan, yang diukur dengan rasio profitabilitas. Perusahaan dengan kinerja yang baik akan menarik minat *shareholder* untuk berinvestasi, sehingga secara tidak langsung akan mempengaruhi tingkat pertumbuhan perusahaan. Dalam kondisi profitabilitas yang tinggi maka diharapkan perusahaan akan memiliki referensi untuk membuat pengungkapan CSR.

Berbeda dengan penelitian Anggraini (2006) yang hanya menemukan hubungan antara kepemilikan manajemen dan tipe industri yang berpengaruh signifikan terhadap dengan pengungkapan informasi CSR. Sebaliknya, penelitian ini ingin menemukan bahwa pengungkapan informasi CSR akan mempengaruhi *financial leverage*. Diharapkan, pengungkapan CSR nantinya akan menarik minat investor untuk dapat berinvestasi, karena investor dapat melihat konteks bisnis tidak hanya terfokus pada financial saja tetapi juga terhadap sosial dan lingkungan, sehingga nantinya akan mempengaruhi kondisi keuangan perusahaan

dalam hubungannya dengan hutang dan akan menurunkan rasio *financial leverage* perusahaan.

Dengan beberapa perbedaan dari penelitian sebelumnya, penelitian ini menggunakan *financial leverage* sebagai variable dependen. Sampel yang digunakan adalah perusahaan sektor non keuangan yang tergolong *high-profile*, karena jumlah pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan yang tergolong dalam kelompok industri ini lebih besar dari pada kelompok industri *low-profile*.

Berdasarkan uraian tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **pengaruh pengungkapan informasi *Corporate Social Responsibility* terhadap *Financial Leverage* pada perusahaan sektor non keuangan *high-profile* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2012.**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang sebagaimana yang telah dijelaskan di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut, “Apakah pengungkapan informasi *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap *financial leverage* pada perusahaan sektor non keuangan *high-profile* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2012”.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh pengungkapan informasi *Corporate Social Responsibility* terhadap *financial leverage* pada perusahaan sektor non keuangan *high-profile* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2012.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan mengenai pengungkapan informasi CSR serta hubungannya dengan *financial leverage* pada perusahaan sektor non keuangan yang *high-profile*.
2. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan untuk pengambilan kebijakan oleh pihak manajemen perusahaan untuk memberi perhatian khususnya terhadap pengungkapan sosial yang dapat mempengaruhi *financial leverage*.
3. Bagi investor, akan memberikan pandangan baru dalam mempertimbangkan aspek-aspek yang perlu diperhitungkan dalam investasi yang tidak terpaku pada ukuran-ukuran moneter.
4. Bagi masyarakat, akan memberikan informasi secara proaktif sebagai pengontrol atas perilaku-perilaku perusahaan sehingga akan menumbuhkan kesadaran masyarakat akan hak-haknya yang harus diperolehnya dari pengungkapan sosial.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini hanya dibatasi pada pengaruh pengungkapan informasi CSR dan *financial leverage*. Pengungkapan informasi CSR diukur dengan menggunakan CSR *Disclosure* indeks (CSRI). Sedangkan *financial leverage* diukur dengan menggunakan rasio perbandingan antara hutang dan aktiva. Sampel perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah semua perusahaan *high-profile*.

profile dan merupakan perusahaan di sektor non keuangan yang terdaftar di BEI dari tahun 2010-2012 yang berjumlah 31 perusahaan, dan merupakan perusahaan yang mengeluarkan laporan tahunan setiap akhir tahunnya.

BAB II

TINJAUAN KEPUSTAKAAN

2.1 *Financial Leverage*

Sebuah perusahaan yang menggunakan beban dalam permodalan dan operasionalnya sangat terkait dengan *leverage*. *Leverage* dapat didefinisikan sebagai penggunaan aktiva atau dana di mana untuk penggunaan tersebut perusahaan harus menutup biaya tetap atau beban tetap untuk memperbesar tingkat penghasilan (*return*) bagi pemilik perusahaan. Dengan memperbesar tingkat leverage maka hal ini akan berarti bahwa tingkat kepastian (*uncertainty*) dari return yang akan diperoleh semakin tinggi pula, tetapi pada saat yang sama hal tersebut juga akan memperbesar jumlah return yang akan diperoleh. Jadi semakin tinggi tingkat *leverage* akan mempertinggi risiko yang dihadapi perusahaan, tetapi semakin besar tingkat return atau penghasilan yang diharapkan.

Horne (2007:182) menyebutkan bahwa *leverage* berarti penggunaan biaya tetap dalam usaha untuk meningkatkan profitabilitas. Ada dua macam *leverage* dalam perusahaan, yaitu *leverage* operasional (*operating leverage*) dan *leverage* keuangan (*financial leverage*). *Operating leverage* berkaitan dengan biaya operasional tetap yang berhubungan dengan produksi barang atau jasa, sementara *financial leverage* berhubungan dengan keberadaan biaya pendanaan tetap khususnya bunga utang. Dalam *operational leverage*, penggunaan aktiva dengan biaya tetap adalah dengan harapan bahwa *revenue* yang dihasilkan oleh penggunaan aktiva itu akan cukup untuk menutup biaya tetap dan biaya variabel. Dalam *financial leverage*, penggunaan dana dengan beban tetap adalah dengan

harapan untuk memperbesar pendapatan per lembar saham. *Operating leverage* mempengaruhi pendapatan sebelum bunga dan pajak (EBIT), sementara *financial leverage* mempengaruhi pendapatan setelah bunga dan pajak, atau pendapatan yang tersedia bagi pemegang saham biasa. Sesungguhnya kedua *leverage* tersebut saling berkaitan, misalnya jika sebuah perusahaan mengurangi *operating leverage*, mungkin akan menyebabkan kenaikan dalam penggunaan *financial leverage* yang optimal. Di lain pihak, jika diputuskan untuk meningkatkan *operating leverage*, struktur modal yang optimal mungkin memerlukan sedikit utang. Masalah *financial leverage* baru timbul setelah perusahaan menggunakan dana dengan beban tetap, seperti halnya *operating leverage* baru timbul setelah perusahaan dalam operasinya mempunyai biaya tetap. Hal ini serupa dengan yang dikatakan oleh Mardiayanto (2008:249) bahwa *leverage* berarti biaya tetap (yang berasal dari aktivitas operasi dan keuangan) yang dapat menghasilkan laba lebih besar.

Menurut Harahap (2007:306) *Financial leverage* mencerminkan hubungan antara utang perusahaan terhadap modal maupun aset. Rasio ini dapat melihat seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh utang atau pihak luar dengan kemampuan perusahaan yang digambarkan oleh modal maupun aktiva. *Financial Leverage* merupakan penggunaan sumber dana yang memiliki beban tetap dengan harapan bahwa akan memberikan tambahan keuntungan yang lebih besar daripada beban tetapnya sehingga akan meningkatkan keuntungan yang tersedia bagi pemegang saham (Sartono, 2001:263).

Brigham & Houston (Brigham & Houston, 2010:143) menyatakan bahwa pemberian dengan utang atau *financial leverage*, memiliki tiga implikasi penting :

1. Memperoleh dana melalui utang membuat pemegang saham dapat mempertahankan pengendalian atas perusahaan yang enggan investasi terbatas.
2. Kreditur melihat ekuitas, atau dana yang disetor pemilik untuk memberikan margin pengaman, sehingga jika pemegang saham hanya memberikan sebagian kecil dari total pemberian, maka risiko perusahaan sebagian besar ada pada kreditur.
3. Jika perusahaan memperoleh pengembalian yang lebih besar atas investasi yang dibiayai dengan dana pinjaman dibanding pembayaran bunga, maka pengembalian atas modal pemilik akan lebih besar, atau *leverage*.

Berdasarkan penjelasan diatas *Financial leverage* didefinisikan sebagai penggunaan sumber dana yang memiliki beban tetap dengan harapan bahwa akan memberikan tambahan keuntungan yang lebih besar daripada beban tetapnya sehingga akan meningkatkan keuntungan yang tersedia bagi pemegang saham. *Financial leverage* timbul karena adanya kewajiban-kewajiban keuangan yang sifatnya tetap (*fixed financial charges*) yang harus dikeluarkan perusahaan. Kewajiban-kewajiban keuangan ini tidak akan berubah dengan adanya perubahan tingkat EBIT dan harus dibayar tanpa melihat sebesar apapun tingkat EBIT yang dicapai perusahaan. Jadi *financial leverage* berkenaan dengan hubungan antara pendapatan sebelum pembayaran bunga dan pajak (EBIT) dengan pendapatan

yang tersedia bagi para pemegang saham biasa (*earning before interest and taxes dan the earning available for common stockholders*) atau pendapatan per lembar saham (*earning per share*).

Kegunaan analisis *financial leverage* ini adalah untuk melihat struktur modal yang optimal pada perusahaan. Struktur modal ini dapat berubah sepanjang waktu sesuai dengan kondisi yang berlaku. Bila rasio utang aktual ternyata dibawah rasio yang merupakan target, maka modal pengembangan usaha mungkin akan dibiayai dengan menghimpun utang, sedangkan bila rasio utang diatas target maka perusahaan dalam pengembangan usahanya mungkin akan menjual saham (Handayani, 2005)

Perusahaan yang menggunakan dana dengan beban tetap dikatakan menghasilkan *leverage* yang menguntungkan (*favorable financial leverage*) atau efek yang positif kalau pendapatan yang diterima dari penggunaan dana tersebut lebih besar daripada beban tetap dari penggunaan dana itu. Jika perusahaan dalam menggunakan dana dengan beban tetap itu menghasilkan efek yang menguntungkan dana bagi pemegang saham biasa (pemilik modal sendiri) yaitu dalam bentuknya memperbesar EPS (*earning per share*)-nya, dikatakan perusahaan itu menjalankan ‘*trading on equity*’. *Trading on equity* dapat didefinisikan sebagai penggunaan dana yang disertai dengan beban tetap di mana dalam penggunaannya dapat menghasilkan pendapatan yang lebih besar daripada beban tetap tersebut. *Leverage* keuangan akan merugikan (*unfavorable leverage*) jika perusahaan tidak dapat memperoleh pendapatan dari penggunaan dana tersebut sebanyak beban tetap yang harus dibayar.

2.2 Corporate Social Responsibility (CSR)

Istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR) erat kaitannya dengan masyarakat dan perusahaan-perusahaan besar. Pada dasarnya CSR merupakan bentuk kontribusi perusahaan untuk keberlangsungan kehidupan masyarakat di sekitarnya, baik secara sosial, ekonomi dan lingkungan masyarakat. Secara harfiah CSR diartikan sebagai tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan menurut *World Bank*, CSR adalah komitmen dari bisnis untuk berkontribusi bagi pembangunan ekonomi yang berkelanjutan untuk meningkatkan kualitas kehidupan sehingga berdampak baik bagi bisnis sekaligus baik bagi kehidupan sosial. Para pengamat bisnis juga ada yang mengartikan CSR sebagai bentuk komitmen usaha untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya, masyarakat lokal dan masyarakat secara lebih luas (Zahro, 2012).

Dalam bukunya Kotler dan Nancy (2005), mengatakan bahwa *Corporate Social Responsibility (CSR)* didefinisikan sebagai komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas melalui praktik bisnis yang baik dan mengkontribusikan sebagian sumber daya perusahaan. Menurut Wibisono (2007:7) *Corporate Social Responsibility (CSR)* didefinisikan sebagai bisnis yang dilakukan secara transparan dan terbuka serta berdasarkan pada nilai-nilai moral dan menjunjung tinggi rasa hormat kepada karyawan, komunitas dan lingkungan.

Berdasarkan penjelasan tersebut *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah suatu tindakan atau konsep yang dilakukan oleh perusahaan (sesuai

kemampuan perusahaan tersebut) sebagai bentuk tanggung jawab mereka terhadap sosial/lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada. Contoh bentuk tanggung jawab itu bermacam-macam, mulai dari melakukan kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan perbaikan lingkungan, pemberian beasiswa untuk anak tidak mampu, pemberian dana untuk pemeliharaan fasilitas umum, sumbangan untuk desa/fasilitas masyarakat yang bersifat sosial dan berguna untuk masyarakat banyak, khususnya masyarakat yang berada di sekitar perusahaan tersebut berada.

Pengungkapan informasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) akan menjadi strategi yang tepat dalam perusahaan untuk menjaga atau meningkatkan daya saing melalui reputasi dan loyalitas atau citra perusahaan, sehingga menjadi keunggulan kompetitif perusahaan yang sulit untuk ditiru oleh perusahaan lainnya. Di lain pihak, adanya pertumbuhan keinginan dari konsumen untuk membeli produk didasarkan kepada kriteria-kriteria berbasis nilai-nilai dan etika akan merubah perilaku konsumen di masa mendatang.

Laporan keberlanjutan atau *Sustainability Reporting* adalah laporan yang menggambarkan tentang pertanggung jawaban sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*). Laporan ini mengungkapkan tentang kebijakan ekonomi, lingkungan, sosial serta pengaruh dan kinerja organisasi dan produk dalam konteks pembangunan yang berkelanjutan. Laporan keberlanjutan merupakan praktik yang sejalan dengan kinerja organisasi dan sesuai dengan tujuan dari pengembangan yang berkelanjutan. Laporan ini juga harus memberikan informasi

tentang kontribusi yang telah dilakukan baik yang positif maupun negatif terhadap lingkungan dan sosial, (GRI 2006:3)

Darwin (2005), mengatakan bahwa pelaporan *Corporate Social Responsibility* terbagi menjadi 3 (tiga) kategori yaitu kinerja ekonomi, kinerja lingkungan dan kinerja sosial. Namun pada dasarnya, menurut Pakpahan (2013), standar pelaporan pengungkapan sosial masih belum memiliki standar yang baku, sehingga jumlah dan cara pengungkapan informasi sosial bergantung kepada kebijakan dari pihak manajemen perusahaan. Hal ini mengakibatkan timbulnya variasi luas pengungkapan informasi sosial dalam laporan tahunan masing-masing perusahaan.

Dalam menyusun dan mengungkapkan informasi tentang aktivitas pertanggung jawaban sosial perusahaan diidentifikasi hal-hal yang berkaitan dengan pelaporan perusahaan, yaitu sebagai berikut:

1. Lingkungan

Bidang ini meliputi tentang pengendalian pencemaran dan pelestarian lingkungan hidup dan pengendalian, pencegahan, atau perbaikan terhadap kerusakan yang berkaitan dengan lingkungan.

2. Energi

Bidang ini meliputi aktivitas dalam pengaturan penggunaan energi dalam hubungannya dengan operasi perusahaan dan peningkatan efisiensi terhadap produk perusahaan.

3. Kesehatan dan keselamatan tenaga kerja

Perusahaan bertanggung jawab dalam memberikan perlindungan masyarakat luas dari bahaya yang mungkin ditimbulkan oleh produk industri. Tenaga kerja terjamin kesehatan dan keselamatan kerjanya, maka perlu keseimbangan yang menguntungkan dari faktor beban kerja, beban tambahan akibat lingkungan kerja dan kapasitas kerja.

4. Lain-lain tentang tenaga kerja

Tanggung jawab sosial pada bidang ini adalah mengungkapkan jumlah tenaga kerja meliputi antara lain mengungkapkan jumlah tenaga kerja dalam perusahaan, persentasi gaji untuk pensiun, jumlah staf, rencana pembagian keuntungan, program untuk kemajuan dan lain-lain.

CSR seharusnya merupakan keputusan strategis perusahaan sejak awal dari mendesain produk yang ramah lingkungan, hingga pemasaran dan pengelolaan limbah. Selain itu secara eksternal CSR juga memastikan jangan sampai perusahaan justru mengurangi kesejahteraan masyarakat di lingkungan sekitarnya. Hal ini berarti bahwa tanggung jawab sosial perusahaan dibutuhkan baik bagi lingkungan internal dan eksternal. Pada lingkungan internal, perusahaan misalnya bertanggung jawab untuk menciptakan lingkungan kerja yang sehat, memperhatikan kesejahteraan karyawan dan menjalankan manajemen yang beretika. Sedangkan untuk lingkungan eksternal perusahaan bertanggung jawab dalam pengelolaan sumber daya alam maupun sumber daya manusia yang pada hakikatnya adalah milik publik dan memberikan manfaat pada masyarakat. Itu

merupakan hal yang sangat penting karena dukungan dari lingkungan memberikan pengaruh positif bagi pelaku bisnis itu sendiri.

Kisah sukses dari produsen kosmestik *The Body Shop* merupakan bukti nyata dari kisah keberhasilan bisnis untuk membangun kepercayaan publik melalui implementasi tanggung jawab perusahaan. Itu terbukti sejak didirikan tahun 1976 di Inggris, *The Body Shop* kini melayani lebih dari 77 juta pelanggan di 55 negara. Lebih jauh dari sekedar promosi, semakin berkembang pula pandangan bahwa keunggulan bersaing bisa dihasilkan dengan memadukan berbagai pertimbangan sosial dan lingkungan dalam strategi bisnis (Widjaja, 2008).

Pengaruh dari pengungkapan informasi CSR ini sudah mulai diungkapkan oleh entitas bisnis yang ada di Indonesia karena sudah adanya kesadaran akan manfaat yang akan diperolehnya kelak, serta adanya konsep tanggung jawab sosial memberikan argumentasi bahwa suatu perusahaan mempunyai kewajiban terhadap masyarakat selain hanya mencari keuntungan (*profit*).

Tipe industri juga berpengaruh terhadap kebijakan perusahaan dalam mengungkapkan informasi sosial. Hal ini dibuktikan dari kenyataan bahwa industri yang *high-profile* yaitu industri yang memiliki visibilitas konsumen, resiko politis yang tinggi, atau menghadapi persaingan yang tinggi akan cenderung mengungkapkan informasi sosial yang lebih banyak dibandingkan industri yang *low-profile*.

2.3. Tipe Perusahaan High Profile

Secara umum tipe perusahaan dibagi menjadi dua yakni perusahaan *high-profile* dan *low-profile*. Perusahaan yang termasuk dalam tipe perusahaan *high-profile* menurut Robert dalam Anggraini (2006) adalah perusahaan yang mempunyai tingkat sensitivitas yang tinggi terhadap lingkungan , tingkat resiko politik yang tinggi atau tingkat kompetisi yang ketat. Keadaan tersebut membuat perusahaan menjadi lebih mendapat sorotan oleh masyarakat luas mengenai aktivitas perusahaannya.

Nurlela (2008), dalam penelitiannya menyatakan bahwa perusahaan-perusahaan *high-profile* pada umumnya merupakan perusahaan yang memperoleh sorotan dari masyarakat karena aktivitas operasinya dan memiliki potensi untuk bersinggungan dengan kepentingan luas. Adapun perusahaan yang tergolong dalam perusahaan *high-profile* pada umumnya mempunyai sifat: memiliki jumlah tenaga kerja yang besar dan dalam proses produksinya mengeluarkan residu, seperti limbah cair dan polusi udara. Contoh perusahaan yang termasuk dalam kelompok industri *high-profile* antara lain perusahaan perminyakan dan perminyakan, kimia, hutan, kertas, otomotif, penerbangan, agribisnis, tembakau, dan rokok, produk makanan dan minuman, media komunikasi, *energy* (listrik), *engineering*, kesehatan serta transportasi dan pariwisata.

Perusahaan *low-profile* adalah perusahaan yang tidak terlalu memperoleh sorotan luas dari masyarakat manakala operasi yang dilakukan mengalami kegagalan atau kesalahan pada aspek tertentu dalam proses atau hasil produksinya. Bila dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan *high-profile*

perusahaan yang berkategori dalam industri *low-profile* lebih berorientasi pada masyarakat luas manakala melakuakn kesalahan. Adapun perusahaan yang termasuk dalam kelompok *low-profile* antara lain perusahaan bangunan, keuangan, dan perbankan, supplier peralatan medis, property, retailer, dan produk tekstil, produk personal, dan produk rumah tangga.

Melihat kecenderungan perusahaan *high-profile* yang lebih banyak bersinggungan dengan kepentingan luas dalam aktivitas operasinya serta tingkat sensitivitas yang tinggi terhadap lingkungan, maka perusahaan *high-profile* lebih konsisten dan lebih banyak melakukan pengungkapan informasi CSR daripada perusahaan *low-profile*.

2.4 Penelitian Sebelumnya

Dasar atau acuan yang berupa teori-teori atau temuan-temuan melalui hasil berbagai penelitian sebelumnya merupakan hal yang sangat perlu dan dapat dijadikan sebagai data pendukung. Salah satu data pendukung yang menurut peneliti perlu dijadikan bagian tersendiri adalah penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang sedang dibahas dalam penelitian ini. Dalam hal ini, fokus penelitian terdahulu yang dijadikan acuan adalah terkait dengan masalah CSR. Oleh karena itu, peneliti melakukan langkah kajian terhadap beberapa hasil penelitian berupa tesis dan jurnal-jurnal melalui internet.

Pertama, Penelitian lainnya dilakukan oleh Anggraini pada tahun 2006 dengan judul *Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan* dengan menggunakan analisis regresi. Variabel yang digunakan dalam

penelitian adalah *Corporate Social Responsibility Disclosure*, kepemilikan manajemen, *leverage*, ukuran perusahaan, tipe industri dan profitabilitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya variabel kepemilikan manajemen dan tipe industri yang berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Budi (2008), menemukan bahwa pengungkapan informasi CSR juga berkorelasi dengan tingkat kinerja perusahaan, yang diukur dengan rasio profitabilitas. Kinerja yang baik akan menarik minat *shareholder* untuk berinvestasi . Sehingga secara tidak langsung akan mempengaruhi tingkat pertumbuhan perusahaan.

Ketiga, Sembiring (2002) menyatakan bahwa size perusahaan, profile dan ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility perusahaan. Sedangkan tingkat *leverage* dan profitabilitas berpengaruh negatif terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility perusahaan.

Keempat, Sayekti (2007) mengajukan hipotesis tentang tingkat pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan berpengaruh negative terhadap *Earning Response Coefficient (ERC)*. Untuk menguji hipotesa digunakan alat uji analisa regresi berganda dengan model interaksi dengan metode *ordinary least square (OLS) cross-sectional*. Ada 2 model yang diajukan, yaitu model pertama yang meregresikan variabel *CAR* dengan variabel *UE* dan *CSRI*, serta interaksi keduanya, tanpa memasukkan variabel kontrol. Model kedua adalah model yang sudah memasukkan variabel kontrol (yaitu *BETA*, dan *PBV*) berserta

interaksi dari masing-masing variabel kontrol tersebut dengan variabel *UE*. Bukti empiris Sayekti (2007) mendukung hipotesa yang menyatakan bahwa tingkat pengungkapan informasi *CSR* dalam laporan tahunan perusahaan berpengaruh negatif terhadap *ERC*. Hasil penelitian tersebut mengindikasikan bahwa investor mengapresiasi informasi *CSR* yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan.

Tabel 2.1
Penelitian Sebelumnya

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Anggraini (2006)	Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada perusahaan-perusahaan yang terdaftar Bursa Efek Jakarta)	<ul style="list-style-type: none"> • Kepemilikan manajemen (MAN) dan tipe industri (IND) berpengaruh positif yang signifikan terhadap pengungkapan informasi sosial dalam laporan keuangan tahunan perusahaan. • Ukuran perusahaan (SIZE), Tingkat <i>leverage</i> (LEV) dan profitabilitas (PM) tidak berpengaruh positif terhadap pengungkapan informasi sosial dalam laporan keuangan tahunan.
2	Budi (2008)	Pengaruh pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap kinerja perusahaan (Studi Empiris pada perusahaan yang terdaftar di BEI).	Tingkat pengungkapan informasi <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan yang diukur dengan rasio Profitabilitas (ROA)

3	Sembiring (2003)	Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (Studi Empiris pada perusahaan yang tercatat di BEJ)	<ul style="list-style-type: none"> • Profitabilitas berpengaruh positif terhadap tanggung jawab sosial. • Hubungan <i>leverage</i> terhadap pengungkapan sosial tidak signifikan • Size perusahaan, profil dan ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
4.	Yosefa Sayekti etal (2007)	Pengaruh CSR Disclosure Terhadap <i>Earning Response Coefficient</i> .	Tingkat pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan perusahaan berpengaruh negatif terhadap ERC.

Sumber : Data Primer, 2014

2.5 Kerangka Pemikiran

2.5.1 Hubungan Pengungkapan Informasi *Corporate Social Responsibility* Terhadap *Financial Leverage*.

Praktik pengungkapan informasi CSR pada perusahaan akan dicatat sebagai beban, pengungkapan tersebut akan mengurangi aktiva apabila perusahaan menggunakan kas dan akan menambah utang perusahaan apabila diacatat sebagai utang. Bagi perusahaan yang memiliki tingkat rasio *financial leverage* yang tinggi, mereka akan enggan untuk mengungkapkannya, karena beban tersebut nantinya akan mengerangi laba dan laba yang rendah akan menyebabkan modal menjadi berkurang. Apabila modal berkurang maka aktiva akan menurun dan utang utang akan bertambah.

Akan tetapi, pada masa sekarang ini telah banyak perusahaan yang menyadari bahwa keberlanjutan perusahaan hanya akan terjamin apabila

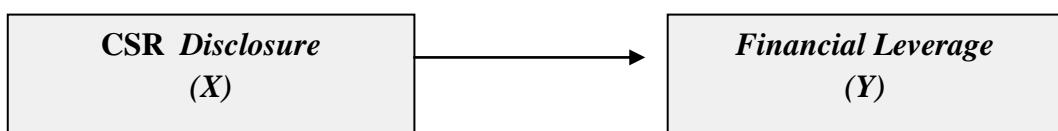
perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup, pengungkapan informasi CSR ini juga merupakan salah satu strategi bisnis yang dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi suatu perusahaan untuk menarik minat investor dalam berinvestasi. Beberapa penelitian telah membuktikan bahwa investor cenderung menanamkan modalnya pada perusahaan yang memiliki standar tinggi dalam masalah sosial dan lingkungan hidup, sehingga terdapat korelasi positif antara pengungkapan CSR dengan tujuan *financial* dan tujuan sosial perusahaan (Tunggal, 2008).

Diharapkan perusahaan yang konsisten dalam mengungkapkan informasi CSR meskipun memiliki *financial leverage* yang tinggi, akan dapat memotivasi investor untuk melakukan investasi, karena investor tidak hanya melihat konteks bisnis yang berfokus pada aspek financial saja tapi juga terhadap aspek sosial dan lingkungan.

Investasi tersebut akan menambah modal bagi perusahaan. Modal tersebut digunakan untuk melakukan investasi dalam meningkatkan aktiva produktif untuk usaha meningkatkan kegiatan bisnis perusahaan, dengan pendanaan aktivitas bisnis yang lancar maka nantinya modal ini dapat diputar kembali sehingga pada akhirnya perusahaan dapat meningkatkan laba dan meningkatkan modal serta menurunkan kewajiban.

Berdasarkan penjelasan diatas maka skema kerangka pemikiran dapat dilihat pada gambar 2.1 sebagai berikut :

Gambar 2.1
Skema Kerangka Pemikiran



2.6 Hipotesis Penelitian

H₁ : Pengungkapan informasi *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap *financial leverage* pada perusahaan *high-profile*.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan *high-profile* yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2010-2012 serta merupakan perusahaan-perusahaan sektor non-keuangan, dengan kriteria sebagai berikut:

1. Perusahaan yang terdaftar di BEI selain Bank dan Lembaga Keuangan untuk tahun 2010, 2011, dan 2012. Kriteria ini dimaksudkan untuk mengantisipasi kemungkinan pengaruh regulasi tertentu yang dapat mempengaruhi variabel penelitian (*financial leverage*).
2. Seluruh perusahaan *high-profile* yang terdaftar di BEI, dimana perusahaan ini pada umumnya merupakan perusahaan yang memperoleh sorotan dari masyarakat karena aktivitas operasinya dan memiliki potensi untuk bersinggungan dengan kepentingan luas.
3. Menerbitkan laporan tahunan lengkap perusahaan *high-profile* selama tahun 2010, 2011, dan 2012 yang berjumlah 31 perusahaan.
4. Menerbitkan laporan keuangan perusahaan *high-profile* per 31 Desember selama periode pengamatan.

Berdasarkan kriteria tersebut, maka populasi sasaran dalam penelitian ini adalah 31 perusahaan. Penentuan populasi sasaran tersebut dapat diringkas dalam table 3.1. Populasi sasaran dalam penelitian ini berjumlah sedikit (hanya 93 perusahaan dari tiga tahun pengamatan yaitu periode 2010-2012), maka metode

lagi penelitian yang digunakan adalah metode sensus. Sensus merupakan metode penelitian dimana semua elemen populasi diteliti.

Tabel 3.1
Penentuan Populasi Sasaran Emiten High-Profile di Bursa Efek Indonesia

Kriteria Populasi Sasaran	Jumlah perusahaan
Jumlah Perusahaan yang terdaftar di BEI tahun 2010-2012	451
Perusahaan sektor keuangan dan asuransi	(70)
Perusahaan sektor non keuangan	381
Perusahaan yang tidak mengungkapkan informasi CSR Secara konsisten selama periode pengamatan	(344)
Perusahaan yang mengungkapkan CSR	37
Perusahaan yang bukan <i>high-profile</i>	(6)
Populasi Sasaran	31

Sumber : Data diolah, 2013

3.2 Data dan Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan adalah data skunder berupa laporan tahunan untuk periode 2010-2012 bagi perusahaan yang terdaftar di BEI yang telah diaudit oleh kantor akuntan publik untuk periode pengamatan. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menelusuri laporan tahunan dan laporan keberlanjutan atau informasi sosial perusahaan. Sebagai panduan, digunakan instrument penelitian berupa check list atau daftar petanyaan yang berisi item-item pengungkapan pertanggung jawaban sosial.

3.3 Definisi dan Operasional Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

3.3.1 Variabel Dependental (Y)

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *financial leverage* yang diberi simbol dengan Y. *Financial Liverage* dapat diukur dengan menggunakan *debt to asset ratio (DAR)*. Rasio ini dipilih karena bertujuan untuk mengukur proporsi hutang jika dibandingkan dengan total aktiva perusahaan.

Menurut Gitman (2008:415) *debt to asset ratio (DAR)* diukur dari proporsi total asset perusahaan yang didanai oleh kreditor.

$$\text{Debt to asset ratio (DAR)} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Aktiva}}$$

3.3.2 Variabel Independental (X)

Pada penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah pengungkapan informasi *Corporate Social Responsibility* yang diberi symbol dengan X. *Corporate Social Responsibility (CSR)* didefinisikan sebagai bisnis yang dilakukan secara transparan dan terbuka serta berdasarkan pada nilai-nilai moral dan menjunjung tinggi rasa hormat kepada karyawan, komunitas dan lingkungan (Wibisono 2007:7).

Pengukuran informasi CSR akan dilihat dalam *annual report* perusahaan atau CSR *disclosure* indek (CSRI). Mengacu pada penelitian Hanifah dkk (2005), maka pengukuran variabel CSRI menggunakan *content analysis* mengukur variety dari CSRI.

Instrumen pengukuran CSRI yang akan digunakan dalam penelitian ini mengacu pada instrumen yang digunakan oleh Sembiring (2005), yang

mengelompokkan informasi CSR kedalam kategori: Lingkungan, Energi, Tenaga Kerja, Produk, Keterlibatan Masyarakat dan Umum. Setiap *item* CSR dalam instrumen penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan, dan nilai 0 jika tidak diungkapkan (Haniffa dkk, 2005). Selanjutnya skor dari setiap *item* dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan.

Rumus perhitungan CSRI adalah sebagai berikut : (Haniffa dkk, 2005).

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

Dimana:

CSR_j : *Corporate Sosial Responsibility Disclosure Index* perusahaan j

n_j : Jumlah item untuk perusahaan j

X_{ij} : *dummy variabel*: 1 jika item 1 diungkapkan; 0 = jika *item* tidak diungkapkan.

3.4 Metode Analisis Data

Data yang telah dikumpulkan dianalisis dengan menggunakan alat analisis statistic yakni analisis regresi linear sederhana (*simple regression analysis*). Penggunaan analisis tersebut bertujuan untuk melihat pengaruh pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility* terhadap *financial leverage* pada perusahaan *high-profile* dengan model persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = *Finacial Leverage*

α = Konstanta

β = Koefisien Regresi

X = *Corporate Social Responsibility*

ε = *Error Term*, yaitu tingkat kesalahan penduga dalam penelitian

3.5 Pengujian Hipotesis

Setelah dilakukan pengukuran variabel dalam penelitian ini, maka dilakukan pengujian hipotesis. Untuk melakukan keputusan menerima atau menolak hipotesis yang diajukan, maka perlu dilakukan pengujian secara statistik. Analisis data dilakukan dengan menggunakan regresi linier sederhana yaitu bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengungkapan CSR terhadap *Financial Leverage* pada perusahaan *high-profile* yang terdaftar di BEI, yang diolah dengan program computer *Statistical Package For Social Science* (SPSS). Dikarenakan penelitian ini menggunakan metode sensus maka tidak dilakukan uji statistik, uji signifikansi dan juga uji t. kesimpulan diambil langsung dari nilai koefisien regresi variabel.

Kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis ditentukan sebagai berikut:

Jika β_1 ($i=1$) = 0 : H_0 ditolak

Jika β_1 ($i=1$) $\neq 0$: H_0 diterima

H_0 diterima artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen, sedangkan H_0 ditolak variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Penelitian ini menggunakan data sekunder berupa pengungkapan informasi CSR yang diperoleh dari laporan tahunan perusahaan dari tahun 2010 – 2012. Selanjutnya informasi mengenai rasio *financial leverage* diperoleh dengan melihat laporan keuangan perusahaan *high-profile* yang mengungkapkan informasi CSR dari tahun 2010 – 2012.

Variabel yang diuji dalam penelitian ini adalah *financial leverage* (Y) sebagai variabel dependen, yang dihitung dengan menggunakan rasio total hutang terhadap total aktiva perusahaan dan pengungkapan informasi CSR (Y) sebagai variabel independent.

Indeks pengungkapan informasi CSR diukur dengan menggunakan variabel *dummy* yaitu :

Score 0 : Jika perusahaan tidak mengungkapkan item pada daftar pertanyaan, dan

Score 1 : Jika perusahaan menungkapkan item pada daftar pertanyaan.

Selanjutnya skor dari setiap item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *pooled* data. Penelitian ini menggunakan 93 pengamatan (31 perusahaan untuk 3 tahun pengamatan), yaitu semua perusahaan *high-profile*, perusahaan non-keuangan, yang mengeluarkan informasi CSR dalam periode pengamatan untuk tahun 2010 –

2012. Penelitian ini akan membahas mengenai pengaruh pengungkapan informasi CSR terhadap *financial leverage*.

4.1.1 Deskripsi Hasil Penelitian

Dari tabel 4.1 dibawah ini dapat dilihat statistik deskripsi penelitian sebagai berikut :

Tabel 4.1

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pengungkapan Informasi Sosial CSR	31	,01278	,04497	,02887	9.3328
Financial Leverage	31	,02956	,03974	,03465	4.3218
Valid N (listwise)	31				

Sumber : Data diolah (2014)

Berdasarkan tabel 4.1 di atas dapat dilihat nilai terendah, tertinggi dan rata-rata dari variabel yang diteliti dengan jumlah observasi dari tahun 2010 – 2012. Variabel Dependen yaitu *financial leverage* dengan rumus total hutang terhadap total aktiva (Y). Nilai terendah *financial leverage* sebesar 0,2956 yang dimiliki oleh PT. Berlinia Tbk (BRNA) pada tahun 2010, sedangkan nilai tertingginya adalah sebesar 0,3974 yang dimiliki oleh PT. Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) 2012. Nilai rata-rata untuk variabel *financial leverage* adalah sebesar 0,3465. Artinya nilai rata-rata untuk 31 perusahaan selama tiga periode pengamatan 2010 – 2012 adalah sebesar 34%.

Selanjutnya untuk variabel independen yaitu pengungkapan informasi CSR, diperoleh nilai terendah sebesar 0,1278 yang dimiliki oleh PT. Eratex Djaya Tbk (ERTX) pada tahun 2010. Nilai tertingginya sebesar 0,4497 yang dimiliki oleh PT. Gudang Garam Tbk (GGRM) pada tahun 2012 dan nilai rata-rata untuk variabel pengungkapan informasi CSR adalah 28,87. Artinya rata-rata nilai pengungkapan informasi CSR untuk 31 perusahaan selama 3 tiga periode pengamatan 2010 – 2012 adalah sebesar 28%.

4.1.2 Hasil Pengujian Hipotesis

Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu pengungkapan informasi CSR (X) terhadap *Financial Leverage* (Y), digunakan metode analisis regresi sederhana. Adapun pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara terperinci dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.2

Pengujian Hipotesis

Persamaan Regresi Linier Sederhana $Y = 1.493 - 0.310 + \varepsilon$		
Nama Variabel	B	Standar Error
Konstanta (a)	1.493	0.333
Corporate Social Responsibility	-0.310	0.781
Koefisien Korelasi (R)		0.744
Koefisien Determinasi (R^2)		0.521
Adjusted (R^2)		0.413

Sumber : Data diolah (2014)

Berdasarkan hasil perhitungan statistik dengan menggunakan bantuan program SPSS seperti terlihat pada tabel di atas, maka diperoleh persamaan regresi sederhana sebagai berikut :

$$Y = 1.493 - 0.310 + \epsilon$$

Berdasarkan persamaan di atas, diperoleh konstanta sebesar 1,493, artinya jika faktor pengungkapan informasi CSR (X) tidak mengalami perubahan (konstan), maka besarnya *financial leverage* sebesar 1,493. Koefisien regresi pengungkapan informasi CSR (X) sebesar -0,310, artinya setiap kenaikan pengungkapan informasi CSR sebesar 1 akan menurunkan rasio *financial leverage* sebesar 0,310.

Koefisien korelasi (*R*) = 0,744 yang menunjukkan bahwa derajat hubungan antara variabel pengungkapan informasi CSR dengan variabel *financial leverage* sebesar 74,4 %, artinya pengungkapan informasi CSR mempunyai hubungan yang kuat terhadap *financial leverage* karena diperoleh nilai korelasi di atas 0,5.

Koefisien determinasi (*R*²) = 0,521, artinya sebesar 52,1 % perubahan-perubahan dalam variabel dependen *financial leverage* dipengaruhi oleh pengungkapan informasi CSR, sedangkan selebihnya yaitu sebesar 41,3 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh CSR Terhadap *Financial Leverage*

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel 4.2 diperoleh koefisien regresi (β) variabel independen yaitu pengungkapan informasi CSR sebesar -0,310. Penelitian ini menggunakan metode sensus, maka tidak dilakukan pengujian signifikan terhadap nilai koefisien regresi tersebut, karena nilai koefisien regresi yang diperoleh adalah nilai koefisien yang sesungguhnya dari populasi. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi pengungkapan informasi CSR sebesar -0,310 tidak sama dengan 0 ($\beta \neq 0$).

Dalam rancangan pengujian hipotesis, syarat untuk menyatakan bahwa pengungkapan informasi CSR (X) berpengaruh terhadap *financial leverage* (Y) apabila $\beta \neq 0$. Mengacu pada syarat tersebut, hasil penelitian ini menolak menolak H_0 dan menerima H_1 . Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis H_1 yang diajukan dalam penelitian ini sesuai, dimana pengungkapan informasi CSR berpengaruh terhadap *financial leverage*. Dan Berdasarkan uji statistik hubungan antara variabel pengungkapan informasi CSR dengan *financial leverage* sangat kuat yaitu 74,4% dan 52,1% perubahan-perubahan variabel dependen (Y) dapat dijelaskan oleh variabel penungkapan informasi CSR (X).

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa pengungkapan informasi CSR sudah direspon oleh investor sebagai informasi positif seperti pengolahan limbah, membiayai program beasiswa dan lain-lain, sehingga menunjukkan bahwa setiap kenaikan informasi CSR sebesar 1% akan menurunkan rasio *financial leverage* sebesar 31%.

Hal ini disebabkan karena isu mengenai CSR merupakan hal yang baru di Indonesia dan kebanyakan investor berorientasi pada kinerja jangka pendek, sedangkan CSR ini dianggap berpengaruh pada kinerja jangka panjang. Hal lain mungkin disebabkan oleh tingkat pelaporan dan pengungkapan informasi CSR masih relatif rendah (walaupun sudah ada peningkatan) serta apa yang dilaporkan dan diungkapkan sangat beragam sehingga menyulitkan pembaca untuk melakukan evaluasi. Umumnya yang diungkapkan adalah informasi yang sifatnya positif mengenai perusahaan.

Selain itu para investor masih berorientasi pada informasi laba, sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Anggraini (2006) yang menemukan bukti bahwa hanya variabel kepemilikan manajemen dan tipe industri yang berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Kemungkinan lain atas penelitian ini disebabkan karena penelitian mengenai informasi CSR ini sebenarnya merupakan penelitian yang memerlukan kurun waktu pengamatan yang cukup panjang, sedangkan pengamatan yang dilakukan dalam penelitian ini hanya tiga periode yaitu dari tahun 2010 – 2012.

Paradigma *triple bottomlines (profit, planet, people)* yang menyatakan bahwa keberlanjutan (*sustainability*) suatu perusahaan hanya akan terjamin apabila perusahaan juga turut memperhatikan aspek sosial dan lingkungan hidup, selain dari aspek finansial. Akan tetapi investor masih terfokus pada aspek finansial sebagai gambaran penilaian kinerja dan keberlanjutan perusahaan. Investaor masih menganggap bahwa pengungkapan informasi CSR tidak dapat

memberikan informasi tentang prospek perusahaan dimasa yang akan datang, karena informasi CSR tersebut dianggap tidak kredibel oleh investor.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil pengujian yang telah dilakukan terhadap permasalahan yang dirumuskan dalam hipotesis, maka dapat disimpulkan bahwa, pengungkapan informasi *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap *financial leverage* pada perusahaan sektor non keuangan *high-profile* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2010 – 2012. Hasil pengujian statistik menunjukkan hubungan yang kuat antara kedua variabel yang di uji. Para investor sebaiknya menggunakan informasi *Corporate Social Responsibility* sebagai salah satu dasar dalam pengambilan keputusan berinvestasi.

5.2 Saran

1. Penelitian selanjutnya perlu mempertimbangkan unit analisis yang lebih luas. Hal ini dimaksudkan agar kesimpulan yang dihasilkan dari penelitian tersebut memiliki cakupan yang lebih luas dan tidak hanya merupakan perusahaan sektor manufaktur saja.
2. Penelitian selanjutnya agar menggunakan rentang waktu lebih dari tiga tahun agar hasilnya dapat lebih menggambarkan kondisi yang ada dan memberikan hasil lebih baik untuk melihat pengaruh dari pengungkapan informasi CSR terhadap *financial leverage*.

3. Penelitian ini selanjutnya agar menggunakan laporan berkelanjutan untuk mengukur item-item pengungkapan dalam daftar pengungkapan informasi CSR, agar gambaran tentang pengungkapannya lebih rinci dari pada yang terdapat di laporan tahunan.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Almilia, Luciana Spica dan Meliza Silvy (2006). *Analisis Kebijakan Dividen dan Kebijakan Leverage terhadap Prediksi Kepemilikan Manajerial dengan Teknik Analisis Multinomial Logit*. Journal of Accounting & Business. Volume 6 Nomor 1. Surabaya: STIE Perbanas
- Anggraini, FR. Reni Retno. 2006. “*Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-perusahaan yang Terdaftar Pada Bursa Efek Jakarta)*”. Makalah disajikan pada SNA 9 K-AKPM 24, Padang: 23-26 Agustus 2006.
- Budi, Teguh. 2008. “*Pengaruh Pengungkapan Corporate social responsibility terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan din BEI)*”. Skripsi Unsyiah.
- Brigham, Eugene F, dan Houston, J Fred. 2010. “*Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*”. Jilid 1. Edisi 11. Jakarta: Salemba Empat.
- Darwin, Ali. 2005. “*Penerapan Stability Reporting di Indonesia*”. Konferensi Nasional Akuntansi V, Program Profesi Lanjutan, Yogyakarta.
- Gitman, Laurance J. 2006. “*Principle of Managerial Finance*”. Eleventh Edition. United States. Pearson Addison W.
- Global Reporting Initiative. 2006. “*Sustainability Reporting Guidelines 2000-2006, Version 3.0*”. Amsterdam, Nederland.
- Handayani, Dewi Wuri. 2005. “*Pengaruh Leverage Finansial terdaftar Beta Saham pada perusahaan Manufaktur di bursa Efek Jakarta*”. Skripsi Unsyiah.
- Haniffa, RM, dan T.E, Cooke. 2005. “*The Impact of Culture and Governance on Corporate Social Reporting*”. *Journal of Accounting and Public Policy* 24, hlm.391-430.
- Harahap, Sofyan Syafri. 2007. “*Analisis Kritis atas Laporan Keuangan*”. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Horne, Van. 2007. “*Prinsip-prinsip Manajemen Keuangan 2*”. Edisi 2. Jakarta : Salemba Empat.

- Jurnal Manajemen. 2009. “*Corporate Social Responsibility (CSR) : Definisi, Pilar Aktivitas, Bentuk dan Keuntungan Program Corporate Social Responsibility*”. Artikel (online), diakses dari: <http://jurnal-sdm.blogspot.com/2009/07/corporate-social-responsibility-csr.html>.
- Kotler, Philips, dan Nancy, Lee. 2005. “*Corporate Social Responsibility*”. New Jersey : Jhon Willey&Sons, Inc.
- Mardianto, Hardono. 2008. ”*Intisari Manajemen Keuangan : Teori, Soal dan Jawaban*”. Jakarta : Grasindo.
- Nurlela, Rika dan Islahudin. 2008. “*Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen Sebagai Variabel Moderating”(Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta)*. Simposium Nasional Akuntansi XI Pontianak 23-24 2008.
- Pakpahan, Effendi. 2013. “*Faktor-faktor pelaporan pengungkapan tanggung jawab sosial*”. Artikel (online), diakses dari: <http://ktiefendi.blogspot.com/2013/02/faktor-faktor-pelaporan-pengungkapan.html>.
- Sartono, Agus R. 2001. “*Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*”. Edisi 4. Jogjakarta : BPFE
- Sayekti, Yosefa dan Ludovicus sensi Wodablo. 2007. “*Pengaruh pengungkapan CSR Disclosure terhadap Earning Responsive Coefficient (Suatu Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta)*”. Makalah disajikan pada SNA X K-AKPM 08, Makasar: 26-28 Juli 2007.
- Sembiring, Eddy Rismand. 2005. “*Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Studi Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta*”. Simposium Nasional Akuntansi VII, 2005.
- Tunggal, Amin Widjaja. 2008. “*Corporate Sosial Responsibility (CSR)*”. Jakarta: Harvarindo
- Utomo, Muhaamad Muslim. 2000. “*Praktek Pengungkapan Sosial pada Laporan Tahunan Perusahaan di Indonesia (Studi Perbandingan antara Perusahaan-perusahaan High-Profile dan Low-Profile)*”. Simposium Nasional Akuntansi III, 2000.
- Warta Ekonomi. 2006. “*Konsep Bisnis paling bersinar 2006: Level Adopsinya kian Tinggi*”. Warta Ekonomi, Desember 2006, h. 36-37.

- Wibisono, Yusuf. 2007. “*Membedah Konsep & Aplikasi CSR (Corporate Social Responsibility)*”. Gresik : Fascho Publishing.
- Zahro. 2012. “*Pengertian Csr, Manfaat Bagi Masyarakat dan Perusahaan*”, Artikel (online), diakses dari: <http://idazahro.blogspot.com/2012/11/pengertian-csr-manfaat-bagi-masyarakat.html>.

LAMPIRAN 1

DAFTAR PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Tema Lingkungan

1. Pengendalian polusi kegiatan operasi, pengeluaran riset dan pengembangan untuk pengurangan polusi.
2. Pernyataan yang menunjukkan bahwa operasi perusahaan tidak mengakibatkan polusi atau memenuhi ketentuan hukum dan peraturan polusi.
3. Pernyataan yang menunjukkan bahwa polusi operasi telah akan dikurangi.
4. Pencegahan atau perbaikan kerusakan lingkungan akibat pengolahan sumber alam misalnya reklamasi daratan atau reboisasi.
5. Konservasi sumber alam, misalnya mendaur ulang kaca, besi, minyak, air, dan kertas.
6. Penggunaan material daur ulang.
7. Menerima penghargaan berkaitan dengan promosi lingkungan yang dibuat perusahaan.
8. Merancang fasilitas yang harmonis dengan lingkungan.
9. Kontribusi dalam seni yang bertujuan untuk memperindah lingkungan.
10. Kontribusi dalam pemugaran bangunan bersejarah.
11. Pengolahan limbah.
12. Mempelajari dampak lingkungan untuk memonitor dampak lingkungan perusahaan.
13. Perlindungan lingkungan hidup.

Tema Energi

1. Menggunakan energy secara lebih efisien dalam kegiatan operasi.
2. Memanfaatkan barang bekas untuk memproduksi energi.
3. Penghematan energi sebagai hasil produk daur ulang.
4. Membahas upaya perusahaan dalam mengurangi konsumsi energi.
5. Peningkatan efisiensi energi dari produk.

6. Riset yang mengarah pada peningkatan efisiensi energi dari produk.
7. Kebijakan Perusahaan.

Tema Kesehatan dan Keselamatan

1. Mengurangi polusi, iritasi, atau risik dalam lingkungan kerja.
2. Mempromosikan keselamatan tenaga kerja dan kesehatan fisik atau mental.
3. Statistik kecelakaan kerja.
4. Mendaati peraturan standar kesehatan dan keselamatan kerja.
5. Menerima penghargaan berkaitan dengan keselamatan kerja.
6. Menetapkan suatu komite keselamatan kerja.
7. Melaksanakan riset untuk meningkatkan keselamatan kerja.
8. Pelayanan kesehatan tenaga kerja.

Tema Lain-Lain Tenaga Kerja

1. Perekrutan atau memanfaatkan tenaga kerja wanita/orang cacat.
2. Presentasi/jumlah tenaga kerja wanita/orang cacat dalam tingkat managerial.
3. Tujuan penggunaan tenaga kerja wanita/orang cacat dalam pekerjaan.
4. Program untuk kemajuan tenaga kerja wanita/orang cacat.
5. Pelatihan tenaga kerja melalui program tertentu di tempat kerja.
6. Memberi bantuan keuangan pada tenaga kerja dalam bidang pendidikan.
7. Mendirikan suatu pusat pelatihan tenaga kerja.
8. Bantuan atau bimbingan untuk tenaga kerja yang dalam proses mengundurkan diri atau yang telah membuat kesalahan.
9. Perencanaan kepemilikan rumah karyawan.
10. Fasilitas atau aktivitas rekreasi.
11. Presentasi gaji untuk pension.
12. Kebijakan penggajian dalam perusahaan.
13. Jumlah tenaga kerja dalam perusahaan.
14. Tingkat manajerial yang ada.

15. Disposisi staff-dimana staff ditempatkan.
16. Jumlah staff, masa kerja dan kelompok usia mereka.
17. Statistik tenaga kerja, misalnya penjualan per tenaga kerja.
18. Kualifikasi tenaga kerja yang direkrut.
19. Rencana kepemilikan saham oleh tenaga kerja.
20. Rencana pembagian keuntungan lain.
21. Informasi hubungan manajemen dengan tenaga kerja dalam meningkatkan kepuasan dan motifasi kerja.
22. Informasi stabilitas pekerjaan tenaga kerja dan masa depan perusahaan.
23. Laporan tenaga kerja yang terpisah.
24. Hubungan perusahaan dengan serikat buruh.
25. Gangguan dan aksi tenaga kerja.
26. Informasi bagaimana aksi tenaga kerja dinegosiasi.
27. Kondisi kerja secara umum.
28. Re-organisasi perusahaan yang mempengaruhi tenaga kerja.
29. Statistik seputar tenaga kerja.

Tema Produk

1. Pengembangan produk perusahaan, termasuk pengemasannya.
2. Gambaran pengeluaran riset dana pengembangan produk.
3. Inforamsi proyek riset perusahaan untuk memperbaiki produk.
4. Produk memenuhi standar keselamatan.
5. Membuat produk lebih aman untuk konsumen.
6. Melakasankan riset atas tingkat keselamatan produk perusahaan.
7. Peningkatan kebersihan/kesehatan dalam pengolahan dan penyiapan produk.
8. Informasi atas keselamatan produk perusahaan.
9. Informasi mutu produk yang dicerminkan dalam penerimaan penghargaan.
10. Inforamsi yang dapat direvisikasi bahwa mutu produk telah meningkat (misal ISO 9000)

Tema Keterlibatan Masyarakat

1. Sumbangan tunai, produk, pelayanan untuk mendukung aktivitas masyarakat pendidikan dana seni.
2. Tenaga kerja paruh waktu dari mahasiswa atau pelajar.
3. Sebagai sponsor dari proyek kesehatan masyarakat.
4. Membantu riset medis.
5. Sponsor untuk konfrensi pendidikan, seminar atau pameran seni.
6. Membayai program beasiswa.
7. Membuka fasilitas perusahaan untuk masyarakat.
8. Sponsor kampanye nasional,
9. Mendukung pengembangan industri lokal.

Tema Umum

1. Tujuan/kebijakan perusahaan secara umum berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan.
2. Informasi berhubungan dengan tanggung jawab sosial perusahaan selain yang disebutkan di atas.

Lampiran 11 Output SPSS

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Financial Leverage	31	12.78	44.97	28.87	9.3328
CSR Disclosure	31	29.56	39.74	34.65	4.3218
Valid N (listwise)	31				

Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Corporate Social Responsibility ^a	.	. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Financial Leverage

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.744 ^a	.521	.413	9.393	.021	.610	1	29	.441	2.078

a. Predictors: (Constant), Corporate Social Responsibility

b. Dependent Variable: Financial Leverage

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B		Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Lower Bound	Upper Bound	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.493	.333		4.482	.000	8.1208	2.1759					
Corporate Social Responsibility	-.310	.397	.144	.781	.441	1.122	.502	.144	.144	.144	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Financial Leverage