

PENGARUH PROFITABILITAS, LIKUIDITAS, *LEVERAGE*, UKURAN PERUSAHAAN DAN UKURAN DEWAN KOMISARIS TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*

Irine Fauziah

ineirinefauziah@gmail.com

Nur Fadjrih Asyik

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

This research aimed to examine the effect of profitability, liquidity, leverage, firm size, and commissioner board size on the implementation of corporate social responsibility of manufacturing companies which were listed on Indonesia Stock Exchange. The sampling collection technique used purposive sampling of manufacturing companies which were listed on Indonesia Stock Exchange 2014-2017. While, the collection was based on criteria given. In line with, there were 39 companies with 156 observations, as sample. Moreover, the data analysis technique used multiple regression analysis with SPSS (Statistical Product and Service Solutions) version 20. The research result, in the F test, concluded profitability, liquidity, leverage, firm size, and board size had significant effect on the implementation of corporate social responsibility with signification with significance of 0.002. While, from t test (hypoyhesis test), in concluded profitability did not affect the implementation of CSR. On the other hand, the liquidity had positive effect on the implementation of CSR. Furthermore, the leverage of did not affect in implementation CSR. Likewise, the commissioner board size did not affect the implementation of CSR. In addition, the firm size had positive effect on the implementation of CSR.

Keywords: Financial Performance, Firm Size, Commisioner Board Size, Corporate Social Responsibility

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh profitabilitas, likuiditas, *leverage*, ukuran perusahaan, dan ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2014-2017. *Purposive sampling* adalah metode pengambilan sampel yang ditentukan melalui kriteria-kriteria tertentu oleh peneliti. Berdasarkan kriteria yang telah ditentukan maka diperoleh sampel sebanyak 39 perusahaan dengan total keseluruhan sebesar 156 pengamatan. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda dengan menggunakan alat bantu SPSS (*Statistical Product And Service Solutions*) versi 20. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam uji F penelitian ini layak digunakan yaitu profitabilitas, likuiditas, *leverage*, ukuran perusahaan, dan ukuran dewan komisaris memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* dengan tingkat signifikansi sebesar 0,002, sedangkan uji t (uji hipotesis) menunjukkan bahwa variabel profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Variabel likuiditas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Variabel *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Variabel ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Variabel ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Kata kunci: Kinerja Keuangan, Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, *Corporate Social Responsibility*

PENDAHULUAN

Pada dasarnya, perkembangan bisnis yang semakin modern mengharuskan perusahaan untuk berkompetisi dalam mempertahankan usahanya, perusahaan di tuntut memiliki manajemen yang kuat dan profesional agar dapat *survive* dan berkembang. Dalam dunia usaha dimana perusahaan hanya bertujuan untuk mendapatkan laba sebesar-besarnya

tanpa memperhatikan dampak yang muncul dalam kegiatan usahanya kini sudah tidak dapat diterima lagi. Karena perkembangan dunia usaha menuntut perusahaan untuk meningkatkan perhatiannya kepada lingkungan sosial. Perusahaan diharapkan tidak hanya mementingkan kepentingan manajemen dan pemilik modal (*investor dan kreditor*) tetapi juga karyawan, konsumen, masyarakat dan lingkungannya (Purnasiwi, 2011).

Alasan perusahaan melakukan pengungkapan *corporate social responsibility* diantaranya untuk mentaati peraturan yang ada. Hal ini ditunjukkan dengan adanya UU No. 40 Tahun 2007 yang diberlakukan pada tanggal 16 Agustus 2007. Undang-undang ini mewajibkan perusahaan yang melakukan kegiatan usaha di bidang yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan (Hadi, 2011). Setelah dikeluarkannya undang-undang ini, banyak perseroan terbatas di Indonesia yang memulai mengungkap aktivitas tanggung jawab sosialnya dalam laporan tahunan (*sustainability report*).

Corporate social responsibility merupakan aspek penting perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawabnya terhadap lingkungan dan masyarakat. *Corporate social responsibility* merupakan gagasan yang menjadikan perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berfokus pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) tetapi tanggung jawab perusahaan juga harus berfokus pada *triple bottom lines* yaitu mementingkan masalah sosial dan lingkungan. Bukan sebagai entitas yang mementingkan dirinya sendiri melainkan sebuah entitas yang wajib melakukan adaptasi kultural dengan lingkungan sosialnya berdasarkan prinsip kerjasama (Purwanto, 2011). Di Indonesia semakin banyak perusahaan yang menerapkan *corporate social responsibility* (CSR). Namun, praktik *corporate social responsibility* mendapat perhatian yang cukup besar. Praktik ini terutama mengenai semakin parahnya kerusakan lingkungan yang terjadi di Indonesia mulai dari polusi udara, penggundulan hutan, air hingga perubahan iklim. Beberapa fenomena yang masih terkait dikarenakan perusahaan dalam melaksanakan operasinya kurang memperhatikan kondisi dan lingkungan sekitarnya, khususnya perusahaan yang aktivitasnya berkaitan dengan sumber daya alam.

Dalam pelaksanaannya, ada beberapa faktor yang mempengaruhi *corporate social responsibility*. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan memperoleh laba dari perusahaan itu sendiri. Hubungan antara profitabilitas dengan pengungkapan pertanggung jawaban sosial adalah ketika perusahaan memiliki profitabilitas yang tinggi maka semakin tinggi pula efisiensi perusahaan dalam memanfaatkan fasilitas perusahaan (Ardian dan Rahardja, 2013).

Likuiditas perusahaan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menjaga aktivitas operasional. Likuiditas dapat dikatakan cerminan kesejahteraan perusahaan dimana perusahaan dapat dengan cepat memenuhi kewajiban dari aktiva lancar atau kemampuan usaha jangka pendek. Perusahaan yang tingkat likuiditasnya tinggi akan lebih cepat melakukan pengungkapan sosial daripada perusahaan yang memiliki likuiditas rendah. Hal ini didasarkan dari pengharapan finansial perusahaan yang kuat akan lebih banyak mengungkapkan informasi daripada perusahaan yang lemah.

Leverage merupakan salah satu usaha perusahaan dalam mengukur kinerja perusahaan dalam mengukur kewajiban jangka panjangnya. Perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* tinggi menandakan bahwa perusahaan sangat bergantung pada pinjaman luar untuk membiayai asetnya, sedangkan perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* rendah perusahaan tersebut lebih banyak membiayai asetnya dengan modal sendiri.

Ukuran perusahaan merupakan variabel yang banyak digunakan untuk mengungkap *corporate social responsibility*. Dalam melakukan investasi, biasanya investor melihat besar kecilnya perusahaan. Perusahaan yang besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil. Hal ini disebabkan perusahaan besar akan menghadapi resiko politik yang lebih besar dibanding perusahaan kecil.

Ukuran dewan komisaris merupakan mekanisme pengendalian intern tertinggi yang bertanggung jawab untuk memonitor tindakan manajemen puncak. Komposisi individu yang bekerja sebagai anggota dewan komisaris merupakan hal yang penting dalam memonitor aktivitas manajemen secara efektif.

Berdasarkan penelitian yang bertentangan tersebut menunjukkan fenomena yang sangat menarik untuk melakukan *research gap* dalam penelitian sejenis. Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti ingin melakukan penelitian tentang pengaruh profitabilitas, likuiditas, *leverage*, ukuran perusahaan dan ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini menggunakan perusahaan manufaktur sebagai sampel. Hal ini dikarenakan perusahaan manufaktur memiliki *market capitalize* yang merupakan harga saham perusahaan tersebut cukup tinggi. Pencapaian ini dikarenakan banyak calon investor, kreditur, dan pemasok yang tertarik menjalin kerjasama dengan perusahaan manufaktur.

TINJAUAN TEORITIS

Teori Stakeholder (Stakeholder Theory)

Dalam teori *stakeholder* perusahaan bukan hanya entitas yang beroperasi untuk kepentingan sendiri, melainkan juga memberikan manfaat untuk *stakeholder* yang terkena dampak dari adanya perusahaan (Purwanto, 2011). Pengungkapan *corporate social responsibility* bersifat penting, karena *stakeholder* perlu melakukan evaluasi sejauh mana perusahaan dalam melaksanakan peranannya sesuai dengan arahan *stakeholder*, sehingga perlu adanya akuntabilitas perusahaan atas kegiatan *corporate social responsibility* yang dilakukan. Teori *stakeholder* merupakan teori yang mempunyai kepentingan dengan semua kalangan selain dari *stockholder* (pemegang saham) yang mencakup karyawan, para penyalur, pelanggan, kreditur, dan masyarakat lokal, pemerintah, dan media massa (Suparnyo, 2010). Selain itu, *stakeholder* dapat digunakan dalam proses pengambilan keputusan. Kemudian dengan penerapan program *corporate social responsibility* dapat mensejahterakan pelanggan, karyawan, dan masyarakat, sehingga dapat terjalin hubungan yang harmonis antara perusahaan dan lingkungan sekitarnya.

Teori Legitimasi (Legitimacy Theory)

Teori legitimasi mengungkapkan perusahaan akan berusaha untuk melakukan segala aktivitas sesuai batas-batas dan norma dalam masyarakat yang berlaku sesuai dengan tempat beroperasinya perusahaan. Teori legitimasi berfokus pada hubungan antara masyarakat dengan perusahaan. Hal ini didasarkan pada perusahaan yang berusaha menyeimbangkan norma-norma perilaku sistem sosial masyarakat dengan nilai-nilai sosial yang terkandung dalam perusahaan. Dari uraian ini dapat disimpulkan bahwa legitimasi perusahaan dimata *stakeholder* mempunyai faktor untuk mendorong citra dan reputasi perusahaan dimata *stakeholder* (Hadi, 2011). Dengan demikian, pengungkapan *corporate social responsibility* legitimasi tidak hanya bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan tetapi untuk mempertahankan eksistensi perusahaan dalam jangka panjang.

Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Corporate social responsibility pada dasarnya memberikan perhatian kepada lingkungannya terhadap dampak yang terjadi dari kegiatan operasional perusahaan. *Corporate social responsibility* adalah sebuah bentuk tindakan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan dengan berbagai macam aktivitas perusahaan yang diwujudkan tidak hanya untuk mencari keuntungan semata (*profit*) namun juga memberikan kontribusi positif kepada masyarakat (*people*) dan ikut berperan aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*).

Pengungkapan tanggung jawab sosial adalah laporan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan berkaitan dengan masalah sosial maupun lingkungan (Hadi, 2011:206). Pengungkapan tanggung jawab sosial sering disebut *social disclosure*, *corporate social reporting*, *social accounting* yang merupakan proses penyampaian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi terhadap kelompok yang berkepentingan (Sudana dan Arlinda, 2011). Pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan bagian dari strategi bisnis.

Corporate social responsibility dapat diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan yang berisi laporan tanggung jawab sosial perusahaan selama satu tahun berjalan. Pengungkapan *corporate social responsibility* diukur melalui *Corporate Social Disclosure Index* (CSDI). CSDI diukur melalui penilaian *Global Report Initiative* (GRI) dalam *Sustainability Report* (SR). *Global Reporting Initiative* (GRI) adalah merupakan sebuah jaringan berbasis organisasi yang telah melaporkan perkembangan dunia menggunakan kerangka laporan keberlanjutan dan terus melakukan perbaikan dan penerapan di seluruh dunia (www.globalreporting.org).

Profitabilitas

Profitabilitas adalah presentase yang digunakan untuk menilai sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan laba. Rasio ini digunakan untuk memperoleh gambaran secara efektif mengenai keuntungan yang dihasilkan perusahaan. Dalam penelitian ini untuk mengukur profitabilitas menggunakan *Return on Assets* (ROA), karena dapat menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba atas total aset yang dimiliki. Rasio ini mengukur tingkat pengembalian investasi yang dilakukan perusahaan dengan seluruh aktiva yang dimiliki. Semakin tinggi ROA semakin tinggi perusahaan memperoleh keuntungan. ROA merupakan rasio antara laba sesudah pajak dengan aset perusahaan keseluruhan.

Likuiditas

Likuiditas merupakan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Pengukuran likuiditas dapat diukur dengan rasio aktiva lancar dibagi dengan kewajiban lancar. Likuiditas perusahaan yang diukur menggunakan rasio lancar menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi keuangan pada saat ditagih. Perusahaan yang memenuhi kewajiban tepat pada waktunya, maka perusahaan tersebut dapat dikatakan dalam keadaan likuid. *Current ratio* (CR) adalah ukuran yang paling banyak digunakan untuk mengetahui kemampuan perusahaan memenuhi jangka pendeknya dengan menggunakan aktiva lancar. *Current ratio* menunjukkan sejauh mana aktiva lancar dapat menutupi kewajiban lancar. Semakin besar perbandingan aktiva lancar dengan kewajiban lancar semakin besar pula kemampuan perusahaan menutupi kewajiban jangka pendeknya.

Leverage

Leverage adalah rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana besar beban utang yang ditanggung perusahaan dibanding aktivasnya (Kasmir, 2012:151). Perusahaan dengan *leverage* tinggi menunjukkan perusahaan sangat bergantung pada pinjaman luar untuk membiayai asetnya sehingga perusahaan akan melaporkan laba yang tinggi dan mengurangi biaya-biaya termasuk biaya untuk melakukan pengungkapan *corporate social responsibility*, sedangkan perusahaan dengan tingkat *leverage* rendah menunjukkan perusahaan memiliki biaya yang cukup untuk melakukan pengungkapan *corporate social responsibility*. Untuk mengetahui tingkat *leverage* pada perusahaan dapat digunakan perhitungan rasio *Debt to Equity* (DER).

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan salah satu variabel yang paling banyak digunakan dalam menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan keuangan perusahaan. Besar kecilnya ukuran suatu perusahaan dapat dilihat dari total aset yang dimiliki oleh perusahaan. Menurut teori *stakeholder* semakin besar perusahaan semakin banyak pula pihak-pihak yang menjadi bagian dari *stakeholder* perusahaan, sehingga jangkauan pertanggung jawaban sosial perusahaan semakin luas. Menurut teori legitimasi memiliki alasan tentang hubungan antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan. Perusahaan yang besar melakukan aktivitas yang lebih banyak sehingga memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat, memiliki lebih banyak pemegang saham yang mempunyai perhatian terhadap program sosial yang dilakukan perusahaan.

Ukuran Dewan Komisaris

Menurut Mulyadi (2001) (dalam Johan, 2011) dewan komisaris adalah wakil *shareholder* dalam entitas bisnis yang berbadan hukum Perseroan Terbatas (PT) yang memiliki fungsi mengawasi jalannya perusahaan yang dilaksanakan manajemen (direksi), dan menentukan apakah manajemen telah memenuhi tanggung jawab mereka dalam menyelenggarakan pengendalian intern perusahaan. Dengan wewenang yang dimiliki, dewan komisaris memberikan pengaruh yang cukup kuat untuk menekan manajemen agar mengungkapkan informasi CSR lebih banyak, sehingga perusahaan yang memiliki ukuran dewan komisaris yang besar akan lebih banyak mengungkap *corporate social responsibility*. Dengan mengungkap tersebut, maka *image* perusahaan akan semakin baik.

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Profitabilitas adalah rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba baik yang berasal dari kegiatan operasional perusahaan maupun kegiatan non-operasional perusahaan. Perusahaan tidak hanya memperhatikan aspek ekonominya saja namun juga sosial dan lingkungan sehingga aktivitas perusahaan mendapat dukungan dari pemangku kepentingan sesuai dengan teori *stakeholder* dan teori legitimasi. Dalam hubungan profitabilitas Amran dan Devi (2008) (dalam Putra, 2011) menyatakan perusahaan yang memiliki profit adalah perusahaan yang memiliki manajemen yang peduli terhadap lingkungan dan sosial sehingga perusahaan yang mempunyai profit tinggi, akan memberikan kesempatan yang lebih kepada manajemen dalam mengungkapkan *corporate social responsibility*. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pula pengungkapan informasi sosial. Penelitian yang dilakukan Veronica dan Sumin (2010) menunjukkan profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* dan penelitian yang dilakukan Ramdhaningsih dan Utama (2013) menunjukkan hasil yang sama yaitu profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Berdasarkan pernyataan tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis:

H₁ : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Pengaruh Likuiditas Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Likuiditas merupakan suatu indikator mengenai kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban keuangan jangka pendek dengan menggunakan aktiva lancar yang tersedia. Likuiditas berdasarkan teori legitimasi yang melandasi bahwa kekuatan perusahaan dapat dapat diketahui dari rasio likuiditas yang tinggi dan berhubungan dengan tingkat pengungkapan *corporate social responsibility* yang tinggi. Hal ini didasarkan dengan

semakin kuatnya keuangan suatu perusahaan maka perusahaan cenderung memberikan informasi yang lebih daripada perusahaan yang memiliki kondisi keuangan yang lemah.

Penelitian yang dilakukan Syahrir dan Suhendra (2010) menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Sedangkan penelitian yang dilakukan Ekowati *et al.* (2012) menunjukkan likuiditas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Berdasarkan pernyataan tersebut, maka dirumuskan hipotesis:

H₂ : Likuiditas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Pengaruh Leverage Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Leverage adalah alat yang digunakan untuk mengukur seberapa besar perusahaan bergantung kepada kreditur dalam pembiayaan aset perusahaan. Menurut teori legitimasi semakin besar utang perusahaan maka semakin sedikit biaya dalam pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan. Semakin tinggi tingkat *leverage* maka perusahaan dapat memperoleh utang dan mudah dalam melunasi utangnya sehingga dengan semakin tingginya tingkat *leverage* maka cenderung mengesampingkan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* rendah. Penelitian yang dilakukan oleh Munif (2010) dan Yulita (2011) hasilnya menunjukkan variabel *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Berdasarkan uraian tersebut, maka dirumuskan hipotesis:

H₃ : *Leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Ukuran perusahaan merupakan identifikasi dalam menentukan besar atau kecilnya suatu perusahaan. Menurut teori *stakeholder* pengaruh variabel ukuran perusahaan terhadap *corporate social responsibility* yaitu semakin besar suatu perusahaan maka semakin banyak pihak-pihak yang menjadi bagian dari *stakeholder* perusahaan, sehingga semakin luas pula jangkauannya pertanggung jawaban sosial perusahaan dan teori legitimasi mempunyai alasan mengenai hubungan ukuran perusahaan dan pengungkapan. Perusahaan yang lebih besar melakukan aktivitas yang lebih banyak sehingga memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat, memiliki pemegang saham yang punya perhatian terhadap program *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan dan laporan tahunan yang sebagai yang efisien untuk mengkomunikasikan informasi ini.

Penelitian yang dilakukan Respati dan Hadiprajitno (2015) menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* dan penelitian yang dilakukan Widiyanto (2011) menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Berdasarkan uraian tersebut, maka dirumuskan hipotesis:

H₄ : Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris Berpengaruh Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

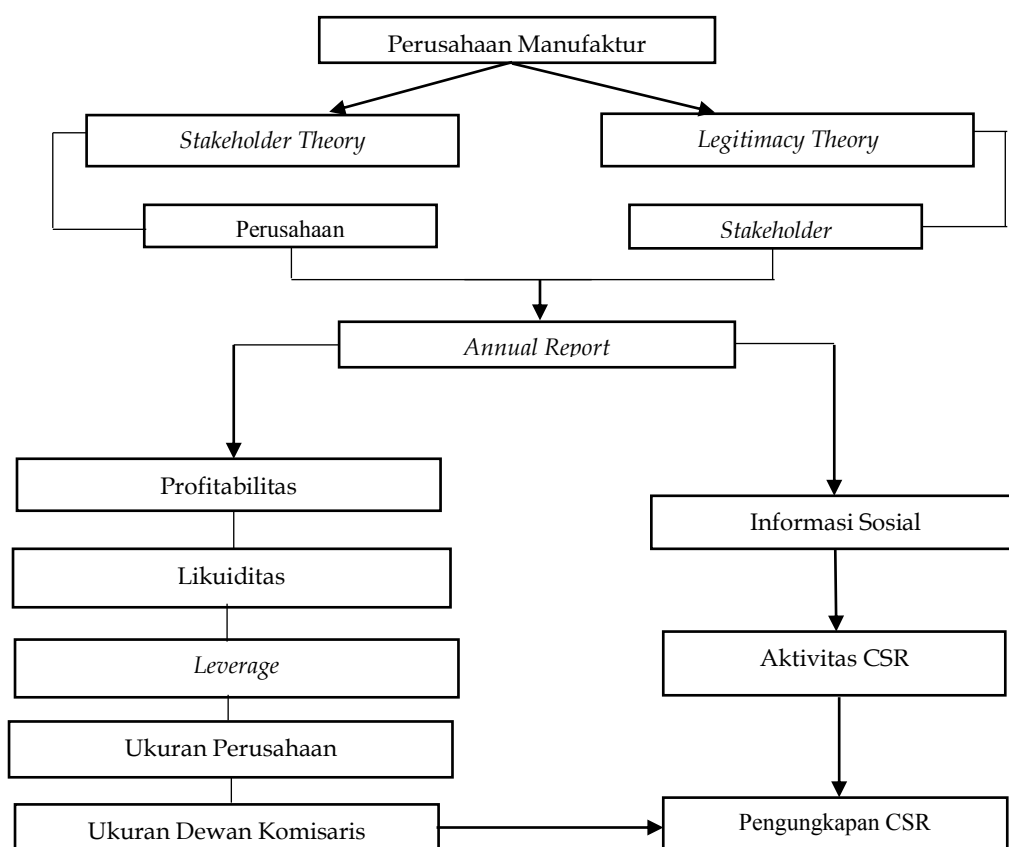
Dewan komisaris adalah wakil *shareholder* dalam entitas bisnis berbadan hukum yang berperan sebagai seorang yang bertugas mengawasi dan memberikan alasan kepada direksi serta bertanggung jawab untuk menentukan apakah manajemen telah memenuhi tanggung jawab dalam mengembangkan dan menyelenggarakan pengendalian intern perusahaan (Mulyadi, 2002) (dalam Johan, 2011). Dewan komisaris memberikan pengaruh yang cukup besar untuk menekan manajemen dalam mengungkap informasi *corporate social responsibility*.

sehingga perusahaan yang memiliki dewan komisaris lebih besar akan lebih banyak mengungkap *corporate social responsibility*. Sebagai wakil principal dari perusahaan, dewan komisaris dapat mempengaruhi luas pengungkapan *corporate social responsibility*, hal ini karena dewan komisaris merupakan pelaksana tertinggi dalam entitas. Dengan mengungkapkan *corporate social responsibility*, maka *image* perusahaan akan semakin baik. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Arifin dan Chariri (2011) yang menyatakan terdapat hubungan positif antara ukuran dewan komisaris dengan pengungkapan *corporate social responsibility*. Berdasarkan uraian tersebut, maka dirumuskan hipotesis:

H₅ : Ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Rerangka Pemikiran

Rerangka pemikiran dalam model ini adalah:



Gambar 1
Rerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2014-2017. Data penelitian diambil berdasarkan laporan tahunan (*annual report*) dan laporan keuangan (*financial report*) dengan melakukan survei ke Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia (STIESIA) Surabaya. Metode pemilihan dilakukan dengan metode *purposive sampling*. Kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian ini: (1) Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI selama periode 2014-2017; (2) Perusahaan manufaktur yang laporannya ditemukan selama periode 2014-2017;

(3) Perusahaan manufaktur yang menyajikan laporan keuangan dengan menggunakan satuan rupiah; (4) Perusahaan manufaktur yang tidak mengalami kerugian selama periode 2014-2017; (5) Perusahaan manufaktur yang mengungkapkan CSR selama periode 2014-2017.

Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Variabel Independen

Variabel Independen pada penelitian ini adalah profitabilitas, likuiditas, *leverage*, ukuran perusahaan dan ukuran dewan komisaris.

Profitabilitas

Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Semakin tinggi profitabilitas perusahaan mencerminkan semakin tinggi tingkat efisiensi perusahaan dalam menggunakan asetnya untuk memperoleh laba. Profitabilitas dalam penelitian ini menggunakan rasio *Return On Total Asset* (ROA). Penggunaan ROA untuk menunjukkan kemampuan manajemen perusahaan dalam memperoleh pendapatan dari pengelolaan aset untuk menghasilkan laba.

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}}$$

Likuiditas

Likuiditas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya dengan melihat aktiva lancar perusahaan terhadap hutang lancar. Hal ini menunjukkan semakin tinggi rasio likuiditas maka semakin kuat kondisi keuangan perusahaan. Perusahaan yang mempunyai kondisi keuangan yang kuat akan mengungkapkan lebih banyak informasi dibandingkan perusahaan yang kondisi keuangannya lemah. Likuiditas dalam penelitian ini menggunakan *current ratio* (CR). Likuiditas dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{CR} = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Hutang Lancar}}$$

Leverage

Leverage merupakan proporsi total hutang terhadap rata-rata ekuitas pemegang saham. *Leverage* ini digunakan dalam memberikan gambaran mengenai modal yang dimiliki perusahaan sehingga dapat diketahui tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang (Purnasiwi, 2011). Rasio dalam mengukur *leverage* adalah *debt to equity ratio* (DER). Rasio ini berguna untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan peminjam (kreditor) dengan pemilik perusahaan. Semakin tinggi angka DER maka dapat dikatakan perusahaan memiliki resiko yang semakin tinggi terhadap likuiditas perusahaan. *Leverage* dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Debt to Equity Ratio (DER)} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan menunjukkan jumlah pengalaman dan kemampuan tumbuhnya suatu perusahaan yang mengindikasikan kemampuan dalam mengelola tingkat resiko investasi yang diberikan para *stakeholder* untuk meningkatkan kemakmuran mereka. Ukuran perusahaan dapat dilihat dari total aset yang dimiliki perusahaan, total penjualan dan kapitalisasi pasar. Ukuran perusahaan dilambangkan dengan *log natural* total aset (*Ln*). Ukuran perusahaan dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{SIZE} = \log \text{ natural (nilai total aset)}$$

Ukuran Dewan Komisaris

Dewan komisaris adalah banyaknya dewan yang bertugas melakukan pengawasan dan memberi nasihat kepada direktur atau direksi. Dewan komisaris dapat memberikan

pengaruh yang kuat untuk menekan manajemen agar mengungkapkan *corporate social responsibility* lebih banyak, sehingga perusahaan yang memiliki dewan komisaris cenderung lebih banyak mengungkap *corporate social responsibility*. Ukuran dewan komisaris dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Dewan Komisaris} = \Sigma \text{ Dewan Komisaris Perusahaan}$$

Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengungkapan *corporate social responsibility*. Penelitian ini menggunakan variabel dependen pengungkapan CSR yang diukur dengan proksi CSRI (*corporate social responsibility index*). Pengungkapan *corporate social responsibility* adalah data yang diungkap oleh perusahaan berkaitan dengan aktivitas sosialnya yang meliputi kepedulian terhadap ekonomi, lingkungan, ketenagakerjaan, hak asasi manusia, kemasyarakatan, dan produk.

Pendekatan ini menggunakan pendekatan dikotomi yaitu cara setiap item CSR dalam instrument dalam penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan, dan nilai 0 jika tidak diungkapkan. Selanjutnya skor dari setiap item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan. Rumus perhitungan CSRI adalah sebagai berikut:

$$\text{CSRI}_j = \frac{\Sigma x_{ij}}{N_j}$$

Dimana :

CSRI_j = *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* Perusahaan j

N_j = Jumlah item untuk perusahaan j, n_j ≤ 79

X_{ij} = Jumlah item yang diungkapkan, jika diungkapkan diberi nilai 1. Jika tidak diungkapkan diberi nilai 0. Sehingga 0 ≤ CSRI_j ≤ 1

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan metode yang akan digunakan untuk menganalisis atau pengolahan data dalam rangka untuk memecahkan masalah atau menguji hipotesis. Penelitian ini dalam teknik analisis adalah regresi berganda, serta dapat juga menggunakan uji asumsi klasik dengan uji normalitas, multikolinearitas, autokorelasi dan heteroskedastisitas. Tingkat kepercayaan yang digunakan dalam penelitian adalah 5%.

Analisis Regresi Berganda

Model regresi yang digunakan untuk menguji hipotesis tersebut adalah sebagai berikut:

$$\text{CSRI} = \alpha + \beta_1\text{ROA} + \beta_2\text{CR} + \beta_3\text{DER} + \beta_4\text{SIZE} + \beta_5\text{UDK} + e$$

Keterangan :

CSRI : *Corporate Social Responsibility Disclosure Index*

α : Konstanta

β : Koefisien Regresi

ROA : Profitabilitas

CR : Likuiditas

DER : *Leverage*

SIZE : Ukuran Perusahaan

UDK : Ukuran Dewan Komisaris

e : *Error*

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Tabel 1 menunjukkan statistik deskriptif masing-masing variabel penelitian.

Tabel 1
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ROA	156	,00	0,53	0,0894	0,8646
CR	156	,45	15,16	3,0173	2,47867
DER	156	,08	5,20	,8305	,87776
SIZE	156	11,80	18,34	14,6901	1,62288
UDK	156	2,00	7,00	3,7372	1,14222
CSRI	156	,13	,46	,2476	,05632
Valid N (listwise)	156				

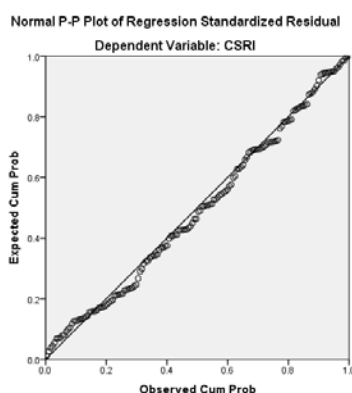
Sumber: Data sekunder diolah 2019

Berdasarkan Tabel 1 hasil analisis deskriptif dapat diketahui bahwa: Profitabilitas (ROA) memiliki nilai minimum sebesar 0,00 dan nilai maksimum sebesar 0,53. Memiliki *mean* sebesar 8,9684 dan standar deviasi sebesar 8,61854. Likuiditas (CR) memiliki nilai minimum sebesar 0,45 dan nilai maksimum sebesar 15,16. Memiliki *mean* sebesar 3,0173 dan standar deviasi sebesar 2,47867. *Leverage* (DER) memiliki nilai minimum sebesar 0,08 dan nilai maksimum sebesar 0,20. Memiliki *mean* sebesar 0,8305 dan standar deviasi sebesar 0,87776. Ukuran Perusahaan (SIZE) memiliki nilai minimum sebesar 11,80 dan nilai maksimum sebesar 18,34. Memiliki *mean* sebesar 14,6901 dan standar deviasi sebesar 1,62288. Ukuran Dewan Komisaris (UDK) memiliki nilai minimum sebesar 2,00 dan nilai maksimum sebesar 7,00. Memiliki *mean* sebesar 3,7372 dan standar deviasi sebesar 1,14222. Pengungkapan CSR (CSRI) memiliki nilai minimum sebesar 0,13 dan nilai maksimum sebesar 0,46. Memiliki *mean* sebesar 0,2476 dan standar deviasi sebesar 0,05632.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi, variabel independen, variabel dependen atau keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan *Kolmogorov Smirnov Test* dan grafik P-P Plot. Berdasarkan uji normalitas diperoleh hasil uji sebagai berikut:



Gambar 2

Grafik P-P Plot Normalitas Data
Sumber: Data Sekunder diolah 2019

Berdasarkan gambar di atas terdapat titik-titik yang menyebar mengikuti garis diagonal. Maka dari itu dapat dikatakan bahwa data terdistribusi normal. Berikutnya adalah hasil uji normalitas dengan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov Test*.

Tabel 2
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		156
Normal Parameters	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	,05284041
Most Extreme Differences	Absolute	,059
	Positive	,059
	Negative	-,038
Test Statistics		,735
Asymp. Sig. (2-tailed)		,652

a. Test distribution in Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data Sekunder diolah 2019

Berdasarkan hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* pada Tabel 2 menunjukkan bahwa nilai *Kolmogorov-Smirnov Z* sebesar 0,059 dengan tingkat signifikan 0,652. Hal ini menunjukkan bahwa variabel penelitian terdistribusi normal karena nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* jauh lebih besar dari 0,05 sehingga profitabilitas, likuiditas, *leverage*, ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris dan CSR terdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi yang ditemukan adanya korelasi antar variabel independen terhadap variabel independen lain. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Multikolinearitas dapat dilihat dari Nilai *Tolerance* (TOL) dan lawannya *Variance Inflation Factor* (VIF).

Tabel 3
Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	ROA	,855	1,169
	CR	,677	1,478
	DER	,748	1,336
	SIZE	,606	1,650
	UDK	,640	1,562

a. Dependent Variable: CSRI

Sumber: Data Sekunder diolah 2019

Berdasarkan Tabel 3 diatas, diperoleh bahwa pengujian multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai *tolerance* > 0,1 dan VIF < 10, maka dapat disimpulkan bahwa hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa model regresi terbebas dari multikolinearitas.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Model regresi yang baik adalah tidak terjadi autokorelasi di dalamnya.

Tabel 4
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of The Estimate	Durbin-Watson
1	,346 ^a	,120	,090	,05371	,793

a. Predictors: (Constant), UDK, DER, ROA, CR, SIZE

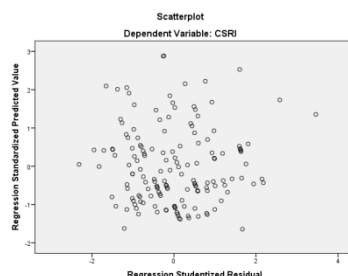
b. Dependent Variable: CSRI

Sumber: Data Sekunder diolah 2019

Berdasarkan hasil diatas diketahui *Durbin-Watson* sebesar 0,793. Nilai tersebut terletak antara -2 dan 2 ($-2 \leq 0,793 \leq 2$). Dari hasil nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa model penelitian ini tidak terjadi autokorelasi atau bebas dari autokorelasi.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah yang tidak mengalami heteroskedastisitas. Gejala heteroskedastisitas dapat dilihat melalui *scatter plot*.



Gambar 3
Grafik Scatterplot
Sumber: Data Sekunder diolah 2019

Berdasarkan Gambar 3 terlihat titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola yang jelas serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu *Regression Studentized Residual*. Berdasarkan uji heteroskedastisitas, hal ini dapat disampaikan bahwa pada model regresi yang terbentuk tidak terjadi gejala heroskedastisitas.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 5
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of The Estimate
1	,346 ^a	,120	,090	,05371

a. Predictors: (Constant), UDK, DER, ROA, CR, SIZE

b. Dependent Variable: CSRI

Sumber: Data Sekunder diolah 2019

Berdasarkan Tabel 5 diatas, menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,120 atau 12% yang berarti pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang diprosikan dengan *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* (CSRI) dapat dijelaskan oleh variabel ROA (profitabilitas), CR (likuiditas), DER (*leverage*), SIZE (ukuran perusahaan) dan UDK (ukuran dewan komisaris), sedangkan sisanya 88% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain diluar model yang diteliti.

Uji Kelayakan Model (*Goodness of Fit*)

Tabel 6
ANOVA^a

Model		Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,059	5	,012	4,084	,002 ^b
	Residual	,433	150	,003		
	Total	,492	155			

a. Dependent Variable: CSRI

b. Predictors: (Constant), UDK, DER, ROA, CR, SIZE

Sumber: Data Sekunder diolah 2019

Berdasarkan dari hasil output Tabel 6 diatas diperoleh nilai F_{hitung} 4,084 dengan tingkat signifikan sebesar $0,002 < 0,05$, maka H_0 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan variabel independen profitabilitas (ROA), likuiditas (CR), *leverage* (DER), ukuran perusahaan (SIZE), ukuran dewan komisaris (UDK) mempengaruhi pengungkapan CSR secara signifikan, maka hipotesis diterima dan berarti model regresi fit atau layak. Hal ini menunjukkan bahwa model yang digunakan dalam penelitian layak dan dapat digunakan untuk analisis berikutnya.

Uji Hipotesis (Uji t)

Tabel 7
Coefficients^a

Model		t	Sig.	α	Keterangan
1	(Constant)	1,422	,157	0,05	
	ROA	,101	,920	0,05	Tidak Berpengaruh
	CR	3,084	,002	0,05	Berpengaruh
	DER	,388	,698	0,05	Tidak Bepengaruh
	SIZE	3,753	,000	0,05	Berpengaruh
	UDK	-,1623	,107	0,05	Tidak berpengaruh

a. Dependent Variable: CSRI

Sumber: Data Sekunder diolah 2019

Pembahasan

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Berdasarkan hasil pengujian didapat bahwa variabel profitabilitas yang diproksikan dengan ROA tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar 0,101 dengan nilai signifikan t sebesar 0,920. Artinya lebih besar dari nilai α sebesar 0,05. Hasil pengujian menunjukkan bahwa besar kecilnya profitabilitas tidak mempengaruhi tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil ini mendukung penelitian Wijaya (2012) menyatakan bahwa profitabilitas merupakan suatu indikator kerja yang dilakukan manajemen dalam mengelola kekayaan perusahaan yang ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan. Artinya bahwa perusahaan mempunyai profitabilitas tinggi belum tentu lebih banyak melakukan aktivitas sosial karena perusahaan lebih berorientasi pada laba semata. Hal ini didukung dengan argumentasi bahwa ketika perusahaan memiliki laba yang tinggi, perusahaan (manajemen) menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang kesuksesan keuangan perusahaan. Sebaliknya, pada saat tingkat profitabilitas rendah, mereka berharap para pengguna laporan akan membaca “good news” kinerja perusahaan (Santiono dan Erlina, 2012). “Good news” dapat berupa aktivitas-aktivitas sosial lingkungan yang dilakukan perusahaan. Berdasarkan statistik deskriptif rata-rata profitabilitas (ROA) selama tahun 2014-2017 dalam penelitian ini sebesar 8%, menurut Kasmir (2013) profitabilitas (ROA) perusahaan dikatakan baik apabila mencapai rata-rata industri sebesar 40% sehingga profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Trisnawati (2014) dan Komalasari dan Devi (2014) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Pengaruh Likuiditas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Berdasarkan hasil pengujian didapat bahwa variabel likuiditas yang diproksikan dengan CR berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar 3,084 dan nilai signifikan t sebesar 0,002. Artinya lebih kecil dari nilai α sebesar 0,05, sehingga likuiditas berpengaruh positif terhadap

pengungkapan *corporate social responsibility*. Berdasarkan teori legitimasi yang melandasi bahwa kekuatan perusahaan dapat diketahui melalui rasio likuiditas yang tinggi dan berhubungan dengan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial yang tinggi. Hal ini didasarkan bahwa semakin kuat keuangan suatu perusahaan akan menyebabkan perusahaan cenderung memberikan informasi yang lebih luas daripada perusahaan yang memiliki kondisi keuangan yang lemah (Rahajeng, 2010).

Menurut Syahrir dan Suhendra (2010) (dalam Kamil dan Herusetya, 2012) perusahaan yang memiliki likuiditas tinggi akan lebih banyak melakukan kegiatan yang berhubungan dengan sosial sebagai sinyal kepada perusahaan lain bahwa perusahaannya memiliki kinerja yang lebih bagus. Perusahaan yang mempunyai likuiditas menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam membayar kewajiban-kewajiban jangka pendeknya yang tepat waktu. Sehingga perusahaan menunjukkan kemampuan perusahaan yang kredibel sehingga citra perusahaan positif dan melekat pada perusahaan. *Image* positif memungkinkan pihak *stakeholders* untuk selalu ada pada pihak perusahaan atau mendukung perusahaan tersebut (Suryono dan Prastiwi, 2011). Salah satu apresiasi yang ditunjukkan perusahaan untuk menambah kepercayaan dan *image* positif yang telah ada adalah dengan melakukan publikasi informasi tambahan yang merepresentasikan kegiatan perusahaan yang peduli terhadap *corporate social responsibility*.

Berdasarkan statistik deskriptif nilai rata-rata likuiditas (CR) selama tahun 2014-2017 dalam penelitian ini mencapai 300% atau 3:1, menurut Kasmir (2012) likuiditas (CR) perusahaan dikatakan baik apabila mencapai rata-rata industri sebesar 200% atau 2:1. Hal ini nilai rata-rata perusahaan melebihi dari standar industri yang baik sehingga dapat dikatakan bahwa jika likuiditas semakin tinggi, berarti perusahaan semakin likuid, maka pengungkapan *corporate social responsibility* juga semakin tinggi. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Syahrir dan Suhendra (2010) menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Pengaruh Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Berdasarkan hasil pengujian yang didapat bahwa variabel *leverage* (DER) yang diprosikan dengan DER tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal ini ditunjukkan dengan nilai *t* hitung sebesar 0,388 dan nilai signifikan *t* sebesar 0,698. Artinya lebih besar dari nilai α sebesar 0,05, sehingga *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal ini disebabkan karena sudah terjadi hubungan yang baik antara perusahaan dengan *debt holders*, yang mengakibatkan *debt holders* tidak terlalu memperhatikan rasio *leverage* perusahaan (Wijaya, 2012). Meningkatnya hutang yang digunakan untuk ekspansi perusahaan akan mengakibatkan berkurangnya pengungkapan *corporate social responsibility* karena perusahaan dalam pembiayaannya telah melakukan perjanjian dengan pemberi kredit untuk melakukan pembayaran angsuran pokok beserta bunga. Pembayaran tersebut mengakibatkan berkurangnya laba karena perusahaan mementingkan pelunasan hutang dibandingkan mengeluarkan banyak biaya untuk mengungkapkan *corporate social responsibility*, sehingga pengungkapan *corporate social responsibility* akan menurun.

Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi mempunyai kewajiban lebih untuk melakukan pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal ini ketika hutang perusahaan semakin naik dengan sampai pada titik optimalnya, yang berarti perusahaan tersebut memiliki hutang yang semakin besar kepada kreditur agar perusahaan tetap diberikan pinjaman dan dipercayai kreditur, oleh karena itu perusahaan melakukan pengungkapan *corporate social responsibility* sebagai bukti bahwa perusahaan tidak sedang dalam kebangkrutan sehingga kreditur mau memberikan pinjaman. Nilai rata-rata *leverage* (DER) selama tahun 2014-2017 dalam penelitian ini mencapai 83%, menurut Kasmir (2012) *leverage* (DER) perusahaan dikatakan baik apabila mencapai rata-rata industri sebesar 90%. Hal ini

nilai rata-rata perusahaan masih kurang dari standar industri yang baik, sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi *leverage* tidak mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Munif (2010) dan Yulita (2011) yang menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Berdasarkan hasil pengujian didapat bahwa variabel ukuran perusahaan yang diproksikan dengan *SIZE* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal ini ditunjukkan dengan nilai *t* hitung sebesar 3,753 dan nilai signifikan *t* sebesar 0,000. Artinya lebih kecil dari nilai α sebesar 0,05. Sehingga ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal ini sesuai dengan teori *stakeholder* yaitu semakin besar perusahaan semakin banyak pula pihak-pihak yang menjadi bagian dari *stakeholder* perusahaan serta semakin besar ukuran perusahaan maka tuntutan *stakeholder* atas manfaat keberadaan perusahaan juga semakin besar. Hal ini juga sesuai dengan teori legitimasi yaitu perusahaan yang besar melakukan aktivitas yang lebih banyak sehingga memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat, memiliki lebih banyak pemegang saham yang mempunyai perhatian terhadap program sosial yang dilakukan perusahaan.

Menurut Esti dan Priyadi (2016) semakin besar aset yang dimiliki perusahaan maka perusahaan tidak lepas dari tuntutan kinerja yang baik dan semakin besar total aset maka mencerminkan kemampuan perusahaan untuk melakukan investasi dengan baik karena dapat meningkatkan kapasitas produksi untuk memperoleh laba yang maksimal. Salah satu cara untuk untuk memperlihatkan kinerja yang baik, perusahaan harus memperhatikan keadaan lingkungan sosial, yaitu dengan melakukan pengungkapan *corporate social responsibility* yang luas agar citra baik perusahaan melekat dimasyarakat. Dengan demikian, perusahaan yang melakukan program-program *corporate social responsibility* secara berkelanjutan, maka perusahaan dapat berjalan dengan baik. Hasil dalam penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Respati dan Hadiprajitno (2015) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan (*size*) berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).

Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Berdasarkan hasil pengujian didapat bahwa variabel ukuran dewan komisaris yang diproksikan dengan UDK tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal ini ditunjukkan dengan nilai *t* hitung sebesar -1,623 dan nilai signifikan *t* sebesar 0,107. Artinya lebih besar dari nilai α sebesar 0,05. Sehingga ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal ada beberapa hal yang diduga menjadi alasan mengapa besarnya proporsi dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Proporsi dewan komisaris pada sampel masih rendah, sehingga kemampuan dewan komisaris dalam memantau perilaku dewan direksi (manajemen) belum maksimal. Selain itu terdapat indikasi kemungkinan pemilihan dewan komisaris yang kurang efektif sehingga tidak dapat menunjukkan independensinya sehingga pengawasan tidak dapat berjalan dengan baik. Oleh karena itu, keberadaan dewan komisaris dalam suatu perusahaan belum berpengaruh dalam pemantauan kualitas pengungkapan finansial dan tanggung jawab sosial. Tidak berpengaruhnya dewan komisaris terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* karena adanya kemungkinan bahwa dewan komisaris memiliki kompetensi yang masih lemah (Terzhagi, 2012).

Menurut Restuningdiah (2010) kompetensi dewan komisaris memegang peranan penting dalam pengambilan keputusan, sehingga bukan hanya komposisi dewan komisaris yang dipertimbangkan namun juga pengetahuan dan latar belakang pendidikan, sehingga dapat meningkatkan kualitas pengambilan keputusan pada tingkat komisaris terkait dengan pengungkapan *corporate social responsibility*. Meskipun tidak diharuskan, lebih baik jika anggota dewan komisaris mempunyai kompetensi di bidang ekonomi, sehingga dapat mengambil keputusan yang tepat berdasarkan pengetahuan yang dimiliki. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Linda dan Erlina (2012) menunjukkan ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Simpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*; (2) Likuiditas berpengaruh positif terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*; (3) Leverage tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*; (4) Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*; (5) Ukuran Dewan Komisaris tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Saran

Berdasarkan simpulan penelitian yang telah diungkapkan diatas, maka saran yang dapat diberikan adalah: (1) Dalam penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan periode pengamatan yang lebih lama sehingga penelitian dapat digeneralisasi dan menggunakan menggunakan data yang lebih spesifik, agar hasil penelitian lebih lengkap dan akurat; (2) Dalam penelitian selanjutnya diharapkan menambah atau menggunakan variabel lain misalnya proksi profitabilitas, diganti dengan ROE (*Return On Assets*) dan ROI (*Return On Investment*).

DAFTAR PUSTAKA

- Ardian, H. dan S. Rahardja. 2013. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kebijakan Pengungkapan Tanggung jawab sosial dan lingkungan. *E-Journal Akuntansi Universitas Diponegoro* 2(2): 1-13.
- Arifin, H. I. dan A. Chariri. 2011. Hubungan Antara Mekanisme Good Corporate Governance dengan Kinerja Saham. *Tesis*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ekowati, L., Prasetyono, dan A. Wulandari. 2014. Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Growth, dan Media Exposure terhadap Pengungkapan Tanggugjawab Sosial Perusahaan studi pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2010-2012. *Simposium Nasional Akuntansi XVII Mataram*: 1-24.
- Esti, R. dan P.M. Priyadi. 2016. Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung jawab Sosial . *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi* 5(10): 1-18.
- Hadi, N. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Johan, A. M. 2011. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Sifat Pengungkapan Sukarela Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Skripsi*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Kamil, A dan A. Herusetya. 2012. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan Kegiatan *Corporate Social Responsibility*. *Media Riset Akuntansi* 2(1): 1-14.
- Kasmir. 2012. *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi Pertama. Cetakan keenam. Raja Grafindo Persada. Jakarta.

- Komalasari, D dan A.Y. Devi. 2014. Pengaruh Mekanisme Corporate Governance, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi Institut Manajemen Telkom* 2(3): 1-20.
- Linda, S dan C. Erlina. 2012. Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Umur Perusahaan dan Dewan Komisaris Independen Dalam Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi* 14(1): 17-30.
- Munif, A. Z. 2010. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Indeks Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* di Indonesia. *Tesis*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Purnasiwi, J. 2011. Analisis Pengaruh Size, Profitabilitas, dan *Leverage* Terhadap Pengungkapan CSR Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Skripsi*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Purwanto, A. 2011. Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Terhadap *Corporate Social Responsibility*. *Jurnal Akuntansi dan Auditing* 8(1): 1-94.
- Putra, E. N. 2011. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Skripsi*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Rahajeng, R. G. 2010. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Sosial Perusahaan. *Skripsi*. Jurusan Akuntansi. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ramdhaningsih, A. dan I. M. K. Utama. 2013. Pengaruh Indikator Good Corporate Governance dan Profitabilitas pada Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. *Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 3(3): 65-82.
- Respati, R. D. dan P. B. Hadiprajitno. 2015. Analisis Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan, Tipe Industri, dan Pengungkapan Media Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. *Jurnal Akuntansi Universitas Diponegoro* 4(4): 1-11.
- Restuningdiah, N. 2010. Pengaruh Komitmen Profesional Terhadap Kepuasan Kerja Akuntan Pendidik Melalui Komitmen Organisasi. *Jurnal Ekonomi Bisnis* 3(14): 1-8.
- Santiono, L. dan C. Erlina. 2012. Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Umur Perusahaan dan Dewan Komisaris Independen dalam Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi* 14(1): 17-30.
- Sudana, I. M. dan P.A. Arlinda. 2011. Corporate Governance dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan Go Public di BEI. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan* 4(1): 1-13.
- Suparno. 2010. Tanggung jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) dan Implementasinya. *Jurnal masalah-masalah hukum* 39(3): 213-220.
- Suryono dan Prastiwi. 2011. Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, *Leverage*, Aktivitas, Ukuran Perusahaan dan Corporate Governance terhadap Praktik Pengungkapan Sustainability Report. *Skripsi*. Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. Semarang.
- Syahrir, R. K. dan S. Suhendra. 2010. The effect of Company Characteristic to Disclosure Fittings of Miscellanus Industry Sector Annual Report Which is Registered in IDX. *Thesis*. Magister Akuntansi Universitas Gunadarma. Jakarta.
- Terzaghi, M. T. 2012. Pengaruh Earning Management dan Mekanisme Corporate Governance Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. *Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi* 2(1): 31-47.
- Trisnawati, R. 2014. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Dewan Komisaris dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Industri Perbankan di Indonesia. *Seminar Nasional dan Call For paper FEB UMS*: 369-385.
- Veronica, T. M. V. dan A. Sumin. 2010. The Effect of Company Characteristic On Disclosure Of Social Responsibility In Mining Corporate Listed In Indonesia Stock Exchange. *Jurnal Akuntansi Keuangan* 12(1): 1-15.

- Widianto, H. S. 2011. Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, *Leverage*, Aktivitas, Ukuran Perusahaan dan *Corporate Governance* terhadap Praktik Pengungkapan *Sustainability Report*. *Skripsi*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Wijaya, M. 2012. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi* 1(1): 26-30.
- Yulita, L. 2011. The Effect Characteristic of Company Toward Corporate Social Responsibility Disclosure in Mining Company Listed at Indonesia. *Skripsi*. Universitas Gunadarma. Jakarta.