

## PENGARUH PROFITABILITAS, *LEVERAGE* DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN

Esti Rofiqkoh

Rofiqkoh@yahoo.com

Maswar Patuh Priyadi

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

### ABSTRACT

*This research is aimed to find out the influence of profitability, leverage, and firm size to the corporate social responsibility disclosure. The independent variables in this research are profitability, leverage, and firm size whereas the dependent variable is the corporate social responsibility disclosure. The data is the secondary data in the form of annual report. The population is all sectors of manufacturing companies which are listed in Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2012-2014 periods and the sample collection technique has been carried out by using purposive sampling, i.e. the sample is selected based on certain criteria which are in accordance with what has been desired by the researcher. The samples are 52 companies with 3 years observation periods so 156 observation objects have been selected as samples. This research has been carried out by using multiple linear regressions as the analysis technique and SPSS program. The result of the research shows that profitability does not have any influence to the corporate social responsibility disclosure which has been measured by using ROA whereas leverage and firm size has an influence to the corporate social responsibility disclosure which has been measured by using DER and natural logs.*

*Keywords: Profitability, leverage, and firm size*

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Variabel independen dalam penelitian ini adalah profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan, sedangkan variabel dependennya yaitu pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder berupa laporan tahunan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh sektor perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2012-2014 dalam penelitian ini ditetapkan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, yaitu memilih sampel berdasarkan kriteria - kriteria tertentu sesuai dengan yang dikehendaki oleh peneliti. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 52 perusahaan dengan pengamatan selama 3 tahun sehingga terpilih sebanyak 156 obyek pengamatan. penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda dengan bantuan program spss. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang diukur menggunakan ROA sedangkan *leverage*, dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang diukur menggunakan DER dan Log natural.

Kata kunci: Profitabilitas, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan

### PENDAHULUAN

Beberapa tahun terakhir tanggungjawab sosial perusahaan telah menjadi isu perkembangan utama perusahaan. Dalam menjalankan usahanya, perusahaan tidak terlepas dari lingkungan dan masyarakat. Rindawati (2015) menyatakan bahwa pada hakikatnya setiap manusia maupun organisasi memiliki tanggung jawab sosial terhadap lingkungan. Salah satu informasi yang perlu diungkapkan demi keberlangsungan perusahaan adalah informasi tentang tanggungjawab sosial perusahaan.

Tanggungjawab sosial perusahaan merupakan salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh suatu perusahaan dimana merupakan wujud tanggungjawab dan sikap kepedulian perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat. Tanggungjawab sosial

perusahaan saat ini telah menunjukkan adanya kesadaran bahwa terdapat potensi timbulnya dampak buruk dari suatu kegiatan usaha. Dampak buruk tersebut tentunya harus dikurangi sedemikian rupa sehingga tidak membahayakan keselamatan masyarakat sekaligus tetap bersifat mendukung terhadap dunia usaha untuk masa yang akan datang.

Anggraini (2006) menyatakan bahwa tanggungjawab sosial perusahaan diperlukan untuk memperhatikan kondisi lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada, agar dapat mensejahterahkan masyarakat di sekitarnya. Untuk itu terdapat satu hal penting yang harus menjadi perhatian bagi perusahaan ataupun pelaku bisnis diantaranya mengenai kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan.

Tanggungjawab sosial perusahaan adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggungjawab sosial perusahaan dan menitik beratkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan (Untung, 2008).

Perusahaan melakukan pengungkapan tanggungjawab sosial merupakan proses pengkomunikasian dampak social dan lingkungan dari aktivitas ekonomi sebuah organisasi atau perusahaan terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan (Sembiring, 2005).

Pelaksanaan CSR yang menuntut adanya pertanggungjawaban dari perusahaan kepada masyarakat (sosial) dan lingkungan melanda dunia bisnis secara global, tidak terkecuali di Indonesia (Purwanto, 2011). Pemerintah saat ini menuntut perusahaan untuk menyadari bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sangatlah penting bagi perusahaan publik sehingga pemerintah mengesahkan undang - undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (PT). Peraturan tersebut menyatakan bahwa setiap perusahaan yang ada untuk melakukan dan mengungkapkan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang telah tertuang di Bab V Pasal 74 dan Pasal 66 ayat (2) bagian C.

Dengan adanya ketentuan atau peraturan yang ditetapkan oleh pemerintah tersebut, menunjukkan bahwa pemerintah sebagai salah satu pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan menuntut perusahaan untuk terlibat dalam pengelolaan masyarakat dan lingkungan.

Beberapa penelitian yang dilakukan terkait dengan pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan yaitu yang telah dilakukan oleh Purwanto (2011), dengan menggunakan variabel pengaruh tipe industri, ukuran perusahaan, profitabilitas, terhadap *Corporate Social Responsibility*. Hasil dari penelitian Purwanto (2011) bahwa tipe industri berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial, ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial, profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial. Sedangkan penelitian yang dilakukan Putri dan Christiawan (2014) Pengaruh profitabilitas, likuiditas, *leverage* perusahaan terhadap *corporate social responsibility*. Hasil dari penelitian tersebut Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, likuiditas tidak berpengaruh terhadap CSR, *Leverage* tidak berpengaruh terhadap CSR.

Menurut Sudarmadji dan Sularto (2007) profitabilitas merupakan suatu indikator kinerja yang dilakukan manajemen dalam mengelola kekayaan perusahaan yang ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan. Secara garisbesar, laba yang dihasilkan perusahaan berasal dari penjualan dan investasi yang dilakukan perusahaan. Secara umum, dalam menjabarkan penjualan menjadi laba menunjukkan prestasi profitabilitas perusahaan. Maka salah satu tujuan perusahaan yaitu mencapai keuntungan yang nantinya akan dapat meningkatkan kesejahteraan parapemegang saham.

Penelitian Sari (2012) menyatakan bahwa profitabilitas perusahaan berpengaruh positif terhadap CSR, sedangkan penelitian Suhaenah (2012) menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap tanggung jawab sosial. Oleh sebab itu, profitabilitas

digunakan dalam salah satu variabel penelitian ini untuk menguji kembali apakah profitabilitas perusahaan berpengaruh terhadap *corporate social responsibility disclosure*.

Wardani (2013) menyatakan bahwa *leverage* adalah perbandingan antara dana yang diperoleh dari eksternal perusahaan dengan dana yang dimiliki oleh perusahaan. Sari (2012) menyatakan bahwa *leverage* mencerminkan risiko keuangan perusahaan karena dapat menggambarkan struktur modal perusahaan dan mengetahui resiko tidak tertagihnya suatu utang. Peningkatan suatu pengeluaran akan membutuhkan dana yang lebih dana tersebut dapat berasal dari hutang atau *leverage*. Wardani (2013) menyatakan bahwa Perusahaan yang memiliki rasio *leverage* tinggi akan lebih sedikit mengungkapkan CSR supaya dapat melaporkan laba sekarang yang lebih tinggi.

Dalam penelitian Suhaenah (2012) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, sedangkan penelitian Sari (2012) menunjukkan *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Perbedaan hasil penelitian tersebut menjadikan alasan penelitian ini menggunakan variabel *leverage* karena ingin menguji kembali pengaruh *Leverage* terhadap pengungkapan CSR. Tidak hanya pengaruh dari profitabilitas dan *leverage* tetapi juga menambahkan variabel ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR dalam penelitian ini.

Sembiring (2005) menyatakan bahwa disamping perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan besar cenderung mendapat perhatian lebih dari masyarakat luas. Dengan demikian, biasanya perusahaan besar memiliki kecenderungan untuk selalu menjaga stabilitas dan kondisi perusahaan. Untuk menjaga stabilitas dan kondisinya, perusahaan tentu saja akan berusaha mempertahankan dan terus meningkatkan kinerjanya.

Penelitian yang telah dilakukan Purwanto (2011) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Oktariani dan Mimba (2014) yang menyatakan dalam penelitiannya ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Adikara (2011) menyatakan bahwa ukuran perusahaan merupakan variabel penduga yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan keuangan tahunan perusahaan. Ukuran perusahaan digunakan untuk menentukan perusahaan tersebut dikategorikan ke dalam perusahaan kecil atau berskala besar. Memprediksi ukuran perusahaan dapat terlihat luasnya pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penelitian ini menganalisis pengaruh profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggung jawaban social kepada pemegang saham. Semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan maka cenderung semakin luas *corporate social responsibility disclosure* (Sari, 2012).

*Leverage* adalah perbandingan antara dana yang diperoleh dari ekstern perusahaan dengan dana yang dimiliki oleh perusahaan. *Leverage* memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tidak tertagihnya suatu utang. Scott (2000) dalam Wardani (2013) menyampaikan pendapat yang mengatakan bahwa semakin tinggi *leverage* kemungkinan besar perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak utang, maka manajer akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba dimasa depan. Perusahaan yang memiliki rasio *leverage* tinggi akan lebih sedikit mengungkapkan CSR supaya dapat melaporkan laba sekarang yang lebih tinggi.

Ukuran suatu perusahaan dapat mempengaruhi luas pengungkapan informasi dalam laporan keuangan, secara umum perusahaan yang memiliki sumber daya yang besar akan mengungkapkan informasi yang lebih banyak dari pada perusahaan yang memiliki sumber

daya yang sedikit. Hal ini disebabkan adanya benturan kepentingan yang besar antara pemilik dan manajemen perusahaan dalam pengelolaan sumber daya yang dimiliki (Nugraha, 2013).

Penelitian ini mengacu pada penelitian yang telah dilakukan oleh Purwaningsih dan Suyanto (2015) yaitu profitabilitas, *leverage*. perbedaan penelitian ini menambahkan faktor baru yaitu ukuran perusahaan, variabel tersebut digunakan untuk meneliti kembali pengaruh yang ditimbulkan terhadap pengungkapan CSR. Periode pengamatan dalam penelitian ini tahun 2012-2014 dengan menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

## TINJAUAN TEORETIS DAN HIPOTESIS

### Teori Stakeholder

*Stakeholder* adalah semua pihak baik internal maupun eksternal yang memiliki hubungan baik bersifat mempengaruhi maupun dipengaruhi, bersifat langsung maupun tidak langsung oleh perusahaan (Hadi, 2011:93). *Stakeholder* merupakan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan yang meliputi karyawan, konsumen, pemasok, masyarakat, pemerintah selaku regulator, pemegang saham, kreditur, pesaing, dan lain-lain (Purwanto, 2011:14).

Purwanto (2011:14) menyatakan bahwa teori *stakeholder* merupakan teori yang menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri, namun harus dapat memberikan manfaat kepada seluruh *stakeholder*. Rustiarini (2011:4) *stakeholder theory* menyatakan bahwa kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada dukungan *stakeholder* yang mempengaruhi atau dapat dipengaruhi oleh aktivitas perusahaan.

Perusahaan tidak hanya bertanggung jawab terhadap para pemilik tetapi juga memiliki tanggungjawab terhadap kondisi lingkungan dan sosial masyarakat (*social responsibility*). Fenomena seperti itu terjadi karena adanya tuntutan dari masyarakat akibat *negative externalities* yang timbul serta ketimpangan sosial yang terjadi (Hadi, 2011:93). Menurut Soelistyoningrum (2011:13), alasan yang mendorong perusahaan perlu memperhatikan kepentingan *stakeholder*, yaitu:

1. Isu lingkungan melibatkan berbagai kepentingan berbagai kelompok dalam masyarakat yang dapat mengganggu kualitas hidup mereka.
2. Dalam era globalisasi telah mendorong produk-produk yang diperdagangkan harus bersahabat dengan lingkungan.
3. Para investor dalam menanamkan modalnya cenderung untuk memilih perusahaan yang memiliki dan mengembangkan kebijakan dan program lingkungan.
4. LSM dan pencinta lingkungan makin vokal dalam mengkritik perusahaan-perusahaan yang kurang peduli terhadap lingkungan.

Teori ini menjelaskan mengenai pentingnya perusahaan untuk memuaskan keinginan para *stakeholder*. Dalam hal ini, perusahaan mengungkapkan secara sukarela atas investasi lingkungan yang telah dilakukan untuk membuktikan kepada masyarakat atas kepedulian perusahaan tersebut dalam menjaga lingkungan dan memberikan nilai tambah serta manfaat bagi masyarakat yang merupakan *stakeholder*-nya. Hubungan perusahaan dengan *stakeholder* dibangun berdasarkan konsep kebermanfaatan yang membangun kerjasama untuk bisa membangun kesinambungan usaha perusahaan.

### Teori Legitimasi

Teori legitimasi befokus pada interaksi antara perusahaan dengan masyarakat. Teori ini menjadi landasan bagi perusahaan untuk memperhatikan apa yang menjadi harapan

masyarakat dan mampu menyelaraskan dengan norma sosial yang berlaku dimana perusahaan melangsungkan kegiatan bisnisnya. Menurut teori ini suatu perusahaan beroperasi dengan ijin masyarakat, dimana ijin dapat ditarik apabila masyarakat menilai jika perusahaan tidak melakukan hal-hal yang diwajibkan kepadanya (Sari, 2013:12).

Perusahaan dapat mengungkapkan informasi yang berhubungan dengan organisasi sosial, komunitas masyarakat, dan lingkungan yang diperlukan. Informasi tersebut dapat diungkapkan dalam *sustainability report* sebagai akuntabilitas terhadap publik yang bertujuan untuk mendapat legitimasi masyarakat dan menjelaskan bagaimana dampak sosial dan lingkungan yang ditimbulkan oleh perusahaan.

Siregar (2013:10) mengatakan Dasar pemikiran teori ini adalah organisasi atau perusahaan akan terus berlanjut keberadaannya jika masyarakat menyadari bahwa organisasi beroperasi untuk sistem nilai yang sepadan dengan sistem nilai masyarakat itu sendiri. Teori legitimasi menganjurkan perusahaan untuk meyakinkan bahwa aktivitas dan kinerjanya dapat diterima oleh masyarakat.

Menurut Wibowo (2014:5) bahwa teori legitimasi menganjurkan perusahaan untuk meyakinkan bahwa aktivitas dan kinerjanya dapat diterima oleh masyarakat. Perusahaan menggunakan laporan keberlanjutan mereka untuk menggambarkan kesan tanggungjawab sosial, sehingga diterima oleh masyarakat. Dengan adanya penerimaan dari masyarakat tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan sehingga dapat meningkatkan laba perusahaan pula.

### **Teori Keagenan**

Teori keagenan (*agency theory*) mengungkapkan adanya hubungan antara principal (pemilik perusahaan atau pihak yang memberikan mandat) dan agent (manajer perusahaan atau pihak yang menerima mandat) yang dilandasi dari adanya pemisahan kepemilikan dan pengendalian perusahaan, pemisahan penanggung resiko, pembuatan keputusan dan pengendalian fungsi-fungsi (Wardani, 2013:13). Konflik kepentingan antara manajer dengan pemilik menjadi semakin besar ketika kepemilikan manajer terhadap perusahaan semakin kecil. Dalam hal ini manajer akan berusaha untuk memaksimalkan kepentingan dirinya dibandingkan kepentingan perusahaan. sebaliknya semakin besar kepemilikan manajer didalam perusahaan maka semakin produktif tindakan manajer dalam memaksimalkan nilai perusahaan, dengan kata lain biaya kontrak dan pengawasan menjadi rendah. Manajer perusahaan akan mengungkap informasi sosial dalam rangka untuk meningkatkan image perusahaan, meskipun harus mengorbankan sumber daya untuk aktivitas tersebut.

Dalam hubungan agensi tersebut, terdapat faktor yang dapat mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yaitu biaya pengawasan dan biaya kontrak. Febrina dan Suaryana (2011:5) teori keagenan menyatakan bahwa, perusahaan yang menghadapi biaya kontrak dan biaya pengawasan yang rendah cenderung akan melaporkan laba lebih rendah atau dengan kata lain akan mengeluarkan biaya-biaya untuk kepentingan manajemen (salah satunya biaya yang dapat meningkatkan reputasi perusahaan di mata masyarakat yaitu biayabiaya yang terkait dengan tanggung jawab sosial perusahaan). Selanjutnya sebagai wujud pertanggungjawaban, manager sebagai agen akan berusaha memenuhi seluruh keinginan pihak prinsipal, dalam hal ini adalah pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan. Pengungkapan informasi CSR diharapkan dapat memberikan informasi tambahan kepada investor, sehingga dalam pengambilan keputusan investor tidak mendasarkan pada informasi laba saja (Rindawati, 2015:16). Subiantoro (2015:11) perusahaan yang melakukan pengungkapan informasi tanggung jawab sosial dengan tujuan membangun *image* pada perusahaan dan mendapatkan perhatian dari masyarakat.

### **Tanggungjawab Sosial Perusahaan**

Pengertian tanggung jawab sosial perusahaan menurut Untung (2008:1) mengemukakan bahwa *corporate social responsibility* merupakan komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggungjawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial dan lingkungan.

Septiana (2014:13) tanggungjawab sosial perusahaan adalah suatu tindakan atau konsep yang dilakukan oleh perusahaan sebagai bentuk tanggungjawab mereka terhadap sosial atau lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada.

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa tanggungjawab sosial perusahaan merupakan suatu bentuk tindakan tanggungjawab sosial perusahaan atas segala aktifitas yang telah dilakukan dengan turut serta memberi kontribusi positif terhadap masyarakat dan lingkungan. Anggraini (2006) menyatakan bahwa tuntutan terhadap perusahaan untuk memberikan informasi yang transparan, organisasi yang akuntabel serta tata kelola perusahaan yang semakin bagus semakin memaksa perusahaan untuk memberikan informasi mengenai aktivitas sosialnya. Masyarakat membutuhkan informasi mengenai sejauh mana perusahaan sudah melaksanakan aktivitas sosialnya sehingga hak masyarakat untuk hidup aman dan tentram, kesejahteraan karyawan, dan keamanan mengkonsumsi makanan dapat terpenuhi.

Contoh bentuk tanggungjawab itu bermacam macam, mulai dari melakukan kegiatan yang dapat mensejahterakan masyarakat dan perbaikan lingkungan, pemberian beasiswa, pemberian dana pemeliharaan fasilitas umum, sumbangan untuk fasilitas masyarakat yang bersifat sosial dan berguna untuk masyarakat banyak, khususnya masyarakat yang berada disekitar perusahaan tersebut.

Dalam persaingan pasar yang kian kompetitif, CSR bisa memberikan citra perusahaan yang baik dan etis dimata publik, jika hubungan perusahaan dengan masyarakat tidak baik maka akan ada masalah sehingga dapat menghambat jalannya operasi perusahaan.

Konsep CSR pada umumnya menyatakan bahwa tanggung jawab perusahaan tidak hanya terhadap pemilikinya atau pemegang saham saja tetapi juga terhadap para *stakeholders* yang terkait atau terkena dampak dari keberadaan perusahaan. Hal ini sesuai dengan teori *stakeholder* yang menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*.

### **Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan**

Pengungkapan merupakan informasi yang telah dikeluarkan untuk pihak-pihak yang berkepentingan. Pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan bertujuan agar suatu perusahaan dapat memberikan tanggung jawab sosialnya terhadap masyarakat yang dilaksanakan perusahaan dalam waktu periode tertentu.

Septiana (2014:16) Dalam interpretasi yang lebih luas, pengungkapan terkait dengan informasi baik yang terdapat dalam laporan keuangan maupun komunikasi tambahan yang terdiri dari catatan kaki, informasi tentang kejadian setelah tanggal laporan, analisis manajemen atas operasi perusahaan dimasa datang, perkiraan keuangan operasi serta informasi lainnya.

Deegan (2002) dalam Purwanto (2011:18) menyatakan beberapa alasan perusahaan melakukan pengungkapan sosial dan lingkungan, diantaranya adalah

- 1) Keinginan untuk memenuhi persyaratan yang ada dalam undang-undang.
- 2) Pertimbangan rasionalitas ekonomi. Atas dasar alasan ini, praktik pengungkapan sosial memberikan keuntungan bisnis karena perusahaan melakukan "hal yang benar" dan alasan ini mungkin dipandang sebagai motivasi utama.
- 3) Keyakinan dalam proses akuntabilitas atau pertanggungjawaban untuk melaporkan. Artinya, manajer berkeyakinan bahwa orang memiliki hak yang tidak dapat

dihindari untuk memperoleh informasi yang memuaskan dan manajer tidak peduli dengan *cost* yang diperlukan untuk menyajikan informasi tersebut.

- 4) Keinginan untuk memenuhi persyaratan peminjaman. Lembaga pemberi pinjaman, sebagai bagian dari kebijakan manajemen risiko mereka, cenderung menghendaki peminjam untuk secara periodik memberikan berbagai item informasi tentang kinerja dan kebijakan sosial lingkungannya.
- 5) Untuk memenuhi atau menyesuaikan dengan ekspektasi masyarakat.
- 6) Sebagai konsekuensi dari ancaman terhadap legitimasi perusahaan.
- 7) Untuk *manage* kelompok *stakeholders* tertentu yang *powerful*.
- 8) Untuk menarik dana investasi.
- 9) Untuk mematuhi persyaratan industri tertentu. Sehingga terdapat tekanan tertentu untuk mematuhi aturan tersebut yang selanjutnya dapat mempengaruhi persyaratan pelaporan.
- 10) Untuk memenangkan penghargaan pelaporan tertentu.

### **Profitabilitas**

Profitabilitas adalah suatu angka yang menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan aset, dan modal saham tertentu. Profitabilitas dapat digunakan sebagai salah satu indikator dalam penilaian prestasi perusahaan, selain itu juga merupakan elemen dalam penciptaan nilai perusahaan dimasa yang akan datang sehingga profitabilitas menjadi salah satu pertimbangan penting bagi investor dalam keputusan investasinya (Septiana, 2014:19).

Penilaian prestasi suatu perusahaan dapat dilihat dari kemampuan perusahaan itu untuk menghasilkan laba. Laba perusahaan selain merupakan indikator kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban bagi para penyandang dananya, juga merupakan elemen dalam penciptaan nilai perusahaan yang menunjukkan prospek perusahaan di masa yang akan datang.

Amalia (2013:38) menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki kemampuan kinerja keuangan yang baik, akan identik dengan upaya-upaya untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas. Sedangkan perusahaan dengan kinerja yang tinggi maka akan meningkatkan nilai perusahaan dalam proses pembentukan *image* yang sangat berpengaruh untuk mendapatkan kepercayaan dari para *stakeholder*

Profitabilitas dapat diterapkan dengan menghitung berbagai tolak ukur yang relevan. Salah satu tolak ukur adalah dengan menggunakan rasio keuangan sebagai salah satu alat di dalam menganalisis kondisi keuangan hasil operasi dan tingkat profitabilitas suatu perusahaan. Sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial.

### **Leverage**

Purnasiwi (2011:10) menyatakan bahwa *leverage* merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. Perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* tinggi berarti sangat bergantung pada pinjaman luar untuk membiayai asetnya. Sedangkan perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* lebih rendah lebih banyak membiayai asetnya dengan modal sendiri. Tingkat *leverage* perusahaan, dengan demikian menggambarkan risiko keuangan perusahaan.

Belkaoui dan Karpik (1989) dalam Anggraini (2006:9) menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat *leverage* (rasio utang) semakin besar kemungkinan perusahaan akan melanggar perjanjian kredit sehingga perusahaan akan melaporkan laba sekarang lebih tinggi.

## Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan variabel yang banyak digunakan untuk menjelaskan pengungkapan tanggungjawab sosial yang dilakukan perusahaan dalam laporan tahunan yang dibuat. Dimana ukuran perusahaan adalah suatu skala atau nilai untuk mengklasifikasikan besar kecilnya suatu perusahaan berdasarkan indikator tertentu, antara lain total aktiva, *log size*, nilai saham, jumlah tenaga kerja, penjualan, dan kapitalisasi pasar.

Cowen et al. (dalam Amalia, 2013:38) perusahaan yang lebih besar dengan aktivitas operasi dan pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat akan memiliki pemegang saham yang mungkin memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan dan laporan tahunan akan digunakan untuk menyebarkan informasi tentang *corporate social responsibility* tersebut.

## Pengembangan Hipotesis

### Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan

Hackston dan Milne (dalam Anggraini, 2006:10) profitabilitas merupakan faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham.

Putri dan Christiawan (2014:64) mengatakan bahwa Perusahaan yang mampu menghasilkan profit adalah perusahaan yang memiliki manajemen yang mengerti dan peduli terhadap lingkungan sosial. Purnasiwi (2011:13) menyatakan bahwa jika profitabilitas tinggi, maka akan memberikan kesempatan yang lebih luas kepada manajemen dalam mengungkapkan dan melakukan program tanggungjawab sosialnya. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.

Seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh Sari (2012), yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

H<sub>1</sub>: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.

### Pengaruh Leverage Terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan.

*Leverage* merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. *Leverage* mencerminkan tingkat risiko keuangan perusahaan (Sembiring, 2005:382). Rasio *leverage* digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tertagihnya suatu utang. Tambahan informasi diperlukan untuk menghilangkan keraguan pemegang obligasi terhadap dipenuhinya hak-hak mereka sebagai kreditur (Purnasiwi, 2011:14).

Marzully dan Denies (2012:26) menjelaskan bahwa perusahaan dengan *leverage* yang tinggi membuat perusahaan perlu melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan secara luas. Hal ini karena perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi berusaha untuk mengurangi sorotan dari debitor sehingga perusahaan dituntut untuk aktif melakukan pengungkapan tanggung jawab sosialnya. Oleh karena itu perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas dari pada perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah.

Seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh Purnasiwi (2011), yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

H<sub>2</sub> : *Leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan



## **Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan.**

Sudarmadji dan Sularto (2007:54) ukuran perusahaan dapat dinyatakan dalam total aktiva, penjualan dan kapitalisasi pasar. Semakin besar total aktiva, penjualan dan kapitalisasi pasar maka semakin besar pula ukuran perusahaan itu. Maka dari itu semakin besar aktiva maka semakin banyak modal yang ditanam, semakin banyak penjualan maka semakin banyak perputaran uang dan semakin besar kapitalisasi pasar maka semakin besar pula perusahaan dikenal masyarakat.

berdasarkan teori legitimasi, perusahaan besar memiliki aktivitas yang lebih banyak, sehingga menimbulkan dampak sosial lingkungan yang lebih besar pula dibandingkan dengan perusahaan kecil. Sembiring (2005:381) menyatakan bahwa perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan dan perusahaan yang lebih besar dengan aktifitas operasi dan pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat mungkin akan memiliki pemegang saham yang memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan sehingga pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan akan semakin luas. Oleh karena itu ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan

Seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh Sari (2012), yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

H<sub>3</sub>: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan data sekunder, dan penelitian ini memiliki variabel-variabel untuk diuji, alat ukur, serta hipotesis penelitian. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menekankan pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dalam suatu skala numerik (angka) dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik. Data sekunder merupakan sumber data yang diperoleh secara tidak langsung dan menggunakan media perantara.

### **Gambaran dari Populasi (objek) penelitian**

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan manufaktur yang tercatat (*go public*) di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode tahun 2012-2014. Alasan dipilihnya perusahaan manufaktur sebagai sampel penelitian adalah karena industri manufaktur memiliki kontribusi yang besar terhadap pencemaran udara, tanah, serta kerusakan lingkungan sebagai dampak dari limbah yang dihasilkannya, sehingga diharapkan praktik pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan menjadi lebih luas

### **Teknik Pengambilan Sampel**

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling* yaitu teknik *sampling* yang anggota sampelnya dipilih secara khusus berdasarkan kriteria. Berdasarkan metode tersebut maka kriteria penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI selama periode tahun 2012-2014.
2. Perusahaan manufaktur menerbitkan laporan tahunan dan laporan keuangan secara konsisten selama periode tahun 2012-2014.
3. Perusahaan manufaktur yang menyediakan informasi berupa tanggungjawab sosial perusahaan dalam laporan tahunan.

4. Perusahaan manufaktur yang laporan keuangan dinyatakan dalam matauang Rupiah secara berturut turut selama periode tahun 2012-2014.

### Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik dokumentasi dengan mengumpulkan dan memanfaatkan data yang telah tersedia sebagai sumber informasi. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data penelitian diambil berdasarkan laporan tahunan (*annual report*) dan laporan keuangan (*financial report*) perusahaan manufaktur yang telah dipublikasikan pada periode tahun 2012-2014. Data yang diperoleh merupakan data yang diperoleh melalui situs Bursa Efek Indonesia yaitu *www.idx.co.id*, serta Pojok Bursa Efek Indonesia STIESIA Surabaya. Data dalam penelitian ini meliputi data perusahaan manufaktur yang mencakup periode tahun 2012-2014. Alasan menggunakan data dari Bursa Efek Indonesia adalah karena bursa tersebut terbesar dan dapat mempresentasikan kondisi bisnis di Indonesia.

### Variabel dan Definisi Operasional Variabel

#### Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada laporan tahunan (*annual report*) perusahaan atau *corporate social reporting Index* (CSRI). Untuk mengukur pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan digunakan *content analysis*. *Content analysis* merupakan suatu metode yang dapat melakukan pembahasan mendalam terhadap isi suatu informasi yang tertulis atau tercetak dalam suatu media pelaporan, merupakan metode analisis teks yang cukup handal, dan bertujuan untuk menjelaskan variabel dari gejala yang nyata bukan untuk memahami suatu fenomena (Purwanto, 2011:22).

Selanjutnya *checklist* dilakukan dengan melihat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang dipaparkan dalam laporan tahunan dan disesuaikan dengan item pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Pengukuran tanggungjawab sosial perusahaan dilakukan dengan menghitung total *item* kategori tanggungjawab sosial perusahaan yang diungkapkan oleh perusahaan. Untuk setiap *item* yang diungkapkan diberi nilai 1 dan yang tidak diungkapkan diberi nilai 0, kemudian total nilai pengungkapan digunakan untuk mengukur indeks tanggungjawab sosial perusahaan. Adapun total *item* pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sejumlah 78 item (Sembiring, 2005). Pengukuran Indeks *Corporate Social Responsibility* dilakukan dengan rumus sebagai berikut (Sayekti dan Wondabio, 2007):

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

Dimana :

CSRI<sub>j</sub> = *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* Perusahaan j

N<sub>j</sub> = Jumlah item untuk perusahaan j,  $n_j \leq 78$

X<sub>ij</sub> = Jumlah item yang diungkapkan, jika diungkapkan diberi nilai 1. Jika tidak diungkapkan diberi nilai nol.

#### Variabel Independen

##### 1. Profitabilitas

Profitabilitas merupakan suatu indikator kinerja yang dilakukan manajemen dalam mengelola kekayaan perusahaan yang ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan. Secara garis besar laba yang dihasilkan perusahaan berasal dari penjualan dan investasi yang dilakukan oleh perusahaan (Sudarmadji dan Sularto, 2007). Profitabilitas mengukur seberapa besar

aktivitas perusahaan dalam menghasilkan laba bersih. Penelitian yang telah dilakukan oleh Sari (2012:132) rasio profitabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Return on Asset (ROA)*. *Return on Asset (ROA)* merupakan rasio antara laba bersih terhadap total aset. (Fibrianti dan Wisada, 2015) menggunakan rumus sebagai berikut:

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

## 2. Leverage

*Leverage* dapat diartikan sebagai tingkat ketergantungan perusahaan terhadap hutang dalam membiayai kegiatan operasinya, dengan demikian *leverage* juga mencerminkan tingkat resiko keuangan perusahaan (Sembiring, 2005). *Leverage* merupakan pengukur besarnya aktiva yang dibiayai dengan hutang. Hutang yang digunakan untuk membiayai aktiva berasal dari kreditor, bukan dari pemegang saham ataupun investor (Sudarmdji dan Sularto, 2007). Dalam penelitian ini, *leverage* diukur dengan menggunakan *Debt To Equity Ratio* (Fibrianti dan Wisada, 2015) menggunakan rumus sebagai berikut:

$$DER = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

## 3. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan diukur dari total aset yang dimiliki perusahaan yang diperoleh dari laporan tahunan perusahaan untuk periode tahun 2012-2014. Skala pengukuran untuk ukuran perusahaan dengan logaritma natural. Dalam penelitian ini ukuran perusahaan diukur dengan total aktiva yang dimiliki perusahaan, kemudian akan ditransformasikan dalam logaritma natural untuk menyamakan nilai dengan variabel profitabilitas dan *leverage* dikarenakan total aktiva perusahaan nilainya besar dibandingkan variabel profitabilitas dan *leverage* dalam penelitian ini dengan tujuan agar data total aset dapat terdistribusi dengan normal. (Oktariani dan Mimba, 2014) menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Ukuran perusahaan} = \text{Log natural (total aset)}.$$

## Analisis Regresi Berganda

Pengujian terhadap hipotesis dalam penelitian ini dilakukan menggunakan regresi linear berganda. Dalam penelitian ini regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSRI (*Corporate Social Responsibility Disclosure Index*).

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

$$CSRI = \alpha + \beta_1 \text{PROFIT} + \beta_2 \text{LEV} + \beta_3 \text{SIZE} + e$$

Keterangan :

CSRI : *Corporate Social Responsibility Disclosure Index*

$\alpha$  : Konstanta

PROFIT : Profitabilitas (ROA)

LEV : *Leverage*

SIZE : Ukuran Perusahaan

e : Error

## ANALISIS DAN PEMBAHASAN

### Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif berfungsi memberikan gambaran atau deskripsi data berdasarkan nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, nilai maksimum, dan minimum dari masing-masing variabel. Statistik deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk memberi informasi mengenai variabel index pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan. Hasil uji statistik deskriptif dari variabel-variabel penelitian disajikan dalam tabel 1.

**Tabel 1**  
**Uji Statistik Deskriptif**

| Variabel           | N   | Minimum | Maximum | Mean    | Std. Deviation |
|--------------------|-----|---------|---------|---------|----------------|
| CSRI               | 156 | 0,013   | 0,526   | 0,19521 | 0,118782       |
| PROF               | 156 | -0,222  | 0,657   | 0,10112 | 0,129857       |
| DER                | 156 | 0,039   | 22,461  | 1,37058 | 2,667907       |
| UKPER              | 156 | 23,082  | 33,094  | 30,1208 | 31,09467       |
| Valid N (listwise) | 156 |         |         |         |                |

Sumber : data sekunder diolah, 2016

Variabel index pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan pada tabel 1, semakin besar nilai tanggungjawab sosial perusahaan artinya perusahaan lebih banyak mengungkapkan item-item tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan hasil perhitungan maka diketahui bahwa angka CSRI pada penelitian ini dengan nilai minimum sebesar 0,013 dan nilai maximum sebesar 0,526. Rata-rata (*mean*) variabel CSRI adalah 0,19521 dengan standar deviasi sebesar 0,118782.

Variabel PROF pada variabel tersebut menggunakan hasil perhitungan *Return on Asset* (ROA) pada tabel 2 maka diketahui bahwa PROF pada penelitian ini dengan nilai minimum sebesar -0,222 dan nilai maximum sebesar 0,657. Rata-rata (*mean*) variabel PROF adalah 0,10112 dengan standar deviasi sebesar 0,129857. Variabel DER pada variabel tersebut menggunakan hasil perhitungan *Debt To Equity Ratio* (DER) pada tabel 1 maka diketahui bahwa DER pada penelitian ini dengan nilai minimum sebesar 0,039 dan nilai maximum sebesar 22,461. Rata-rata (*mean*) variabel DER adalah 1,37058 dengan standar deviasi sebesar 2,667907. Variabel UKPER variabel tersebut diukur dengan total aset yang dimiliki perusahaan, kemudian akan ditransformasikan dalam *logaritma natural*. Pada tabel 1 berdasarkan hasil perhitungan maka diketahui bahwa total aset pada penelitian ini dengan nilai minimum sebesar 23,082 dan nilai maximum sebesar 33,094. Rata-rata (*mean*) variabel SIZE adalah 30,1208 dengan standar deviasi sebesar 31,09467.

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji normalitas

Tampilan grafik normal *probability plot* menunjukkan bahwa titik-titik (data) menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti atau mendekati arah garis diagonal. Hal ini berarti bahwa model regresi dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas. yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa nilai *Asymp. Sig.*  $0,682 > 0,05$  yang menunjukkan bahwa variabel penelitian telah memenuhi asumsi normalitas karena tingkat signifikannya lebih besar dari 0,05.

### Uji Multikolinearitas

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas, diperoleh perhitungan nilai *tolerance* menunjukkan tidak ada variabel independen yang memiliki nilai *tolerance* < 0,10. Hasil perhitungan nilai VIF juga menunjukkan hal yang sama bahwa tidak ada variabel bebas yang memiliki nilai VIF > 10. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

### Uji Autokorelasi

Berdasarkan hasil uji autokorelasi dapat diketahui bahwa hasil uji autokorelasi menunjukkan nilai *Durbin-Watson* sebesar 0,955 yang terletak antara -2 sampai +2 maka tidak ada autokorelasi.

### Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar terlihat titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu, baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Dengan demikian hal ini dapat disimpulkan bahwa penelitian ini terbebas dari masalah heteroskedastisitas sehingga model layak digunakan.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi merupakan salah satu analisis yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh suatu variabel terhadap variabel lain. Dalam penelitian ini, analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan terhadap index pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan data yang telah dikumpulkan, dengan menggunakan program SPSS versi 20, maka diperoleh hasil olahan seperti tampak pada tabel 2.

**Tabel 2**  
**Uji Analisis Regresi Linier Berganda**

| Model      | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | T      | Sig. |
|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
|            | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      |
| (Constant) | -,494                       | ,144       |                           | -3,441 | ,001 |
| 1 PROF     | ,014                        | ,075       | ,015                      | ,186   | ,853 |
| DER        | ,008                        | ,004       | ,180                      | 2,281  | ,024 |
| UKPER      | ,024                        | ,005       | ,364                      | 4,672  | ,000 |

Sumber : data sekunder diolah, 2016

Berdasarkan tabel 2 diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$CSDI = -0,494 + 0,014 \text{ PROF} + 0,008 \text{ DER} + 0,024 \text{ UKPER} + e$$

### Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien regresi digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin besar nilai R<sup>2</sup> maka semakin kuat kemampuan model regresi yang diperoleh untuk menerangkan kondisi yang sebenarnya. Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi yang disajikan pada tabel 3 berikut ini:

**Tabel 3**  
**Uji Koefisien Determinasi**

| Model | R     | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | ,390a | 0,152    | 0,135             | 0,110447                   |

Sumber : data sekunder diolah, 2016

Berdasarkan hasil penelitian yang terlihat pada tabel 3, menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi (*Adjusted R<sup>2</sup>*) diperoleh sebesar 0,135 atau 13,5%. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa kemampuan variabel dependen pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan adalah sebesar 13,5%, dipengaruhi oleh variabel independen profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan. Sedangkan sisanya sebesar 86,5% dijelaskan oleh variabel lain di luar model regresi tersebut.

### Uji Kelayakan Model (Uji F)

Uji kelayakan model digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen yang terdiri dari profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan secara bersama-sama (simultan) terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Berdasarkan hasil analisa uji kelayakan model yang disajikan pada tabel 4 berikut ini:

**Tabel 4**  
**Hasil Uji Kelayakan Model**

| Model |            | Sum of Squares | Df  | Mean Square | F     | Sig.              |
|-------|------------|----------------|-----|-------------|-------|-------------------|
| 1     | Regression | ,333           | 3   | ,111        | 9,092 | ,000 <sup>b</sup> |
|       | Residual   | 1,854          | 152 | ,012        |       |                   |
|       | Total      | 2,187          | 155 |             |       |                   |

Sumber : data sekunder diolah, 2016

Berdasarkan tabel 4 diperoleh nilai signifikansi F sebesar  $0,000 < 0,05$  yang artinya variabel profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

### Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial (uji t) dalam penelitian ini digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel independen secara sendiri-sendiri (parsial) terhadap variabel dependen. Hasil pengujian parsial (uji t) dari masing-masing variabel profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan. Berdasarkan hasil analisa uji parsial yang disajikan pada tabel 5 berikut ini:

**Tabel 5**  
**Hasil Uji Parsial**

| Model | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |      | T      | Sig. |
|-------|-----------------------------|------------|---------------------------|------|--------|------|
|       | B                           | Std. Error | Beta                      |      |        |      |
| 1     | (Constant)                  | -,494      | ,144                      |      | -3,441 | ,001 |
|       | PROF                        | ,014       | ,075                      | ,015 | ,186   | ,853 |
|       | DER                         | ,008       | ,004                      | ,180 | 2,281  | ,024 |
|       | UKPER                       | ,024       | ,005                      | ,364 | 4,672  | ,000 |

Sumber : data sekunder diolah, 2016

Dari tabel 5 menunjukkan bahwa variabel profitabilitas (PROF) mempunyai nilai t sebesar 0,186 dengan tingkat signifikan  $0,853 > 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa  $H_1$  ditolak dan  $H_0$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Variabel *leverage* (DER) mempunyai nilai t sebesar 2,281 dengan tingkat signifikan  $0,024 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.

Variabel ukuran perusahaan (UKPER) mempunyai nilai t sebesar 4,627 dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.

## **Pembahasan**

### **Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel profitabilitas yang diukur dengan *Return On Asset* mempunyai nilai t sebesar 0,186 dengan tingkat signifikansi  $0,853 > 0,05$ . Dapat disimpulkan bahwa variabel profitabilitas memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini berarti bahwa besar kecilnya profitabilitas perusahaan tidak akan mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dikarenakan laba yang dimiliki perusahaan diprioritaskan untuk kepentingan operasional, sehingga pemanfaatan untuk aktivitas sosial lebih kecil. Perusahaan dengan profitabilitas tinggi belum tentu lebih banyak melakukan aktivitas sosial karena perusahaan lebih berorientasi pada laba semata. Perusahaan tertarik untuk memfokuskan pengungkapan informasi keuangan saja dan menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan seperti *corporate social responsibility* (Sembiring, 2005). Hasil penelitian ini juga tidak berhasil mendukung teori legitimasi yang menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas maka semakin besar tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan untuk menggambarkan kinerja perusahaan sehingga perusahaan dapat diterima oleh masyarakat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Purwanto (2011), Putri dan Christiawan (2014) menemukan hasil penelitian bahwa tidak adanya pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Oktariani dan Mimba (2014), Sari (2012), Suhaenah (2012), Purwaningsih dan Suyanto (2015) menemukan hasil penelitian sebaliknya.

### **Pengaruh Leverage Terhadap Pengungkapan Tanggungjawab sosial Perusahaan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *leverage* yang diukur dengan *debt equity ratio* (DER) mempunyai nilai t sebesar 2,281 dengan tingkat signifikansi  $0,024 < 0,05$ . Dapat disimpulkan bahwa variabel *leverage* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Semakin tinggi *leverage* maka semakin luas pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa Rasio *leverage* digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko taktertagihnya suatu utang. Hal ini sesuai dengan teori keagenan yang memprediksi bahwa perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi akan mengungkap lebih banyak informasi, karena biaya keagenan perusahaan dengan struktur modal seperti itu lebih tinggi. Perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi berkewajiban untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas dibandingkan perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah. Oleh karena itu kreditor akan meyakinkan bahwa perusahaan tersebut dapat memenuhi kewajibannya pada saat jatuh tempo dan perusahaan akan berusaha memberikan informasi yang luas mengenai kondisi perusahaan. febrina(2011) menyatakan bahwa perusahaan dengan *leverage* tinggi akan menanggung biaya pengawasan yang tinggi. Maka dari itu perusahaan menyediakan informasi secara lebih komprehensif akan membutuhkan biaya lebih tinggi, maka perusahaan dengan *leverage* tinggi akan menyediakan informasi lebih lengkap. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Oktariani dan Mimba (2014), Suhaenah (2012), Purwaningsih dan Suyanto (2015) menemukan hasil penelitian bahwa adanya pengaruh *leverage* terhadap

pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Putri dan Christiawan (2014), Sari (2012) menemukan hasil penelitian sebaliknya.

### **Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan yang diukur dengan *Log natural* (Total Aset) mempunyai nilai *t* sebesar 4,672 dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Dapat disimpulkan bahwa variabel ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Hubungan signifikan antara variabel ukuran perusahaan dengan pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan dan arah koefisien yang positif menunjukkan bahwa besar kecilnya ukuran perusahaan akan mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan oleh perusahaan. Semakin besar aset yang dimiliki perusahaan maka perusahaan tidak lepas dari tuntutan untuk memiliki kinerja yang baik. Salah satu cara untuk dapat memperlihatkan kinerja yang baik, perusahaan harus memperhatikan keadaan lingkungan sosial, yaitu dengan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang lebih meluas agar kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan memiliki citra yang baik dimata masyarakat. Dengan demikian, apabila perusahaan melakukan program-program tanggung jawab sosial perusahaan secara berkelanjutan, maka perusahaan akan dapat berjalan dengan baik.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori *stakeholder*, semakin besar ukuran perusahaan maka tuntutan *stakeholder* atas manfaat keberadaan perusahaan tersebut cenderung lebih besar. Semakin besar suatu perusahaan maka pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan yang dibuat cenderung semakin luas.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Purwanto (2011), Sari (2012), Suhaenah (2012) menemukan hasil penelitian bahwa adanya pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Oktariani dan Mimba (2014) menemukan hasil penelitian sebaliknya

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk menguji pengaruh profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap luas pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Untuk menentukan perusahaan melakukan pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan digunakan 78 indikator pengungkapan dari daftar *checklist*. Simpulan dalam penelitian ini maka dapat dikemukakan sebagai berikut: (1) Dari hasil pembahasan menunjukkan profitabilitas memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap luas pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa tinggi rendahnya tingkat profitabilitas tidak mempengaruhi perusahaan untuk mengungkapkan tanggungjawab sosial perusahaan. (2) Dari hasil pembahasan menunjukkan *leverage* memiliki pengaruh signifikan terhadap luas pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa tinggi rendahnya tingkat *leverage* perusahaan mempengaruhi pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. maka dari itu perusahaan dengan rasio *leverage* yang lebih tinggi akan mengungkap lebih banyak informasi sosial. (3) Dari hasil pembahasan ukuran perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap luas pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal ini menunjukkan bahwa besar kecilnya ukuran perusahaan akan mempengaruhi pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Semakin besar aset yang dimiliki perusahaan maka perusahaan tidak lepas dari tuntutan untuk memiliki kinerja yang baik.



## Saran

Berdasarkan hasil penelitian pengaruh profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap luas pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan, peneliti memberikan saran dan implikasi atas hasil penelitian sebagai berikut: (1) Dalam penelitian selanjutnya disarankan mengikuti perkembangan dan memperbaharui item-item pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan yang sesuai dengan kondisi masyarakat saat ini. (2) Dalam penelitian selanjutnya disarankan dapat menambahkan variabel independen untuk memperjelas faktor-faktor yang dapat memperluas pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan misalnya tipe industri dan profil perusahaan. (3) Dalam penelitian selanjutnya dapat menggunakan populasi sampel seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia agar mengetahui kondisi seluruh perusahaan yang mengungkap tanggungjawab sosial perusahaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adikara, Y.N. 2011. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Dalam Laporan Tahunan Perusahaan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Skripsi*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Amalia, D. 2013. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility* di Bursa Efek Indonesia. *Media Riset Akuntansi* 3(1): 34-47.
- Anggraini, Fr.R.R. 2006. Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial Dalam Laporan Keuangan Tahunan. *Simposium Nasional Akuntansi IX* Padang.
- Febrina dan I.G.N.A Suaryana. 2011. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kebijakan Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Dan Lingkungan Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia. *Simposium Nasional Akuntansi XIV* Aceh.
- Fibrianti, N.P.M dan I.G.S. Wisada. 2015. Pengaruh hutang, Profitabilitas, dan Taanggung Jawab Lingkungan Pada CSR Disclosure. *Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 11.(2): 341-355
- Hadi, N. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Graha Ilmu. Yogyakarta
- Marzully, N., dan P. Denies. 2012. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Nominal* 1(1):22-34.
- Nugraha, S.A. 2013. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Dalam Laporan Tahunan Perusahaan. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA). Surabaya.
- Oktariani, N.W. dan N.P.S.H Mimba. 2014. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Dan Tanggung Jawab Lingkungan Pada Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.
- Purnasiwi, J. 2011. Pengaruh Size, Uprofitabilitas Dan Leverage Terhadap Pengungkapan CSR Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Skripsi*. Universitas Diponegoro. Semarang
- Purwaningsih, R.P. dan Suyanto. 2015. Pengaruh Profitabilitas Dan *Leverage* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2013). *Syariah Paper Accounting FEB UMS*. 133-140.
- Purwanto, A. 2011. Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility*. *Jurnal Akuntansi dan Auditing* 8(1): 12-29.
- Putri, R.A dan Y.G. Christiawan. 2014. Pengungkapan Profitabilitas, Likuiditas, dan *Leverage* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Studi Pada Perusahaan-perusahaan yang mendapat penghargaan ISRA dan *lissted* (Go-Public) di Bursa Efek Indonesia (BEI) 2010-2012). *Business Accounting Review* 2(1): 61-70.

- Rindawati, M.W. 2015. Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Kepemilikan Publik Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA). Surabaya.
- Rustiarini, N.W. 2011. Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham Pada Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis* 6(1): 1- 24.
- Sari, R.A. 2012. Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Nominal* 1(1): 124-140.
- Sari, M.P.Y. 2013. Pengaruh Kinerja Keuangan, Ukuran Perusahaan dan *Corporate Governance* terhadap Pengungkapan *Sustainability report*. *Skripsi*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Sayekti, Y. dan L.S. Wondabio. 2007. Pengaruh *CSR Disclosure* Terhadap *Earning Response Coefficient*. *Simposium Nasional Akuntansi X*. Makassar.
- Sembiring, E.R. 2005. Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggungjawab Sosial. *Simposium Nasional Akuntansi VIII*. Solo.
- Septiana, F. 2014. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA). Surabaya.
- Siregar, I. 2013. Hubungan Antara Kinerja Lingkungan Dan Kinerja Komite Audit Dengan Kualitas Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* Pada Perusahaan Manufaktur Di BEI. *Skripsi*. Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Soelistyoningrum, J.N. 2011. Pengaruh Pengungkapan *Sustainability Report* terhadap Kinerja Keuangan. *Skripsi*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Subiantoro, O.H. 2015. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA). Surabaya.
- Sudarmadji, A.M dan L. Sularto. 2007. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Dalam Laporan Tahunan Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Prosiding PESAT (Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitek dan Sipil)*. Auditorium Kampus Gunadarma: A53-A61.
- Suhaenah. 2012. Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Dan *Leverage* Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility Disclosure*). *Skripsi*. Universitas Gunadarma.
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas.
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 25 Tahun 2007 Tentang Penanaman Modal.
- Untung, H.B. 2008. *Corporate Social Responsibility*. Cetakan Pertama. Sinar Grafika. Jakarta.
- Wardani, N.K. 2013. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2009-2011. *Skripsi*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Wibowo, I. 2014. Dampak Pengungkapan *Sustainability Report* Terhadap Kinerja Keuangan dan Kinerja Pasar Perusahaan. *Simposium Nasional Akuntansi XVII* Mataram, Lombok.