

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

Silvi Dwi Amilia
silvidwi4@gmail.com
Andayani

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

Corporate Social Responsibility Disclosure is a part of financial management function that had important part in company. This research aimed to examine the effect of profitability, leverage and firm size on the disclosure of company social responsibility of Food and Beverages companies. The research was quantitative. While, the population was Food and Beverages companies which were listed on Indonesia Stock Exchange 2013-2017. Moreover, the data collection technique used purposive sampling, in which the sample was based on 4 criteria given. In line with, there were 10 Food and Beverages companies per year, as sample, with total of 50 firm years. Furthermore, the data analysis technique used multiple linear regression with SPSS 20 (Statistical Product and Service Solution). The research result concluded profitability had positive effect on the disclosure of company social responsibility. Likewise, firm size had positive effect on the disclosure of company social responsibility on Food and Beverages companies.

Keywords: profitability, leverage, firm size, disclosure of company social responsibility

ABSTRAK

Pengungkapan Corporate Social Responsibility merupakan salah satu bagian dari fungsi manajemen keuangan yang memiliki peran penting bagi suatu perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi dari penelitian ini adalah perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2013 sampai 2017. Sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling* dengan menggunakan 4 kriteria yang telah ditentukan, maka sampel yang diperoleh sebanyak 10 perusahaan pertahunnya dengan total keseluruhan 50 *firms years*. Metode analisis dari penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS 20 (*Statistical Product and Service Solution*). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Kata kunci: profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi saat ini banyak perusahaan melakukan usaha untuk memperbanyak keuntungan atau meningkatkan nilai perusahaan. Tetapi dalam memperbanyak keuntungan, perusahaan lupa akan lingkungan dimasyarakat. Banyaknya kerugian yang terjadi akibat pengelolaan lingkungan dimana perusahaan tersebut tidak bertanggung jawab atau tidak melihat lingkungan sekitar sehingga dapat meresahkan masyarakat. Contoh perbuatan perusahaan yang tidak bertanggung jawab atas sosial dan lingkungan adalah penggundulan hutan, polusi udara, pencemaran air, penangkapan hewan secara besar-besaran dan lain sebagainya. Sebaiknya perusahaan harus bertanggung

jawab atas pengelolaan lingkungan, menjaga dan melestarikan lingkungan agar dapat mensejahterakan masyarakat. Melalui kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) yang bisa disebut juga dengan *triple bottom line* (*economic, social, and environmental*), perusahaan jangan terfokus dengan masalah finansial saja tetapi harus memperhatikan interaksi organisasi dengan lingkungan fisik dan lingkungan sosialnya yang dibuat dalam laporan tahunan perusahaan.

Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan inti dari etika bisnis atau juga merupakan mekanisme bagi suatu perusahaan yang sukarela memberikan perhatian kepada lingkungan agar lingkungan tetap lestari dan terjaga dalam melakukan operasi bisnisnya. Tanggung jawab sosial perusahaan adalah komitmen perusahaan untuk memberikan bantuan dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan yang mengutamakan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan (Untung, 2008). Dalam melakukan tanggung jawab sosial tidak hanya memiliki kewajiban-kewajiban ekonomi dan legal (pemegang saham dan *shareholder*) tetapi juga dengan yang memiliki kewajiban-kewajiban terhadap pihak lain (*stakeholder*). Tanggung jawab sosial perusahaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) melihat pada semua hubungan yang berkaitan antara perusahaan dengan semua *stakeholder* yang merupakan pelanggan, komunitas, pegawai, pemerintah, investor dan *supplier*.

Pelaksanaan program CSR juga mendapat perhatian dari pemerintah yaitu dengan mengeluarkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas (UU PT), yang disahkan dengan pada 20 Juli 2007. Pasal 74 Undang-Undang Perseroan Terbatas menyatakan Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL).

Febrina dan Suaryana (2011) menyatakan bahwa tanggung jawab sosial merupakan salah satu elemen pengungkapan yang terdapat dilaporan tahunan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Pengungkapan item-item tanggung jawab sosial biasanya dilakukan melalui laporan tahunan perusahaan. Item-item pengungkapan diidentifikasi sesuai dengan *Reporting Guidelines* yang terdapat dalam *Global Reporting Initiative*. *Global Reporting Initiative* digunakan sebagai menyediakan kerangka kerja untuk laporan berkelanjutan, jadi *Global Reporting Initiative* dikelompokkan sendiri dari laporan keuangan atau laporan tahunan. Munculnya pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan adalah adanya suatu tuntutan dari masyarakat dan bagi para pemegang laporan keuangan yang merupakan dampak dari aktivitas perusahaan. Dalam pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan harus mempertimbangkan antara manfaat yang telah dilakukan dengan pengeluaran biaya yang dikeluarkan. Jika perusahaan mendapatkan manfaat yang lebih besar dari biaya maka perusahaan tersebut maka perusahaan harus suka rela membagi atau memberitahukan aktivitas perusahaan kepada publik. penelitian ini menguji tentang pengaruh profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Penelitian yang terkait dengan pengungkapan tanggung jawab sosial yang sudah dilakukan oleh Purwanto (2011) yang bervariasi pengaruh tipe industri, ukuran perusahaan, profitabilitas, terhadap *Corporate Social Responsibility*, yang menyatakan bahwa tipe industri dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, namun profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Penelitian Sari (2012) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, lalu penelitian dari Suhaenah (2012) menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR. Maka dari itu profitabilitas adalah salah satu variable penelitian yang akan diuji kembali, karena dalam penelitian-penelitian dahulu profitabilitas ada yang menyatakan signifikan dan ada yang menyatakan tidak signifikan. Penelitian ini bertujuan: (1) menguji pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (2) menguji pengaruh *leverage* terhadap

pengungkapan *corporate social responsibility* (3) menguji pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Tinjauan Teoritis

Teori Stakeholder

Stakeholder adalah hubungan yang bersifat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh pihak internal ataupun pihak eksternal dengan perusahaan untuk mendapatkan keuntungan satu sama lain Nor (2011:93). Pihak-pihak *stakeholder* yang berkepentingan dalam perusahaan adalah karyawan, konsumen, pemasok, pemerintah, masyarakat, pemegang saham, pesaing, kreditor, dan lain-lain (Purwanto, 2011:14).

Purwanto (2011:14) menyatakan bahwa teori *stakeholder* tidak hanya mementingkan operasi perusahaan itu sendiri tetapi dalam teori *stakeholder* perusahaan juga harus memberikan manfaat kepada para *stakeholder*. Rustiarini (2011:4) menyatakan bahwa dalam teori *stakeholder* perusahaan sangat membutuhkan dukungan dari para *stakeholder* karena dukungan tersebut sangat mempengaruhi kelangsungan hidup dari kegiatan atau aktivitas dari perusahaan.

Perusahaan tidak hanya bertanggung jawab terhadap *stakeholder* yang hanya sebatas indikator ekonomi saja tetapi perusahaan harus mengembangkan atau memperluas tanggung jawab tersebut sampai ke sosial lingkungan masyarakat yang memperhitungkan faktor-faktor sosial (*social dimentions*), jadi munculah istilah tanggung jawab sosial. Nor (2011:93) menyatakan bahwa fenomena itu terjadi akibat dari adanya tuntutan dari masyarakat akibat *negatif externalities* yang timbul serta ketimpangan sosial yang terjadi. Soelistyoningrum (2011:4) menyatakan bahwa alasan yang mendorong perusahaan perlu memperhatikan kepentingan *stakeholder*, yaitu: (1) Isu lingkungan yang 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 pecinta lingkungan makin vokal dalam mengkritik perusahaan-perusahaan yang kurang peduli terhadap lingkungan.

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. Jika konflik kepentingan manajer dengan perusahaan lebih besar maka kepemilikan manajer terhadap perusahaan semakin kecil. Hal ini manajer harus berusaha untuk memaksimalkan kepentingan dirinya daripada mementingkan perusahaan. Begitu sebaliknya, jika kepemilikan manajer dalam perusahaan semakin besar maka semakin produktif tindakan manajer dalam meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan atau meningkatkan *image* perusahaan harus mengungkapkan laporan meskipun harus mengorbankan sumber daya untuk kegiatannya tersebut.

Ada beberapa 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 biaya-biaya yang

terkait dengan tanggung jawab sosial perusahaan). Mewujudkan pertanggung jawaban, manajer selaku sebagai agen harus memenuhi seluruh keinginan pihak prinsipal, hali ini merupakan pengungkapan informasi pertanggung jawab sosial perusahaan. Pengungkapan informasi CSR diharapkan dapat memberikan informasi tambahan pada investor, sehingga dalam pengambilan keputusan investor tidak mendasarkan pada informasi laba saja (Rindawati, 2015:16). Perusahaan yang melakukan pengungkapan informasi tanggung jawab sosial dengan tujuan membangun *image* pada perusahaan dan mendapatkan perhatian dari masyarakat (Subiantoro, 2015:11)

Teori Legistimis

Teori legistimis merupakan teori yang berfokus dalam interaksi masyarakat dengan perusahaan. Teori ini menjadi landasan dimana dalam melangsungkan bisnisnya, perusahaan harus memperhatikan harapan masyarakat dan perusahaan harus mampu melaraskan norma sosial yang berlaku. 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 mengungkapkan informasi yang berhubungan dengan sosial, organisasi, komunitas masyarakat, lingkungan yang akan diperlukan. Informasi yang akan diungkapkan dalam bentuk *sustanbility report* sebagai akuntabilitas yang bertujuan untuk mendapat legistimasi masyarakat dan menerangkan apa saja dampak yang akan terjadi dalam lingkungan masyarakat jika perusahaan akan melakukan kegiatannya.

Siregar (2013:10) menyatakan dasar pemikiran teori ini adalah organisasi atau perusahaan akan terus berlanjut keberadaannya jika masyarakat menyadari bahwa organisasi beroperasi untuk sistem lain yang sepadan dengan sistem nilai masyarakat itu sendiri. Teori legistimasi mengharuskan perusahaan bagaimana cara untuk meyakinkan kepada masyarakat untuk bisa melakukan aktivitas dan kinerja perusahaan. Dengan adanya keyakinan masyarakat, perusahaan akan bisa melakukan aktivitasnya demi meningkat nilai perusahaan dan bisa memberikan manfaat yang baik juga kepada masyarakat.

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Pengertian tanggung jawab sosial menurut Septiana (2014:13) tanggung jawab sosial adalah suatu tindakan atau konsep yang dilakukan oleh perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab mereka terhadap sosial atau lingkungan sekitar diaman perusahaan itu berada. Tanggung jawab sosial merupakan konsep yang berpengaruh bagi masyarakat dan perusahaan untuk mendapatkan keuntungan satu sama lain. Melaksanakan tanggung jawab sosial membutuhkan kinerja yang lebih dan bagaimana cara memberikan perhatian atau meyakinkan kepada masyarakat agar mau untuk bekerjasama untuk mengembangkan ekonomi yang berkelanjutan. Perusahaan harus memberikan dampak positif juga bagi lingkungan dan masyarakat.

Anggraini (2006) menyatakan bahwa tuntutan terhadap perusahaan untuk memeberikan informasi yang transparan, organisasi yang akuntabel serta tata kelola perusahaan semakin memaksa perusahaan untuk memberikan informasi mengenai aktivitas sosialnya. Untuk memaksimalkan aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan memberikan informasi kepada masyarakat agar bisa yakin terhadap kegiatan tanggung jawab sosial. Masyarakat juga harus tahu informasi-informasi tentang perusahaan tersebut dan tujuan dari aktivitas tanggung jawab sosial tersebut.

Tanggung jawab sosial mempunyai konsep dalam mengukur kinerja perusahaan yang disebut dengan konsep *triple bottom line* atau disebut juga dengan 3P. Selain untuk mengejar keuntungan (*profit*), perusahaan juga melestarikan lingkungan (*planet*) dan mensejahterakan masyarakat (*people*).

Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Pengungkapan merupakan pengeluaran informasi yang ditujukan kepada pihak-pihak penting yang berkaitan dengan perusahaan. Tujuan dari pengeluaran perusahaan informasi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility Disclosure*) agar perusahaan memberikan atau membagi informasi tentang tanggung jawab sosial kepada masyarakat yang sudah dilaksanakan pada periode tertentu. Bentuk penerapan *Corporate Social Responsibility* adalah dalam bentuk media laporan tahunan (*Annual Report*) yang berjalan kurun waktu satu tahun. 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 (dalam Purwanto, 2011:18) menyatakan beberapa alasan perusahaan melakukan pengungkapan sosial dan lingkungan yaitu: (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 pertanggung jawaban 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 peminjaman 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 me-manage kelompok *stakeholder* tertentu yang powerful (8) Untuk menarik dana investasi (9) Untuk memenuhi 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 merupakan kemampuan perusahaan dalam mendapatkan keuntungan dengan meningkatkan aset dan modal saham perusahaan. profitabilitas dapat digunakan untuk 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. Perusahaan yang dinyatakan berprestasi adalah perusahaan yang bisa meningkatkan laba yang diperoleh. Selain laba menjadi indikator perusahaan untuk memenuhi kewajiban bagi para penyandang dana, laba juga sebagai elemen untuk menciptakan 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 pembentukan *image* yang sangat berpengaruh untuk mendapatkan kepercayaan dari para *stakeholder*. Menurut Yuliana et al (2008:252) tingkat profitabilitas yang tinggi mendorong manajer untuk memberikan informasi yang lebih terperinci termasuk kebebasan dan keleluasaan untuk menunjukkan dan mempertanggung jawabkan seluruh program sosialnya. Dengan ini manajer harus bisa meyakinkan investor akan adanya profitabilitas perusahaan. Profitabilitas dapat dihitung dengan berbagai tolak

hitung ukuran, salah satunya menggunakan rasio keuangan. Sehingga semakin tinggi profitabilitas, semakin tinggi juga pengungkapan informasi tentang tanggung jawab sosial.

Leverage

Menurut Untari (2010:6) tingkat *leverage* adalah untuk melihat kemampuan perusahaan dalam menyelesaikan semua kewajibannya kepada pihak lain. Perusahaan yang tingkat *leverage* lebih tinggi menunjukkan bahwa komposisi total hutang semakting besar dibandingkan dengan total ekuitas yang menunjukkan bahwa semakin besar juga beban perusahaan kepada kreditor. Menurut Darwis (2009:55) teori keagenan memprediksi bahwa perusahaan dengan tingkat *leverage* yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi karena biaya keagenan perusahaan dengan struktur modal seperti itu lebih tinggi. Menurut Febrina dan Suaryana (2011:9) perusahaan yang berisiko tinggi berusaha untuk meyakinkan kreditor dengan pengungkapan informasi yang lebih tinggi. Informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk meyakinkan para kreditor terhadap hak-hak yang telah dipenuhinya. Maka dari itu, perusahaan yang tingkat *leverage* lebih tinggi memiliki kewajiban untuk mengungkapkan informasi yang lebih luas terutama dalam pengungkapan tanggung jawab sosial daripada perusahaan yang memiliki *leverage* yang rendah.

Menurut Anggraini (2006: 8-9) semakin tinggi tingkat *leverage* kemungkinan besar perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak hutang sehingga manajer akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba di masa depan. Laba yang diperoleh perusahaan lebih tinggi akan mengurangi adanya pelanggaran perjanjian hutang. Manajer akan memilih metode akuntansi untuk memaksimalkan laba sekarang. Maka dari itu, semakin tinggi *leverage* yang didapat perusahaan semakin besar perusahaan akan melanggar perjanjian kredit yang mengakibatkan perusahaan melaporkan laba sekarang lebih tinggi dan manajer harus mengurangi biaya-biaya termasuk juga biaya dalam pengungkapan informasi tanggung jawab sosial. Menurut Sembiring (2005:382) sesuai dengan teori agensi manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *stakeholder*.

Ukuran Perusahaan

Menurut Sulistini (dalam Untari, 2010: 5) ukuran perusahaan hanya terbagi dalam tiga kategori yaitu perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium firm*), dan perusahaan kecil (*small firm*). Untuk menentukan ukuran perusahaan didasarkan pada total aset yang dimiliki oleh perusahaan. semakin besar ukuran perusahaan semakin luas informasi yang dipublikasikan. Menurut Sudaryono (2007: 110) perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung memiliki tuntutan publik akan informasi yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang berukuran lebih kecil. Perusahaan yang besar paling banyak disoroti menghadi tuntutan yang lebih besar daripada *stakeholder* yang menyajikan laporan keuangan yang transparan.

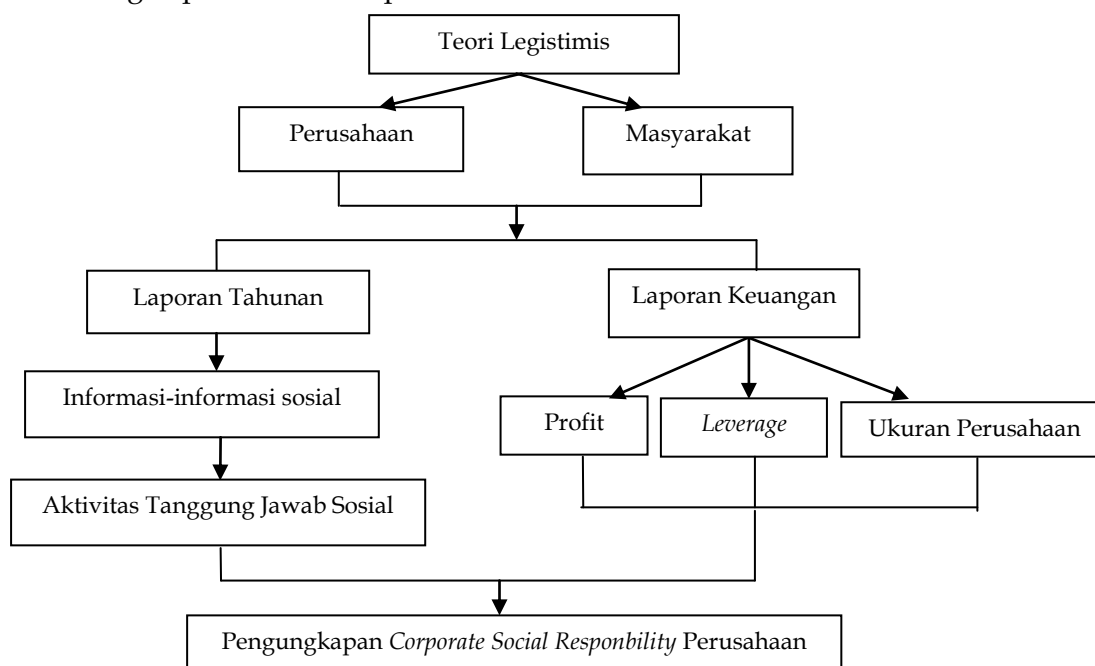
Menurut Yuliana *et al* (2008: 251) jika dikaitan dengan teori agensi, perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar akan mengungkapkkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut. Menurut Nuryaman (2009: 93) semakin besar suatu perusahaan maka perusahaan menghadapi biaya politik yang lebih tinggi. Perusahaan yang besar akan mengungkapkan informasi lebih luas dan memiliki risiko yang lebih besar daripada perusahaan kecil. Pengungkapan informasi yang lebih luas sehingga bisa mengurangi biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial.

Untari (2010: 5) perusahaan yang lebih besar melakukan aktivitas yang lebih banyak sehingga menyebabkan dampak yang lebih besar pula terhadap lingkungan. Perusahaan yang lebih besar akan memiliki pemegang saham yang ikut bekerjasama melakukan kegiatan tanggung jawab sosial yang dibuat oleh perusahaan. Pengungkapan informasi

yang efisien adalah dengan melaporkan laporan tahunan perusahaan. Semakin ukuran perusahaan semakin luas informasi yang akan diungkapkan kepada masyarakat.

Rerangka Pemikiran

Model rerangka pemikiran dari penelitian ini adalah:



Gambar 1
Rerangka Pemikiran

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Hackson dan Milne (dalam Anggraini, 2006: 10) menyatakan bahwa profitabilitas merupakan faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibel kepada manajemen dalam mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial dan budaya untuk pemegang saham. Hasil penelitian dari Sari *et al* (2013) mengemukakan bahwa *return on asset* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Dalam analisis menyatakan bahwa semakin tinggi laba yang diperoleh perusahaan dalam pengelolaan aset semakin mendorong untuk mengungkapkan *corporate social responsibility*. Jadi disimpulkan bahwa *return on assets* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Putri dan Christiawan (2014:64) menyatakan bahwa perusahaan yang mampu menghasilkan profit merupakan perusahaan yang memiliki manajemen yang mengerti akan kepedulian terhadap lingkungan. Seperti hasil penelitian dari Sari (2012) yang menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan penjelasan, maka disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

H1: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Pengaruh *Leverage* Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Leverage merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan bergantung pada kreditur untuk membiayai aset perusahaan. *Leverage* mencerminkan tingkat risiko keuangan perusahaan (Sembiring, 2005:382). Rasio *leverage* memberikan gambaran tentang struktur modal perusahaan, sehingga dapat dilihat seberapa tingkat risiko hutangtak tertagih perusahaan. tambahan informasi diperlukan untuk menghilangkan keraguan pemegang obligasi terhadap dipenuhnya hak-hak mereka sebagai kreditur (Purnasiwi, 2011:14).

Marzully dan Denies (2012:26) menyatakan bahwa perusahaan dengan *leverage* yang tinggi membuat perusahaan perlu melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan secara luas. Hal ini dengan tingkat *leverage* yang tinggi perusahaan harus menurangi adanya sorotan dari debitor. Oleh karena itu, perusahaan yang memiliki tingkat ratio *leverage* tinggi sebaiknya mengungkapkan lebih luas daripada perusahaan yang memiliki tingkat ratio *leverage* yang rendah. Seperti hasil penelitian Purnasiwi (2011), yang menyatakan bahwa adanya pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan penjelasan, dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

H2: *Leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial.

Sudarmadji dan sularto (2007:54) ukuran perusahaan dapat dinyatakan dalam total aktiva, penjualan, dan kapasitas pasar. Semakin besar perusahaan memperoleh aktiva, penjual, dan kapasitas pasar semakin besar juga ukuran perusahaan. Maka dari itu, jika perusahaan memperoleh aktiva besar maka perusahaan semakin banyak modal yang ditanam, jika perusahaan memperoleh penjualan yang banyak maka perusahaan makin banyak melakukan perputaran uang, dan jika perusahaan mendapatkan kapasitas pasar yang besar maka perusahaan akan semakin terkenal.

Berdasarkan teori legitimasi, perusahaan besar mendapatkan aktivitas banyak dan akan menimbulkan dampak sosial yang besar. 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 oleh perusahaan sehingga pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan akan semakin luas. Seperti hasil penelitian Sari (2012) yang menyatakan bahwa adanya pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial, yang disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

H3: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang menggunakan data sekunder. Penelitian ini mempunyai variabel-variabel untuk diteliti, diuji dan sebagai alat ukur. Sehingga akan dapat bukti hipotesis dari hasil kesimpulan penelitian ini. Objek dari penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (*go public*) pada periode 2013-2017.

Gambaran dari Populasi Penelitian

Populasi yang ada didalam penelitian adalah laporan tahunan *food and beverage* yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2013-2017. Perusahaan yang tercatat dalam BEI digunakan sebagai penelitian dikarenakan untuk menyampaikan laporan tahunan dan laporan keuangan yang ditujukan terutama kepada stakeholder dan didalam laporan tahunan sudah mencantumkan CSR.

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* yaitu dengan teknik *sampling* yang menggunakan anggota sampelnya dipilih secara khusus berdasarkan kriteria. Berdasarkan metode maka kriteria penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut : (1) Perusahaan *food and beverage* yang

terdaftar di BEI selama periode tahun 2013-2017 (2) Perusahaan *food and beverage* yang menerbitkan laporan tahunan dan laporan keuangan selama periode tahun 2013-2017 (3) Perusahaan *food and beverage* yang mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan tahunan selama 2013-2017 (4) Perusahaan *food and beverage* yang menyajikan laporan keuangan dalam mata uang Rupiah selama tahun 2013-2017.

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Variabel Independen

Variabel independen penelitian ini adalah profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan.

1. Profitabilitas

Profitabilitas adalah suatu kinerja perusahaan untuk mengelola kekayaan perusahaan yang didapatkan dari laba yang dihasilkan perusahaan. Penelitian yang telah dilakukan oleh Sari (2012:132) rasio profitabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Return of Asset* (ROA). Menggunakan rumus sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total asset}}$$

2. Leverage

Leverage dapat diartikan sebagai tingkat ketergantungan perusahaan terhadap hutang yang digunakan sebagai operasi perusahaan, dengan demikian *leverage* juga mencerminkan tingkat resiko keuangan perusahaan (Sembiring, 2005). *Leverage* dilihat dari pengukuran aktiva yang dibiayai dengan hutang. Dalam penelitian ini menggunakan perhitungan *Debt to Equity Ratio* menggunakan rumus sebagai berikut:

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

3. Ukuran Perusahaan

Menurut Sartono (2010) ukuran perusahaan menunjukkan total kekayaan yang dimiliki perusahaan, melalui ukuran kekayaan tersebut dapat menentukan ukuran sebuah perusahaan. Mengukur ukuran perusahaan yaitu dengan menggunakan *Logaritma Natural* (LN) yang dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Log Natural} (\text{total aset})$$

Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini merupakan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang menggunakan laporan tahunan atau *corporate social reporting index* (CSRI). Penelitian ini mengukur menggunakan *content analysis* dalam pengungkapan tanggung jawab sosial. *Content analysis* sendiri merupakan 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, yang menjelaskan variabel dari gejala yang nyata bukan untuk memahami suatu fenomena (Purwanto, 2011:22).

Cara penelitian selanjutnya menggunakan checklist yaitu dengan melihat pengungkapan tanggung jawab sosial yang sudah tercantum dalam laporan tahunan perusahaan. Pengukuran tanggung jawab sosial tersebut menghitung item yang diungkapkan perusahaan. Perusahaan yang mengungkapkan item akan diberi nilai 1 dan perusahaan yang tidak mengungkapkan akan diberi nilai 0, lalu total item yang mengungkapkan tanggung jawab sosial akan digunakan untuk mengukur indeks tanggung jawab sosial. Adapun total item pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sejumlah

78 item (Sembiring, 2005). Berikut rumus dari pengukuran indeks pengungkapan tanggung jawab sosial (Sayekti, dan Wondabio, 2007):

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

Keterangan:

CSRI_j = Corporate Social Reponbility Disclosure Index Perusahaan j

N_j = Jumlah item perusahaan j, $n_j \leq 78$

X_{ij} = Jumlah item yang diungktidak diungkapkan diberi nilai nol. Jika tidak diberi nilai 0

Analisis Regresi Berganda

Analisis berganda digunakan untuk menguji antara pengaruh dua variabel yaitu variabel independen dengan variabel dependen. Dalam penelitian variabel independennya adalah profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan. Sedangkan variabel dependennya adalah pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Persamaan dari menguji hipotesis secara menyeluruh sebagai berikut :

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

Keterangan:

CSRI : *Corporate Sosial Responsibility Disclosure Index*

α : Konstanta

PROFIT : Profitabilitas (ROA)

LEV : *Leverage*

SIZE : Ukuran Perusahaan

e : Error

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui jumlah pengamatan yang diteliti sebanyak 50. Pengamatan, berdasarkan 5 periode terakhir laporan keuangan tahunan 2013-2017.

Tabel 1
Hasil Uji Statistik Deskriptif
Descriptive Statistic

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std, Deviation
PROFIT	50	-0,06	0,66	0,1287	0,13501
LEVERAGE	50	0,17	3,03	0,9900	0,56769
SIZE	50	11,70	13,96	12,5910	0,64794
CSRD	50	0,03	0,59	0,3113	0,12201
Valid N (listwise)	50				

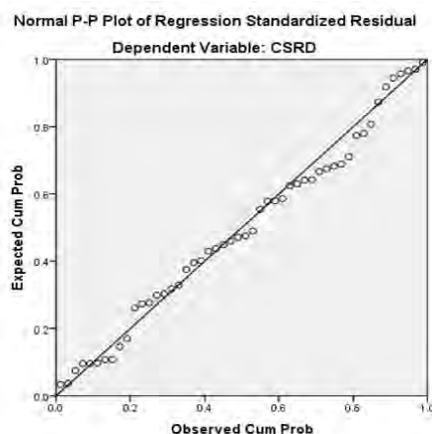
Sumber: Bursa Efek Indonesia (diolah), 2019

Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan bahwa jumlah pengamatan perusahaan (N) sebanyak 50 yang berasal dari 10 perusahaan dikali dengan periode penelitian selama 5 tahun. Hasil tabel diatas bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada periode 2013-2017 memiliki nilai minimum 0,03. Memiliki nilai maksimum sebesar 0,59. Sedangkan nilai mean sebesar 0,3113 dengan standar devisiasi sebesar 0,12201. Variabel profit memiliki nilai minimum -0,06. Memiliki nilai maksimum sebesar 0,66. Sedangkan nilai mean sebesar 0,1287 dengan standar devisiasi sebesar 0,13501. Variabel *leverage* memiliki nilai minimum 0,17. Memiliki nilai maksimum sebesar 3,03. Sedangkan nilai mean sebesar

0,9900 dengan standar deviasi sebesar 0,56769. Variabel size memiliki nilai minimum 11,70. Memiliki nilai maksimum sebesar 13,96. Sedangkan nilai mean sebesar 12,5910 dengan standar deviasi sebesar 0,64794.

Uji Asumsi Klasik
Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah ada pemahaman normal atau tidaknya variabel independen dan dependen atau keduanya dalam sebuah model regresi. Data berdistribusi normal, jika penyebaran plot berada di sepanjang garis diagonal begitu sebaliknya jika plot tidak berada dekat garis diagonal atau tidak menyebar didekat garis diagonal maka model regresi ini tidak memenuhi asumsi normalitas.



Gambar 2
Grafik Normal P-Plot

Berikut hasil uji normalitas dalam Gambar 2 yang menunjukkan bahwa titik-titik menyebar digaris diagonal atau mendekati digaris diagonal dan mengikuti garis diagonal. Maka model regresi penelitian ini telah memenuhi asumsi normalitas. Jika hasil *kolmogorov-smirnov* menunjukkan nilai signifikan diatas 0,05 maka data residual terdistribusi dengan normal, begitu sebaliknya jika hasil *Kolmogorov-Smirnov* menghasilkan nilai signifikan dibawah 0,05 maka data residual terdistribusi tidak normal. Hasil uji normalitas dengan menggunakan uji statistik *Kolmogorov-Smirnov* yang disajikan dalam Tabel 2. Berdasarkan Tabel 2 hasil uji normalitas *one sample kolmogorov-Smirnov* test adalah nilai signifikan *Kolmogorov-Smirnov* pada Asymp. Signifikansi lebih besar dari 5% (0,05) yaitu sebesar 0,855 maka disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal maka data tersebut bisa digunakan dalam peneliti karena memenuhi asumsi normalitas.

Tabel 2
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		<i>Unstandardized Residual</i>
N		50
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	0E-7
	<i>Std. Deviation</i>	.09248587
	<i>Absolute</i>	.086
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Positive</i>	.086
	<i>Negative</i>	-.054
<i>Kolmogorov-Smirnov Z</i>		.607
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		.855

Sumber: Bursa Efek Indonesia (diolah), 2019

Hasil Uji Multikolinieritas,

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel-variabel bebas (Independen). Model regresi yang baik jika hasil regresi menunjukkan bahwa tidak ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Mendeteksi adanya problem maka dilakukan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor*. Uji multikolinieritas dapat dilihat berdasarkan nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) yaitu dengan nilai toleransi > 0.1 dan nilai VIF < 10 .

Tabel 3
Hasil Multikolinieritas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
(Constant)	-.982	.278		-3.533	.001		
ROA	.229	.103	.253	2.231	.031	.969	1.032
DER	-.054	.024	-.250	-2.222	.031	.983	1.017
SIZE	.105	.022	.556	4.861	.000	.956	1.046

Sumber: Bursa Efek Indonesia (diolah), 2019

Berdasarkan Tabel 3 diatas dapat dilihat pada variabel bebas yang terdiri dari return on assets, debt to equity ratio, dan size yang memiliki nilai tolerance lebih dari 0,1 dan nilai VIF < 10 artinya keempat variabel bebas tidak memiliki keterikatan atau hubungan, maka dapat disimpulkan bahwa model penelitian ini tidak terjadi gangguan multikolinieritas.

Hasil Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier terdapat hubungan atau disebut juga korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu periode t-1. Jika angka D-W diantara -2 sampai +2 artinya tidak adanya autokorelasi positif ataupun negatif. Untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya autokorelasi dapat menggunakan uji Durbin Watson yang melalui SPSS. Dengan hipotesis yang akan diuji diungkapkan dalam Tabel 4.

Tabel 4
Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.652 ^a	.425	.388	.09545	.945

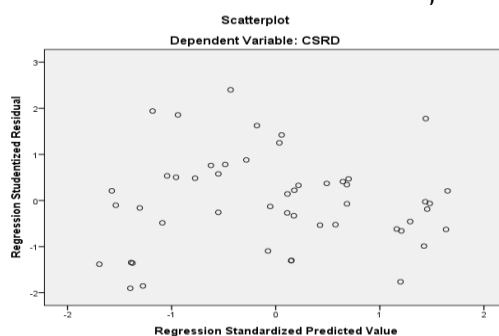
Sumber: Bursa Efek Indonesia (diolah), 2019

Berdasarkan Tabel 4 nilai Durbin-Watson memperoleh nilai sebesar 0.945 yang dimana nilai tersebut berada diantara -2 hingga +2 sehingga dapat disimpulkan bahwa model penelitian ini tidak terdapat gejala autokorelasi.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terdapat ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika

variance dari residual dari suatu pengamatan ke pengamatan lain mengalami tetap maka disebut homoskedastisitas. Dan jika variance mengalami beda maka disebut heteroskedastisitas. Cara melihat adanya suatu pola atau tidaknya yaitu dengan melihat scatterplot yaitu antara SRESID dan ZPRED. Berikut hasil uji heteroskedastisitas:



Gambar 3
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan Gambar 3 diatas bahwa diketahui titik-titik tidak membentuk suatu pola yang jelas, disebabkan titik-titik berada di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen. Semakin besar nilai koefisien determinasi maka semakin kuat kemampuan model regresi yang dihasilkan agar mampu menerangkan kondisi yang sesungguhnya.

Tabel 5
Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.652 ^a	.425	.388	.09545

Sumber: Bursa Efek Indonesia (diolah), 2019

Berdasarkan Tabel 5 menunjukkan bahwa hasil nilai R Square adalah 0,425 atau 42,5% yang menunjukkan bahwa variabel pengungkapan tanggung jawab sosial dapat dijelaskan oleh variabel profitabilitas, leverage, dan ukuran perusahaan sebesar 42,5% sedangkan 57,5% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak disertakan dalam Tabel 2.

Uji Kelayakan Model

Uji Kelayakan model dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang digunakan dalam model cocok digunakan sebagai penjelas variabel dependen. Hasil pengujian dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6
Uji Kelayakan Model
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	.310	3	.103	11.353	.000 ^b
1 Residual	.419	46	.009		
Total	.729	49			

Sumber: Bursa Efek Indonesia (diolah), 2019

Pada Tabel 6 diatas dapat dilihat bahwa nilai F hitung yaitu 11,535 dengan tingkat signifikan 0,000 (di bawah 0,05) yang artinya bahwa nilai signifikan lebih kecil dari batas signifikannya. Sehingga disimpulkan bahwa variabel independen yang terdiri profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan mempunyai pengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial memiliki tujuan untuk melakukan pengujian signifikan terhadap pengaruh variabel independen secara masing-masing terhadap variabel dependen. Uji t menggunakan tingkat signifikan sebesar 0,05 apabila variabel independen memiliki nilai $< 0,05$ maka variabel independen tersebut mempunyai pengaruh variabel dependen begitu sebaliknya jika variabel independen memiliki nilai $> 0,05$ maka variabel dependen tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Berikut ini hasil pengujian parsial:

Tabel 7
Hasil Uji Parsial
Coeffisien^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	-.982	.278		-3.533	.001
ROA	.229	.103	.253	2.231	.031
1 DER	-.054	.024	-.250	-2.222	.031
SIZE	.105	.022	.556	4.861	.000

Sumber: Bursa Efek Indonesia (diolah, 2019)

Berdasarkan perhitungan parsial seperti Tabel 7 diatas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

Pengujian Hipotesis 1, pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Pada hasil perhitungan tabel 3 nilai koefisien regresi bernilai positif dan nilai signifikan profitabilitas adalah $\alpha = 0,031 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} sebesar 2,231 yang bernilai positif. Hal ini menyatakan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Hipotesis pertama yang menyatakan profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan diterima. Dengan demikian menyatakan bahwa besar kecilnya suatu perusahaan sangat berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial sehingga laba yang diperoleh sangat diprioritaskan terhadap kepentingan *stakeholder* dan pemanfaatan aktivitas sosial sangat tinggi. Penelitian ini mendukung dengan teori legitisasi yaitu yang menjelaskan bahwa teori legitisasi befokus dengan interaksi suatu perusahaan dengan masyarakat.

Organisasi yang memiliki perusahaan yang makmur apabila organisasi tersebut memenuhi kewajiban-kewajibannya kepada *stakeholder* maupun *shareholdernya*. Jadi semakin tinggi laba yang diperoleh perusahaan semakin mampu perusahaan untuk memenuhi tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat yang berada di lingkungan sekitar perusahaan yang terdapat kontak terhadap perusahaan dengan masyarakat. Perusahaan yang menghasilkan profit merupakan perusahaan yang mempunyai manajemen yang mengerti dan peduli terhadap lingkungan sosial. (Putri dan Christiawan, 2014). Tingkat profitabilitas yang tinggi menyatakan bahwa entitas menghasilkan laba juga semakin tinggi, menunjukkan bahwa entitas mampu melakukan peningkatan dalam tanggung jawab sosial (Kamil dan Herustya, 2012).

Seperti hasil penelitian Sari (2012) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Sedangkan dalam penelitian oleh Purwanto (2011), Putri dan Christiawan (2014) menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Penguji Hipotesis 2, Pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Pada hasil perhitungan tabel 3 nilai koefisien regresi bernilai negatif dan nilai signifikan *leverage* $\alpha = 0,031 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} sebesar -2,222 yang bernilai negatif. Hal ini menyatakan bahwa *leverage* memiliki pengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hipotesis kedua yang menyatakan *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan tidak diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *leverage* yang dihasilkan maka semakin menurun dalam pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Meningkatnya hutang perusahaan yang digunakan untuk ekspansi akan berakibat menurunnya pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan karena perusahaan telah melakukan perjanjian dengan kreditur untuk membayar angsuran pokok. Pembayaran tersebut mengakibatkan laba perusahaan menurun karena perusahaan mementingkan pembayaran hutang perusahaan daripada mengeluarkan biaya untuk melangsungkan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Hasil ini tidak mendukung adanya teori keagenan karena perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi akan menungkapan tanggung jawab sosial lebih banyak sehingga dengan hal seperti itu biaya keagenan akan lebih tinggi. *Leverage* merupakan pinjaman perusahaan yang digunakan memenuhi kebutuhan dana perusahaan untuk modal operasional perusahaan. Perusahaan diharapkan untuk meningkatkan pendapatan dengan menunjukkan ukuran keuangan yang melibatkan dana hutang untuk mempengaruhi struktur perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Dewi dan Priyadi (2013). Sedangkan penelitian yang dilakukan Sari (2012) menemukan hasil sebaliknya.

Pengujian Hipotesis 3, pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Pada hasil perhitungan tabel 3 nilai koefisien regresi bernilai positif dan nilai signifikan ukuran perusahaan $\alpha = 0,000 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} sebesar 4,861 yang bernilai positif. Hal ini menyatakan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Hipotesis ketiga yang menyatakan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan diterima. Dengan demikian besar kecilnya ukuran suatu perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Karena dalam kenaikan suatu ukuran perusahaan semakin luas perusahaan harus mengungkapkan tanggung jawab sosial. Perusahaan yang memiliki ukuran besar akan berhadapan dengan politis yang lebih tinggi, sedangkan perusahaan yang memiliki ukuran kecil mengalami politis yang rendah dan perusahaan kecil memiliki biaya yang rendah sehingga sulit untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori stakeholder yang artinya semakin tinggi ukuran perusahaan maka semakin luas perusahaan untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial dan perusahaan juga memiliki hubungan baik kepada pihak eksternal dan memberikan manfaat terhadap stakeholder. Sehingga perusahaan yang memiliki entitas yang besar maka perusahaan memiliki hubungan yang baik terhadap stakeholder untuk meningkatkan pengungkapan tanggung jawab sosial. Oleh karena itu ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Hasil penelitian yang sejalan dengan Rofiqkoh (2016) dan Purwanto (2011) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dijelaskan mengenai pengaruh profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, maka kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut: (1) Pada hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas mempunyai pengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi profitabilitas yang didapatkan oleh perusahaan, maka semakin tinggi juga perusahaan untuk memenuhi tanggung jawab sosial kepada masyarakat yang berada disekitar perusahaan yang terdapat kontak terhadap perusahaan dengan masyarakat. (2) Pada hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *leverage* mempunyai pengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *leverage* maka semakin menurun dalam pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. (3) Pada hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi ukuran perusahaan maka semakin luas perusahaan untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial.

SARAN

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya dan diharapkan juga untuk melengkapi atau memperbaiki dari keterbatasan penelitian ini. Maka dari itu penelitian akan memberikan beberapa saran yang bermanfaat bagi pihak-pihak yang memiliki kepentingan dari hasil penelitian ini sebagai berikut: (1) Perusahaan sebaiknya dapat meningkatkan dan mengelola pendapatan perusahaan secara efisiensi agar perusahaan mendapatkan kinerja dengan baik dan bisa memikat investor untuk menanam saham ke perusahaan. Perusahaan juga harus meningkatkan profitabilitasnya agar perusahaan akan mengalami pengungkapan tanggung jawab sosial secara luas (2) Peneliti selanjutnya sebaiknya memilih objek penelitian secara luas atau memilih sektor yang lain ataupun meneliti semua sektor yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) sehingga peneliti selanjutnya bisa mengetahui lebih banyak lagi pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial (3) Diharapkan penelitian selanjutnya meneliti periode pengamatan lebih banyak lagi agar mendapatkan sampel yang lebih banyak juga dan lebih akuratnya yaitu sebagai tambahan informasi bagi perusahaan yang akan menentukan keputusan untuk pengungkapan tanggung jawab sosial (4) Peneliti selanjutnya juga diharapkan untuk mencoba variabel bebas yang lain yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial agar bisa mengetahui lebih luas lagi tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan bisa bermanfaat untuk perkembangan ilmu di masa yang akan datang.

KETERBATASAN

Penelitian ini memiliki keterbatasan-keterbatasan yang akan menjadi arahan kepada penelitian selanjutnya. Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini dapat dikemukakan sebagai berikut: (1) Obyek penelitian yang digunakan hanya menggunakan salah satu sektor dari manufaktur yaitu *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2013-2017 dengan jumlah sampel 10 perusahaan maka jumlah data yang dimiliki 50 yaitu dari hasil perkalian antara jumlah perusahaan food and beverage dengan periode tahun penelitian (10 x 5 tahun). (2) Penelitian ini hanya menggunakan 3 variabel independen yaitu profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan dan menganalisis pengaruh terhadap

pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Masih ada faktor-faktor lain yang kemungkinan memiliki pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial dan bagi peneliti selanjutnya disarankan agar menambah variabel yang dapat digunakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, D. 2013. Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Corporate Social Responsibility di Bursa Efek Indonesia. *Media Riset Akuntansi* 3(1): 34-47.
- Anggraini, Fr. R, Retno. 2006. Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi empiris pada perusahaan-perusahaan yang terdaftar Bursa Efek Jakarta). *Simposium Nasional Akuntansi IX*. Padang. 23-26 Agustus. hlm. 1-21
- Darwis, H. 2009. Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Financial Leverage terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan High Profile di BEI. *Jurnal Keuangan dan Perbankan* 13 (1): 52-61
- Dewi, S.S. dan M.P. Priyadi. 2013. Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. 3(2): 1-20
- Febrina dan I.G.N.A Suaryana. 2011. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kebijakan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia. *Simposium Nasional Akuntansi XIV Aceh*.
- Kamil, A dan A. Herusetya. 2012. Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Luas Pengungkapan Kegiatan *Corporate Social Responsibility*. *Media Riset Akuntansi*. 2(1).
- 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.
- Nor, H. 2011. *Corporate Social Responsibility*. 1st edition. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Nuryaman. 2009. Pengaruh Konsentrasi Kepemilikan, Ukuran Perusahaan dan Mekanisme Corporate Governance terhadap Pengungkapan Sukarela. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia* 6(1): 89-116
- Purnasiwi, J. 2011. Pengaruh Size, Uprofitabilitas 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): 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 *listed (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.
- Rofiqkoh, E. 2016. Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan terhadap Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*: 5(10) Oktober 2016.
- Sartono, R. A. 2010. *Manajemen Keuangan Teori Dan Aplikasi*. Edisi 4 BPFE: Yogyakarta
- Sari, M.P.Y. 2013. Pengaruh Kinerja Keuangan, Ukuran Perusahaan dan Corporate Governance terhadap Pengungkapan Sustainability report. *Skripsi*. Universitas Diponegoro. Semarang.

- 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.
- 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 Tanggung Jawab 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 Tanggung Jawab Sosial dalam Laporan Tahunan Perusahaan yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Prosiding PESAT (Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitek dan Sipil)*. Auditorium Kampus Gunadarma: A53-A61.
- Sudaryono, B. 2007. Kajian atas Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Lingkungan (environmental disclosure) pada Perusahaan Publik di BEJ pada Tahun 2004-2005. *Media Riset Akuntansi, Auditing dan Informasi* 7(2): 107-139.
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas.
- Untari, L. 2010. "Effect On Company Characteristics Corporate Social Responsibility Disclosure In Corporate Annual Report Of Consumption Listed In Indonesia Stock Exchange". Jakarta: Universitas Gunadarma.
- 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.
- Yuliana, R. B. Purnomoshidi dan E. G. Sukoharsono. 2008. Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dan Dampaknya terhadap Reaksi Investor. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia* 5(2): 245-276.