

PENGARUH *SIZE*, PROFITABILITAS, *LEVERAGE*, KOMISARIS, DAN KOMITE AUDIT TERHADAP TANGGUNG JAWAB SOSIAL

Siti Nur Hafifah

Ifawujudunggul5@gmail.com

Suwardi Bambang Hermanto

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

This research aimed to examine the effect of size, profitability, leverage, commissioner and audit committee on social responsibility of companies which were listed on Indonesia Stock Exchange during 2016-2018. The research quantitative. While, the population was 27 consumer good manufacturing companies. Moreover, the data were companies' annual financial statement. Furthermore, the data collection technique used purposive sampling, in which the sample was based on criteria given, with 81 observations. However, since there was 4 outlier data, the total sample became 77 samples with using the classic assumption test consists of normality, multicollinearity, heterocedasticity and autocorrelation test. Regression Analysis Test and Hypothesis Testing consists of determinant test (R^2 test), simultaneous test (F test) and partial test (t test). Additionally, the data analysis technique used multiple linear regression with SPSS (Statistical Package for the Social Science) 20. The research result concluded profitability had positive effect on social responsibility of consumer good manufacturing companies. Likewise, audit committee had positive effect on social responsibility of consumer good manufacturing companies. On the other hand, size, did not affect the disclosure of social responsibility of consumer good manufacturing companies. Similarly, leverage as well as commissioner did not affect the disclosure of social responsibility of consumer good manufacturing companies.

Keyword: size, profitability, leverage, commissioner, audit committee, social responsibility

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *size*, profitabilitas, *leverage*, komisaris, dan komite audit terhadap tanggung jawab sosial pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2018. Jenis penelitian kuantitatif, dilakukan terhadap obyek perusahaan manufaktur sektor *consumer good*. Sampel diperoleh berdasarkan metode *purposive sampling*, dengan 81 observasi laporan tahunan dari 27 perusahaan. Namun, terdapat data *outlier* sebanyak 4 sampel, sehingga total sampel penelitian berkurang menjadi 77 sampel penelitian dengan menggunakan uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, multikolinearitas, heterokedastisitas dan autokorelasi. Uji Analisis Regresi dan Pengujian hipotesis terdiri uji determinan (uji R^2), uji simultan (uji F) dan uji parsial (uji t). Teknik analisis digunakan regresi linier berganda, dengan piranti lunak *Statistical Package for the Social Science* (SPSS) versi 20. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh positif dan komite audit berpengaruh positif pengungkapan tanggung jawab sosial, sedangkan variabel *size*, *leverage*, dan komisaris tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Kata kunci: *size*, profitabilitas, *leverage*, komisaris, komite audit, tanggung jawab sosial.

PENDAHULUAN

Pengungkapan tanggung jawab sosial atau yang biasa disebut dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR), merupakan suatu konsep akuntansi yang menyajikan pengungkapan aktivitas sosial secara transparansi yang dilakukan oleh suatu perusahaan. Informasi yang dipublikasikan oleh perusahaan tidak hanya pada informasi mengenai keuangan suatu perusahaan tersebut, namun perusahaan juga perlu memublikasikan informasi terhadap dampak sosial serta lingkungan hidup yang diakibatkan oleh kegiatan yang dilakukan perusahaan tersebut. *Triple bottom line* yakni yang terdiri dari *profit*, *people*,

and planet, dimana disini dijelaskan jika perusahaan tidak hanya mempunyai tanggung jawab ekonomi kepada para pemegang saham (*stakeholder*). Program CSR (*Corporate Social Responsibility*) merupakan salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh perusahaan sesuai dengan isi pasal 74 Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, tanggung jawab sosial, dan lingkungan yang berlaku bagi perseroan yang mengelola/memiliki dampak terhadap sumber daya alam dan tidak dibatasi kontribusinya serta dimuat dalam laporan keuangan. Undang-Undang tersebut mewajibkan industri atau korporasi-korporasi untuk melaksanakannya, tetapi kewajiban ini bukan merupakan suatu beban yang memberatkan.

Dalam dunia bisnis bagi yang bergerak dalam bidang pemanfaatan sumber daya alam yang baik secara langsung maupun tidak langsung tentu memberikan dampak terhadap lingkungan disekitarnya seperti adanya polusi, limbah, kualitas dan keamanan suatu produk atau barang, serta tenaga kerja. Dampak dari kegiatan sosial perusahaan yang berbeda-beda tergantung pada jenis maupun karakteristik perusahaan. Karakteristik operasi perusahaan yang menghasilkan dampak sosial yang tinggi akan menuntut pemenuhan tanggung jawab sosial yang lebih tinggi pula. Dalam hal ini karakteristik perusahaan yang digunakan yaitu *size* perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dewan komisaris serta komite audit.

Menurut Rankin *et al.* (2011) mengungkapkan bahwa semakin besar sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan, maka semakin besar pula usaha perusahaan dalam memperoleh legitimasi dari seluruh pemangku kepentingan. Menurut Kasmir (2012:115), mengungkapkan rasio profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk dapat menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio profitabilitas ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen dalam suatu perusahaan. Menurut Dermawan (2009:147), mengungkapkan jika *Leverage* merupakan penggunaan aktiva dan sumber dana oleh perusahaan yang memiliki biaya tetap (beban tetap) berarti sumber dana yang berasal dari pinjaman karena memiliki bunga sebagai beban tetap dengan maksud agar meningkatkan keuntungan potensial pemegang saham. Dewan komisaris merupakan suatu mekanisme pengendalian intern tertinggi dalam suatu perusahaan. Menurut Krisna dan Suhardianto (2012), mengungkapkan jika dewan komisaris memberikan pengaruh yang positif dalam pengungkapan tanggung jawab sosial, semakin besar jumlah dewan komisaris maka akan semakin besar pula pengawasan terhadap CEO serta manajemen, sehingga CEO akan selalu berusaha untuk dapat memaksimalkan nilai atau citra perusahaan, termasuk dengan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial. Menurut Said *et al.* (2009), mengungkapkan jika komite audit merupakan komite yang dibentuk oleh para dewan komisaris, yang memiliki tugas untuk membantu dewan komisaris dalam melaksanakan tugasnya. Salah satu tugas dari komite audit yakni untuk memastikan jika struktur pengendalian internal suatu perusahaan harus dilakukan dengan baik.

Perusahaan manufaktur cukup banyak dalam menimbulkan dampak terhadap lingkungan dalam produksinya seperti halnya yakni pencemaran limbah dan sebagainya, sehingga perusahaan sangat perlu untuk menerapkan aktivitas tanggung jawab sosial sebagai timbal balik kepada lingkungan disekitarnya.

Berdasarkan uraian di atas maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini, antara lain : (1) Apakah *size* perusahaan mempunyai pengaruh terhadap tanggung jawab sosial?; (2) Apakah profitabilitas mempunyai pengaruh terhadap tanggung jawab sosial?; (3) Apakah *leverage* mempunyai pengaruh terhadap tanggung jawab sosial?; (4) Apakah dewan komisaris mempunyai pengaruh terhadap tanggung jawab sosial?; (5) Apakah komite audit mempunyai pengaruh terhadap tanggung jawab sosial?. Berdasarkan perumusan masalah yang telah dirumuskan, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut : (1) Untuk mengetahui *size* perusahaan mempunyai pengaruh terhadap tanggung jawab sosial; (2) Untuk mengetahui profitabilitas mempunyai pengaruh terhadap tanggung jawab sosial; (3) Untuk mengetahui *leverage* mempunyai pengaruh terhadap tanggung jawab sosial; (4) Untuk

mengetahui dewan komisaris mempunyai pengaruh terhadap tanggung jawab sosial; (5) Untuk mengetahui komite audit mempunyai pengaruh terhadap tanggung jawab sosial.

TINJAUAN TEORITIS

Teori Agensi (*Agency Theory*)

Teori keagenan merupakan suatu hubungan kerjasama antara pihak yang memberikan wewenang yakni investor dengan pihak yang menerima wewenang yakni manajer. Menurut Fahmi (2014:19-20), mengemukakan jika teori keagenan (*agency theory*) merupakan suatu kondisi yang terjadi pada suatu perusahaan dimana pihak manajemen bertugas sebagai pelaksana yang bisa disebut sebagai agen dan pemilik modal (*owner*) memiliki peran sebagai prinsipal yang bertugas dalam membangun sebuah kontrak kerja sama atau yang biasanya disebut dengan "*nexus of contract*", dimana kontrak kerjasama ini berisikan kesepakatan-kesepakatan yang menjelaskan jika pihak manajemen perusahaan harus dapat bekerja secara maksimal untuk memperoleh kepuasan yang maksimal seperti laba yang tinggi kepada pemilik modal.

Kaitan teori agensi dengan penelitian ini yaitu dengan pemisahan kekayaan, pengendalian dan pengambilan keputusan dalam praktiknya sering menimbulkan perbedaan kepentingan, dimana keinginan pihak para pemegang saham adalah mendapatkan keuntungan dan pihak agen adalah bertanggung jawab kepada pemegang saham dengan melaksanakan proses usaha perusahaan. Tentu saja hal ini dapat menghambat penyampaian informasi secara terbuka dari pihak agen kepada pemegang saham. Untuk mengatasi hal tersebut maka pemegang saham melalui dewan komisaris melakukan monitoring guna mengawasi para agen atau manajer agar mampu menyampaikan informasi secara terbuka, terutama informasi yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial.

Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Menurut Hadi (2011:87), menyatakan jika legitimasi masyarakat merupakan faktor yang strategis untuk perusahaan dalam usaha memajukan perusahaan kedepan. Hal ini, dapat dijadikan sebagai upaya untuk dapat membangun strategi suatu perusahaan, terutama dalam hal yang berkaitan dalam upaya menempatkan diri berada ditengah lingkungan masyarakat yang semakin maju dan berkembang. Legitimasi merupakan suatu kondisi psikologis terhadap keberpihakan seseorang maupun kelompok yang memiliki kepekaan terhadap kondisi lingkungan di sekitarnya baik secara fisik maupun non fisik.

Teori legitimasi dapat dijadikan sebagai upaya untuk dapat membangun strategi suatu perusahaan, terutama dalam hal yang berkaitan dengan upaya menempatkan diri untuk berada ditengah lingkungan masyarakat yang semakin maju dan berkembang. Dalam kegiatan pengungkapan sosial dan lingkungan juga dapat dilihat sebagai wujud dari akuntabilitas terhadap publik untuk dapat menjelaskan berbagai dampak sosial serta lingkungan yang telah ditimbulkan oleh perusahaan. Pengungkapan tanggung jawab sosial suatu perusahaan dapat digunakan untuk legitimasi aktivitas suatu perusahaan didalam masyarakat, sebab dengan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial maka perusahaan akan menunjukkan tingkat kepatuhannya.

Teori Stakeholder (*Stakeholder Theory*)

Menurut Lako (2011:7), mengungkapkan jika secara umum teori *stakeholder* menunjukkan jika perusahaan tidak hanya bertanggung jawab terhadap kesejahteraan dalam perusahaan saja, tetapi perusahaan harus memiliki rasa tanggung jawab sosial dalam mempertimbangkan kepentingan dari semua pihak yang terkena dampak atas tindakan maupun kebijakan strategi dari perusahaan. Tujuan dari para manajemen yakni untuk dapat

membuat suatu metode agar dapat mengelola berbagai kelompok serta hubungan yang dihasilkan dengan langkah yang strategis (Freeman dan McVea, 2001).

Perusahaan harus memiliki rasa tanggung jawab sosial dalam mempertimbangkan kepentingan dari semua pihak yang terkena dampak atas tindakan maupun kebijakan strategi dari perusahaan. Keberhasilan dalam suatu perusahaan bergantung pada kemampuan perusahaan untuk dapat menyeimbangkan berbagai macam kepentingan yang ada dari para *stakeholder* atau pemangku kepentingan perusahaan. Suatu perusahaan harus dapat menjaga hubungannya dengan para *stakeholder* dengan cara memenuhi keinginan dan kebutuhan para *stakeholder*, terutama terhadap *stakeholder* yang memiliki kekuatan dalam ketersediaan sumber daya yang digunakan dalam kegiatan operasional suatu perusahaan, contohnya seperti tenaga kerja, pasar akan produk perusahaan dan lain sebagainya. Salah satu langkah pendekatan yang dapat digunakan dalam menjaga hubungan dengan para *stakeholder* perusahaan yakni dengan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial.

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Tanggung jawab sosial atau yang biasa disebut sebagai *Corporate Social Responsibility* (CSR) disebutkan pada Undang-Undang Perseroan terbatas No. 40 Tahun 2007, yang terdapat pada pasal satu butir tiga yang berisi tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan suatu mekanisme proses bisnis suatu perusahaan yang mengintegrasikan aspek sosial, ekonomi serta lingkungan dalam kegiatannya sebagai wujud upaya dalam meningkatkan nilai pertumbuhan suatu perusahaan secara berkelanjutan. Dengan melaksanakan tanggung jawab sosial, maka perusahaan diharapkan untuk tidak hanya mengejar keuntungan dari jangka pendek saja, tetapi juga turut dalam memberikan kontribusi secara langsung dalam meningkatkan kesejahteraan serta kualitas hidup masyarakat dan lingkungan sekitar dalam waktu jangka panjang. Tanggung jawab sosial perusahaan juga diwujudkan untuk menjaga keseimbangan dan keharmonisan antara pelaku bisnis dengan masyarakat sekitar agar semua pihak tidak ada yang merasa dirugikan.

Size Perusahaan Terhadap Tanggung Jawab Sosial

Size perusahaan yakni besar kecilnya suatu perusahaan bisa diukur dengan menggunakan total aktiva atau besarnya harta perusahaan dengan menggunakan metode perhitungan nilai logaritma total aktiva. *Size* perusahaan merupakan salah satu variabel yang banyak digunakan dalam menjelaskan tentang pengungkapan sosial yang tengah dilakukan oleh suatu perusahaan dalam laporan tahunan yang telah dibuat (Hartono, 2008:14). Sedangkan menurut Sujarweni (2015:211), mengemukakan jika ukuran perusahaan dapat dilihat dari total aset yang dimiliki oleh perusahaan yang mampu digunakan dalam kegiatan operasi perusahaan. Jika total aset yang dimiliki semakin besar dalam suatu perusahaan, maka semakin besar pula *size* perusahaan. Dan jika nilai aset semakin besar maka semakin besar pula modal yang ditanam, sementara semakin banyaknya penjualan maka semakin banyak pula perputaran hutang pada suatu perusahaan.

Maka *size* perusahaan merupakan salah satu variabel yang banyak digunakan dalam menjelaskan tentang pengungkapan sosial yang dilakukan oleh suatu perusahaan, semakin besar ukuran suatu perusahaan, maka tuntutan untuk perusahaan agar lebih transparan ke masyarakat semakin besar pula.

Profitabilitas Terhadap Tanggung Jawab Sosial

Menurut Kasmir (2015:196), menyatakan rasio profitabilitas ialah rasio yang digunakan dalam menilai kemampuan suatu perusahaan untuk memperoleh laba/keuntungan. Menurut Suryono dan Andri (2011), mengungkapkan jika profitabilitas dapat tergambar pada teori legitimasi yang menegaskan jika perusahaan harusnya berupaya dalam mendapatkan legitimasi dari pemangku kepentingan dengan mengungkapkan lebih banyak tentang dampak sosial lingkungan atas aktivitas perolehan labanya. Tanggapan dari investor pada sinyal positif atau sinyal negatif yakni sangat berpengaruh terhadap kondisi pasar, para investor akan bereaksi dengan segala macam cara untuk menanggapi sinyal tersebut.

Profitabilitas merupakan suatu informasi yang dianggap penting bagi para investor serta kreditor dalam menilai investasi mereka. Perusahaan yang mempunyai kemampuan dalam menghasilkan laba yang tinggi, biasanya juga mempunyai dana yang tersedia, termasuk tersedianya dana untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial. Dengan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial dipercaya sebagai pendekatan manajemen untuk dapat mengurangi tekanan sosial dan merespon kebutuhan sosial.

Leverage Terhadap Tanggung Jawab Sosial

Leverage ialah rasio yang dapat digunakan untuk mengukur atau menghitung sejauh mana aktiva suatu perusahaan dibiayai dengan utang. Adapun artinya tentang berapa besar nilai beban utang yang harus ditanggung oleh perusahaan jika dibandingkan dengan aktivasnya (Kasmir, 2015:151). Sedangkan menurut Sjahrial (2009:147), mendefinisikan *leverage* sebagai penggunaan aktiva serta sumber dana oleh perusahaan yang mempunyai beban tetap yang berarti sumber dana tersebut berasal dari pinjaman karena mempunyai bunga sebagai beban tetap dengan tujuan untuk meningkatkan keuntungan potensial bagi pemegang saham.

Maka *leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk dapat mengukur seberapa besar perusahaan bergantung pada para kreditor untuk membiayai aset perusahaan. Perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* yang tinggi maka perusahaan tersebut sangat bergantung terhadap pinjaman dari luar untuk dapat membiayai asetnya. Sedangkan untuk perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* yang rendah, perusahaan tersebut mampu membiayai asetnya dengan menggunakan modal sendiri. Tingkat *leverage* pada suatu perusahaan mencerminkan akan risiko keuangan pada suatu perusahaan yang dapat merefleksikan struktur modal serta untuk mengetahui risiko dari utang tak tertagih suatu perusahaan.

Dewan Komisaris

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUTP) Pasal 1, mendefinisikan dewan komisaris merupakan organ perusahaan yang melaksanakan tugas pengawasan secara umum maupun khusus yang sesuai dengan anggaran dasar yang telah ditetapkan oleh perusahaan serta dapat memberikan nasihat kepada para direksi. Serta menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pada Pasal 108 ayat (5), menjelaskan bahwa untuk perusahaan yang berbentuk perseroan terbatas, maka diwajibkan untuk memiliki paling sedikit 2 (dua) anggota dewan komisaris pada suatu perusahaan. Oleh sebab itu, jumlah anggota dewan komisaris harus disesuaikan pada kompleksitas perusahaan untuk tetap memperhatikan keefektifitasannya dalam mengambil keputusan.

Dewan komisaris merupakan salah satu mekanisme dalam pengendalian internal tertinggi dalam suatu perusahaan. Sehingga, semakin besar jumlah dewan komisaris dalam suatu perusahaan maka semakin besar pula pengawasan terhadap CEO serta manajemen, karena dengan adanya pengawasan maka CEO akan selalu terpacu untuk mampu memaksimalkan nilai perusahaan serta dengan melakukan pengungkapan tanggung jawab

sosial.

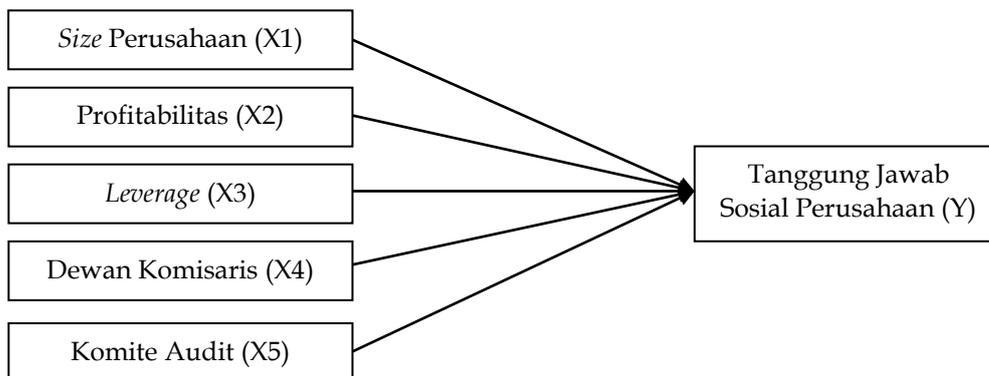
Komite Audit Terhadap Tanggung Jawab Sosial

Berdasarkan SK Ketua Badan Pengawasan Pasar Modal (Bapepam) No. Kep-29/PM/2004 mendefinisikan komite audit ialah komite yang dibentuk oleh dewan komisaris dalam rangka membantu melaksanakan tugas serta fungsinya. Didalam pembentukan komite audit persyaratan yang harus dipenuhi yakni komite audit sekurang-kurangnya terdiri dari satu orang komisaris independen dan dua orang anggota lain yang berasal dari emiten maupun perusahaan publik. Teori *stakeholder* menyatakan jika komite audit merupakan kepanjangan tangan dari dewan komisaris dalam hal pengawasan kinerja perusahaan, termasuk pada kinerja sosial. Pengawasan kinerja sosial jelas dilakukan agar dapat mengakomodasi kepentingan seluruh para *stakeholder*. Kinerja pengawasan tersebut juga diharapkan akan semakin baik ketika jumlah anggota komite audit cukup dalam melakukan evaluasi terhadap seluruh aspek kinerja suatu perusahaan (Suryono dan Andri, 2011).

Maka komite audit sangat memiliki peran didalam perusahaan, semakin banyak anggota komite audit yang dimiliki oleh suatu perusahaan, maka pengendalian terhadap kegiatan sosial perusahaan akan semakin besar sehingga mampu memperluas pengungkapan tanggung jawab sosialnya.

Model Penelitian

Berikut ini model penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yang telah dikembangkan dapat disederhanakan dalam bentuk model penelitian sebagai berikut:



Gambar 1
Model Penelitian

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Size Perusahaan Terhadap Tanggung Jawab Sosial

Menurut Rankin *et al.* (2011) mengungkapkan bahwa semakin besar sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan, maka semakin besar pula usaha perusahaan dalam memperoleh legitimasi dari seluruh pemangku kepentingan. Legitimasi bisa didapatkan dengan melakukan kegiatan tanggung jawab sosial serta mengungkapkannya dalam bentuk laporan tahunan. Semakin besar biaya politik yang dimiliki oleh suatu perusahaan maka perusahaan tersebut juga akan semakin banyak pula dalam mengeluarkan biaya dalam mengungkapkan informasi sosial sehingga laba yang diperoleh dilaporkan menjadi lebih rendah. Pada penelitian Larasati dan Syamsul (2011), pengaruh *size* perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial menunjukkan memiliki koefisien 0,052. Berdasarkan nilai koefisien diatas maka disimpulkan jika *size* perusahaan berpengaruh positif kuat terhadap kegiatan tanggung jawab sosial. Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan

Marfuah dan Yuliawan (2011), dalam variabel *size* perusahaan berdasarkan uji hipotesis yang dilakukan menunjukkan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Sehingga *size* perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Bukti jika pengungkapan tanggung jawab sosial dipengaruhi oleh *size* perusahaan umumnya berkaitan dengan teori agensi yang menyatakan jika semakin besar suatu perusahaan maka biaya keagenan yang muncul juga semakin besar pula. Hasil penelitian terdahulu yang juga menunjukkan hasil yang sejalan yakni penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005), Indraswari dan Astika (2015), Anita *et al.* (2017) yang juga berhasil menemukan hubungan positif antara *size* perusahaan terhadap tanggung jawab sosial. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis dalam penelitian ini yakni :

H₁ : *Size* perusahaan berpengaruh positif terhadap tanggung jawab sosial perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Tanggung Jawab Sosial

Menurut Rusdianto (2013:45), mengemukakan bahwa aktivitas perusahaan dapat menimbulkan dampak sosial serta lingkungan, sehingga pengungkapan sosial dan lingkungan merupakan salah satu alat manajerial yang digunakan oleh perusahaan untuk dapat menghindari konflik sosial dan lingkungan. Sebagai wujud akuntabilitas perusahaan untuk publik agar dapat menjelaskan dampak sosial serta lingkungan yang telah ditimbulkan oleh perusahaan baik dalam pengaruh yang bagus maupun yang buruk. Sedangkan Menurut Gray *et al.* (1995), menyatakan jika profitabilitas merupakan salah satu faktor yang mampu memberikan kebebasan serta kemudahan bagi manajemen dalam mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada para *stakeholder*. Pada penelitian yang dilakukan oleh Marfuah dan Yuliawan (2011), dari hasil pengujian hipotesis variabel profitabilitas memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,012 dan nilai koefisien sebesar 0,192, maka diambil kesimpulan jika terdapat pengaruh positif dan signifikan moderat antara variabel profitabilitas terhadap aktivitas tanggung jawab sosial. Pada penelitian Indraswari dan Astika (2015) mengungkapkan hubungan variabel profitabilitas memiliki pengaruh hubungan yang positif terhadap jumlah pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan kepada masyarakat. Semakin tinggi tingkat profitabilitas maka semakin besar tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis dalam penelitian ini yakni :

H₂ : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap tanggung jawab sosial perusahaan.

Pengaruh Leverage Terhadap Tanggung Jawab Sosial

Menurut Brigham dan Houston (2006), mengungkapkan *operating leverage* pemakaian dana pada biaya tetap dengan mengharapkan laba pendapatan yang dihasilkan suatu perusahaan yang digunakan untuk menutup biaya tetap dan biaya variabel tersebut yang merupakan suatu tingkat dari sejauh mana biaya tetap digunakan didalam operasi suatu perusahaan. Pada teori keagenan disebutkan jika pemegang saham sebagai prinsipal lebih fokus pada pertumbuhan perusahaan dalam jangka panjang jika dibandingkan dengan manajemen. Para pemegang saham lebih mengutamakan legitimasi publik untuk dapat menjaga keberlangsungan hidup perusahaan dibandingkan dengan laba jangka pendek. Menurut Belkaoui dan Karpik (1989), menyatakan jika perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi memiliki kemampuan yang rendah dalam menjalankan aktivitas sosialnya yang dapat mengakibatkan rendahnya pengungkapan, sebab perusahaan berusaha untuk tidak melanggar kontrak utang dengan mengurangi kegiatan pengurangan laba. Pada penelitian Larasati dan Syamsul (2011), Marfuah dan Yuliawan (2011), dalam penelitiannya berhasil menemukan pengaruh signifikan moderat namun hubungan yang terjadi negatif terhadap kegiatan tanggung jawab sosial. Pada saat *leverage* perusahaan rendah maka aktivitas tanggung jawab sosial yang akan dilakukan oleh perusahaan akan lebih banyak, sebaliknya jika nilai *leverage* tinggi maka kegiatan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan

akan sedikit. Hal ini terjadi karena semakin tinggi rasio *leverage* yang dimiliki oleh suatu perusahaan, maka pengungkapan tanggung jawab sosial akan semakin rendah, begitu pula sebaliknya. Rasio *leverage* yang tinggi menunjukkan jika hutang yang dimiliki oleh suatu perusahaan juga tinggi, hal tersebut menyebabkan perusahaan harus menanggung beban bunga dan angsuran pokok yang tinggi. Sehingga perusahaan akan membutuhkan dana yang lebih besar untuk dapat melunasi hutangnya, maka dari itu perusahaan yang memiliki *leverage* yang tinggi akan cenderung mengurangi biaya-biaya yang dikeluarkan termasuk mengurangi biaya dalam melakukan tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis dalam penelitian ini yakni :

H₃ : *Leverage* berpengaruh negatif terhadap tanggung jawab sosial perusahaan.

Pengaruh Dewan Komisaris Dengan Tanggung Jawab Sosial

Menurut Sembiring (2005), mengungkapkan bahwa semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka semakin mudah dalam mengendalikan CEO serta semakin efektif dalam melakukan pengawasan. Dewan komisaris memiliki kewenangan dalam mengawasi serta memberikan petunjuk dan arahan pengelolaan suatu perusahaan. Sedangkan menurut Fahrizqi (2010), mengungkapkan jika dewan komisaris merupakan wakil *shareholder* dalam perusahaan yang berbadan hukum perseroan terbatas yang berfungsi dalam mengawasi pengelolaan perusahaan yang dilaksanakan oleh manajemen (direksi), dan bertanggung jawab untuk menentukan apakah manajemen memenuhi tanggung jawab mereka dalam mengembangkan dan menyelenggarakan pengendalian intern perusahaan. Sebagai wakil dari prinsipal suatu perusahaan, dewan komisaris mampu mempengaruhi luasnya pengungkapan tanggung jawab sosial karena dewan komisaris merupakan pelaksana tertinggi dalam perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian Marfuah dan Yuliawan (2011), serta Iswandika *et al.* (2014), yang menunjukkan hasil jika proporsi dewan komisaris independen memberikan pengaruh positif terhadap tanggung jawab sosial. Hasil penelitian tersebut menunjukkan jika besar kecilnya jumlah dewan komisaris yang dimiliki oleh suatu perusahaan akan mempengaruhi tanggung jawab sosial perusahaan. Semakin banyak jumlah dewan komisaris yang dimiliki oleh suatu perusahaan maka pengawasan dan tekanan terhadap manajer akan terpacu agar bekerja semaksimal mungkin untuk meningkatkan nilai perusahaan, termasuk dalam melakukan tanggung jawab sosial. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis dalam penelitian ini yakni :

H₄ : Dewan Komisaris berpengaruh positif terhadap tanggung jawab sosial perusahaan.

Pengaruh Komite Audit Dengan Tanggung Jawab Sosial

Menurut Suryono dan Andri (2011), menyatakan jika komite audit merupakan kepanjangan tangan dari dewan komisaris dalam melakukan pengawasan kinerja perusahaan, termasuk kinerja sosial. Pengawasan kegiatan sosial yang dilakukan bertujuan untuk dapat mengakomodasi kepentingan dari seluruh *stakeholder*. Kinerja pengawasan tersebut juga akan semakin baik ketika jumlah anggota komite audit cukup dalam melakukan evaluasi terhadap aspek kinerja perusahaan. Semakin banyak anggota komite audit yang dimiliki oleh perusahaan, maka kontrol akan kinerja perusahaan juga akan semakin besar sehingga kegiatan sosial berjalan dengan lancar serta legitimasi dapat terjaga. Menurut Diyanti (2010), mengemukakan jika berdasarkan teori agensi, prinsipal mempunyai tujuan untuk meningkat laba. Adanya komite audit dalam suatu perusahaan dapat membantu meningkatkan kualitas pengungkapan informasi tanggung jawab sosial, sehingga dengan meningkatnya kualitas pengungkapan informasi tanggung jawab sosial akan membuat laba perusahaan meningkat. Hal ini menandakan jika semakin banyak komite audit maka akan membuat kualitas tanggung jawab sosial perusahaan menjadi lebih baik, serta tanggung jawab sosial perusahaan yang berkualitas akan mendatangkan laba. Dengan adanya komite audit ini, maka komite audit yang semakin besar diharapkan dapat

melakukan pengawasan yang semakin baik serta mampu meningkatkan pengungkapan informasi sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian Rachmanda dan Fuad (2014), Rizki *et al.* (2014), serta Diyanti (2010), yang menunjukkan hasil jika proporsi komite audit menunjukkan pengaruh positif terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis dalam penelitian ini yakni:

H₅ : Komite audit berpengaruh positif terhadap tanggung jawab sosial perusahaan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah penelitian kuantitatif. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang digunakan yakni variabel independen serta variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari *size* perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dewan komisaris dan komite audit, sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini ialah tanggung jawab sosial perusahaan.

Gambaran Populasi Objek Penelitian

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan yang bergerak di sektor *consumer good* yang tercatat (*go public*) di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode penelitian yakni dari tahun 2016 sampai tahun 2018. Perusahaan tersebut memiliki kewajiban dalam menyampaikan laporan tahunan kepada pihak luar perusahaan, sehingga memungkinkan data laporan tahunan tersebut diperoleh dalam penelitian ini.

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini ialah dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Dalam penelitian terdapat beberapa kriteria-kriteria khusus yang digunakan dalam pengambilan sampel, antara lain : (1) Perusahaan pada sektor *consumer good* yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2018; (2) Perusahaan pada sektor *consumer good* yang memublikasikan laporan keuangan periode 2016-2018; (3) Perusahaan pada sektor *consumer good* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang datanya tidak memenuhi kriteria lengkap terhadap variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian periode 2016-2018.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yaitu usaha untuk memperoleh data yang dibutuhkan oleh peneliti. Dalam hal ini dokumen yang digunakan yakni laporan keuangan tahunan yang telah di audit dan diperoleh dari Bursa Efek Indonesia (BEI) yakni berupa laporan keuangan tahunan perusahaan pada sektor *consumer good* pada tahun 2016 sampai dengan tahun 2018.

Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi dua variabel antara lain variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini antara lain *size* perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dewan komisaris dan komite audit, sedangkan untuk variabel dependen pada penelitian ini ialah tanggung jawab sosial perusahaan.

Variabel Independen

Size Perusahaan

Size perusahaan bisa didasarkan pada jumlah aktiva (aktiva tetap, tidak berwujud dan lain-lain), jumlah tenaga kerja, volume penjualan dan kapitalisasi pasar (Cahyonowati,

2003). Menurut Hackston dan Milne (1996) dari beberapa penelitian, *size* perusahaan dapat diukur dengan jumlah karyawan, total nilai aset, volume penjualan, atau peringkat indeks. Dalam penelitian ini variabel *size* perusahaan disajikan dalam bentuk logaritma, karena nilai dan sebarannya yang besar dibandingkan variabel yang lain.

$$SIZ = \text{Log Natural (Total Aset)}$$

Profitabilitas

Menurut Kasmir (2015:196), menyatakan rasio profitabilitas ialah rasio yang digunakan dalam menilai kemampuan suatu perusahaan untuk memperoleh laba/keuntungan. Profitabilitas diartikan sebagai kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba atau profit dalam upaya meningkatkan nilai pemegang saham. Adapun pengukurannya dengan menggunakan rumus :

$$ROE = \frac{\text{Total Aset}}{\text{Total Ekuitas}}$$

Leverage

Leverage dapat diartikan sebagai tingkat ketergantungan perusahaan terhadap hutang dalam membiayai kegiatan operasinya, dengan demikian *leverage* juga mencerminkan tingkat risiko keuangan perusahaan (Sembiring, 2005). Adapun pengukurannya dengan menggunakan rumus :

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

Dewan Komisaris

Menurut Surya dan Yustiavandana (2009:78), mengungkapkan jika dewan komisaris merupakan organ yang terdapat dalam perusahaan yang bertugas untuk mengawasi kebijaksanaan dari direksi perusahaan dalam menjalankan perseroan serta dapat memberi arahan kepada para direksi. Adapun rumus untuk menghitung komite audit ialah sebagai berikut :

$$UDK = \frac{\text{Jumlah Komisaris Independen}}{\text{Jumlah Seluruh Komisaris}}$$

Komite Audit

Berdasarkan SK Ketua Bapepam No. Kep-29/PM/2004 mendefinisikan komite audit ialah komite yang dibentuk oleh dewan komisaris dalam rangka membantu melaksanakan tugas serta fungsinya. Didalam pembentukan komite audit persyaratan yang harus dipenuhi yakni komite audit sekurang-kurangnya terdiri dari satu orang komisaris independen dan dua orang anggota lain yang berasal dari emiten maupun perusahaan publik. Adapun rumus untuk menghitung komite audit ialah sebagai berikut :

$$UKA = \Sigma \text{Anggota Komite Audit}$$

Variabel Dependen

Tanggung Jawab Sosial

Variabel dependen dalam penelitian ini ialah tingkat tanggung jawab sosial pada laporan tahunan perusahaan. Indikator tanggung jawab sosial dalam penelitian ini diukur dengan proksi *Corporate Social Responsibility Disclosure Index (CSRDI)*, dimana mengacu pada pedoman standar pengungkapan CSR yang diakui secara internasional yakni *Global Reporting Initiative G4.1 (GRI G4.1)*. Adapun rumus untuk menghitung CSRI sebagai berikut:

$$\text{CSRI} = \frac{\sum x_{ij}}{n_j} \times 100\%$$

Keterangan :

CSRI : Indeks luas pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan i.

$\sum x_{ij}$: Nilai 1 = jika item diungkapkan; 0 = jika item tidak diungkapkan.

n_j : Jumlah item untuk perusahaan i.

Teknik Analisis Data

Untuk meneliti pengaruh kinerja keuangan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan maka perlu digunakan tahap-tahap analisis data sebagai berikut :

Analisis Statistik Deskriptif

Metode yang digunakan oleh peneliti dalam menganalisa data dalam penelitian ini ialah analisis statistik deskriptif. Menurut Sugiyono (2012), mengungkapkan jika analisis deskriptif ialah statistik yang digunakan dalam menganalisis data dengan cara mendeskripsikan maupun menggambarkan data yang telah dikumpulkan sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum maupun generalisasi.

Uji Statistik Inferensial

Menurut Sugiyono (2012:207), mengungkapkan statistik inferensial merupakan teknik statistik yang digunakan dalam menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi yang jelas dan teknik pengambilan sampel dari populasi tersebut dilakukan secara random.

Model Spesifikasi

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah persamaan regresi linier berganda. Bentuk persamaan linier berganda adalah sebagai berikut:

$$\text{CSRI} = \alpha + \beta_1 \text{SIZ} + \beta_2 \text{ROE} + \beta_3 \text{DER} + \beta_4 \text{UDK} + \beta_5 \text{UKA} + e$$

Keterangan:

CSRI : Indeks Pengungkapan CSR

α : Konstanta

$\beta_1 - \beta_5$: Koefisien Regresi

SIZ : *Size* Perusahaan

ROE : Profitabilitas

DER : *Leverage*

UDK : Dewan Komisaris

UKA : Komite Audit
e : Error

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik harus dilakukan terlebih dahulu untuk dapat mengetahui apakah data tersebut memenuhi asumsi klasik atau tidak. Tujuannya untuk menghindari terjadinya estimasi yang bias, karena tidak semua data dapat diterapkan regresi. Melakukan uji asumsi klasik terhadap variabel dependen dan independen, merupakan salah satu syarat uji regresi yakni data harus terlepas dari asumsi klasik. Oleh karena itu uji asumsi klasik menurut Ghazali (2012), menyatakan jika uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi.

Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi data normal atau mendekati normal (Ghozali, 2012). Uji normalitas data dapat menggunakan pendekatan grafis dan uji statistik *Kolmogorov-Smirnov*. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal dan *ploting* data akan dibandingkan dengan garis diagonal. Sedangkan untuk uji statistik *Kolmogorov-Smirnov*, metode yang digunakan adalah dengan melihat nilai signifikansi dari hasil uji. Jika nilai signifikansi masing-masing variabel dari hasil uji statistik *Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan nilai profitabilitas lebih besar dari nilai signifikansi yakni 0,05 maka dapat dikatakan data tersebut berdistribusi secara normal.

Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas terjadi jika ada hubungan linear yang sempurna atau hampir sempurna antara beberapa atau semua variabel independen dalam model regresi. Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi yang ditemukan memiliki korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Untuk menguji adanya multikolinearitas dapat dilakukan dengan menganalisis korelasi antar variabel dan perhitungan nilai *tolerance* serta *Variance Inflation Factor (VIF)*. Multikolinearitas terjadi jika nilai *tolerance* lebih kecil dari 0,1 yang berarti tidak ada korelasi antar variabel independen yang nilainya lebih dari 95% . Dan nilai *VIF* lebih besar dari 10, apabila *VIF* kurang dari 10 dapat dikatakan bahwa variabel independen yang digunakan dalam model adalah dapat dipercaya dan objektif (Ghozali, 2012).

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2012). Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antar SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah di prediksi, dan sumbu x adalah residual (Y prediksi - Y sesungguhnya) yang telah di *studentized*.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan kondisi dimana terdapatnya suatu korelasi atau hubungan antar pengamatan yang terjadi antara suatu periode t dengan periode sebelumnya (t-1). Uji autokorelasi hanya digunakan pada data *time series* (runtut waktu) sehingga tidak

perlu lagi dilakukan pada data *cross section* seperti yang terdapat pada kuesioner dimana pengukuran semua variabel dilakukan secara serempak pada waktu yang bersamaan. Uji autokorelasi digunakan untuk melihat apakah ada hubungan linier antara *error* serangkaian observasi yang diurutkan menurut waktu. Uji autokorelasi perlu dilakukan apabila data merupakan data *time series* (Suliyanto, 2011). Uji autokorelasi dapat dilakukan dengan menggunakan uji Durbin Watson. nilai *Durbin Watson* akan dibandingkan dengan nilai *d*-tabel.

Uji Kelayakan Model Regresi (*Goodness of Fit*)

Uji model kelayakan atau Uji *Goodness of Fit* digunakan dalam mengukur ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai actual. Secara statistik uji model kelayakan pada penelitian ini dapat dilakukan melalui pengukuran nilai koefisien determinasi dan nilai statistik F.

Uji Statistik F

Uji statistik F menurut Ghozali (2012:98), menyatakan jika uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimaksudkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance level* 0,05 ($\alpha=5\%$).

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berada di antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2012:97).

Pengujian Hipotesis

Pengujian terhadap hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini ialah untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dengan beberapa cara sebagai berikut :

Uji Statistik t

Menurut Ghozali (2012:98) uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance level* 0,05 ($\alpha=5\%$). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut : (1) Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti bahwa secara parsial variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen; (2) Jika nilai signifikan $\leq 0,05$ maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

ANALISIS PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Obyek Penelitian

Data yang digunakan pada penelitian ini ialah data sekunder yang diperoleh dari Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia STIESIA Surabaya dan website www.idx.co.id serta website perusahaan yang berupa laporan tahunan (*annual report*) yang telah terdaftar di

Bursa Efek Indonesia. Perusahaan yang dijadikan sampel ialah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang berada pada sektor *consumer good* pada periode tahun 2016 sampai dengan tahun 2018.

Tabel 1
Jumlah Populasi dan Sampel Penelitian

Kriteria	2016	2017	2018	Jumlah
Jumlah Perusahaan <i>Consumer Good</i> yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun 2016 - 2018	51	51	51	153
Jumlah Perusahaan <i>Consumer Good</i> yang melakukan publikasi laporan keuangan dan tahunan	28	28	28	84
Jumlah Perusahaan <i>Consumer Good</i> yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang datanya tidak memenuhi kriteria lengkap terhadap variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian tahun 2016-2018	1	1	1	(3)
Data <i>Outlier</i>	0	1	3	(4)
Jumlah Perusahaan <i>Consumer Good</i> yang digunakan dalam penelitian	27	26	24	77

Sumber : Data Sekunder yang diolah, 2020.

Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif memiliki tujuan dalam memberikan informasi mengenai deskripsi atas variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian. Pada penelitian ini analisis deskriptif akan disajikan melalui gambaran masing-masing dari variabel penelitian, yakni : Tanggung Jawab Sosial sebagai variabel dependen, selanjutnya untuk *Size* Perusahaan, Profitabilitas (ROE), *Leverage* (DER), Dewan Komisaris dan Komite Audit sebagai variabel independen pada penelitian ini. Analisis deskriptif variabel akan disajikan dalam Tabel 2.

Tabel 2
Hasil Uji Analisis Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Deviation
CSR	77	,297	,539	,370	,054
SIZ	77	25,796	32,201	28,867	1,533
ROE	77	,015	1,359	,195	,250
DER	77	,001	2,560	,613	,501
UDK	77	,200	,800	,405	,104
UKA	77	1,000	4,000	3,000	,324
Valid N	77				

Sumber : Data Sekunder yang diolah, 2020

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk menguji pengaruh dari *size* perusahaan (*SIZE*), profitabilitas (ROE), *leverage* (DER), dewan komisaris (UDK), serta komite audit (UKA) terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan di sektor *consumer good* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Untuk mengolah data digunakan alat bantu komputer dengan program SPSS 20. Hasil estimasi koefisien regresi disajikan pada Tabel 3 sebagai berikut :

Tabel 3
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized		Standardized	t	Sig.
		Coefficients		Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,311	,120		2,594	,012
	SIZ	-,003	,004	-,093	-,826	,412
	ROE	,085	,033	,388	2,559	,013
	DER	-,016	,014	-,145	-1,122	,266
	UDK	-,076	,070	-,145	-1,077	,285
	UKA	,059	,019	,353	3,104	,003

a. *Dependent Variable : CSRI*

Sumber : Data Sekunder yang diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 3 diperoleh persamaan analisis regresi linier berganda yang dihasilkan sebagai berikut :

$$CSR = 0,311 - 0,003SIZ + 0,085ROE - 0,016DER - 0,076UDK + 0,059UKA + e$$

Penjelasan dari persamaan diatas yakni sebagai berikut : Konstanta (α) pada penelitian ini memiliki nilai 0,311, yang berarti apabila nilai variabel independen *size* perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dewan komisaris serta komite audit bernilai 0, maka variabel dependen penelitian ini yakni tanggung jawab sosial akan memiliki nilai sebesar 0,311 atau 31,1%. Koefisien regresi variabel *size* perusahaan memiliki nilai sebesar -0,003, nilai koefisien regresi ini bersifat negatif yang menunjukkan jika adanya hubungan yang tidak searah antara variabel *size* perusahaan dengan tanggung jawab sosial. Hal ini berarti jika nilai variabel *size* perusahaan mengalami kenaikan sebesar 1 satuan dan variabel lain nilainya konstan, maka variabel dependen dalam penelitian ini yakni tanggung jawab sosial akan mengalami penurunan sebesar -0,003 atau -0,3% dengan asumsi variabel-variabel konstan yang lain. Koefisien regresi variabel profitabilitas memiliki nilai sebesar 0,085, nilai koefisien regresi ini bersifat positif yang menunjukkan jika adanya hubungan yang searah antara variabel profitabilitas dengan tanggung jawab sosial. Hal ini berarti jika nilai variabel profitabilitas mengalami kenaikan sebesar 1 satuan dan variabel lain nilainya konstan, maka variabel dependen dalam penelitian ini yakni tanggung jawab sosial akan mengalami kenaikan sebesar 0,085 atau 8,5% dengan asumsi variabel-variabel konstan lainnya. Koefisien regresi variabel *leverage* memiliki nilai sebesar -0,016, nilai koefisien regresi ini bersifat negatif yang menunjukkan jika adanya hubungan yang tidak searah antara variabel *leverage* dengan tanggung jawab sosial. Hal ini berarti jika nilai variabel *leverage* mengalami kenaikan sebesar 1 satuan dan variabel lain nilainya konstan, maka variabel dependen dalam penelitian ini yakni tanggung jawab sosial akan mengalami penurunan sebesar -0,016 atau -1,6% dengan asumsi variabel-variabel konstan lainnya. Koefisien regresi variabel dewan komisaris memiliki nilai sebesar -0,076, nilai koefisien regresi ini bersifat negatif yang menunjukkan jika adanya hubungan yang tidak searah antara variabel dewan komisaris dengan tanggung jawab sosial. Hal ini berarti jika nilai variabel dewan komisaris mengalami kenaikan sebesar 1 satuan dan variabel lain nilainya konstan, maka variabel dependen dalam penelitian ini yakni tanggung jawab sosial akan mengalami penurunan sebesar -0,076 atau -7,6 % dengan asumsi variabel-variabel konstan lainnya. Koefisien regresi variabel komite audit memiliki nilai sebesar 0,059, nilai koefisien regresi ini bersifat positif yang menunjukkan jika adanya hubungan yang searah antara variabel komite audit dengan tanggung jawab sosial. Hal ini berarti jika nilai variabel komite audit mengalami kenaikan sebesar 1 satuan dan variabel lain nilainya konstan, maka variabel dependen dalam

penelitian ini yakni tanggung jawab sosial akan mengalami kenaikan sebesar 0,059 atau 5,9% dengan asumsi variabel-variabel konstan lainnya.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji Normalitas merupakan salah satu uji yang digunakan dalam mengkaji tingkat kenormalan variabel yang diteliti untuk menunjukkan data tersebut berdistribusi secara normal atau tidak. Untuk mengetahui data tersebut berdistribusi normal atau tidak, dapat melakukan pengujian dengan menggunakan metode *Kolmogorov Smirnov* maupun dengan pendekatan grafik.

Dasar pengambilan keputusan dengan menggunakan pendekatan *Kolmogorov Smirnov* yakni dengan kriteria sebagai berikut : a) Jika diperoleh angka signifikan $> 0,05$, maka menunjukkan data residual tersebut berdistribusi secara normal; b) Jika diperoleh angka signifikan $< 0,05$, maka menunjukkan data residual tersebut tidak berdistribusi secara normal. Hasil dari Uji Normalitas nampak pada Tabel 4.

Tabel 4
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		<i>Unstandardized</i>
<i>N</i>		77
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	,000
	<i>Std.</i>	,049
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	,099
	<i>Positive</i>	,099
	<i>Negative</i>	-,076
<i>Kolmogorov-Smirnov Z</i>		,873
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		<u>,432</u>

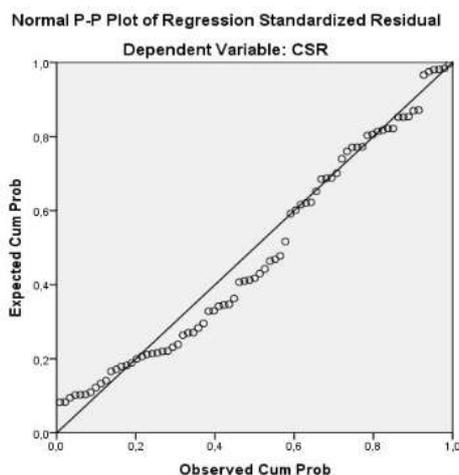
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Data Sekunder yang diolah, 2020

Dari tabel diatas, maka dapat diketahui jika besarnya nilai *Asymp. Sig.(2-tailed)* sebesar $0,432 > 0,005$, berarti menunjukkan pola distribusi yang normal sehingga model regresi dapat memenuhi asumsi normalitas. Hal ini sudah sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan maka dapat diambil kesimpulan jika data penelitian tersebut berdistribusi secara normal dan dapat digunakan dalam penelitian.

Pendekatan kedua yang digunakan dalam menilai normalitas data yakni dengan menggunakan pendekatan grafik, yakni grafik *Normal P-P Plot of Regression Standard*, dengan melakukan pengujian ini disyaratkan jika distribusi data penelitian harus mengikuti garis diagonal antara 0 dan pertemuan antara sumbu X dan Y. Grafik normalitas akan disajikan dalam Gambar 2 sebagai berikut :



Gambar 2
Hasil Uji Normalitas
Sumber : Data Sekunder yang diolah, 2020

Berdasarkan pada Gambar 2, dapat diketahui jika distribusi data telah mengikuti garis diagonal antara 0 dengan pertemuan sumbu I (*Expected Cum Prob*) dengan sumbu X (*Observed Cum Prob*). Maka hal ini menunjukkan bila data yang digunakan dalam penelitian ini telah terdistribusi dengan normal. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan jika baik melalui pendekatan uji *Kolmogorov Smirnov* maupun pendekatan grafik model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas berfungsi untuk menguji model regresi yang digunakan untuk mengetahui ada atau tidak nya korelasi antara variabel independen yakni *size* perusahaan, *profitabilitas*, *leverage*, dewan komisaris serta komite audit. Model regresi yang baik seharusnya tidak saling berkorelasi satu sama lainnya. Nilai *cut off* yang biasa digunakan dalam menunjukkan terdapatnya multikolinearitas pada penelitian ini yakni sebagai berikut : (1) Apabila nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai *VIF* < 10, maka dapat ditarik kesimpulan jika tidak terdapat multikolinearitas antara variabel independen pada model regresi; (2) Apabila nilai *tolerance* < 0,10 dan nilai *VIF* > 10, maka dapat ditarik kesimpulan jika terdapat multikolinearitas antara variabel independen pada model regresi. Variabel pada penelitian ini yang terdeteksi terdapat multikolinearitas tidak dapat ditoleransi serta variabel tersebut harus dikeluarkan dari model regresi supaya hasil yang diperoleh tidak menjadi bias.

Tabel 5
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficientsa

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Toleranc	VIF
1 (Constant)	,311	,120		2,594	,012		
SIZ	-,003	,004	-,093	-,826	,412	,898	1,114
ROE	,085	,033	,388	2,559	,013	,494	2,026
DER	-,016	,014	-,145	-1,122	,266	,677	1,476
UDK	-,076	,070	-,145	-1,077	,285	,628	1,591
UKA	,059	,019	,353	3,104	,003	,879	1,138

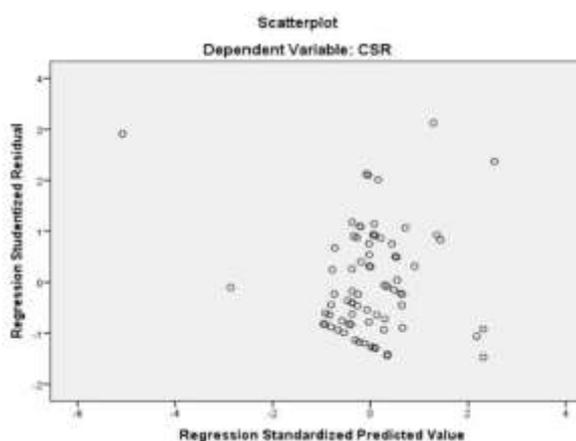
a. *Dependent Variable* : CSRI

Sumber : Data Sekunder yang diolah, 2020

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 5 diatas, menunjukkan jika nilai *tolerance* dari variabel *size* perusahaan, *profitabilitas*, *leverage*, dewan komisaris serta komite audit kurang dari 1, sedangkan untuk nilai VIF kurang dari 10. Hal ini dapat ditarik kesimpulan bila nilai *tolerance* pada masing-masing variabel diatas $> 0,10$ dan untuk nilai VIF pada masing-masing variabel < 10 . Sehingga hal ini menunjukkan jika variabel independen dalam penelitian ini terbebas dari multikolinieritas atau dengan kata lain dapat dipercaya serta obyektif untuk dapat dilakukan penelitian lebih lanjut.

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas memiliki tujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi tidak ada kesamaan variabel yang terdapat pada residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Apabila *variance* pada residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Namun bila jika *variance* pada residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain berbeda, maka disebut heteroskedastisitas. Gejala heteroskedastisitas dapat diketahui melalui *scatterplot* model, dimana jika tidak terjadi heteroskedastisitas jika titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau berada disekitar angka 0, atau titik-titik pada data tidak mengumpul hanya diatas maupun dibawah saja. Hasil dari pengujian heteroskedastisitas pada Gambar 4, sebagai berikut :



Gambar 3
Uji Heteroskedastisitas

Sumber : Data Sekunder yang diolah, 2020

Berdasarkan hasil pengujian pada Gambar 3 diatas diketahui jika titik-titik tersebut menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y sehingga penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi. Hal tersebut menunjukkan jika hasil estimasi regresi linier berganda layak untuk digunakan pada interpretasi serta analisis lebih lanjut.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan kondisi dimana terdapatnya suatu korelasi atau hubungan antar pengamatan yang terjadi antara suatu periode t dengan periode sebelumnya ($t-1$). Uji autokorelasi dapat dilakukan dengan menggunakan uji *Durbin Watson*. Nilai *Durbin Watson* akan dibandingkan dengan nilai d -tabel. Hasil perbandingan akan menghasilkan kesimpulan seperti kriteria berikut: (1) Jika nilai DW lebih kecil daripada -2 , maka terdapat autokorelasi positif; (2) Jika nilai DW berada diantara -2 sampai dengan $+2$, maka tidak terdapat autokorelasi; (3) Jika nilai DW lebih besar daripada $+2$, maka terdapat autokorelasi negatif.

Tabel 6
Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,439 ^a	,193	,136	,051	1,093

a. Predictors: (Constant), UKA, ROE, UP, DER, UDK

b. Dependent Variable: CSR

Sumber : Data Sekunder yang diolah, 2020

Berdasarkan hasil uji autokorelasi pada Tabel 6 diatas, dengan menggunakan *Durbin Watson* menunjukkan nilai sebesar 1,093. Nilai *Durbin Watson* tersebut berada diantara -2 sampai +2 sehingga dapat ditarik kesimpulan jika dalam penelitian ini tidak terjadi autokorelasi atau terbebas dari autokorelasi.

Uji Model Kelayakan (Uji Goodness of Fit)

Uji Statistik F

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimaksudkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance level* 0,05 ($\alpha=5\%$). Ketentuan penerimaan atau penolakan hipotesis adalah sebagai berikut: (1) Jika nilai signifikan < 0,05 maka hipotesis diterima; (2) Jika nilai signifikan > 0,05 maka hipotesis ditolak. Hasil dari Uji Statistik F tampak pada Tabel 7, sebagai berikut :

Tabel 7
Hasil Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,043	5	,009	3,398	,008 ^b
	Residual	,181	71	,003		
	Total	,225	76			

a. Dependent Variable: CSR

b. Predictors: (Constant), UKA, ROE, UP, DER, UDK

Sumber : Data Sekunder yang diolah, 2020

Berdasarkan hasil uji F pada Tabel 7, menunjukkan jika nilai F hitung sebesar 3,398 dengan nilai sig sebesar 0,008. Maka jika nilai $\alpha > F_{\text{sign}}$ dengan nilai $0,05 > 0,008$, maka dapat ditarik kesimpulan jika model layak untuk dapat dilakukan uji lebih lanjut. Dengan demikian variabel independen pada penelitian ini yakni *size* perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dewan komisaris serta komite audit secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap variabel dependen yakni pengungkapan tanggung jawab sosial.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berada di antara nol dan satu. Hasil uji koefisien determinasi tampak pada Tabel 8, sebagai berikut :

Tabel 8
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,439 ^a	,193	,136	,051

a. Predictors: (Constant), UKA, ROE, UP, DER, UDK

b. Dependent Variable: CSR

Sumber : Data Sekunder yang diolah, 2020

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada Tabel 8 maka dapat dilihat jika nilai *R square* (R^2) sebesar 0,193 atau 19,3% yang menunjukkan jika kontribusi dari variabel *size* perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dewan komisaris serta komite audit terhadap tanggung jawab sosial pada perusahaan manufaktur di sektor *consumer good* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2016 sampai dengan tahun 2018. Sedangkan untuk nilai sisanya yakni sebesar 0,807 atau 80,7% dikontribusikan oleh faktor lainnya di luar model penelitian. Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur keeratan hubungan antara variabel *size* perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dewan komisaris dan komite audit terhadap tanggung jawab sosial perusahaan manufaktur pada sektor *consumer good* yang terdaftar di BEI periode tahun 2016 sampai dengan tahun 2018. Nilai koefisien relasi berganda yang ditunjukkan dengan (R) yakni sebesar 0,439 atau 43,9% yang menunjukkan jika korelasi antara variabel *size* perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dewan komisaris serta komite audit dengan tanggung jawab sosial memiliki posisi yang cukup kuat.

Pengajuan Hipotesis Uji Statistik t

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance level* 0,05 ($\alpha=5\%$). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut : (1) Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti bahwa secara parsial variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen; (2) Jika nilai signifikan $\leq 0,05$ maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Hasil uji t tampak pada Tabel 9, sebagai berikut:

Tabel 9
Hasil Uji T

Model		t	Sig.
1	(Constant)	2,594	,012
	SIZ	-,826	,412
	ROE	2,559	,013
	DER	-1,122	,266
	UDK	-1,077	,285
	UKA	3,104	,003

a. Dependent Variable : CSRI

Sumber : Data Sekunder yang diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 9 diatas hasil uji t terhadap variabel-variabel bebas secara rinci dapat dijelaskan sebagai berikut :

Hasil Uji t Pengaruh Untuk Variabel *Size* Perusahaan

Dengan nilai signifikan $\alpha = 0,05$ dipengaruhi nilai t hitung pada variabel *size* perusahaan sebesar $-0,826$ dengan nilai signifikan sebesar $0,412$ yang mana jika nilai α tersebut lebih kecil dari t_{sign} ($0,05 < 0,412$), dengan demikian maka pengujian menunjukkan jika H_1 ditolak. Hasil penelitian ini menunjukkan jika variabel *size* perusahaan tidak berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial.

Hasil Uji t Pengaruh Untuk Variabel Profitabilitas

Dengan nilai signifikan $\alpha = 0,05$ dipengaruhi nilai t hitung pada variabel profitabilitas sebesar $2,559$ dengan nilai signifikan sebesar $0,013$ yang mana jika nilai α tersebut lebih besar dari t_{sign} ($0,05 > 0,013$), dengan demikian maka pengujian menunjukkan jika H_2 diterima. Hasil penelitian ini menunjukkan jika variabel profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Hasil Uji t Pengaruh Untuk Variabel *Leverage*

Dengan nilai signifikan $\alpha = 0,05$ dipengaruhi nilai t hitung pada variabel *leverage* sebesar $-1,122$ dengan nilai signifikan sebesar $0,266$ yang mana jika nilai α tersebut lebih kecil dari t_{sign} ($0,05 < 0,266$), dengan demikian maka pengujian menunjukkan jika H_3 ditolak. Hasil penelitian ini menunjukkan jika variabel *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Hasil Uji t Pengaruh Untuk Variabel Dewan Komisaris.

Dengan nilai signifikan $\alpha = 0,05$ dipengaruhi nilai t hitung pada variabel dewan komisaris sebesar $-1,077$ dengan nilai signifikan sebesar $0,285$ yang mana jika nilai α tersebut lebih kecil dari t_{sign} ($0,05 < 0,285$), dengan demikian maka pengujian menunjukkan jika H_4 ditolak. Hasil penelitian ini menunjukkan jika variabel dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Hasil Uji t Pengaruh Untuk Variabel Komite Audit.

Dengan nilai signifikan $\alpha = 0,05$ dipengaruhi nilai t hitung pada variabel dewan komisaris sebesar $3,105$ dengan nilai signifikan sebesar $0,003$ yang mana jika nilai α tersebut lebih besar dari t_{sign} ($0,05 > 0,003$), dengan demikian maka pengujian menunjukkan jika H_5 diterima. Hasil penelitian ini menunjukkan jika variabel komite audit berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Pembahasan

Pengaruh *Size* Perusahaan Terhadap Tanggung Jawab Sosial

Hasil dari pengujian hipotesis yang pertama dengan menggunakan uji t menunjukkan jika variabel *size* perusahaan tidak berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial. *Size* perusahaan tidak berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial dapat disebabkan karena baik perusahaan berskala kecil maupun perusahaan perusahaan berskala besar tentu akan menjadi sorotan bagi masyarakat akibat dampak dari kegiatan operasi perusahaan terhadap masyarakat luas, sehingga besar kecilnya suatu perusahaan tetap memiliki kewajiban yang sama dalam melaksanakan pengungkapan tanggung jawab sosial. Dalam teori legitimasi menyatakan bila perusahaan akan berusaha untuk mematuhi peraturan serta norma-norma yang terdapat di masyarakat yakni termasuk pada Undang-Undang No. 40 tahun 2007 supaya keberadaan perusahaan diakui dan diterima oleh masyarakat sekitar. Tidak berpengaruhnya hubungan *size* perusahaan dengan tanggung jawab sosial karena adanya Undang-Undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang mengharuskan jika suatu perusahaan wajib dalam mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaannya. Dalam hal ini tentu saja menjadikan perusahaan yang berskala kecil maupun besar akan

dituntut dalam mengungkapkan tanggung jawab sosial dalam laporan keuangan atau laporan tahunan perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Tanggung Jawab Sosial

Hasil dari pengujian hipotesis yang kedua dengan menggunakan uji t menunjukkan jika variabel profitabilitas berpengaruh positif terhadap tanggung jawab sosial. Hal ini menunjukkan bila pada saat nilai laba suatu perusahaan tinggi, maka kegiatan pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilaksanakan oleh perusahaan juga semakin banyak, namun sebaliknya bila nilai profitabilitas suatu perusahaan kecil maka aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan akan sedikit. Dengan demikian ketika perusahaan mempunyai laba yang tinggi maka perusahaan tentu saja mempunyai dana yang cukup untuk melaksanakan kegiatan tanggung jawab sosial, sehingga hasil dalam pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan akan semakin banyak pula. Berbanding dengan nilai laba perusahaan yang rendah, maka perusahaan tersebut tentu saja tidak memiliki kecukupan dana dalam melaksanakan kegiatan tanggung jawab sosial. sehingga hasil dalam tanggung jawab sosial perusahaan akan lebih sedikit.

Pengaruh Leverage Terhadap Tanggung Jawab Sosial

Hasil dari pengujian hipotesis yang ketiga dengan menggunakan uji t menunjukkan jika variabel *leverage* tidak berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial. *Leverage* tidak berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial dikarenakan perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* yang tinggi maupun rendah, perusahaan akan tetap melakukan tanggung jawab sosial. Sebab tanggung jawab sosial dianggap memberikan akibat lain seperti pencitraan yang baik terhadap konsumen, investor masyarakat sekitar dan lainnya. Dalam hal ini *debtholders* menganggap jika tanggung jawab sosial sebagai salah satu kegiatan yang penting dalam menjaga kelangsungan hidup suatu perusahaan agar dapat menghindari dari risiko gagal bayar. Hal ini juga sesuai dengan teori legitimasi yang memfokuskan terhadap interaksi antara perusahaan dengan masyarakat.

Pengaruh Dewan Komisaris Terhadap Tanggung Jawab Sosial

Hasil dari pengujian hipotesis yang keempat dengan menggunakan uji t menunjukkan jika variabel dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Hal ini disebabkan intervensi yang telah diberikan oleh dewan komisaris kepada pihak manajemen terhadap kinerja sosial perusahaan tidak terlalu terlihat. Para dewan komisaris lebih melaksanakan fungsi pengawasannya terhadap kinerja keuangan perusahaan dibandingkan pada kinerja sosial.

Pengaruh Komite Audit Terhadap Tanggung Jawab Sosial

Hasil dari pengujian hipotesis yang keempat dengan menggunakan uji t menunjukkan jika variabel komite audit berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Hal ini disebabkan komite audit turut memberikan peran dalam melakukan pengawasan serta memastikan supaya pelaksanaan serta pengungkapan kegiatan sosial dapat berjalan dengan lancar. Komite audit merupakan kepanjangan tangan dari dewan komisaris yang mempunyai tugas yang sama yakni dalam hal pengawasan. Hal tersebut yang menyebabkan jika komite audit akan memberikan pengaruh yang lebih besar jika dibandingkan dengan dewan komisaris terhadap tanggung jawab sosial. Dengan meningkatkan pengawasan terhadap kegiatan sosial maka perusahaan perlu untuk meningkatkan jumlah komite audit suatu perusahaan. Sehingga semakin besar jumlah komite audit, maka semakin baik pula tingkat pengawasan yang diberikan pada suatu perusahaan sehingga kegiatan sosial dapat berjalan dengan baik serta legitimasi perusahaan terjaga.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Hasil penelitian dari pengaruh *Size Perusahaan*, *Profitabilitas*, *Leverage*, Dewan Komisaris serta Komite Audit terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada perusahaan Manufaktur di sektor *Consumer Good* periode tahun 2016 sampai dengan tahun 2018, dari pengujian hipotesis maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut : (1) Variabel *size* perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial; (2) Variabel profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial; (3) Variabel *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial; (4) Variabel ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial; (5) Variabel komite audit berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diambil, maka saran-saran yang dapat diajukan yakni sebagai berikut: (1) Dari keterbatasan penelitian yang dikemukakan diharapkan variabel independen pada penelitian selanjutnya dapat ditambahkan variabel lain seperti ukuran kepemilikan saham, *current ratio*, dewan direksi dan sebagainya sebagai variabel independen yang kemungkinan dapat mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial; (2) Penelitian ini hanya menggunakan sampel perusahaan manufaktur pada sektor *consumer good* dengan periode 3 tahun. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya akan lebih baik apabila dapat memperluas objek penelitian di sektor perusahaan yang berbeda yang telah terdaftar di BEI serta memperpanjang periode pengamatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anita, T. Jurnal, dan Meiliana. 2017. Pengungkapan Corporate Social Responsibility : Pengaruh Struktur Kepemilikan dan Karakteristik Perusahaan. *Symposium Nasional Akuntansi XX Jember*. 27-30 September 2017: 1-30.
- Badan Pengawas Pasar Modal. 2004. Surat Keputusan Ketua Bapepam. Kep-29/PM/2004 tentang *Pembentukan dan Pedoman Pelaksanaan Kerja Komite Audit*. Jakarta.
- Belkaoui, A., dan P. G. Karpik .1989. Determinants Of The Corporate Decision To Disclose Social Information. *Accounting, Auditing and Accountability Journal* 2(1): 36-51.
- Brigham, E. F. dan J. F. Houston. 2006. *Fundamental of Financial Management : Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Edisi Kesepuluh. Salemba Empat. Jakarta.
- Cahyonowati, N. 2003. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Sosial (Social Disclosure) Dalam Laporan Tahunan Perusahaan. *Skripsi*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Dermawan, S. 2009. *Manajemen Keuangan*. Edisi Ketiga. Mitra Wacana Media. Jakarta.
- Diyanti, F. 2010. Mekanisme Good Corporate Governance, Karakteristik Perusahaan dan Mandatory Disclosure : Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Tesis*. Universitas Brawijaya. Malang.
- Fahmi, I. 2014. *Analisa Kinerja Keuangan*. Alfabeta. Bandung.
- Fahrizqi. 2010. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Laporan Tahunan Perusahaan. *Skripsi*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Freeman, R. E. dan J. McVea. 2001. *A Stakeholder Approach To Strategic Management*. Blackwell Publishing. Oxford.

- Ghozali, I. 2012. *Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gray, R., R. Kouhy, dan S. Lavers. 1995. Corporate Social and Environmental Reporting : A Review of Literature and a Longitudinal Study of UK Disclosure. *Accounting, Auditing, and Accountability Journal* 8(2): 47-76.
- Hackston, D. and M. J. Milne. 1996. Some Determinants of Social and Environmental Disclosures in New Zealand Companies. *Accounting, Auditing and Accountability Journal* 9(1): 77-108.
- Hadi. N. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Hartono, J. 2008. *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Edisi Kelima. BPFE. Yogyakarta.
- Indraswari, G. dan I. Astika. 2015. Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Kepemilikan Saham Publik Terhadap Pengungkapan CSR. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 11(1): 289-302.
- Iswandika, R., E. Sipayung, dan M. Murtanto. 2014. Pengaruh Kinerja Keuangan, Corporate Governance dan Kualitas Audit Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *e-Jurnal Akuntansi Fakultas Ekonomi universitas Trisakti* 1(2): 1-18.
- Kasmir. 2015. *Analisis Laporan Keuangan*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Krisna, A. dan N. Suhardianto. 2012. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan* 18(2): 119-128.
- Lako, A. 2011. *Dekonstruksi CSR dan Reformasi Paradigma Bisnis dan Akuntansi*. Erlangga. Jakarta.
- Larasati, D. dan H. Syamsul. 2011. Pengaruh Kondisi Keuangan Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. *Jurnal JAAI* 15(2): 178-189.
- Marfuah dan C. Yuliawan. 2011. Karakteristik Perusahaan Dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. *Jurnal JAAI* 15(1): 103-119.
- Rachmanda, A. dan Fuad. 2014. Analisis Pengaruh Mekanisme Corporate Governance Terhadap Kebijakan Pengungkapan Informasi Sosial dan Lingkungan (Studi Empiris Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2008-2012). *Diponegoro Journal of Accounting* 3(2): 1-12.
- Rankin, M., D. Wahyuni, dan C. Windsor. 2011. An Investigation of Voluntary Corporate Greenhouse Gas Emissions Reporting in A Market Governance System: Australian Evidence. *Accounting, Auditing and Accountability Journal* 24(8): 1037-1070.
- Rizki, L. A., H. Basri, dan S. Musnadi. 2014. Pengaruh Faktor Fundamental dan Mekanisme Corporate Governance Terhadap Pengungkapan Corporate Sosial Responsibility Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Magister Akuntansi* 3(3): 35-45.
- Rusdianto, U. 2013. *CSR Communications A Framework for PR Practitioners*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Said, R., H. Haron, dan Y. Zainuddin. 2009. The Relationship Between Corporate Social Responsibility and Corporate Governance Characteristics in Malaysia Public Listed Companies. *Social Responsibility Journal* 5(2): 212-226.
- Sembiring, E. R. 2005. Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta. *Simposium Nasional Akuntansi VIII Solo*. 15-16 September: 379-395.
- Sjahrial, D. 2009. *Manajemen Keuangan Edisi Ketiga*. Mitra Wacana Media. Jakarta.
- Sugiyono. 2012. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Sujarweni, W. 2015. *Akuntansi Manajemen Pustaka Baru Press*. Yogyakarta.
- Suliyanto. 2011. *Ekonometrika Terapan : Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. CV Andi Offset. Yogyakarta.
- Surya, I. dan I. Yustiavandana. 2009. *Penerapan Good Corporate Governance Mengesampingkan Hak-hak Istimewa dan Kelangsungan Usaha*. Kencana Prenda. Jakarta.

- Suryono, H. dan P. Andri. 2011. Pengaruh Karakteristik Perusahaan dan Corporate Governance Terhadap Praktik Pengungkapan Sustainability Report (SR) : Studi pada Perusahaan-Perusahaan yang Listed (Go Public) di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2007-2009. *Simposium Nasional Akuntansi XIV Aceh* 20-23 Juli: 1-9.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 *Perseroan Terbatas*. 16 Agustus 2007. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 106. Jakarta.