

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

(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek
Indonesia Periode 2012-2014)

ARTIKEL ILMIAH

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Jurusan Akuntansi



Oleh :

TIKA TAGFIRUCHA SARASWATI NINGSIH
NIM : 2012310045

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS

SURABAYA

2016

PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Tika Tagfirucha Saraswati Ningsih
Tempat, Tanggal Lahir : Mojokerto, 11 Maret 1994
N.I.M : 2012310045
Jurusan : Akuntansi
Program Pendidikan : Strata 1
Konsentrasi : Akuntansi Keuangan
Judul : Pengaruh *Leverage*, Profitabilitas, Ukuran
Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate
Social Responsibility*

Disetujui dan diterima baik oleh :

Dosen Pembimbing,

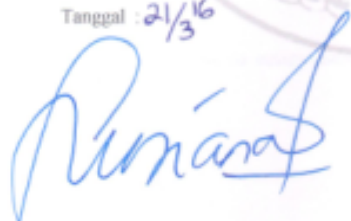
Tanggal : 14/3/16



(Dra. Gunasti Hudiwinarsih, Ak., M.Si)

Ketua Program Sarjana Akuntansi

Tanggal : 21/3/16



(Dr. Luciana Spica Almia, SE., M.Si., QIA)

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

(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di
Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2014)

Tika Tagfirucha Saraswati Ningsih

STIE Perbanas Surabaya

Email : tikatagfirucha11@gmail.com

Jl. Nginden Semolo 34-36 Surabaya

ABSTRACT

The study aims to analyze the influence of leverage, profitability, company size on Corporate Social Responsibility Disclosure in manufacture company listed (BEI). Measurement of Corporate Social Responsibility is based on the category of the Global Reporting Index (GRI) version 3.0 is seen in the company's annual report. The population in this research were all manufacture company listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the 2012-2014, of the 477 companies listed, only 186 companies that meet the criteria of the study sample has been determined. The data analysis technique with classical assumption test. Testing of hypotheses using multiple linear regression analysis with SPSS 21.0. the result of this research is regression model fit the data and the partial profitability and company size affect on Corporate Social Responsibility Disclosure, while leverage has no effect on Corporate Social Responsibility Disclosure.

Key words : *leverage, profitability, company size, corporate social responsibility disclosure*

PENDAHULUAN

Perusahaan di Indonesia semakin dituntut untuk memberikan informasi yang transparan atas aktivitas sosialnya. Transparansi merupakan satu hal yang amat penting bagi pihak eksternal, berperan untuk mengurangi asimetri informasi, kesalahpahaman khususnya informasi dan pertanggungjawaban berbagai dampak dari lingkungan (Nor Hadi, 2011 : 61). Adanya beberapa fenomena kasus seperti PT. Newmont Nusa Tenggara yang melakukan pembuangan tailing ke dasar laut, berakibat pencemaran dan kerusakan ekosistem (Nor Hadi, 2011 : 13).

Melihat kasus yang terjadi tersebut, pemerintah di Indonesia telah mengeluarkan aturan bahwa setiap perusahaan (penanam modal) berkewajiban untuk

melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan yaitu pada Pasal 74 UU Perseroan Terbatas No.40/2007, dengan demikian sudah semestinya perusahaan perlu menyadari akan pentingnya tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) dan mengungkapkannya secara transparan dalam laporan tahunan perusahaan.

Corporate Social Responsibility adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan (Hendrik, 2008 : 1). Dampak yang ditimbulkan dari kegiatan perusahaan berbeda-beda meskipun memiliki jenis usaha yang sama sehingga

berpengaruh terhadap kegiatan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Perbedaan tersebut dikarenakan faktor-faktor yang membedakan perusahaan yang disebut juga karakteristik perusahaan.

Leverage merupakan alat untuk mengukur seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh utang atau pihak luar dengan kemampuan perusahaan yang digambarkan oleh modal (*equity*). Semakin tinggi tingkat *leverage* maka akan semakin luas pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuat dalam laporan tahunan, penelitian yang dilakukan oleh Jayanti, dkk (2011) menemukan hubungan positif antara *leverage* dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui semua kemampuan, dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang dan sebagainya sehingga mampu meningkatkan nilai pemegang saham perusahaan (Sofyan, 2008 : 304). Susilatri dan Deri (2011) menemukan hubungan positif yang signifikan antara profitabilitas dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Maria (2012) yang melakukan penelitian pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2008-2010 menemukan hasil pengaruh profitabilitas yang tidak signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Ukuran perusahaan merupakan suatu skala yang berfungsi untuk mengklasifikasikan besar kecilnya entitas bisnis atau perusahaan. Ukuran perusahaan bisa didasarkan pada jumlah aktiva (aktiva tetap, tidak berwujud, dan lain-lain), jumlah tenaga kerja, volume penjualan dan kapitalisasi pasar (Jayanti, 2011). Penelitian yang pernah dilakukan oleh Agus (2011) menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, tetapi penelitian yang

dilakukan oleh Achmad (2007) menunjukkan hubungan negatif antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Berdasarkan pada uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai beberapa faktor yang berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* karena dalam penelitian sebelumnya masih menunjukkan hasil penelitian yang beragam. Peneliti ingin mengetahui lebih jauh tentang pengaruh variabel *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur periode 2012-2014.

RERANGKA TEORITIS YANG DIPAKAI DAN HIPOTESIS

Teori Stakeholder (Stakeholder Theory)

Teori *stakeholder* tersebut jika ditarik interkoneksi dengan teori legitimasi yang mengisyaratkan bahwa perusahaan hendaknya mengurangi *expectation gap* dengan masyarakat (publik) sekitar guna meningkatkan legitimasi (pengakuan) masyarakat, ternyata terdapat benang merah. Untuk itu, perusahaan hendaknya menjaga reputasinya yaitu dengan menggeser pola orientasi (tujuan) yang semula semata-mata diukur dengan *economic measurement* yang cenderung *shareholder orientation*, ke arah memperhitungkan faktor sosial (*social factors*) sebagai wujud kepedulian dan keberpihakan terhadap masalah sosial kemasyarakatan (Nor Hadi, 2011 : 95). Teori *stakeholder* jika dikaitkan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial adalah perusahaan tidak hanya bertujuan untuk memenuhi kepentingan perusahaan sendiri tetapi juga memberikan manfaat bagi *stakeholder*.

Teori Legitimasi (Legitimacy Theory)

Teori legitimasi mengungkapkan bahwa perusahaan secara kontinyu

berusaha bertindak sesuai norma-norma dalam masyarakat. Atas usahanya tersebut perusahaan berusaha agar aktivitasnya diterima menurut persepsi pihak eksternal perusahaan. Ghozali dan Chariri (2007) menjelaskan bahwa teori legitimasi sangat bermanfaat dalam menganalisis perilaku organisasi, karena teori legitimasi adalah hal yang paling penting bagi perusahaan. Teori legitimasi dilandasi oleh kontrak sosial yang terjadi antara perusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber ekonomi. Dikaitkan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial dalam laporan tahunan (*annual report*), perusahaan yang melakukan tanggung jawab sosial secara langsung akan memperoleh legitimasi dari masyarakat sekitar dimana perusahaan tersebut beroperasi.

Teori Kontrak Sosial (*Social Contract Theory*)

Kontrak sosial (*social contract*) muncul adanya interaksi dalam kehidupan sosial masyarakat agar terjadi keselarasan, keserasian dan keseimbangan, termasuk terhadap lingkungan. Perusahaan yang merupakan kelompok orang yang memiliki kesamaan tujuan dan berusaha mencapai tujuan secara bersama, adalah bagian dari masyarakat dalam lingkungan yang lebih besar. Keberadaannya, sangat ditentukan oleh masyarakat, di mana antara keduanya saling pengaruh-mempengaruhi. Untuk itu, agar terjadi keseimbangan (*equality*), maka perlu kontrak sosial (*social contract*) baik secara eksplisit maupun implisit sehingga terjadi kesepakatan-kesepakatan yang saling melindungi kepentingannya (Nor Hadi, 2011 : 95).

Corporate Social Responsibility

Menurut Rizkia (2012), tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* kini mulai ramai diperbincangkan, namun belum terdapat kesamaan definisi dari berbagai kalangan. Menurut *The World Business Council on Sustainable Development* (WBCSD)

menyatakan *Corporate Sosial Responsibility* adalah suatu komitmen dari perusahaan untuk melaksanakan etika keperilakuan (*behavioural ethics*) dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan (*sustainable economic development*).

Pasal 72 ayat (1) Undang-Undang Perseroan terbatas tersebut menyatakan perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan/atau berkaitan dengan segala sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Inilah yang dimaksud dengan *Corporate Social Responsibility* (Hendrik, 2008 : 15).

Global Reporting Index

GRI (*Global Reporting Index*) adalah sebuah pedoman atau standar pengukuran pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) oleh perusahaan. Standar GRI ini meliputi enam aspek, diantaranya : Aspek Kinerja Ekonomi, Aspek Lingkungan, Aspek Tenaga Kerja Dan Kepatuhan Kerja, Aspek Hak Asasi Manusia, Aspek Masyarakat, Aspek Tanggung Jawab Produk. Masing-masing standar pengungkapan tersebut memiliki beberapa aspek yang harus diungkapkan dalam laporan tahunan pada tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility Disclosure-CSR*) (www.globalreporting.org).

Corporate Sosial Responsibility Disclosure

Menurut Ghozali dan Chariri (2007), pengungkapan (*disclosure*) artinya tidak menutupi atau tidak menyembunyikan. Apabila dikaitkan dengan laporan keuangan, laporan keuangan tersebut harus memberikan informasi dan penjelasan yang cukup mengenai hasil aktivitas suatu unit usaha atau entitas. Pengungkapan pertanggungjawaban sosial (*Corporate Social Responsibility Disclosure*) yang dilakukan perusahaan berguna dalam memberikan informasi berkaitan dengan praktik *Corporate Social Responsibility*

perusahaan kepada pemegang saham, agar mendapat reaksi positif dari investor untuk meningkatkan *volume* perdagangan saham.

Leverage

Rasio *leverage* menggambarkan hubungan antara utang perusahaan terhadap modal maupun aset. Perusahaan yang baik mestinya memiliki komposisi modal yang lebih besar dari utang (Sofyan, 2008 : 306). Rasio ini menunjukkan risiko finansial yang dihadapi perusahaan. Adanya komponen modal yang berasal dari utang, pemilik akan memperoleh manfaat berupa keuntungan yang diperoleh dari penambahan modal, tetapi di sisi lain pemilik harus membayar bunga utang.

Profitabilitas

Rasio profitabilitas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang dan sebagainya (Sofyan, 2008 : 304). Profitabilitas suatu perusahaan menunjukkan perbandingan antara laba dengan aset atau modal yang menghasilkan laba tersebut. Arus laba dapat memberikan kontribusi pada peningkatan kinerja pasar dari saham perusahaan. Perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas tinggi akan lebih mudah menarik investor untuk melakukan penanaman modal dalam perusahaan.

Ukuran Perusahaan

Menurut Saleh, dkk (2010) dalam Agus (2011), ukuran perusahaan merupakan variabel yang penting dalam praktik CSR (*Corporate Social Responsibility*) dan berperan seperti barometer yang menjelaskan mengapa perusahaan terlibat dalam praktik CSR (*Corporate Social Responsibility*).

Perusahaan besar termasuk dalam perusahaan yang paling banyak disoroti oleh publik sehingga pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya

politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan perusahaan kecil cenderung akan mengungkapkan lebih rendah kualitasnya. Hal ini dikarenakan ketiadaan sumber daya dan dana yang cukup besar dalam laporan tahunan.

Hipotesis Penelitian

Pengaruh *Leverage* Dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Leverage yang tinggi dapat diartikan bahwa semakin banyak aset perusahaan yang dibiayai oleh utang, dalam hal ini dapat dikatakan bahwa eksistensi perusahaan bergantung pada kepercayaan kreditur meminjamkan utang pada perusahaan. Kaitannya *leverage* dengan teori *stakeholder* adalah jika struktur modal perusahaan banyak dibiayai oleh kreditur, maka perusahaan tersebut masih mendapatkan kepercayaan dari kreditur. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas agar kreditur dapat memantau seberapa tinggi kinerja perusahaan dan kemampuan perusahaan mengembalikan pinjaman tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Rita, dkk (2010) menunjukkan tingkat *leverage* berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial, sedangkan Jayanti (2011) dalam penelitiannya menunjukkan *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Berdasarkan uraian tersebut, maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H₁ : *Leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Pengaruh Profitabilitas Dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen atau entitas menjadi fleksibel dan bebas untuk mengungkap-

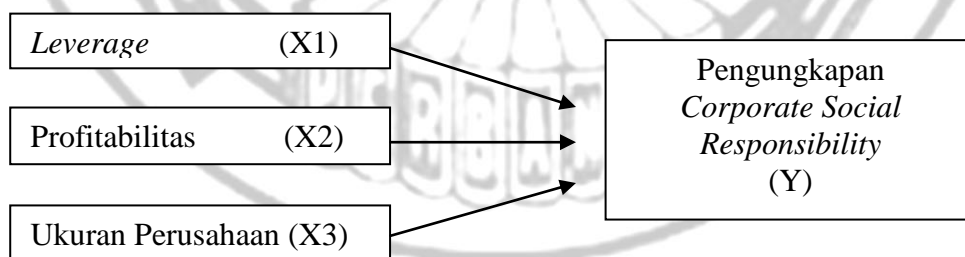
kan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham, sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka akan semakin besar pengungkapan informasi tanggung jawab sosial perusahaan.

Perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas tinggi maka akan memperluas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam laporan tahunan perusahaan karena perusahaan harus memberikan pertanggungjawaban kepada pemegang saham dengan memperlihatkan kinerja dari perusahaan tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Fahry, dkk (2014) menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sedangkan Susilatri, dkk (2011) menyatakan dalam penelitiannya profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial dengan arah hubungan positif. Berdasarkan uraian tersebut, maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:
H₂ : Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti masyarakat luas, perusahaan besar lebih dituntut untuk mengungkapkan/memperlihatkan tanggung jawab sosialnya. Cooke (1989) dalam Agus (2011) yaitu perusahaan besar mempunyai kompleksitas dan dasar pemilikan yang lebih luas dibanding perusahaan kecil. Berkembang suatu fenomena bahwa total aktiva (proksi dari ukuran perusahaan) hampir selalu konsisten dan secara signifikan berpengaruh terhadap kualitas pengungkapan suatu perusahaan. Penelitian yang dilakukan Rita, dkk (2010) dan Evi, dkk (2011) menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Berdasarkan uraian tersebut, maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :
H₃ : Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Kerangka pemikiran yang mendasari penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 1
KERANGKA PEMIKIRAN

METODE PENELITIAN

Klasifikasi Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama

periode 2012-2014. Populasi dalam penelitian ini dipilih karena dari kasus atau fenomena yang sudah terjadi di Indonesia perusahaan manufaktur banyak memberikan dampak positif maupun negatif yang berkaitan langsung

dengan masyarakat dan lingkungan sesuai dengan menyajikan pengungkapan yang di butuhkan *stakeholder* dalam laporan tahunan perusahaan, termasuk informasi tanggung jawab sosial perusahaan.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan tujuan untuk mendapatkan sampel yang representatif sesuai dengan kriteria sebagai berikut : (1) Perusahaan manufaktur yang *listing* di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang menerbitkan laporan keuangan dan laporan tahunan lengkap secara berturut-turut selama periode penelitian, (2) Periode penelitian selama tahun 2012-2014, (3) Perusahaan yang menerbitkan laporan keuangan (*financial report*) dan laporan tahunan (*annual report*) secara berturut-turut selama periode waktu penelitian yang ditentukan, (4) Perusahaan yang mencerminkan laba secara terus menerus pada laporan keuangan secara berturut-turut selama periode waktu penelitian yang ditentukan, (5) Perusahaan yang menggunakan mata uang rupiah dalam laporan keuangan yang diterbitkan selama periode waktu penelitian yang ditentukan.

Populasi sebanyak 477 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2012-2014, dari populasi tersebut diperoleh sampel dalam penelitian ini sebanyak 186 perusahaan manufaktur sesuai dengan kriteria pemilihan sampel.

Data Penelitian

Penelitian ini mengambil sampel pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang sudah dikategorikan sebelumnya selama periode 2012-2014. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Teknik pengumpulan data untuk keperluan penelitian ini dilakukan dengan dokumentasi. Dokumentasi yang dilakukan adalah mengumpulkan semua data sekunder berupa laba bersih setelah pajak, total aset, total utang dan pengungkapan tanggung jawab sosial

perusahaan. Data-data dalam penelitian dikumpulkan dari laporan keuangan dan laporan tahunan periode 2012-2014 yang dapat diakses di www.idx.ac.id.

Variabel Penelitian

Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini meliputi variabel dependen yaitu pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan variabel independen terdiri dari *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan.

Definisi Operasional Variabel

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility adalah suatu komitmen dari perusahaan untuk melaksanakan etika berperilaku (*behavioural ethics*) dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan (*sustainable economic development*). Informasi mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR) terdiri dari enam aspek, yaitu *economic* (EC), *environment* (EN), *labor practices and decent work* (LA), *human rights* (HR), *society* (SO), *product responsibility* (PR), sesuai dengan indikator dari *Global Reporting Initiative* yaitu *G3 Guidelines* dengan jumlah 79 item pengungkapan. Perhitungan *Corporate Social Responsibility* yang diungkapkan perusahaan diberikan nilai 1 dan nilai 0 jika perusahaan tidak mengungkapkan *Corporate Social Responsibility*, perhitungan indeks *Corporate Social Responsibility* adalah sebagai berikut :

Pengungkapan CSR =

$$\frac{\text{Jumlah item yang diungkapkan}}{\text{Jumlah item yang di tetapkan GRI}}$$

Leverage

Rasio *leverage* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Total Debt to Total Assets*, pemilihan rasio ini didasarkan pada rasio ini lebih dapat digunakan terhadap semua perusahaan manufaktur karena tidak semua

perusahaan manufaktur menggunakan usaha sewa guna memiliki utang jangka panjang yang biasanya diwujudkan dalam rasio utang, digunakan untuk pengukuran *leverage* adalah sebagai berikut :

$$DTA = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Aktiva}}$$

Profitabilitas

Penelitian ini untuk menentukan profitabilitas suatu perusahaan digunakan rumus dari *Return on Asset* (ROA) karena rasio ini dapat digunakan untuk mengukur kemampuan dari modal yang di-investasikan dalam keseluruhan aset untuk menghasilkan keuntungan *netto*. Semakin besar rasio ini maka akan semakin baik, hal ini dapat dikatakan bahwa aset akan lebih cepat berputar dan meraih laba, dihitung dengan rumus :

$$\text{Return on Asset} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aktiva}}$$

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan gambaran besar kecilnya suatu perusahaan yang sering ditunjukkan dari total aktiva total aset. Hal ini dikarenakan besarnya total aset masing-masing perusahaan berbeda, bahkan mempunyai selisih yang besar, sehingga dapat menyebabkan nilai yang ekstrim. Untuk menghindari data yang tidak normal, maka total aset perlu di logaritma natural (Ln). Rumus mengukur ukuran perusahaan adalah sebagai berikut :

$$\text{Size} = \text{Log natural (total aset)}$$

Alat Analisis

Uji Normalitas

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi terdistribusi normal. Uji normalitas menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* (K-S), data terdistribusi normal apabila nilai signifikansi lebih besar dari 5% atau 0,05 (Imam Ghazali, 2011 : 160).

Uji Regresi Linier Berganda

Uji ini digunakan untuk menguji pengaruh beberapa variabel independen terhadap satu variabel dependen. Uji ini menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen (Imam Ghazali, 2013 : 96). Persamaan dalam regresi ini dapat dilihat dalam model matematis sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y : pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

α : konstanta

β : koefisien regresi

X1 : *leverage*

X2 : profitabilitas

X3 : ukuran perusahaan

e : *standar error* (kesalahan pengganggu)

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menjelaskan atau mendeskripsikan variabel dalam penelitian ini, yaitu pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, *leverage*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan, berikut adalah tabel hasil uji statistik :

Tabel 1
HASIL UJI STATISTIK DESKRIPTIF

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|----------|-----|---------|---------|----------|----------------|
| Leverage | 186 | ,07347 | ,88090 | ,4199140 | ,17461156 |

| | | | | | |
|--------------------|-----|----------|----------|------------|------------|
| Profitabilitas | 186 | ,00005 | ,42135 | ,0967324 | ,08437220 |
| Size | 186 | 24,65424 | 33,09498 | 28,3618290 | 1,73113509 |
| PengungkapanCSR | 186 | ,06329 | ,83544 | ,2873282 | ,15227215 |
| Valid N (listwise) | 186 | | | | |

Sumber : Output SPSS

Berdasarkan tabel 1 nilai minimum pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebesar 6,33%. Adapun nilai maksimum pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yaitu sebesar 83,54%. Secara keseluruhan, rata-rata pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dari seluruh sampel yang diteliti yaitu 28,73% lebih besar dari nilai standar deviasi yaitu sebesar 15,23%, hal ini berarti bahwa data homogen. Nilai pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan yang diatas rata-rata lebih sedikit dibandingkan perusahaan yang dibawah rata-rata. Hal ini menunjukkan bahwa masih sedikit perusahaan yang sadar akan pentingnya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam laporan tahunan perusahaan.

Nilai minimum *leverage* dalam penelitian ini sebesar 7,347% dan nilai maksimum *leverage* sebesar 88,09%. Nilai rata-rata secara keseluruhan variabel *leverage* yaitu 41,99% lebih besar dari nilai standar deviasi yaitu sebesar 17,46%, hal ini berarti data homogen. Nilai *leverage* perusahaan yang diatas rata-rata lebih banyak dibandingkan perusahaan dibawah rata-rata. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang dijadikan sebagai sampel dalam penelitian masih memiliki tingkat utang yang tinggi untuk membiayai aktivitas perusahaan dalam mencapai tujuan.

Nilai minimum profitabilitas sebesar 00,01%. Adapun nilai maksimum dalam penelitian ini yaitu sebesar 42,14%. Secara keseluruhan, nilai rata-rata variabel profitabilitas adalah 9,67% dan nilai standar deviasi sebesar 8,44%, hal ini berarti data homogen karena nilai rata-rata lebih besar dari nilai standar deviasi. Nilai profitabilitas perusahaan diatas rata-rata lebih sedikit dibandingkan dibawah rata-rata. Hal ini menunjukkan bahwa perputaran laba dari perusahaan yang dijadikan sebagai sampel dalam penelitian mengalami perlambatan sehingga laba yang dihasilkan rendah.

Nilai minimum ukuran perusahaan dalam satuan rupiah (Rp) sebesar 236.029.000.000.000 dan nilai maksimum dalam penelitian ini yaitu sebesar 50.956.633.269. Nilai rata-rata secara keseluruhan variabel ukuran perusahaan yaitu 28,36, dimana nilai tersebut lebih besar dari nilai standar deviasi yaitu sebesar 1,73. Hal tersebut berarti bahwa data homogen. Nilai ukuran perusahaan diatas rata-rata lebih sedikit dibandingkan perusahaan dibawah rata-rata. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang dijadikan sampel dalam penelitian termasuk dalam perusahaan kecil, yang dilihat dari nilai rata-rata variabel ukuran perusahaan yang rendah.

Uji Deskriptif Per Indikator

Tabel 2
HASIL UJI STATISTIK DESKRIPTIF PER INDIKATOR

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|----|-----|---------|---------|-------|----------------|
| EC | 186 | 1 | 9 | 4,081 | 1.5558 |
| EN | 186 | 0 | 30 | 7,640 | 6.9106 |
| LA | 186 | 0 | 14 | 6,855 | 3.7410 |
| HR | 186 | 0 | 7 | ,801 | 1.2811 |

| | | | | | |
|--------------------|-----|---|---|-------|--------|
| SO | 186 | 0 | 8 | 1,478 | 1.6740 |
| PR | 186 | 0 | 6 | 1,849 | 1.8125 |
| Valid N (listwise) | 186 | | | | |

Sumber : Data diolah

Berdasarkan tabel 2 diketahui besar diatas, indikator EN-*Environmental Performance Indicators* (aspek lingkungan) merupakan indikator yang paling tinggi dalam pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) dengan rata-rata sebesar 7,640. Sebanyak 19 perusahaan atau sekitar 30,65% yang mengungkapkan indikator EN-*Environmental Performance Indicators* diatas rata-rata dan sisanya 43 perusahaan atau sekitar 69,35% masih mengungkapkan indikator tersebut dibawah rata-rata. Indikator yang diungkapkan kedua dalam penelitian ini adalah indikator LA-*Labor Practices and Decent Work Performance Indicators* (aspek tenaga kerja dan kepatuhan kerja) dengan rata-rata sebesar 6,855. Sebanyak 21 perusahaan atau sekitar 33,87% yang mengungkapkan diatas rata-rata indikator LA-*Labor Practices and Decent Work Performance Indicators* dan sisanya 41 perusahaan atau sekitar 66,13% yang mengungkapkan indikator tersebut dibawah rata-rata. Pada posisi ketiga indikator yang diungkapkan adalah indikator EC-*Economic Performance Indicators* (aspek kinerja ekonomi) dengan rata-rata sebesar 4,081. Sebanyak 22 perusahaan atau sekitar 35,48% mengungkapkan diatas rata-rata indikator EC-*Economic Performance Indicators* dan

sisanya 40 perusahaan atau sekitar 64,51% mengungkapkan dibawah rata-rata aspek tersebut.

Posisi keempat adalah indikator PR-*Product Responsibility Performance Indicators* (aspek tanggung jawab produk) dengan rata-rata sebesar 1,849. Sebanyak 26 perusahaan atau sekitar 41,94% mengungkapkan diatas rata-rata indikator PR-*Product Responsibility Performance Indicators* dan sisanya 36 perusahaan atau sekitar 58,06% mengungkapkan dibawah rata-rata indikator tersebut. Posisi kelima indikator yang sedikit diungkapkan dalam penelitian ini adalah indikator SO-*Society Performance Indicators* (aspek masyarakat) dengan rata-rata sebesar 1,478. Sebanyak 14 perusahaan atau sekitar 22,58% yang mengungkapkan indikator SO-*Society Performance Indicators* dan sisanya 48 perusahaan atau sekitar 77,42% yang mengungkapkan indikator tersebut dibawah rata-rata. Posisi terakhir adalah indikator HR-*Human Rights Performance Indicators* (aspek hak asasi manusia) dengan rata-rata sebesar 0,801. Sebanyak 23 perusahaan atau sekitar 37,10% mengungkapkan indikator HR-*Human Rights Performance Indicators* dan sisanya 39 perusahaan atau sekitar 62,90% yang mengungkapkan dibawah rata-rata indikator tersebut.

Rata-Rata (*Mean*) Pervariabel

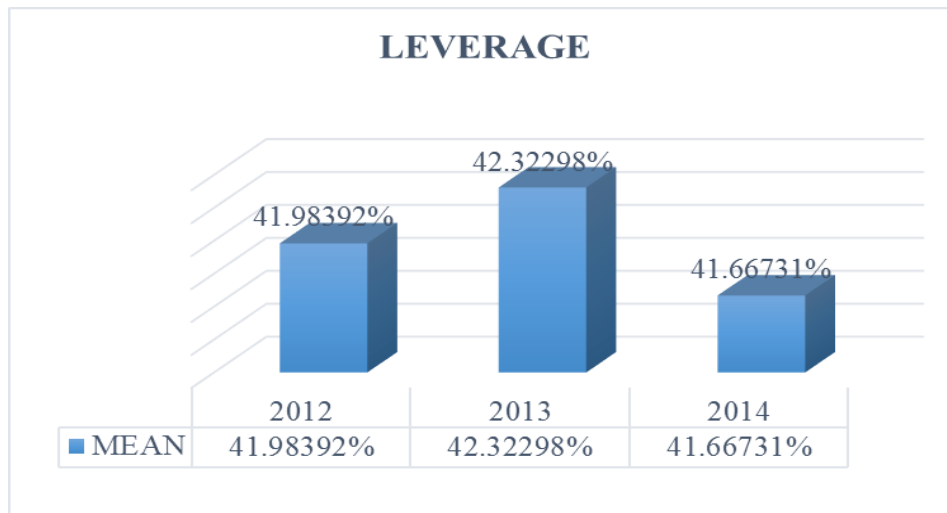


Gambar 2

RATA-RATA (*MEAN*) VARIABEL PENGUNGKAPAN CSR PER TAHUN

Apabila dilihat dari perkembangan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* setiap tahun menunjukkan bahwa pada tahun 2012 nilai rata-rata (*mean*) pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebesar 26,01%, tahun 2013 menjadi 28,85% dan di tahun 2014 menjadi 31,34%. Rata-rata perusahaan tiap tahunnya mengalami kenaikan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebesar 2,84% yaitu pada tahun 2012 ke tahun 2013 dan sebesar 2,49% pada tahun 2013 ke tahun 2014. Jika dilihat dari rata-rata pengungkapan *Corporate Social Responsibility* selama tiga tahun penelitian sebesar 28,73%, cenderung masih rendah namun untuk rata-rata setiap tahunnya menunjukkan kenaikan dalam pengungkapan *Corporate*

Social Responsibility, artinya rata-rata perusahaan yang dijadikan sebagai sampel dalam penelitian mulai sadar akan pentingnya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang disajikan dalam laporan tahunan perusahaan untuk kemajuan perusahaan kedepannya. Perusahaan yang mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* akan memperoleh legitimasi dari masyarakat karena adanya hubungan pengaruh-mempengaruhi antara perusahaan dengan masyarakat dan dapat memberikan informasi yang dibutuhkan *stakeholder* karena perusahaan mengungkapkan tidak hanya untuk kebutuhan perusahaan sendiri melainkan juga untuk kebutuhan *stakeholder*.



Gambar 3
RATA-RATA (*MEAN*) VARIABEL PENGUNGKAPAN CSR PER TAHUN

Selama tiga tahun penelitian, nilai rata-rata (*mean*) leverage cukup tinggi yaitu sebesar 41,99% dan apabila dilihat dari perkembangan setiap tahunnya, menunjukkan bahwa pada tahun 2012 nilai rata-rata (*mean*) sebesar 41,98%, tahun 2013 menjadi 42,32% dan tahun 2014 menjadi 41,67%. Hal ini bermakna adanya fluktuasi per tahunnya yaitu menunjukkan bahwa leverage pada tahun 2012 ke 2013 naik sebesar 0,34%, kenaikan tersebut terjadi karena rata-rata perusahaan yang dijadikan sampel pada tahun 2013 memiliki biaya utang yang tinggi untuk mendapatkan modal maupun aset dan

dapat dikatakan bahwa rata-rata perusahaan di tahun tersebut mengalami perkembangan yang buruk. Pada tahun 2014 nilai rata-rata (*mean*) mengalami penurunan sebesar 0,65%. Pada tahun 2014 tersebut dapat dikatakan rata-rata perusahaan yang digunakan sebagai sampel dalam penelitian mengalami kondisi keuangan yang membaik, kondisi ini diakibatkan karena biaya utang perusahaan rendah atau perusahaan mampu memperoleh laba yang cukup tinggi dari hasil penjualan dibandingkan biaya utang yang dimiliki perusahaan.



Gambar 4
RATA-RATA (*MEAN*) VARIABEL PROFITABILITAS PER TAHUN

Apabila dilihat dari perkembangan nilai rata-rata (*mean*) profitabilitas per tahunnya yaitu di tahun 2012 sebesar 10,74%, tahun 2013 menjadi 9,54% dan tahun 2014 menjadi 8,74%. Hal tersebut menunjukkan bahwa tingkat profitabilitas dalam penelitian ini setiap tahunnya mengalami penurunan, sesuai dengan rendahnya nilai rata-rata selama tiga tahun (2012-2014) penelitian yaitu sebesar 9,67%. Penurunan profitabilitas yang terjadi tiap tahun dan dilihat dari rendahnya nilai rata-rata selama tiga tahun

dapat dikatakan bahwa perusahaan mengalami kesulitan keuangan yang menyebabkan kondisi rata-rata dari sampel perusahaan yang digunakan dalam penelitian bisa dikatakan buruk. Penurunan ini dikarenakan tiap tahunnya perputaran aset perusahaan masih lambat sehingga perusahaan kurang mampu untuk meningkatkan labanya. Dibuktikan dari tahun 2012 ke 2013 mengalami penurunan sebesar 1,20% dan tahun 2013 ke tahun 2014 mengalami penurunan sebesar 0,80%.



Gambar 5
RATA-RATA (MEAN) VARIABEL UKURAN PERUSAHAAN PER TAHUN

Apabila dilihat dari perkembangan per tahunnya yaitu pada tahun 2012 nilai rata-rata (*mean*) ukuran perusahaan sebesar 8.948.246.170.633, tahun 2013 menjadi 10.767.178.146.894 dan di tahun 2014 menjadi 11.884.822.666.436. Selama tiga tahun penelitian (2012-2014) menunjukkan perusahaan masih tergolong perusahaan kecil karena nilai rata-ratanya masih rendah yaitu sebesar 10.533.415.661.321,35. Hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata perusahaan yang dijadikan sampel selama tiga tahun

penelitian masih tergolong perusahaan kecil tetapi jika dilihat dari perkembangan tiap tahunnya sampel perusahaan yang digunakan dalam penelitian mengalami kenaikan, artinya rata-rata perusahaan yang dijadikan sebagai sampel penelitian per tahunnya mulai mengalami kenaikan jumlah aset. Dibuktikan dari naiknya nilai rata-rata per tahun dari ukuran perusahaan, yaitu tahun 2012 ke tahun 2013 naik sebesar 1,82 dan di tahun 2013 ke 2014 juga mengalami kenaikan sebesar 1,12.

Uji Normalitas

Tabel 3
HASIL UJI KOLMOGOROV-SMIRNOV

| | | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N | | 186 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | .13773529 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .072 |
| | Positive | .072 |
| | Negative | -.039 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | | .985 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .286 |

Sumber : data yang telah diolah

Berdasarkan tabel 3 pada hasil uji normalitas menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,286 yaitu nilai tersebut lebih dari

0,05. Hal ini berarti bahwa data yang digunakan terdistribusi normal dan model regresi layak digunakan.

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 4
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

| Variabel | Koefisien Regresi | Sig. |
|-------------------------|-------------------|-------|
| Constant | -0,568 | 0,001 |
| Leverage | -0,065 | 0,282 |
| Profitabilitas | 0,350 | 0,006 |
| Ukuran Perusahaan | 0,030 | 0,000 |
| Adjusted R ² | 0,168 | |
| Sig. F | 0,000 | |

Sumber : Output SPSS

Berdasarkan tabel 4, diketahui bahwa dari ketiga variabel independen yang dimasukkan dalam model ternyata tidak semuanya berpengaruh dengan variabel dependen. Variabel profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, sedangkan *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Hal ini dibuktikan dari tingkat signifikansi yang dilihat dari hasil uji secara parsial yang digunakan untuk menguji dan mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual dalam menjelaskan variasi variabel dependen.

Variabel profitabilitas dan ukuran perusahaan kurang dari 0,05, sedangkan variabel *leverage* menunjukkan tingkat signifikansi lebih dari 0,05. Sehingga dapat dibuat persamaan model regresi sebagai berikut :

$$\text{Pengungkapan Corporate Social Responsibility} = -0,568 - 0,065 \text{ Leverage} + 0,350 \text{ Profitabilitas} + 0,030 \text{ Size} + e$$

Model regresi tersebut menjelaskan bahwa konstanta sebesar -0,568 menunjukkan jika variabel *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan (*size*) sama dengan nol, maka pengungkapan

Corporate Social Responsibility akan menurun sebesar 0,568.

Koefisien regresi untuk profitabilitas dapat diketahui sebesar 0,350. Hal ini menunjukkan bahwa apabila profitabilitas naik sebesar satu %, maka pengungkapan *Corporate Social Responsibility* akan naik sebesar 0,350.

Koefisien regresi untuk *size* dapat diketahui sebesar 0,030. Hal ini menunjukkan bahwa apabila *size* naik sebesar satu rupiah (Rp), maka pengungkapan *Corporate Social Responsibility* akan naik sebesar 0,030.

Berdasarkan tabel 4 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi dari hasil uji F yang digunakan untuk arah kuatnya hubungan antar variabel adalah sebesar 0,000, dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti bahwa model regresi *fit* dan dapat digunakan dalam mengetahui pengaruh *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (*Corporate Social Responsibility Disclosure - CSRD*).

Berdasarkan tabel 4 dapat diketahui besarnya adjusted R^2 adalah sebesar 16,8%. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 16,8% pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dapat dijelaskan oleh ketiga variabel yaitu *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan. Sedangkan sisanya yaitu 83,2% dijelaskan oleh faktor-faktor lainnya yang tidak dijelaskan dalam model regresi.

Pengaruh *Leverage* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan hasil uji dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Hal ini diduga karena dari hasil deskriptif yaitu nilai rata-rata (*mean*) pergerakan per tahun *leverage* yang bergerak fluktuatif yaitu kenaikan di tahun 2013 dan penurunan di tahun 2014, namun pada hasil deskriptif yang dilihat dari nilai

rata-rata (*mean*) pengungkapan *Corporate Social Responsibility* mengalami kenaikan di tiap tahunnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi atau rendahnya *leverage* tidak akan memberi pengaruh yang besar terhadap keluasaan perusahaan dalam mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* di laporan tahunannya, yang berarti meskipun memiliki utang yang tinggi perusahaan tetap mampu menyajikan informasi yang dibutuhkan oleh *stakeholder* tanpa harus mengurangi biaya-biaya karena pencapaian penghasilan yang diperoleh perusahaan melebihi utang yang dimiliki perusahaan, sehingga perusahaan tetap bisa menyajikan informasi yaitu melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang bermanfaat bagi *stakeholder* tanpa mengalami kegagalan dalam pembayaran utang. Jika utang yang dimiliki perusahaan rendah tidak dapat ditentukan bahwa perusahaan tersebut akan melakukan pengungkapan jauh lebih luas dibandingkan perusahaan yang memiliki utang yang tinggi.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Maria (2011) dan Rizkia (2012) yang menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*). Namun penelitian ini tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh Jayanti (2011) karena pada penelitian tersebut menyatakan bahwa menemukan hubungan pengaruh positif antara *leverage* dengan pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*), perbedaan hasil tersebut dikarenakan adanya perbedaan dalam pemilihan populasi. Penelitian yang dilakukan oleh Jayanti (2011) yaitu pada seluruh perusahaan yang terdaftar di BEI (Bursa Efek Indonesia) sedangkan populasi yang dipilih peneliti yaitu hanya perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI (Bursa Efek Indonesia).

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Hasil uji dalam penelitian ini menunjukkan profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Hal ini diduga jika dilihat dari hasil nilai rata-rata (*mean*) per tahun pada gambar 4.3 perusahaan mengalami penurunan, penurunan tersebut bisa terjadi karena perusahaan mengeluarkan biaya yang cukup tinggi untuk mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* dalam laporan tahunnya. Dibuktikan dari hasil deskriptif nilai rata-rata (*mean*) per indikator, misalnya saja pengungkapan tertinggi pada indikator kinerja lingkungan (*EN-Environmental Performance Indicators*), indikator EN tersebut mendorong perusahaan memberikan program-program yang baik guna membangun hubungan yang baik pula antara perusahaan dengan masyarakat. Program-program tersebut adalah program yang dapat membangun kesejahteraan masyarakat, memperbaiki keanekaragaman hayati yang ada untuk melestarikan dan mengurangi dampak negatif karena aktivitas yang dilakukan perusahaan selama beroperasi di lingkungan sekitar, contohnya pemulihan habitat dengan penanaman tanaman endemik dan menerapkan mekanisme pembangunan bersih atau *clean development mechanism*. Hal tersebut akan berhubungan jika dikaitkan dengan naiknya nilai rata-rata per tahun pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, yang dapat disimpulkan bahwa rata-rata perusahaan yang digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini sudah mulai sadar dengan pentingnya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang disajikan di laporan tahunan perusahaan dan perusahaan masih tetap memiliki penghasilan yang lebih tinggi dibandingkan utang yang dimiliki, sehingga perusahaan tetap memiliki laba yang cukup untuk memenuhi biaya-biaya

dalam menyajikan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* tanpa mengalami kerugian.

Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Rizkia (2012) dan Agus (2011) yang menyatakan bahwa profitabilitas yang diukur dengan ROA (*Return On Assets*) berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*). Namun penelitian ini tidak didukung dengan hasil yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*), yaitu penelitian yang dilakukan oleh Evi, dkk (2011) yang melihat profitabilitas dari perbandingan laba bersih sebelum pajak dengan jumlah saham yang beredar.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Hasil uji dalam penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Hal ini diduga karena dari hasil nilai rata-rata (*mean*) per tahun menunjukkan tiap tahunnya perusahaan yang digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini rata-rata mengalami kenaikan. Kenaikan tersebut bisa terjadi karena perusahaan mampu membangun hubungan atau interaksi yang baik dengan para pekerja sehingga pekerjanya memiliki loyalitas tinggi untuk bekerja. Loyalitas yang tumbuh dari para pekerja tersebut akan mampu membantu meningkatkan aset yang dimiliki oleh perusahaan sehingga perusahaan dapat memenuhi target atau tujuan yang diinginkan. Dibuktikan dari tingginya pengungkapan indikator kinerja tenaga kerja (*LA-Labor Practices Performance Indicators*) pada hasil uji deskriptif per indikator. Indikator LA tersebut mendorong perusahaan untuk memberikan program-program yang dapat meningkatkan rasa loyalitas para

pekerjanya dalam suatu perusahaan. Contoh dari program tersebut adalah program imbalan kerja (imbalan kerja jangka pendek, imbalan pascakerja, imbalan kerja jangka panjang lainnya, pesangon pemutusan kontrak kerja) yang diberikan perusahaan untuk pekerjanya. Penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa perusahaan yang memperhatikan hubungan baik dengan para pekerjanya akan lebih mampu meningkatkan asetnya, dari peningkatan aset tersebut membuat perusahaan menjadi lebih disoroti aktivitasnya oleh masyarakat luas, yang berarti perusahaan tersebut lebih dituntut untuk mengungkapkan tanggung jawab sosialnya atau *Corporate Social Responsibility* dalam laporan tahunan perusahaan. Hal ini akan berhubungan jika dikaitkan dengan meningkatnya nilai rata-rata (*mean*) per tahun pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam laporan tahunan perusahaan yang dijadikan sebagai sampel penelitian.

Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Agus (2011) dan Rizkia (2012) yang menyatakan bahwa dalam penelitian tersebut ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengukuran *Corporate Social Responsibility*, yang sama-sama menggunakan *log* natural total aset sebagai pengukuran dalam penelitiannya. Namun penelitian ini tidak didukung penelitian yang dilakukan oleh Nadiah, dkk (2012) dengan menggunakan tenaga kerja dalam pengukurannya, yang menyatakan dalam penelitiannya bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa model regresi *fit*

sehingga dapat digunakan dalam mengetahui pengaruh *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

2. Secara parsial variabel *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
3. Secara parsial variabel profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, maka membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham. Tingkat profitabilitas perusahaan yang semakin tinggi akan semakin memotivasi perusahaan dalam mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* untuk mendapatkan nilai positif dari *stakeholders*.

Penelitian ini memiliki keterbatasan-keterbatasan yaitu sebagai berikut :

1. Penelitian ini menggunakan indeks GRI versi 3.0 sehingga semua sampel yang digunakan diasumsikan mengungkapkan item GRI versi 3.0 meskipun perusahaan sudah menggunakan indeks GRI versi lain atau versi yang terbaru.
2. Terdapat unsur subjektivitas peneliti dalam menentukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, sehingga pengungkapan *Corporate Social Responsibility* untuk indikator yang sama dapat menghasilkan asumsi yang berbeda oleh beberapa peneliti, dalam penentuan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang didasarkan pada pemahaman peneliti.
3. Penelitian ini tidak memasukkan laba negatif atau ROA negatif untuk dijadikan sebagai kriteria dalam pengambilan sampel penelitian.
4. Keterbatasan-keterbatasan diatas, diharapkan untuk penelitian selanjutnya lebih luas dalam mengembangkan hasil penelitian ini

dengan beberapa pertimbangan yang perlu diperhatikan.

Keterbatasan-keterbatasan diatas, diharapkan untuk penelitian selanjutnya lebih luas dalam mengembangkan hasil penelitian ini dengan beberapa pertimbangan yang perlu diperhatikan. Oleh karena itu, saran yang dapat diberikan untuk peneliti selanjutnya yaitu :

1. Penelitian selanjutnya diharapkan mengambil sampel yang lebih banyak dan tidak terbatas pada perusahaan manufaktur, serta memperluas periode pengamatan untuk memperoleh sampel yang lebih banyak.
2. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan atau memperluas variabel independen dalam penelitian berikutnya.
3. Pengukuran yang menggunakan indeks GRI diharapkan menggunakan standar atau versi terbaru yaitu GRI *version 4.0*
4. Organisasi atau lembaga yang menjadi acuan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* diharapkan lebih memberikan penjelasan secara rinci tentang indikator pengungkapan *Corporate Social Responsibility* agar tidak ada asumsi yang berbeda dalam pemahaman indikator antar peneliti.

DAFTAR RUJUKAN

- Evi Mutia, Zuraida dan Devi Andriani. 2011. "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Dan ukuran Dewan Komisaris terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia". *Jurnal Telaah & Riset Akuntansi*. Vol. 4, No. 2, Hal. 187-201.
- Fahry Maulana dan Etna Nur Afri Yuyetta. 2014. "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)". *Diponegoro Journal Of Accounting*. Vol. 3, No. 2, Hal 1-14.
- Ghozali dan Chariri. 2007. *Teori Akuntansi*. Semarang : Badan Penerbitan Universitas Diponegoro.
- Global Reporting Initiative (GRI) Index versi 3.0* (2006). (Online), (https://www.globalreporting.org/resource/library/Bahasa-Indonesia-G3-Reporting_Guidelines.pdf diakses 24 September 2015).
- Hendrik Budi Untung. 2008. *Corporate Social Responsibility*. Jakarta : Sinar Grafika.
- Imam Ghozali. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi 5. Semarang : Badan Penerbitan Universitas Diponegoro.
- Jayanti, Purnasiwi., & Sudarno, S. 2011. "Analisis Pengaruh *Size*, Profitabilitas dan *Leverage* Terhadap Pengungkapan CSR pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia".
- Maria Wijaya. Januari 2012. "Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Social Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia". *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, Vol. 1, No. 1.
- Nor Hadi. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Rita Anugerah, Roland Hutabarat dan W. Faradilla. "Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage* Dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Listing Di BEI". *Jurnal Ekonomi*. Vol, 18, No. 1.
- Rizkia Anggita Sari. Maret 2010. 2012. "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek

Indonesia”. *Jurnal Nominal*, Vo. I, No. I.

Sofyan Syafri Harahap. 2008. *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.

Susilatri Restu Agusti dan Deri Indriani. “Pengaruh *Leverage*, Profitabilitas, *Size*, Umur Perusahaan dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan”. *Pekbis Jurnal*, Vol. 3, No. 1, Maret 2011 : 412-428.

