

**PENGARUH PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN,
KEPEMILIKAN SAHAM PUBLIK TERHADAP
PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY* (CSR)**

ARTIKEL ILMIAH



Oleh :

RINA FATKHIYATUR RIFOQIYAH
NIM : 2012310063

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2016**

PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Rina Fatkhiyatur Rifqiyah
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 11 Juni 1994
N.I.M : 2012310063
Jurusan : Akuntansi
Program Pendidikan : Strata I
Konsentrasi : Akuntansi Keuangan
Judul : Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Saham Publik Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)

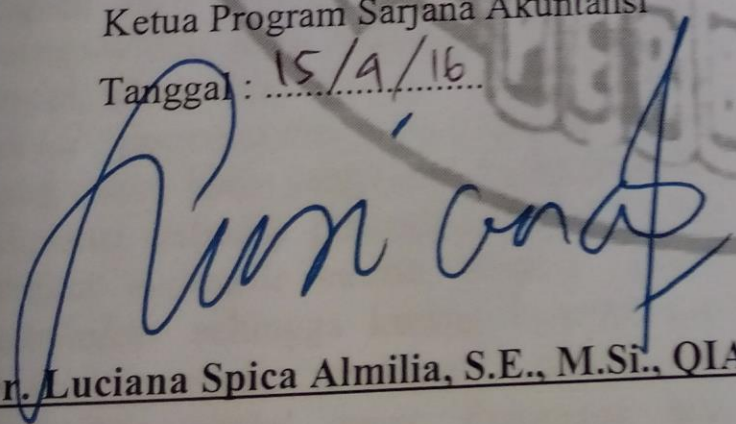
Disetujui dan diterima baik oleh :

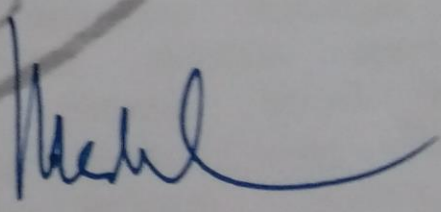
Ketua Program Sarjana Akuntansi

Tanggal : 15/4/16

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 15/4/16


(Dr. Luciana Spica Almilia, S.E., M.Si., QIA)


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

**PENGARUH PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN,
KEPEMILIKAN SAHAM PUBLIK TERHADAP
PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY* (CSR)**

Rina Fatkhiyatur Rifqiyah
STIE Perbanas Surabaya
Email : 2012310063@students.perbanas.ac.id
Jl. Nginden Semolo 34-36, Surabaya

ABSTRACT

Corporate Social Responsibility is an expression of the company in terms of social, community, environmental, product liability, and employee safety. The application of good corporate social responsibility on the company to be important to further improve the company's concern for the environment in order to get more attention from the public. The purpose of this study was to examine the influence of profitability, company size, public ownership on the disclosure of corporate social responsibility. Samples were ninety four companies manufacturing high-profile category with the three-year period. Data collection method is purposive sampling. Linear regression was used to test the hypothesis. The final results showed that the profitability and the size of the company does not affect the disclosure of corporate social responsibility, while the effect on the public ownership disclosure of corporate social responsibility.

Keywords: *corporate social responsibility, profitability, size of the company, public ownership.*

PENDAHULUAN

Tanggung jawab sosial masih diposisikan secara marginal, dan cenderung kurang memiliki apresiasi secara tepat. Konteks seperti itu terjadi, paling tidak dipicu oleh kondisi, yaitu masih belum seragam dan jelas batasan tanggungjawab sosial, sikap opportunistis perusahaan terlebih *social responsibility* mengandung biaya yang cukup besar yang belum tentu memiliki relevansi terhadap pencapaian tujuan yang bersifat *economic motive*, kurang respon *stakeholder* sehingga kurang menciptakan *social control* meskipun masyarakat merupakan *social agent*, dukungan tata perundangan yang masih lemah, standar operasional yang kurang jelas, dan belum jelasnya ukuran evaluasi (Nor Hadi, 2009).

Perusahaan melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* merupakan sebuah motivasi untuk meningkatkan kepercayaan publik terhadap hasil pencapaian usaha perbaikan terhadap lingkungan sekitar perusahaan. CSR juga merupakan bentuk tanggungjawab perusahaan dalam memperbaiki kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan yang terjadi akibat aktivitas operasional perusahaan. Semakin banyak bentuk pertanggung jawaban yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungannya, pandangan masyarakat terhadap perusahaan menjadi meningkat. Investor pun akan lebih berminat pada perusahaan yang memiliki citra yang baik di masyarakat, loyalitas konsumen semakin tinggi sehingga dalam waktu lama penjualan perusahaan akan

membalik dan profitabilitas perusahaan juga meningkat. Jika perusahaan berjalan dengan baik dan lancar, maka nilai saham perusahaan akan meningkat.

Fenomena mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang terjadi pada beberapa waktu yang lalu yaitu issue kandungan minyak babi di Indonesia. Sempat gempar akibat adanya kasus menggunakan lemak babi dalam suatu produk. Issue tersebut cukup menggemparkan masyarakat Indonesia yang sebagian besar adalah Muslim. Issue ini muncul ketika salah seorang peneliti dari Universitas Brawijaya yang menengarai adanya kandungan lemak babi dalam beberapa produk yang beredar. Issue tersebut adalah gelatin dan *shortening* yang sebagian diantaranya dibuat dari bahan babi, alkohol, dan *lard*.

Pada penelitian sebelumnya, pembahasan tentang *corporate social responsibility* telah banyak dilakukan. Beberapa penelitian yang telah dilakukan menunjukkan adanya hubungan yang positif antara pengungkapan CSR perusahaan dengan profitabilitas (Gusti dan Ida, 2014, serta Achmad, 2011). Akan tetapi beberapa penelitian lainnya menunjukkan adanya hubungan yang tidak signifikan antara pengungkapan CSR dengan profitabilitas yakni Marzully dan Denies (2012) serta Agus (2011). Penelitian yang berhasil membuktikan hubungan positif antara variabel ukuran perusahaan dan pengungkapan CSR dilakukan oleh Marzully dan Denies (2012) serta Maria (2012). Penelitian yang tidak berhasil menunjukkan hubungan positif antar kedua variabel tersebut, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Achmad (2007). Penelitian yang berhasil menunjukkan bahwa kepemilikan saham publik berpengaruh terhadap pengungkapan CSR yaitu penelitian yang dilakukan oleh Eka (2011).

Namun, hasil penelitian yang dilakukan oleh Gusti dan Ida (2014) menyatakan bahwa kepemilikan saham publik tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

RERANGKA TEORITIS YANG DIPAKAI DAN HIPOTESIS

Teori Legitimasi

Legitimasi masyarakat merupakan faktor strategis bagi perusahaan ke depan. Hal itu, dapat dijadikan sebagai wahana untuk membangun strategi perusahaan, terutama terkait dengan upaya memposisikan diri di tengah lingkungan masyarakat yang semakin maju (Nor Hadi:2011:87). Gray et. al, (1996) berpendapat bahwa legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat (*society*), pemerintah individu dan kelompok masyarakat (Nor Hadi:2011:88). Maka dari itu, sebagai suatu sistem yang mengutamakan kepentingan kepada *society*, operasi perusahaan harus konsisten dengan harapan masyarakat.

Teori Stakeholder

Stakeholder merupakan semua pihak baik internal maupun eksternal yang memiliki hubungan baik bersifat mempengaruhi maupun dipengaruhi, bersifat langsung maupun tidak langsung oleh perusahaan. Dengan demikian, *stakeholder* merupakan pihak internal maupun eksternal, seperti pemerintah, perusahaan pesaing, masyarakat sekitar, lingkungan internasional, lembaga di luar perusahaan, lembaga pemerhati lingkungan, para pekerja perusahaan, kaum minoritas dan lain sebagainya yang keberadaannya sangat mempengaruhi dan dipengaruhi perusahaan (Nor Hadi:2011:94).

Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility merupakan suatu komitmen perusahaan untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang *going concern* dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Munculnya satu terobosan besar perkembangan *corporate social responsibility* (CSR) dikemukakan oleh John Elkington (1997) yang dikenal dengan *The Triple Bottom Line*, dimana konsep tersebut mengakui bahwa apabila perusahaan ingin berkelanjutan maka perlu memperhatikan 3P, yaitu *profit, profile, and planet*. Perusahaan tidak hanya mencari keuntungan (*profit*) namun perusahaan harus memiliki kontribusi terhadap masyarakat sekitar (*profile*) dan perusahaan harus mampu memperhatikan dan ikut berperan serta dalam menjaga kelestarian lingkungan sekitar (*planet*).

Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk dapat menghasilkan laba atau keuntungan. Perusahaan yang memiliki *profit* tinggi harus bisa menerapkan CSR dan ikut berperan aktif dalam kegiatan CSR. Perusahaan yang memiliki *profit* tinggi akan memberikan kesempatan besar kepada suatu manajemen untuk mengungkapkan serta melakukan program CSR. Oleh sebab itu, semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan maka akan semakin besar pengungkapan CSR tersebut.

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah salah satu variabel yang digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam *annual report*. Besar (ukuran) perusahaan dapat dinyatakan dalam total aset, penjualan, dan kapitalisasi

pasar. Semakin besar total aset, penjualan, dan kapitalisasi pasar maka semakin besar pula ukuran perusahaan tersebut. Ukuran perusahaan merupakan variabel penting dalam praktik CSR karena mempunyai peran seperti barometer yang dapat menjelaskan alasan mengapa perusahaan terlibat dalam praktik CSR.

Kepemilikan Saham Publik

Kepemilikan saham oleh publik adalah jumlah saham perusahaan yang dimiliki oleh publik, yaitu individu atau institusi yang memiliki kepemilikan saham dibawah lima persen yang berada diluar manajemen dan tidak memiliki hubungan istimewa dengan perusahaan (Abdul, 2012). Semakin terbarnya kepemilikan saham perusahaan, maka perusahaan tersebut diharapkan akan mengungkapkan informasi lebih banyak mengenai aktivitas *corporate social responsibility* (CSR).

Hipotesis Penelitian

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dan menunjukkan seberapa besar kinerja keuangan perusahaan dalam memperoleh keuntungan. Profitabilitas yang tinggi, akan memberikan kesempatan yang lebih kepada manajemen dalam mengungkapkan serta melakukan program CSR. Fauzi, *et al.* 2007 dalam Agus 2011 menemukan bukti empiris bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara ROA dengan *corporate social performance* yang kemudian menyatakan bahwa jika perusahaan memiliki tingkat ROA yang tinggi, maka perusahaan akan memiliki dana yang cukup untuk dialokasikan kepada kegiatan sosial dan lingkungan sehingga tingkat pengungkapan pertanggungjawaban sosial oleh perusahaan akan tinggi.

H₁ : *Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan corporate social responsibility (CSR).*

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)

Teori legitimasi memiliki alasan tentang hubungan ukuran dan pengungkapan. Perusahaan yang lebih besar melakukan aktivitas yang lebih banyak sehingga memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat, memiliki lebih banyak pemegang saham yang punya perhatian terhadap program sosial yang dilakukan perusahaan dan laporan tahunan merupakan alat yang efisien untuk mengkomunikasikan informasi ini (Cowen *et al.*, 1987) dalam Achmad (2007). Ukuran perusahaan juga merupakan variabel yang penting dalam praktik CSR dan berperan seperti barometer yang menjelaskan mengapa perusahaan terlibat dalam praktik CSR. Selain itu, juga dinyatakan bahwa CSR hanya akan tampak berbeda apabila konsep CSR terintegrasi dengan prinsip dan praktik perusahaan dan ketika kemajuan pelaksanaan CSR secara teratur dilakukan *monitoring* (Agus, 2011).

H₂ : *Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan corporate social responsibility (CSR).*

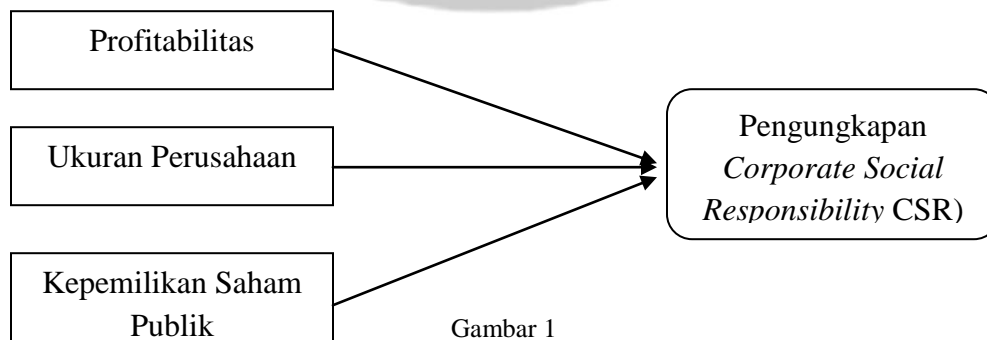
Pengaruh Kepemilikan Saham Publik Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)

Sebuah perusahaan yang memiliki saham banyak dan dimiliki publik menunjukkan

bahwa perusahaan tersebut memiliki kredibilitas yang tinggi dimata masyarakat dalam memberikan imbalan (*deviden*) yang layak dan dianggap mampu beroperasi terus menerus (*going concern*) sehingga cenderung akan melakukan pengungkapan informasi sosial lebih luas. Perusahaan yang memiliki porsi kepemilikan saham publik lebih luas akan cenderung melakukan lebih banyak pengungkapan sosial karena dinilai memiliki tanggung jawab secara moral kepada masyarakat (Achmad, 2011). Perusahaan yang *go public* dan telah terdaftar dalam BEI merupakan perusahaan-perusahaan yang memiliki proporsi kepemilikan saham oleh publik yang artinya bahwa semua aktivitas dan keadaan perusahaan harus dilaporkan dan diketahui oleh publik sebagai salah satu bagian pemegang saham. Akan tetapi tingkat kepemilikan sahamnya berbeda-beda satu sama lain (Marzully dan Denies, 2012). Eka (2011) juga menjelaskan bahwa semakin tinggi rasio/tingkat kepemilikan publik dalam perusahaan diprediksi akan melakukan tingkat pengungkapan yang lebih luas.

H₃ : *Kepemilikan Saham Publik berpengaruh terhadap pengungkapan corporate social responsibility (CSR).*

Kerangka penelitian 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) periode 2012-2014. Industri yang dikategorikan sebagai perusahaan *high profile* yaitu industri konstruksi, pertambangan, pertanian, kehutanan, perikanan, kimia, otomotif, barang konsumsi, makanan dan minuman, kertas, farmasi, dan plastik (Fr.Reni,2006). 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 berkategori *high profile*, (2) mempublikasikan laporan keuangan tahunan setiap tahunnya selama periode 2012-2014, (3) Laporan keuangan yang berakhir per 31 Desember, (4) laporan keuangan yang mencantumkan profitabilitas, ukuran perusahaan, dan kepemilikan saham publik, (5) perusahaan yang menerapkan aktivitas *corporate social responsibility* (CSR). Dari 54 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2012-2014 diperoleh 34 perusahaan yang sesuai dengan kriteria pemilihan sampel. Maka diperoleh sampel akhir sebanyak 102.

Data Penelitian

Dalam penelitian ini jenis data dan sumber data yang digunakan yaitu data sekunder yang diperoleh dari jurnal, internet, buku referensi, dan literatur. Data yang diambil adalah laporan keuangan tahunan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI selama periode 2012-2014 yang telah menerapkan aktivitas *corporate social responsibility* (CSR).

Penelitian ini menggunakan metode dokumentasi untuk pengambilan data. Metode dokumentasi yaitu metode

pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mempelajari catatan-catatan atau dokumentasi perusahaan yang berupa laporan keuangan tahunan.

Variabel Penelitian

Terdapat dua variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu variabel dependen dan variabel independen. Variabel dependen yaitu pengungkapan *corporate social responsibility* dan variabel independen yang terdiri dari profitabilitas, ukuran perusahaan, dan kepemilikan saham publik.

Definisi Operasional Variabel

Corporate Social Responsibility (CSR)

Pengungkapan CSR yang diukur dalam penelitian ini yaitu dalam laporan keuangan tahunan. Pengungkapan CSR pada penelitian ini menggunakan indikator dari *Global Reporting Initiative* (GRI) dengan jumlah 79 pengungkapan yang meliputi *economic (EC)*, *environment (EN)*, *human rights (HR)*, *labor practices (LP)*, *product responsibility (PR)*, dan *society (SO)* (Marzullydan Denies, 2012). Indeks pengungkapan *corporate social responsibility* dapat dihitung menggunakan rumus :

$$CSRDI = \frac{\text{Jumlah item informasi CSR yang diungkapkan}}{79 \text{ item informasi CSR versi GRI 3.0}}$$

Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam memperoleh laba atau keuntungan. Profitabilitas dapat diproksikan dengan *Return on Assets* (ROA) yang merupakan ukuran efektifitas perusahaan dalam menghasilkan keuntungan atau laba. Data ROA diperoleh dari laporan keuangan tahunan perusahaan pada periode 2012-2014 yakni dalam Laporan Laba Rugi untuk data laba bersih dan Neraca untuk data total aktiva. ROA dapat dihitung

dengan menggunakan rumus (Brigham and Houston, 2006: 115) :

$$ROA = \frac{\text{laba bersih setelah pajak}}{\text{total aset}}$$

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan besarnya lingkup suatu perusahaan dalam menjalankan aktivitas operasi. Dalam penelitian ini, ukuran perusahaan diprosikan dengan menggunakan *log of total assets* yaitu logaritma dari jumlah aset yang dimiliki oleh perusahaan. Data mengenai total aset perusahaan dapat diperoleh dari laporan keuangan perusahaan pada periode 2012-2014 dalam Neraca pada sisi aset.

Kepemilikan Saham Publik

Perusahaan yang sahamnya banyak dimiliki oleh publik menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki kredibilitas yang tinggi dimata masyarakat dalam memberikan imbalan (dividen) yang layak dan mampu beroperasi secara terus menerus sehingga cenderung akan melakukan pengungkapan informasi sosial lebih luas (Achmad, 2011). Kepemilikan saham publik dapat dihitung dengan rumus :

$$KSP = \frac{\text{Jumlah Kepemilikan Lembar Saham Publik}}{\text{Total Lembar Saham Perusahaan}} \times 100\%$$

Alat Analisis

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui apakah data yang akan dipakai dalam penelitian telah memenuhi asumsi-asumsi dasar. Uji asumsi klasik yang dilakukan adalah uji multikolinearitas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas.

1. Uji Multikolinearitas

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar

variabel independen. Model regresi dikatakan baik apabila tidak terjadi multikolinearitas. Terjadi multikolinearitas apabila nilai *tolerance* lebih kecil dari 0.10 dan nilai VIF lebih besar dari 10 (Ghozali, 2013: 105).

2. Uji Autokorelasi

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat korelasi. Model regresi yang baik apabila bebas dari autokorelasi. Uji autokorelasi menggunakan uji Durbin-Watson dengan membandingkan nilai batas atas (du) (Ghozali, 2013: 110-111).

3. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi perbedaan varians dari residual satu ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik apabila tidak mengandung heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas menggunakan uji glejser dengan probabilitas signifikansi di atas 5% (Ghozali, 2013: 143).

4. Uji Normalitas

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi terdistribusi normal. Uji normalitas menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*, data terdistribusi normal apabila signifikansi lebih besar dari 5% (Ghozali, 2013: 165).

Uji Regresi Linier Berganda

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

$$CSR = \alpha + \beta_1 ROA + \beta_2 SIZE + \beta_3 KSP + e$$

Keterangan :

CSR = Pengungkapan *corporate social responsibility*

α = Konstanta

$\beta_1 \beta_2 \beta_3$ = Koefisien regresi

ROA = Profitabilitas

SIZE = Ukuran Perusahaan

KSP = Kepemilikan Saham Publik

e = Error

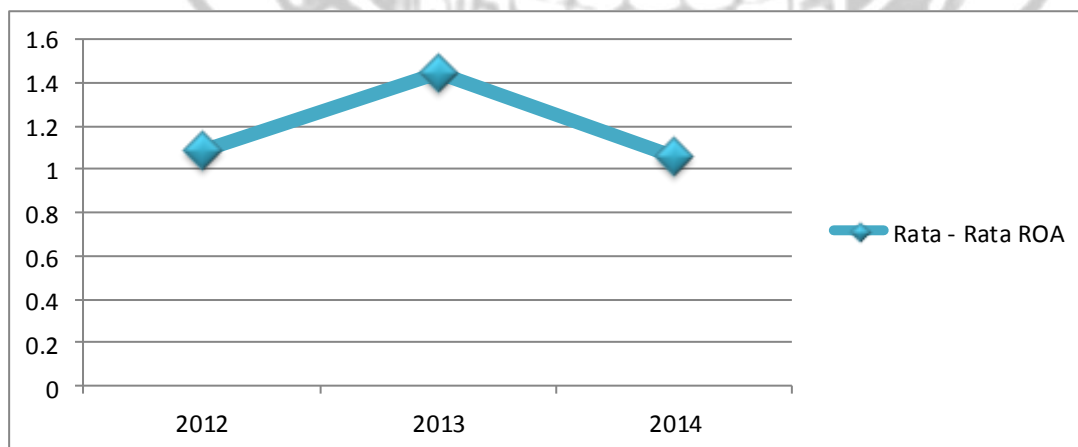
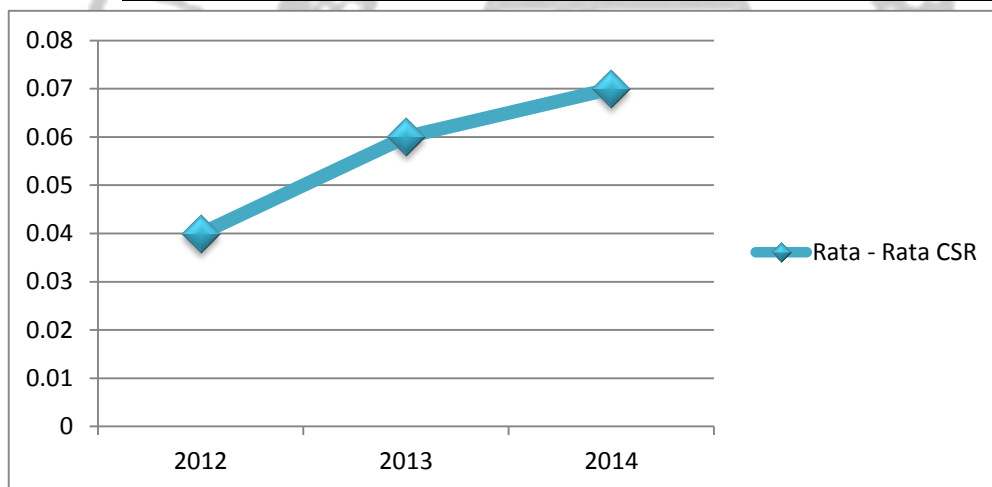
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN Uji Deskriptif

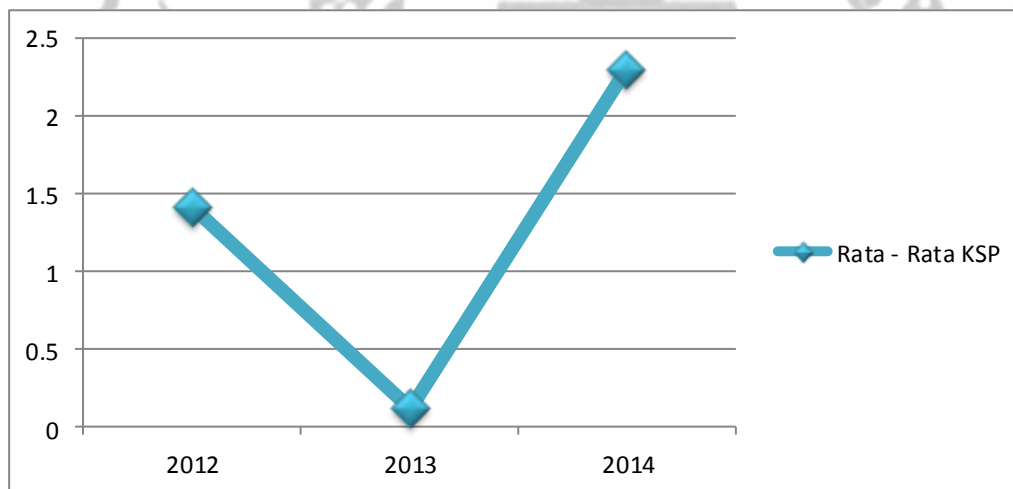
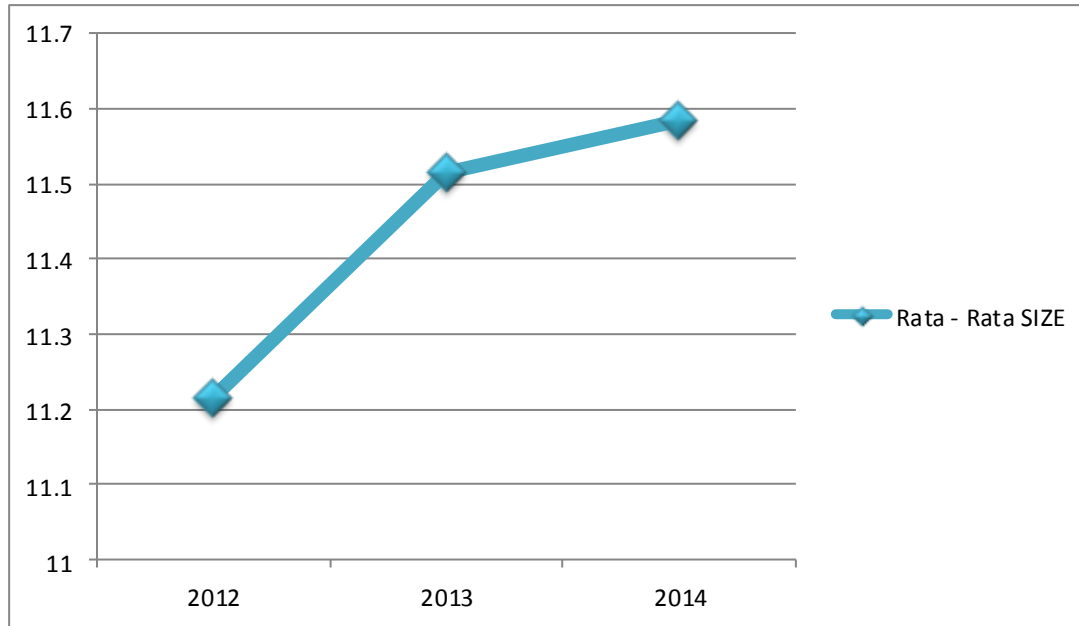
Analisis deskriptif digunakan untuk menjelaskan atau mendeskripsikan variabel dalam penelitian ini, yaitu *corporate social responsibility*, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan kepemilikan saham publik.

Berikut adalah tabel hasil uji deskriptif :

Tabel 1
Hasil Analisis Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ROA	102	-19.20	30.50	5.8202	8.06395
SIZE	102	8.373	13.934	11.44271	1.416768
KSP	102	3.54	98.71	26.4737	17.64631
CSR	102	0.0127	0.1646	0.063663	0.0376371





Berdasarkan tabel 1 yang menunjukkan hasil uji statistik deskriptif dengan jumlah data (N) sebesar 102. Nilai minimum dari data CSR yakni sebesar 0,013 atau 1,3%. Nilai maksimum dari data tersebut yakni sebesar 0,165 atau 16,5%. Nilai rata-rata (*mean*) dari nilai CSR sebesar 0,06366 atau 6,37% yang bermakna bahwa dari seluruh sampel, pengungkapan *corporate social responsibility* memiliki rata-rata sebesar 6,37% yang mayoritas terkait dengan item keterlibatan masyarakat setempat, keselamatan dan kesehatan kerja,

pengolahan limbah, dan kesehatan & keamanan pelanggan pada perusahaan manufaktur yang berkategori *high profile*. Kemudian dilihat dari nilai standar deviasi sebesar 0,037637 (3,7%) yang bermakna nilai standar deviasi lebih kecil dari nilai rata-rata (*mean*) maka dapat dikatakan data bersifat homogen yang artinya data baik karena sedikitnya variasi pada data.

Nilai minimum dari data profitabilitas yakni sebesar -19,20%. Nilai maksimum dari data profitabilitas yakni sebesar 30,50%. Nilai rata-rata (*mean*) dari

nilai profitabilitas yakni sebesar 5,82% yang bermakna bahwa dari seluruh sampel, ROA memiliki rata-rata sebesar 5,82% dan angka tersebut menunjukkan angka yang baik karena ROA dikatakan baik jika persentasenya lebih dari 2%. Kemudian nilai standar deviasi sebesar 8,06% dimana nilai standar deviasi lebih besar dibandingkan dengan nilai rata – rata maka dapat dikatakan bahwa data bersifat heterogen yang artinya data tidak baik karena terlalu banyak variasi pada data.

Nilai minimum dari data *size* yakni sebesar 8,37%. Nilai maksimum dari data *size* yakni sebesar 13,93%. Nilai rata-rata (*mean*) yakni sebesar 11,44% yang artinya bahwa dari seluruh sampel, ukuran perusahaan mempunyai nilai rata-rata sebesar 11,44%. Semakin tinggi persentase ukuran perusahaan tiap tahunnya, maka artinya semakin besar upaya dan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan perusahaannya. Dengan rata-rata sebesar 11,44% itu menunjukkan bahwa perusahaan mampu mempertahankan perusahaannya dengan baik. Kemudian nilai standar deviasi sebesar 1,41% yang berarti bahwa nilai standar deviasi lebih kecil di banding

dengan nilai rata – rata. Hal tersebut menunjukkan bahwa data bersifat homogen yang artinya data dikatakan baik karena sedikit variasi pada data.

Nilai minimum dari data kepemilikan saham publik yakni sebesar 3,54%. Nilai maksimum dari data kepemilikan saham publik yakni sebesar 98,71%. Nilai rata-rata (*mean*) yakni sebesar 26,5% yang artinya dari seluruh sampel, kepemilikan saham publik memiliki rata-rata sebesar 26,5%. Semakin tinggi kepemilikan saham oleh publik maka semakin tinggi pula kepercayaan publik dalam hal mengelola saham pada perusahaan. Dengan rata-rata sebesar 26,5% menunjukkan bahwa kepercayaan publik terhadap perusahaan cukup baik. Apabila rata-rata kepemilikan saham publik dikatakan baik, maka investor ataupun publik akan lebih tertarik untuk bekerja sama dengan perusahaan karena perusahaan dapat dipercaya dapat mengelola saham dengan baik. Nilai standar deviasi sebesar 17,64% yang berarti bahwa nilai standar deviasi lebih kecil dari nilai rata – rata yang artinya data bersifat homogen karena variasi data tidak terlalu banyak.

Tabel 2
Hasil Uji Asumsi Klasik

	Multikolinearitas		Autokorelasi	Heteroskedastisitas	Normalitas
	Tolerance > 0.10	VIF < 10	Durbin-Watson	Sig. > 0.05	Asymp. Sig. > 0.05
ROA	0.843	1.186	2.134 du < d < 4 - du	0.978	0.359
SIZE	0.812	1.232		0.197	
KSP	0.929	1.076		0.084	

Berdasarkan tabel 2 dapat dilihat nilai signifikansi dari uji multikolinearitas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas. Diketahui dari uji multikolinearitas, nilai *tolerance* dari ke tiga variabel menunjukkan lebih dari 0.10 dan nilai VIF juga menunjukkan kurang dari 10.

Berdasarkan hal tersebut dapat diketahui bahwa ke tiga variabel tidak terindikasi adanya multikolinearitas.

Dilihat dari uji autokorelasi diketahui bahwa nilai DW sebesar 2.134, nilai tersebut dibandingkan dengan nilai batas atas (*du*), jumlah sampel 102 dan jumlah variabel

independen 3 ($k=3$). Karena nilai DW sebesar 2.134 lebih besar dari batas atas (du) yaitu 1.7383 dan kurang dari ($4 - du$) atau $4 - 1.7383 = 2.2617$ sehingga disimpulkan bahwa tidak ada autokorelasi.

Dilihat dari uji heteroskedastisitas diketahui bahwa nilai signifikansi ke tiga variabel

adalah lebih besar dari 0.05. Hal tersebut artinya ke tiga variabel independen tidak terjadi heteroskedastisitas.

Dilihat dari uji normalitas nilai signifikansi sebesar 0.359 lebih besar dari 0.05. Hal tersebut berarti bahwa data terdistribusi normal.

Tabel 3
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	Sig.
Konstanta	0.014	0.619
ROA	0.000	0.255
SIZE	0.003	0.220
KSP	0.001	0.009
Adjusted R ²	0.088	
Sig. F	0.010	

Berdasarkan tabel 3, dapat dilihat bahwa ke tiga variabel independen dalam model ternyata tidak semuanya signifikan. Hanya kepemilikan saham publik saja yang signifikan sedangkan profitabilitas dan ukuran perusahaan tidak signifikan. Hal tersebut dapat dilihat dari probabilitas signifikansi variabel KSP yang kurang dari 0.05, sedangkan variabel ROA dan SIZE lebih dari 0.05. Sehingga dapat dibuat persamaan model regresi sebagai berikut :

$$CSR = 0.014 + 0.000 ROA + 0.003 SIZE + 0.001 KSP + e$$

Hal tersebut berarti bahwa konstanta sebesar 0.014 menunjukkan bahwa jika variabel profitabilitas, ukuran perusahaan, dan kepemilikan saham publik dianggap konstan atau tidak berubah, maka variabel *corporate social responsibility* akan naik sebesar 0.014. Koefisien regresi untuk kepemilikan saham publik diketahui sebesar 0.001. Hal tersebut menunjukkan bahwa adanya hubungan yang searah dengan variabel kepemilikan saham publik. Jika setiap penambahan kepemilikan saham publik,

akan meningkatkan pengungkapan *corporate social responsibility* sebesar 0.001.

Berdasarkan tabel 3 dapat dilihat bahwa nilai signifikansi uji F yaitu 0.010 lebih kecil dari 0.05. Hal tersebut berarti bahwa model regresi *fit* dan dapat dikatakan mampu untuk melihat pengaruh profitabilitas (ROA), ukuran perusahaan (SIZE), dan kepemilikan saham publik (KSP) terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).

Dapat dilihat dari tabel 3 besarnya nilai adjusted R² adalah 0.088 yang berarti bahwa 8,8% variasi CSR dapat dijelaskan oleh variasi dari ketiga variabel independen, sedangkan sisanya dijelaskan oleh sebab-sebab lain diluar model.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan tidak terdapat pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal ini

diduga berdasarkan analisis deskriptif dari rata-rata tiap tahunnya, pada tahun 2013 menuju tahun 2014 ROA mengalami penurunan. Apabila kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba tidak baik atau tidak dapat menghasilkan laba yang tinggi, maka perusahaan tidak akan mendapat perhatian lebih dari masyarakat. Hal tersebut tidak sejalan dengan penelitian Gusti dan Ida (2014) yang menyatakan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR. Namun, sejalan dengan penelitian Agus (2011) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan dengan tingkat ROA yang tinggi, belum tentu terkait pada kegiatan sosial dan lingkungan sehingga tingkat pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan masih rendah.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal ini diduga berdasarkan analisis deskriptif, *corporate social responsibility* yang mengalami peningkatan setiap tahunnya lebih banyak mengungkapkan pada kegiatan pelaksanaan pengungkapan keterlibatan masyarakat sebesar 95,74% karena secara keseluruhan rata-rata CSR masih 6% sehingga walaupun aset perusahaan mengalami peningkatan setiap tahunnya belum mendukung secara langsung terhadap aktivitas *corporate social responsibility*. Hal tersebut tidak sejalan dengan penelitian Agus (2011) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Agus (2011) menyatakan

bahwa pertanggungjawaban sosial dipengaruhi oleh ukuran perusahaan dimana perusahaan besar cenderung mengungkapkan pertanggungjawaban sosial yang lebih luas. Meskipun aset perusahaan menunjukkan peningkatan setiap tahunnya, tidak mempunyai pengaruh dan tidak ada kaitannya dengan pengungkapan *corporate social responsibility*. Karena aset tidak berkaitan dengan pengungkapan kegiatan masyarakat. Sehingga menjadikan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Pengaruh Kepemilikan Saham Publik Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa kepemilikan saham publik berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Berdasarkan analisis deskriptif menunjukkan *corporate social responsibility* setiap tahunnya mengalami kecenderungan yang meningkat. Disisi lain kepemilikan saham publik juga mengalami kenaikan pada tahun 2013-2014, walaupun pada tahun 2012-2013 mengalami penurunan. Hal tersebut tidak sejalan dengan penelitian Gusti dan Ida (2014) yang menyatakan tidak ada pengaruh kepemilikan saham publik terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Perusahaan yang memiliki porsi kepemilikan publik lebih tinggi akan cenderung melakukan lebih banyak pengungkapan sosial karena dinilai memiliki tanggung jawab secara moral kepada masyarakat.

KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

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

1. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Semakin besarnya laba yang dihasilkan perusahaan bukan berarti besar pula pengungkapan *corporate social responsibility*. Mungkin laba perusahaan tidak hanya untuk kegiatan pengungkapan *corporate social responsibility* saja namun digunakan untuk 62 lainnya. Maka profitabilit mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.
2. Hasil pengujian hipotesis statistik menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Besarnya ukuran perusahaan tidak mendukung luasnya pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal ini diduga pengungkapan CSR mayoritas masih pada kegiatan masyarakat, sehingga walaupun ukuran perusahaan meningkat, belum memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.
3. Hasil pengujian hipotesis statistik menunjukkan bahwa kepemilikan saham publik berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Perusahaan *high profile* yang kepemilikan saham publik meningkat menunjukkan semakin besarnya pengungkapan tanggung jawab sosialnya. Perusahaan yang memiliki porsi kepemilikan publik lebih tinggi akan cenderung melakukan lebih banyak pengungkapan sosial karena dinilai memiliki tanggung jawab secara moral kepada masyarakat.

Penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu terdapat unsur subyektif pada penelitian

indeks CSR, terdapat berbagai kriteria dalam penentuan perusahaan berkategori *high profile*, sehingga terdapat berbagai macam klasifikasi *high profile* menurut berbagai peneliti dan uji R^2 nilai *adjusted R^2* sebesar 8,8%, sehingga 97,2% dipengaruhi variabel lain.

Berdasarkan keterbatasan penelitian, maka saran bagi peneliti selanjutnya adalah bagi investor dan calon investor perusahaan berkategori *high profile* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia agar lebih memperhatikan aspek *corporate social responsibility* perusahaan sebagai pertimbangan sebagai pertimbangan dalam melakukan investasi, dapat menggunakan *sustainability reporting* yang telah dikroscek oleh *Global Reporting Initiative* untuk menghindari penilaian secara subyektif, untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih akurat dan lebih baik lagi penelitian selanjutnya dapat memperpanjang periode penelitian, dan diharapkan menambahkan variabel independen agar didapatkan nilai *adjusted R^2* yang lebih besar, contohnya seperti nilai perusahaan, *leverage*, dll.

DAFTAR RUJUKAN

- Achmad Badjuri. 2011. "Faktor-Faktor Fundamental, Mekanisme *Corporate Governance*, Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Perusahaan Manufaktur dan Sumber Daya Alam di Indonesia." *Dinamika Keuangan dan Perbankan* 3.1
- Achmad Zaenuddin. 2007. "Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Pengungkapan Sosial dan Lingkungan pada Perusahaan Manufaktur Go Publik." *Diss. Program Pascasarjana Universitas Diponegoro*.
- Abdul Rozak. 2012. "Pengaruh Tingkat Profitabilitas, Ukuran Perusahaan,

- Kepemilikan Saham Oleh Publik, *Leverage* dan Kelompok Industri Terhadap Tingkat *Internet Financial Reporting* (IFR).” *Jurnal Computech& Bisnis* 6.2 : 101-112.
- Agus Purwanto. 2011. “Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Terhadap *Corporate Social Responsibility*.” *Jurnal Akuntansi dan Auditing* 8.1 : 12-29.
- Brigham, Eugene F. dan Houston, Joul F. 2006. *Dasar – dasar Manajemen Keuangan*. Jakarta : Salemba Empat.
- Eka Nanda Putra. 2011. “Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).” *Diss. Universitas Diponegoro*.
- Fr. Reni. Retno Anggraini. 2006. “Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan – Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta).” *Simposium Nasional Akuntansi* 9 : 23-26.
- Global Reporting Initiative. *GRI Sustainability Reporting Guide Lines G3*. (Website <http://www.globalreporting.org/> diakses pada 15 Oktober 2015)
- Gusti Ayu dan Ida Bagus. 2014. “Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Kepemilikan Saham Publik pada Pengungkapan CSR.” *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 9.3 : 816-828.
- Imam Ghozali. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Edisi ke 7. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Maria Wijaya. 2012 “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi* 1.1 : 26-30.
- Marzully Nur dan Denies Priantinah. 2012. “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* di Indonesia (Studi empiris pada perusahaan berkategori *high profile* yang listing di Bursa Efek Indonesia).” *Nominal : Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen* 1.2
- Nor Hadi. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta : Graha Ilmu.