

**PENGARUH LIKUIDITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP
PENGUNGKAPAN CSR DENGAN PROFITABILITAS
SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

ARTIKEL ILMIAH

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



Oleh :

DIKA AGUSTIN

2014310142

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS

SURABAYA

2018

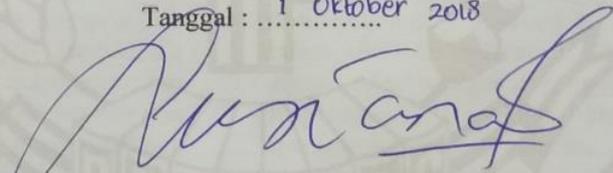
PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Dika Agustin
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 14 Agustus 1996
N.I.M : 2014310142
Program Studi : Akuntansi
Program Pendidikan : Sarjana
Konsentrasi : Akuntansi Keuangan
Judul : Pengaruh Likuiditas dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi

Disetujui dan diterima baik oleh :

Ketua Program Studi Sarjana Akuntansi,

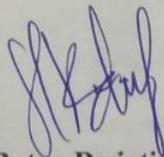
Tanggal : 1 Oktober 2018



(Dr. Luciana Spica Almilia, SE., M.Si., QIA., CPSAK)

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 26 September 2018



(Agustina Ratna Dwiati, SE., MSA)

PENGARUH LIKUIDITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN CSR DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI

Dika Agustin

STIE Perbanas Surabaya

Email : dkaagstn@gmail.com

ABSTRACT

The basic idea of corporate social responsibility (CSR) is that a company must take responsibility for the impacts of its operations. The extent of CSR disclosure can be different from one company to another. Based on this difference this study aims to prove whether there is influence of liquidity and firm size towards CSR disclosure and whether profitability is able to moderate the influence of liquidity and firm size towards CSR disclosure. The sample of this study is the manufacturing companies listed on Indonesia Stock Exchange for a period of five years starting in 2013 until the year 2017 and obtained 228 data through purposive sampling method. Data analysis in this study using multiple regression analysis and moderate regression analysis. Based on the results of the analysis that has been done, this study found that firm size is statistically significant determinant of CSR disclosure, while liquidity is not statistically significant predicting variable and profitability is unable to moderate the influence of liquidity and firm size towards CSR disclosure.

Key words: *corporate social responsibility, liquidity, firm size, profitability.*

PENDAHULUAN

Definisi tanggung jawab sosial atau *corporate social responsibility* (selanjutnya disingkat CSR) menurut *The World Business Council for Sustainable Development* merupakan komitmen dari perusahaan untuk bertindak secara etis dan berkontribusi terhadap pengembangan ekonomi seraya meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat luas (Dwi Kartini, 2013:3). ISO 26000 menerjemahkan CSR sebagai tanggung jawab organisasi atas dampak dari keputusan dan aktivitasnya terhadap masyarakat dan lingkungan melalui perilaku yang transparan dan etis (Isoindonesiacenter.com, 1 Maret 2016). Menurut *The Global Reporting Initiative/GRI* yang menyebabkan diperlukannya pelaksanaan CSR adalah berbagai dampak yang ditimbulkan oleh aktivitas organisasi terhadap masyarakat,

termasuk di dalamnya karyawan, konsumen, komunitas lokal, rantai pasokan serta rekan bisnis (Dwi Kartini, 2013:4). Konsep CSR pertama kali dirumuskan oleh Howard R. Bowen pada tahun 1953 (Dwi Kartini, 2013:5). Suatu entitas tidak terlepas dari masyarakat serta lingkungan di sekitar entitas dalam menjalankan usahanya, sehingga menimbulkan hubungan timbal balik antara masyarakat dan entitas (Ahmad dan Antonius, 2012).

CSR menekankan bahwa suatu entitas harus mengembangkan praktik bisnis yang etis dan berkesinambungan secara ekonomi, sosial, dan lingkungan (Ati dan Ade, 2008). CSR merupakan salah satu bentuk tanggung jawab sosial yang diberikan perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan citra perusahaan tanpa meninggalkan nilai etika (Rafika dan Yulius, 2014). Program CSR juga merupakan komitmen perusahaan untuk mendukung terciptanya pembangunan

berkelanjutan (Meita dan Nur, 2015). Perusahaan yang tidak mengungkapkan program CSR dapat menyebabkan *stakeholder* menganggap perusahaan tidak melakukan tanggung jawab sosial dan meragukan *going concern*-nya (Pambudi, 2006 dalam Fitri dan Andi, 2016).

Tidak hanya tentang pemangku kepentingan eksternal seperti masyarakat, namun CSR juga harus ditujukan untuk pemangku kepentingan internal yaitu pekerja (Dwi Kartini, 2013:46). Perusahaan juga harus memenuhi hak-hak normatif pekerja dengan menghindari terjadinya pemberian upah yang rendah, jam kerja panjang tanpa tambahan upah, kondisi lingkungan kerja yang tidak sehat dan sebagainya. Sangatlah jelas bahwa dalam standar CSR tidak pernah mengabaikan pemangku kepentingan internal. Kesalahan-kesalahan dalam memahami ide dasar CSR akan menimbulkan kesalahan-kesalahan dalam pelaksanaan CSR (Dwi Kartini, 2013:46). Kesalahan-kesalahan yang dibiarkan tanpa adanya pemahaman yang benar akan menyebabkan terjadinya pengerdilan dari cita-cita CSR yang sesungguhnya. Pelaksanaan CSR harus dikembalikan kepada konsep sebenarnya yang lebih utuh (Dwi Kartini, 2013:46).

Pelaksanaan CSR juga telah mendapat sorotan dari pemerintah dengan dikeluarkannya Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas (UU PT) yang disahkan pada 20 Juli 2007. Pasal 74 Undang-Undang Perseroan Terbatas menyatakan bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan (Linda dan Erlina, 2012). Peraturan lain yang menyinggung CSR adalah Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 Tentang Penanaman Modal. Undang-Undang tersebut menyatakan bahwa setiap penanam modal wajib melakukan tanggung jawab sosial perusahaan (Decky dan Tita, 2014). Adanya ketentuan atau

peraturan yang ditetapkan oleh pemerintah tersebut, menunjukkan bahwa pemerintah sebagai salah satu pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan menuntut perusahaan untuk terlibat dalam pengelolaan masyarakat dan lingkungan (Agus, 2011).

Salah satu isu sosial yang menjadi dasar dalam penelitian ini adalah bau limbah dari PT Ultrajaya Milk Industri Tbk. Isu tersebut terjadi di Desa Gadobangkong, Kecamatan Ngamprah, Kabupaten Bandung Barat, dimana ratusan warga disekitar lokasi pabrik PT Ultrajaya Milk Industri Tbk melakukan aksi unjuk rasa di depan kantor perusahaan dikarenakan bau limbah dari perusahaan tersebut yang semakin hari kian menyengat. Warga mengeluhkan bau limbah tersebut yang membuat sesak nafas, mual-mual serta muntah. Selain bau limbah, warga juga mengeluhkan suplai air yang diberikan oleh PT Ultrajaya Milk Industri Tbk yang menyebabkan gatal-gatal (Sindonews.com, 21 Agustus 2017). Isu tersebut menunjukkan bahwa masih ada perusahaan yang tidak melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan secara maksimal.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Fitri dan Andi (2016) menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh terhadap pengungkapsn CSR. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Fitri dan Andi (2016) dan Decky dan Tita (2014) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Terdapat perbedaan hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Meita dan Nur (2015), Rafika dan Yulius (2014), Theodora (2008) dan Arief (2008) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Penelitian Fitri dan Andi (2016), menunjukkan bahwa profitabilitas mampu memoderasi likuiditas, namun tidak mampu memoderasi ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR.

Tujuan penelitian ini yaitu sebagai pengembangan penelitian

terdahulu dengan harapan dapat memberikan gambaran mengenai pengaruh likuiditas dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR serta pengaruh profitabilitas dalam memoderasi pengaruh likuiditas dan ukuran perusahaan.

RERANGKA TEORITIS YANG DIPAKAI DAN HIPOTESIS

Teori Stakeholder

Stakeholder merupakan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan baik internal maupun eksternal, yang meliputi karyawan, konsumen, pemasok, masyarakat, pemerintah selaku regulator, pemegang saham, kreditur, pesaing, dan lain-lain yang memiliki hubungan baik mempengaruhi maupun dipengaruhi (Agus, 2011).

Teori *stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholder* (Agus, 2011). Perusahaan hendaknya memperhatikan kepentingan *stakeholder*, karena mereka adalah pihak yang mempengaruhi baik secara langsung maupun tidak langsung atas aktivitas serta kebijakan yang diambil dan dilakukan perusahaan (Meita dan Nur, 2015). Mitchell *et al* (1997) dalam Hoffman (2007) dalam Agus (2011) menyatakan bahwa berdasarkan teori *stakeholder*, perusahaan memiliki tanggung jawab kepada setiap kelompok atau individu yang dapat atau telah terpengaruh oleh kewajiban yang dimiliki oleh perusahaan.

Terdapat sejumlah *stakeholder* yang ada di masyarakat, dengan adanya pengungkapan CSR merupakan cara untuk mengelola hubungan organisasi dengan kelompok *stakeholders* yang berbeda. Tujuan utama dari perusahaan adalah menyeimbangkan konflik antara *stakeholder* (Rafika dan Yulius, 2014). Teori *stakeholder* berkaitan dengan cara-cara yang digunakan perusahaan untuk mengatur *stakeholder*-nya (Gray *et al.*,

1997 dalam Ghazali dan Chariri, 2007 dalam Agus, 2011).

Teori Legitimasi

Legitimasi merupakan keadaan psikologis keberpihakan orang dan kelompok orang yang sangat peka terhadap gejala lingkungan sekitarnya (Septian, 2013). Secara umum, teori legitimasi menunjukkan bahwa pengungkapan sosial adalah fungsi langsung dari tekanan sosial yang dihadapi oleh perusahaan (Behram, 2015).

Teori legitimasi dianggap sebagai menyamakan persepsi atau asumsi bahwa tindakan perusahaan layak dan sesuai dengan norma, nilai, dan kepercayaan yang dikembangkan secara sosial (Behram, 2015). Teori legitimasi didasarkan pada pengertian kontrak sosial yang diimplementasikan antara perusahaan dan masyarakat. Kontrak sosial tersebut didefinisikan sebagai ekspektasi yang dimiliki masyarakat tentang bagaimana perusahaan harus melakukan operasinya (Deegan 2007:123 dalam Behram, 2015). Kurangnya legitimasi akan membuat perusahaan kurang dapat dipercaya dan dengan demikian akan kecil kemungkinannya untuk meyakinkan pemegang saham untuk bertahan, sementara perusahaan yang mendapat dan mempertahankan legitimasi dipandang sebagai perusahaan yang dapat dipercaya (Behram, 2015). Adanya perbedaan persepsi antara kinerja perusahaan dengan ekspektasi masyarakat akan menimbulkan legitimasi *gap* (Sethi, 1977 dalam Behram, 2015).

Haidi (2012:87) dalam Sukmawati (2013) berpendapat bahwa legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Teori legitimasi memprediksikan bahwa perusahaan akan melakukan apapun yang diperlukan untuk mempertahankan reputasi mereka. Cho dan Patten (2007) dalam Behram (2015) menemukan bahwa

perusahaan dalam industri yang sensitif secara lingkungan kemungkinan besar akan merespon tekanan untuk bertindak transparan dengan menerbitkan informasi di laporan tahunan mereka. Kuo dan Chen (2013) dalam Behram (2015) mengindikasikan bahwa perusahaan dari industri yang sensitif secara lingkungan dapat meningkatkan legitimasi mereka secara signifikan dengan menerbitkan laporan CSR.

Corporate Social Responsibility (CSR)

Rumusan CSR dari *The World Business Council for Sustainable Development* yaitu CSR merupakan komitmen berkelanjutan perusahaan untuk bertindak secara etis dan berkontribusi terhadap pengembangan ekonomi (Dwi Kartini, 2013:3). Ide dasar dari CSR adalah bahwa perusahaan harus bertanggung jawab atas dampak yang ditimbulkan dalam operasinya. Idealnya, dampak negatif operasi perusahaan harus ditekan sampai titik nol, namun dikarenakan kondisi ideal itu sangatlah sulit dicapai, maka yang harus dilakukan adalah meminimalisir dampak negative (Dwi Kartini, 2013:3).

Konsep *triple bottom line* yang dikemukakan oleh John Elkington pada tahun 1997 memberikan suatu terobosan besar bagi perkembangan CSR pada era 90-an hingga sekarang (Hadi, 2011 dalam Agus 2011). Konsep *triple bottom line* menjelaskan bahwa CSR memiliki tiga elemen penting:

1. Perusahaan memiliki tanggung jawab terhadap *profit*, yaitu untuk meningkatkan pendapatan perusahaan.
2. Perusahaan memiliki tanggung jawab terhadap *people*, yaitu memberikan kesejahteraan kepada karyawan dan masyarakat.
3. Perusahaan memiliki tanggung jawab terhadap *planet*, yaitu untuk menjaga dan meningkatkan kualitas alam serta lingkungan dimana perusahaan tersebut beroperasi.

Ketentuan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan

diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 pasal 74 dan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 pasal 15 huruf (b) (Linda dan Erlina, 2012). Interaksi perusahaan dengan lingkungan dan komunitas sosial berarti perusahaan tersebut memelihara reputasi dan legitimasi perusahaan (Linda dan Erlina, 2012). Pengaturan CSR juga bertujuan untuk membangun ekonomi yang berkelanjutan untuk meningkatkan kualitas lingkungan (Wahyudi dan Azheri, 2008 dalam Ni Wayan, 2011).

Likuiditas

Rasio likuiditas bertujuan menaksir kemampuan keuangan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek dan komitmen pembayaran keuangannya (Rafika dan Yulius, 2014). Penelitian ini menggunakan rasio lancar untuk mengukur likuiditas. Rasio lancar yang lebih aman adalah berada diatas 1 atau diatas 100% (Sofyan, 2013:301). Perusahaan yang mempunyai tingkat likuiditas yang aman dianggap mampu untuk mengelola bisnisnya, sehingga menghasilkan tingkat resiko yang rendah (Rafika dan Yulius, 2014).

Perusahaan yang secara *financial* memiliki tingkat likuiditas yang kuat, maka perlu mengungkapkan informasi yang lebih rinci untuk menjelaskan kuatnya kinerja (Fitri dan Andi, 2016). Perusahaan dengan rasio likuiditas kuat juga akan memberikan informasi sosial guna memberikan *good news* kepada para pembaca untuk menaikkan citra dan menarik investor (Fitri dan Andi, 2016).

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan perusahaan menunjukkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat dilihat berdasarkan jumlah aktiva yang dimiliki oleh perusahaan. Menurut Thio (2014), ukuran perusahaan dapat dibagi menjadi tiga kategori yaitu perusahaan besar, menengah, dan kecil.

Menurut Cowen *et al* (1987) dalam Aditya dan Novrys (2016), perusahaan yang lebih besar dengan aktivitas operasi dan pengaruh lebih besar terhadap komunitas sosial akan memiliki pemegang saham yang lebih memperhatikan program sosial yang dilakukan oleh perusahaan dan laporan tahunan yang dipublikasi akan digunakan untuk menyebarkan informasi mengenai tanggung jawab sosial perusahaan.

Profitabilitas

Rasio profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan, dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, jumlah cabang, dan sebagainya (Sofyan, 2013:304).

Agus (2011) menyatakan bahwa perusahaan yang memperoleh laba akan mengungkapkan lebih banyak informasi dikarenakan perusahaan memiliki dana yang cukup untuk dialokasikan kepada kegiatan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Penelitian ini mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba dengan menggunakan rasio *return on asset* (ROA). ROA mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat aktiva tertentu atau dapat dikatakan pula bahwa ROA merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan setiap rupiah aktiva yang digunakan (Agus, 2011).

Pengaruh Likuiditas terhadap Pengungkapan CSR

Perusahaan yang mempunyai tingkat likuiditas yang aman dianggap mampu untuk mengelola bisnisnya, sehingga menghasilkan tingkat resiko yang lebih rendah (Rafika dan Yulius, 2014). Perusahaan tersebut merupakan gambaran keberhasilan perusahaan dalam membayar kewajiban-kewajiban jangka pendeknya tepat waktu. Hal ini tentunya menunjukkan kemampuan perusahaan yang kredibel

sehingga menciptakan *image* positif dan kuat melekat pada perusahaan. *Image* positif yang dimiliki perusahaan tersebut semakin memungkinkan pihak *stakeholders* untuk selalu ada pada pihak perusahaan atau mendukung perusahaan tersebut. Salah satu bentuk apresiasi yang akan ditunjukkan perusahaan untuk menambah kepercayaan dan *image* positif yang telah ada adalah dengan mempublikasikan informasi tambahan yang merepresentasikan kegiatan perusahaan yang peduli terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan (Rafika dan Yulius, 2014).

Hipotesis 1 : Likuiditas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR.

Perusahaan yang lebih besar biasanya memiliki aktivitas yang lebih banyak dan kompleks, mempunyai dampak yang lebih besar terhadap masyarakat, memiliki *shareholder* yang lebih banyak, serta mendapat perhatian lebih dari kalangan publik, maka dari itu perusahaan besar mendapat tekanan lebih untuk mengungkapkan pertanggung jawaban sosialnya, sehingga perusahaan yang memiliki ukuran lebih besar akan lebih banyak mengungkapkan informasi aktivitas mereka (Decky dan Tita, 2014). Luasnya tingkat pengungkapan CSR merupakan bentuk respon perusahaan terhadap tekanan yang diterimanya.

Hipotesis 2 : Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR.

Pengaruh Profitabilitas dalam memoderasi Likuiditas

Perusahaan yang mempunyai tingkat likuiditas yang aman dianggap mampu untuk mengelola bisnisnya, sehingga menghasilkan tingkat resiko yang rendah. Hal ini menunjukkan kemampuan perusahaan yang kredibel sehingga menciptakan *image* positif (Fitri dan Andi,

2016). Salah satu bentuk apresiasi yang akan ditunjukkan perusahaan untuk menambah kepercayaan dan *image* positif yang telah ada adalah dengan mempublikasikan informasi CSR. Ketika perusahaan tersebut mampu menghasilkan laba, perusahaan akan menguatkan *image* positif yang telah dimiliki dan perusahaan dianggap memiliki cukup dana untuk menyajikan pengungkapan yang lebih luas, sehingga perusahaan akan mengungkapkan lebih banyak informasi CSR dikarenakan kondisi perusahaan yang baik.

Hipotesis 3 : Profitabilitas Mampu Memoderasi Pengaruh Likuiditas terhadap Pengungkapan CSR.

Pengaruh Profitabilitas dalam memoderasi Ukuran Perusahaan

Perusahaan yang lebih besar biasanya memiliki aktivitas yang lebih banyak dan kompleks, mempunyai dampak yang lebih besar terhadap masyarakat, memiliki *shareholder* yang lebih banyak, serta mendapat perhatian lebih dari kalangan publik, maka dari itu perusahaan besar mendapat tekanan lebih untuk mengungkapkan pertanggung jawaban sosialnya, sehingga perusahaan yang memiliki ukuran lebih besar akan lebih mampu untuk melaksanakan dan mengungkapkan lebih banyak informasi CSR.

Hipotesis 4 : Profitabilitas Mampu Memoderasi Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR.

METODE PENELITIAN

Klasifikasi Sampel

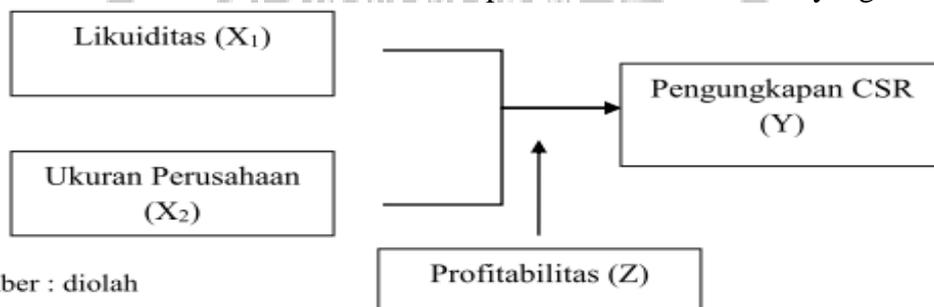
Penelitian ini menggunakan data kuantitatif yaitu dengan populasi perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2013-2017. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan kriteria

1. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2013-2017.
2. Perusahaan manufaktur yang menerbitkan laporan keuangan dan laporan tahunan selama periode 2013-2017 berturut-turut.
3. Perusahaan manufaktur yang menggunakan mata uang Rupiah dalam pelaporannya.

Terdapat sebanyak 136 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI selama 2013-2017, dan diperoleh 72 perusahaan yang menjadi sampel penelitian yang memenuhi kriteria.

Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif yaitu dengan populasi pada penelitian ini yaitu perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2013-2017. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dengan metode dokumentasi yaitu dengan mengumpulkan data yang berupa laporan keuangan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di



Sumber : diolah

Gambar 1
KERANGKA PEMIKIRAN

Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan sumber data yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia (BEI) dan data lain yang dapat diakses melalui situs resmi perusahaan.

Variabel Penelitian

Variabel penelitian yang digunakan meliputi variabel dependen yaitu pengungkapan CSR, variabel independen terdiri dari likuiditas dan ukuran perusahaan, dan variabel moderasi yaitu profitabilitas.

Definisi Operasional Variabel

Pengungkapan CSR

Penelitian ini menggunakan variabel dependen pengungkapan CSR. Pengukuran CSR akan menggunakan variabel dummy yaitu :

- 1= Jika item CSR diungkapkan
- 0= Jika item CSR tidak diungkapkan

Setiap item yang diungkapkan akan diberi check list. Total check list akan dihitung untuk mengetahui item-item yang telah diungkapkan yang kemudian akan dibagi total keseluruhan indikator yaitu 91 indikator berdasarkan GRI G4. Sesuai dengan Meita dan Nur (2015) pengukuran pengungkapan CSR dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$CSRDI = \frac{\sum x_{ii}}{ni}$$

Dimana :

- CSRDI : Indeks CSR
- x_{ii} : 1= jika item diungkapkan
0= jika item tidak diungkapkan
- ni : Jumlah item $ni \leq 91$

Likuiditas

Rasio likuiditas bertujuan menaksir kemampuan keuangan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek dan komitmen pembayaran keuangannya (Rafika dan Yulius, 2014). Penelitian ini menggunakan rasio lancar untuk mengukur likuiditas yaitu sebagai berikut:

$$\text{Rasio Lancar} = \frac{\text{Aset Lancar}}{\text{Hutang lancar}}$$

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan skala yang mengukur besar atau kecilnya perusahaan (Decky dan Tita, 2014). Ukuran perusahaan dalam penelitian ini, diukur dengan menggunakan logaritma natural dari total aset. Data mengenai total aset perusahaan dapat diperoleh dari laporan keuangan perusahaan. Pengukuran ukuran perusahaan (*size*) adalah sebagai berikut:
 $Size = \ln \text{ total aset}$

Profitabilitas

Rasio profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan, dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, jumlah cabang, dan sebagainya (Sofyan, 2013:304). Penelitian ini mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba dengan menggunakan rasio *return on asset* (ROA). ROA mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat aktiva tertentu. Pengukuran profitabilitas menggunakan ROA dapat dirumuskan sebagai berikut :

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

Alat Analisis

Untuk menguji hubungan antara likuiditas, ukuran perusahaan, dan profitabilitas terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2013-2017 digunakan model regresi berganda dan *moderate regression analysis* untuk menguji variabel moderasi. Model persamaan untuk analisis regresi berganda dan *moderate regression analysis* adalah sebagai berikut :

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e \dots \dots \dots (1)$$

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2Z + e \dots \dots \dots (2)$$

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2Z + \beta_3X_1Z + e \dots \dots \dots (3)$$

$$Y = \alpha + \beta_1X_2 + \beta_2Z + e \dots \dots \dots (4)$$

$$Y = \alpha + \beta_1X_2 + \beta_2Z + \beta_3X_2Z + e \dots \dots \dots (5)$$

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Deskriptif

Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi mengenai suatu data. Analisis statistik deskriptif yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah mean, median, standar deviasi (standar penyimpangan data), maksimum, minimum.

Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan menunjukkan nilai minimum CSR secara keseluruhan yaitu sebesar 0,02 yang dimiliki oleh PT Keramika Indonesia Asosiasi Tbk dan PT Alumindo Light Metal Industry Tbk pada tahun 2015 dan tahun 2017 dengan total item yang diungkapkan sebanyak 2 item. Nilai maksimum CSR yaitu sebesar 0,21 yang dimiliki oleh PT Mandom Indonesia Tbk pada tahun 2014 dan PT Mayora Indah Tbk pada tahun 2016 dengan total item yang diungkapkan sebanyak 19 item.

Nilai minimum rasio lancar yaitu sebesar 0,09 yang dimiliki oleh PT Siwani Makmur Tbk pada tahun 2017. Nilai maksimum sebesar 5,18 dimiliki oleh PT Darya Varia Laboratoria Tbk pada tahun 2014. Nilai standar deviasi likuiditas yaitu sebesar 1,17325 dapat dikatakan bahwa rentang jarak antara satu data dengan data pada likuiditas lainnya yaitu sebesar 1,17325. Nilai rata-rata (mean) likuiditas yaitu sebesar 2,0506, sehingga nilai rata-rata likuiditas lebih besar dibandingkan dengan nilai standar deviasi likuiditas. Hal ini menunjukkan tingkat variasi yang terjadi relatif rendah dan data

cenderung tidak menyebar atau homogen.

Nilai minimum ukuran perusahaan secara keseluruhan dimiliki oleh PT Siwani Makmur Tbk pada tahun 2014. Nilai maksimum ukuran perusahaan secara keseluruhan Rp. 66.759.930.000.000 dimiliki oleh PT Gudang Garam Tbk. Nilai standar deviasi pada variabel ukuran perusahaan Rp. 10.566.677.263.001 yang dapat dikatakan bahwa rentang jarak antara satu data dengan data lainnya pada ukuran perusahaan sebesar Rp. 10.566.677.263.001. Nilai rata-rata ukuran perusahaan sebesar Rp. 5.442.268.161.118, sehingga nilai standar deviasi ukuran perusahaan lebih besar dibandingkan dengan nilai rata-rata ukuran perusahaan. Hal ini menunjukkan tingkat variasi yang terjadi relatif tinggi dan data cenderung menyebar.

Nilai minimum profitabilitas secara keseluruhan adalah -0,08 yang ada pada tahun 2015 dan 2016 yang dimiliki oleh PT Keramika Indonesia Asosiasi Tbk dan PT Kertas Basuki Rachmat Indonesia Tbk, sedangkan nilai maksimum adalah sebesar 0,18 ada tahun 2016 dan 2017 yang dimiliki oleh PT KMI Wire and Cable Tbk dan PT Primarindo Asia Infrastructure Tbk. Nilai standar deviasi pada variabel profitabilitas yaitu sebesar 0,05227 dapat dikatakan bahwa rentang jarak antara satu data dengan data lainnya pada profitabilitas yaitu sebesar 0,05227. Nilai rata-rata (mean) profitabilitas yaitu sebesar 0,0484, sehingga nilai standar deviasi profitabilitas lebih besar dibandingkan dengan nilai rata-rata (mean)

TABEL I
HASIL ANALISIS DESKRIPTIF

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std Deviasi
CSR	228	0.02	0.21	0.0974	0.04264
CR	228	0.09	5.18	2.0506	1.17325
SIZE	228	Rp. 62.607.762.222	Rp. 66.759.930.000.000	Rp. 5.442.268.161.118	Rp. 10.566.677.263.001
ROA	228	-0.08	0.18	0.0484	0.05227

Sumber : data diolah

profitabilitas. Hal ini menunjukkan tingkat variasi yang terjadi relatif tinggi dan data cenderung menyebar atau heterogen.

Hasil Analisis dan Pembahasan

Uji normalitas pertama pada data penelitian ini yaitu sebanyak 360 data menunjukkan hasil signifikansi kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hal ini berarti data tidak berdistribusi normal, sehingga harus dilakukan outlier yaitu dengan menghilangkan data dengan nilai ekstrim yang memiliki karakteristik unik dan berbeda jauh dengan data lainnya. Outlier data ini dilakukan untuk memenuhi asumsi normalitas agar dapat melakukan uji hipotesis data penelitian selanjutnya. Setelah dilakukan outlier pada data penelitian, kemudian melakukan uji normalitas ke-dua yaitu menunjukkan nilai signifikansi lebih dari 0,05 ($0,200 > 0,05$) sehingga data akhir menjadi 228 data penelitian. Uji normalitas yang telah dilakukan menunjukkan bahwa data telah berdistribusi normal sehingga dapat disimpulkan model regresi layak untuk diuji.

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi antar variabel dependen dalam model regresi linear berganda. Pada uji multikolinieritas penelitian ini yaitu menunjukkan bahwa hasil dari nilai tolerance masing-masing variabel independen memiliki nilai lebih dari 0,10 dan memiliki nilai VIF kurang dari 10,

sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas dalam model regresi dan tidak terjadi korelasi antar variabel independen.

Uji heteroskedastisitas pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah pada model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Pada penelitian ini uji heteroskedastisitas variabel likuiditas dan profitabilitas menunjukkan nilai signifikansi lebih dari 0,05 yang berarti tidak terjadi adanya heteroskedastisitas atau terjadi adanya homokedastisitas. Sedangkan, variabel independen ukuran perusahaan menunjukkan nilai signifikansi kurang dari 0,05 yang berarti terjadi adanya heteroskedastisitas yang dapat diartikan bahwa terdapat varian pada variabel ukuran perusahaan yang tidak sama (konstan).

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi adanya korelasi kesalahan pengganggu pada periode t dengan periode $t-1$. Nilai Durbin-Watson (DW) pada penelitian ini menunjukkan sebesar 1,861. Kemudian nilai Durbin-Watson (DW) dibandingkan dengan tabel signifikansi 5 persen DW. Jumlah sampel penelitian (n) sebanyak 228 dan jumlah variabel independen penelitian yaitu 3 ($k=3$), maka diperoleh nilai du sebesar 1,80154.

Nilai DW pada penelitian ini yaitu sebesar 1,861 yang mana lebih besar

TABEL 2
HASIL UJI ASUMSI KLASIK

Jenis Uji	Variabel	Hasil Uji	
Normalitas		0,000	
		2,000	
Multikolinieritas		Tolerance	VIF
	CR	0,774	1,291
	SIZE	0,971	1,029
	ROA	0,768	1,303
Heterokedastisitas	CR	0,576	
	SIZE	0,001	
	ROA	0,946	
Autokorelasi		1,861	

Sumber : data diolah

dari nilai du yaitu sebesar 1,80154 dan kurang dari 4-du (4-1,80154), sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi.

Berdasarkan analisis yang dilakukan, nilai konstanta (α) sebesar -0,132 dapat diartikan jika variabel independen (likuiditas dan ukuran perusahaan) bernilai sama dengan nol, maka besarnya nilai pengungkapan CSR adalah sebesar -0,132. Koefisien regresi likuiditas adalah sebesar -0,003. Hal ini menunjukkan bahwa setiap perubahan pada variabel likuiditas dengan asumsi variabel yang lain tetap, maka pengungkapan CSR akan mengalami penurunan sebesar 0,003. Koefisien regresi ukuran perusahaan sebesar 0,008. Hal ini menunjukkan bahwa setiap perubahan pada variabel ukuran perusahaan dengan asumsi variabel yang lain tetap, maka pengungkapan CSR akan mengalami peningkatan sebesar 0,008.

Analisis regresi berganda pada penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen (likuiditas dan ukuran perusahaan) dengan variabel dependen yaitu pengungkapan CSR dalam penelitian ini. Selain analisis regresi berganda, juga akan dilakukan uji MRA untuk menguji pengaruh variabel moderasi dalam memoderasi variabel independen.

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah model fit atau tidak fit dalam uji statistik dan juga untuk mengetahui apakah model regresi layak untuk diuji. Pada uji F ini menunjukkan nilai F hitung sebesar 11,256 dengan nilai signifikansi 0,000 yang menunjukkan nilai tersebut kurang dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian yang dilakukan fit dan layak untuk diuji.

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi dalam variabel dependen. Pada uji R^2 , nilai Adjusted R Square menunjukkan sebesar ,083 yang mana dapat diartikan

bahwa besar pengaruh likuiditas dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR sebesar 8,3%. Kemudian sisanya sebesar 91,7% dijelaskan oleh faktor lain diluar dari model penelitian.

Berdasarkan uji MRA yang telah dilakukan menunjukkan bahwa nilai signifikansi ROA pada persamaan (2) $0,105 > 0,05$ yang artinya tidak signifikan dan nilai signifikansi INTERAKSI1 adalah sebesar $0,178 > 0,05$ yang artinya tidak signifikan sehingga dapat disimpulkan bahwa profitabilitas tidak mampu memoderasi pengaruh likuiditas terhadap pengungkapan CSR, dengan ROA bukan sebagai variabel moderator tetapi sebagai variabel independen. nilai signifikansi ROA pada persamaan (4) adalah $0,184 > 0,05$ (tidak signifikan) dan nilai signifikansi INTERAKSI2 adalah $0,753 > 0,05$ (tidak signifikan) sehingga dapat disimpulkan bahwa profitabilitas tidak mampu memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR, dengan profitabilitas bukan sebagai variabel moderator tetapi sebagai variabel independen.

Pengaruh likuiditas terhadap pengungkapan CSR

Berdasarkan tabel 3, variabel likuiditas (*current ratio/CR*) memiliki nilai t hitung sebesar -1,375 dengan tingkat signifikansi 0,170, yang mana nilai signifikansi likuiditas $> 0,05$ ($0,170 > 0,05$) maka H_0 diterima dan dapat disimpulkan bahwa variabel likuiditas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Uji hipotesis pertama menunjukkan hasil variabel likuiditas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR yang berarti menolak hipotesis yang telah dirumuskan oleh peneliti. Hasil tersebut menunjukkan bahwa perusahaan tidak melihat seberapa besar likuiditas ketika melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial. Diaturinya regulasi yang mewajibkan perusahaan untuk melakukan kegiatan tanggung jawab sosial dan lingkungan, membuat perusahaan harus

melakukan kewajibannya sebagai bagian dari komunitas sosial, sehingga perusahaan akan tetap mengungkapkan item-item CSR dengan tingkat likuiditas yang aman maupun beresiko. Hal ini berarti mendukung teori *stakeholder* dimana dengan adanya pengungkapan CSR, *stakeholder* dapat mengevaluasi dan mengetahui sejauh mana perusahaan dalam melaksanakan peranannya sesuai dengan keinginan *stakeholder*, artinya perusahaan memperhatikan hak *stakeholder* untuk mengetahui informasi perusahaan. Sampel penelitian ini adalah perusahaan manufaktur dimana kegiatan perusahaan lekat dengan lingkungan dan berada di komunitas sosial dan dapat menimbulkan dampak sosial serta lingkungan, sehingga praktik pengungkapan sosial dan lingkungan merupakan alat manajerial yang digunakan perusahaan untuk menghindari konflik sosial dan lingkungan serta memperoleh ataupun meningkatkan legitimasi.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Fitri dan Andi (2016), dimana peneliti menyatakan bahwa pada masa ini banyak perusahaan telah memahami mengenai manfaat yang dihasilkan CSR di kemudian hari dimana kegiatan ini dapat membangun citra perusahaan sehingga manfaat ekonomis di kemudian hari dapat diterima oleh perusahaan misalnya seperti kenaikan harga saham, memiliki banyak investor potensial, dan sebagainya. Hal semacam inilah yang membuat perusahaan kian termotivasi untuk selalu melakukan CSR beserta pengungkapannya tanpa bergantung pada tingkat likuiditas perusahaan.

Pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR

Berdasarkan tabel 3, variabel ukuran perusahaan (*size*) memiliki nilai t hitung sebesar 4,884 dengan tingkat signifikansi 0,000, dimana nilai signifikansi ukuran perusahaan $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$) maka H_0 ditolak dan dapat disimpulkan bahwa variabel ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Uji hipotesis kedua menunjukkan hasil variabel ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR yang berarti mendukung hipotesis yang telah dirumuskan oleh peneliti. Perusahaan yang lebih besar biasanya memiliki aktivitas yang lebih banyak dan kompleks, mempunyai dampak yang lebih besar terhadap masyarakat, memiliki *shareholder* yang lebih banyak, serta mendapat perhatian lebih dari kalangan publik, maka dari itu perusahaan besar mendapat tekanan lebih untuk mengungkapkan pertanggung jawaban sosialnya, sehingga perusahaan yang memiliki ukuran lebih besar akan lebih banyak mengungkapkan informasi aktivitas mereka.

Hal ini berarti juga sesuai dengan teori *stakeholder*, yang mana perusahaan telah memenuhi hak pemangku kepentingan untuk mengetahui informasi perusahaan dan akan menuntun perusahaan untuk mendapatkan legitimasi dikarenakan perusahaan telah berusaha untuk menciptakan keselarasan antara nilai sosial yang melekat dalam kegiatannya dengan norma yang ada dalam sistem sosial masyarakat dimana perusahaan adalah bagian dari sistem tersebut.

TABEL 3
HASIL ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-0,132	0,054		-2,459	0,015
CR	-0,003	0,002	-0,088	-1,375	0,170
SIZE	0,008	0,002	0,283	4,448	0,000

Sumber : data diolah

Perusahaan yang besar merupakan perusahaan yang diperhatikan oleh investor atau pemegang saham, oleh karena itu perusahaan yang besar memiliki tekanan lebih untuk melaporkan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat luas dan pemegang saham. Teori *stakeholder* menjelaskan bahwa perusahaan berkembang menjadi besar dan menyebabkan masyarakat terkait di dalamnya, dengan demikian masyarakat akan memperhatikan perusahaan, maka dari itu perusahaan perlu meningkatkan responsibilitasnya tidak hanya kepada pemegang saham saja tapi kepada masyarakat secara luas. Pada penelitian ini ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR yang mana jika ukuran perusahaan mengalami peningkatan maka pengungkapan CSR akan mengalami peningkatan pula.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Decky dan Tita (2014), dimana peneliti menyatakan bahwa semakin besar suatu perusahaan akan memiliki kemampuan mengelola perusahaan yang lebih besar, sehingga akan mengungkapkan informasi sosial yang lebih luas agar mendapatkan penilaian positif dari pemilik modal. Hasil penelitian ini juga konsisten dengan penelitian Fitri dan Andi (2016) yang menyatakan bahwa pengaruh signifikan antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan CSR dapat dikarenakan adanya faktor tuntutan masyarakat kepada perusahaan yang lebih besar. Hasil penelitian ini tidak konsisten dengan Rafika dan Yulius (2014).

Pengaruh profitabilitas dalam memoderasi likuiditas

Berdasarkan uji MRA yang telah dilakukan, menunjukkan variabel moderasi profitabilitas tidak mampu memoderasi pengaruh likuiditas terhadap pengungkapan CSR, dan profitabilitas bukan sebagai variabel moderasi tetapi sebagai variabel independen. Hal itu berarti tidak mendukung hipotesis yang telah dirumuskan peneliti.

Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa perusahaan telah memahami bahwa mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial dan lingkungan merupakan salah satu kewajiban yang harus dilakukan oleh perusahaan serta memahami manfaat yang akan diperoleh perusahaan dikemudian hari. Perusahaan akan tetap mengungkapkan informasi pertanggung jawaban sosialnya meskipun perusahaan tidak dalam kondisi memperoleh laba serta memiliki hutang yang harus diselesaikan, artinya perusahaan tidak melihat besarnya likuiditas maupun profitabilitas ketika melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Ketika perusahaan mengungkapkan informasi tambahan berupa pertanggung jawaban sosialnya, artinya hal tersebut mendukung teori *stakeholder* dimana *stakeholder* berhak untuk mendapat informasi keuangan maupun non keuangan. Perusahaan yang mengungkapkan informasi CSR yang luas menandakan perusahaan mengadopsi strategi aktif dimana perusahaan berusaha mempengaruhi hubungan organisasinya dengan *stakeholders* (Agus, 2011). Selama

TABEL 4
HASIL UJI MODERATE REGRESSION ANALYSIS (MRA)

	Model	Sig.		Model	Sig.
Persamaan 2	(Constant)	0,000	Persamaan 4	(Constant)	0,010
	CR	0,007		SIZE	0,000
	ROA	0,105		ROA	0,184
Persamaan 3	(Constant)	0,000	Persamaan 5	(Constant)	0,133
	CR	0,319		SIZE	0,008
	ROA	0,009		ROA	0,807
	INTERAKSII	0,178		INTERAKSI2	0,753

Sumber : data diolah

perusahaan menyelaraskan nilai sosial dalam kegiatannya dengan norma dalam sistem sosial, maka hal tersebut dapat dipandang sebagai legitimasi perusahaan. Legitimasi perusahaan dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan atau sesuatu yang dicari perusahaan atau diinginkan perusahaan dari masyarakat, namun jika perusahaan mengungkapkan informasi yang terbatas, *stakeholder* akan kesulitan untuk menilai perusahaan dan hak *stakeholder* tidak terpenuhi dengan baik. Hal tersebut juga dapat mengancam legitimasi perusahaan.

Hasil penelitian ini tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Fitri dan Andi (2016), dimana peneliti berpendapat bahwa profitabilitas merupakan variabel moderasi yang dapat memperkuat pengaruh likuiditas terhadap pengungkapan CRS.

Pengaruh profitabilitas dalam memoderasi ukuran perusahaan

Hasil uji untuk hipotesis keempat menunjukkan bahwa H_4 ditolak yang artinya bahwa secara individual profitabilitas tidak mampu memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR. Hasil pengujian yang telah dilakukan membuktikan bahwa tingkat profitabilitas yang diperoleh perusahaan tidak menjadi pertimbangan dalam memperluas pengungkapan informasi sosial.

Hal tersebut menunjukkan bahwa ketika perusahaan memperoleh laba ataupun mengalami rugi, perusahaan akan tetap mengungkapkan item CSR, namun luasnya informasi yang diungkapkan perusahaan tidak selalu sama pada setiap perusahaan. Perusahaan yang mengungkapkan informasi CSR juga mendukung teori *stakeholder*, dimana manajemen perusahaan diharapkan untuk dapat melakukan aktivitas sesuai dengan yang diharapkan oleh *stakeholder* dan mengungkapkannya kepada *stakeholder*. Perusahaan juga akan memperoleh

legitimasi sosial dari masyarakat dengan adanya kesuaian dan keselarasan antara nilai sosial dalam kegiatan perusahaan dengan norma perilaku dalam sistem sosial dimana perusahaan adalah bagian dari sistem tersebut sehingga keberlanjutan operasional perusahaan akan terjamin. Seperti yang disebutkan sebelumnya bahwa luasnya informasi yang diungkapkan tidak selalu sama pada setiap perusahaan, namun jika item yang diungkapkan terbatas dimana *stakeholder* hanya dapat mengetahui beberapa informasi, hal tersebut dapat membuat legitimasi perusahaan terancam dan hak *stakeholder* untuk mengetahui informasi perusahaan tidak dipenuhi secara maksimal. Tidak dipenuhinya hak *stakeholder* secara maksimal dapat mempengaruhi keputusan *stakeholder* yang mungkin akan mengancam kelangsungan usaha. Hal tersebut juga dapat berdampak pada investor yang tidak mendapat dividen dan mempengaruhi keputusan mereka dalam berinvestasi.

Hasil pengujian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Fitri dan Andi (2016), dimana peneliti menjelaskan tidak adanya interaksi atau moderasi antara profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR dapat dilihat pada tabel statistik deskriptif atau data laporan keuangan perusahaan. Laporan keuangan perusahaan menunjukkan bahwa seluruh perusahaan yang menjadi sampel pada penelitian terdahulu merupakan perusahaan besar yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi. Hal tersebut mengindikasikan bahwa profitabilitas tidak mampu memoderasi ukuran perusahaan.

KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Pada penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh likuiditas dan ukuran perusahaan, terhadap pengungkapan CSR, serta pengaruh profitabilitas sebagai variabel moderasi dalam memoderasi likuiditas dan ukuran perusahaan.

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang didapat dari www.idx.co.id dengan sampel penelitian yaitu perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2013-2017. Total sampel yang diperoleh sebanyak 360 data dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Seluruh data tersebut dilakukan pengujian data kemudian terdapat data yang harus dihilangkan karena terdeteksi adanya outlier data sehingga total dari keseluruhan sampel menjadi 228 data. Pengujian dilakukan dengan bantuan program SPSS *version 24 for windows*. Penelitian ini melakukan pengujian yaitu antara lain, analisis deskriptif, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi), analisis regresi berganda, uji hipotesis (uji F, koefisien determinasi uji R^2 , dan uji statistik t), dan uji *moderate regression analysis*.

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan dan pembahasan penelitian yang telah dijelaskan maka dapat disimpulkan yaitu variabel likuiditas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, variabel ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, serta variabel moderasi profitabilitas tidak mampu memoderasi pengaruh likuiditas dan ukuran perusahaan dan profitabilitas sebagai variabel independen. Likuiditas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Adanya regulasi yang mewajibkan perusahaan untuk melakukan kegiatan tanggung jawab sosial dan lingkungan, membuat perusahaan harus melakukan kewajibannya sebagai bagian dari komunitas sosial sehingga perusahaan tidak mempertimbangkan besarnya likuiditas. Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR dikarenakan perusahaan yang lebih besar biasanya memiliki aktivitas yang lebih banyak dan kompleks, mempunyai dampak yang lebih besar terhadap masyarakat, memiliki *shareholder* yang lebih banyak, serta mendapat perhatian lebih dari kalangan

publik, maka dari itu perusahaan besar mendapat tekanan lebih untuk mengungkapkan pertanggung jawaban sosialnya, sehingga semakin besar ukuran perusahaan akan semakin luas pengungkapan CSR yang dilakukan.

Penelitian yang telah dilakukan menunjukkan masih banyak terdapat keterbatasan dalam penelitian ini. Berikut beberapa keterbatasan yang telah ditemukan pada penelitian ini antara lain : (1) Hasil pengujian Adjusted R Square yaitu sebesar 8,3 %, dimana hasil tersebut menunjukkan masih rendahnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen pada penelitian ini dan masih banyak faktor lain diluar variabel yang diteliti mempengaruhi variabel dependen penelitian. (2) Terjadi adanya heteroskedastisitas pada variabel ukuran perusahaan.

Berdasarkan keterbatasan yang telah ditemukan pada penelitian ini, maka peneliti mencoba untuk memberikan saran untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan lebih banyak variabel independen yang diduga mempengaruhi pengungkapan CSR dan menggunakan variabel independen lain selain ukuran perusahaan untuk menghindari terjadinya heteroskedastisitas.

DAFTAR RUJUKAN

- Aditya Dharmawan dan Novrys Suhardianto. 2016. "Faktor-Faktor yang mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial". *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*. 18(2), halaman: 119-127
- Agus Purwanto. 2011. "Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Terhadap Corporate Social Responsibility". *Jurnal Akuntansi dan Auditing*, 8(1), halaman: 1-94.
- Ahmad Kamil dan Antonius Herusetya. 2012. "Pengaruh Karakteristik

- Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan Kegiatan Corporate Social Responsibility". *Media Riset Akuntansi*, 2(1), halaman:1-17.
- Arief Rahman. 2012. "The Analysis of Company Characteristic Influence Towards CSR Disclosure: Empirical Evidence of Manufacturing Companies Listed in JSX". *Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia*, 12(1), halaman: 25-35.
- Ati Harmoni dan Ade Andriyani. 2012. "Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Official Website Perusahaan Studi Pada PT Unilever Indonesia Tbk". *Seminar Ilmiah Nasional Komputer dan Sistem Intelejen*, halaman:475-483.
- Behram, N. K. 2015. "A Cross-Sectoral Analysis of Environmental Disclosures in a Legitimacy Theory Context". *Journal of Management and Sustainability*, 5(1), halaman: 20-37.
- Decky Darmawan dan Tita Deitiana. 2014. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility". *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, 16(1), halaman: 158-165.
- Dwi Kartini. 2013. *Corporate Social Responsibility: Transformasi Konsep Sustainability Management dan Implementasi di Indonesia*. Edisi I, Bandung: Refika Aditama
- Fitri Aulia Arif dan Andi Wawo. 2016. "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Likuiditas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi". *Assets*, 6(2), halaman: 177-195.
- Heni Triastuti Kurnianingsih. 2013. "Pengaruh Profitabilitas dan Size Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility". *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, 13(1), halaman: 93-111.
- Imam Ghozali. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS*. Edisi: 7, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Linda Santioso dan Erlina Candra. 2012. "Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, Umur Perusahaan, dan Dewan Komisaris Independen dalam Pengungkapan Corporate Social Responsibility". *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, 14(1), halaman: 17-30.
- Majeed, S., Aziz T., dan Saleem, S. 2014. "The Effect of Corporate Governance Elements on Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure: An Empirical Evidence from Listed Companies at KSE Pakistan". *International Journal of Financial Studies*, 3(4), halaman: 530-556.
- 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), halaman: 26-30.
- Meita Wahyu dan Nur Fadrijih. 2015. "Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Kepemilikan Publik Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility". *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 4(6), halaman: 1-15.

- Ni Wayan Rustiarini. 2011. "Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham pada Pengungkapan Corporate Social Responsibility". *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*, 6(1), halaman: 1-24.
- Rafika Anggraini dan Yulius Jogi. 2014. "Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility: Studi pada Perusahaan yang Mendapat Penghargaan ISRA dan Listed di Bursa Efek Indonesia". *Business accounting Review*, 12(1), halaman: 61-70.
- Septian Adi Nugraha. 2013. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility dalam Laporan Tahunan Perusahaan". *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 2(10), halaman: 1-16.
- Sofyan Syafri Harahap. 2013. *Analisis Kritis atas Laporan Keuangan*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Sukmawati Safitri Dewi. 2013. "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI". *Jurnal Ilmu dan Riset akuntansi*, 2(3), halaman: 1-20.
- Theodora Martina. 2012. "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang Tedaftar di Bursa Efek Indonesia". *Jurnal Mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi*.
- Thio Lie Sha. 2014. "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Profitabilitas dan Leverage Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI". *Jurnal Akuntansi*, 18(1), halaman: 86-98.
- Vitezic, Neda., Vuko, Tina., dan Morec, Barbara. 2013. "Does Financial Perfomance Have An Impact On Corporate Sustainability and CSR Disclosure-A Case of Croatian Companies". *Journal of Business Management*, 31(1), halaman: 175-185.
- www.isoindonesiacenter.com
- www.sindonews.com
- www.sustaincase.com