PENGARUH *LEVERAGE*, PROFITABILITAS, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN CSRPADA PERUSAHAAN SEKTOR *FOOD AND BEVERAGE*

ARTIKEL ILMIAH

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

Oleh :

OVI NOFRITA
NIM : 2014310545

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
S U R A B A Y A
2018

PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama	:	Ovi Nofrita
Tempat, Tanggal lahir	:	Gianyar, 10 Agustus 1995
N.I.M	:	2014310545
Jurusan	:	Akuntansi
Program Pendidikan	:	Strata 1
Konsentrasi	:	Akuntansi Perbankan
Judul	:	Pengaruh *Leverage*, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Pada Perusahaan Sektor *Food And Beverage*

Disetujui dan diterima baik oleh :

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 26-10-2018

(Laely Aghe Africa, S.E., M.M)

Ketua Program Studi Sarjana Akuntansi,

Tanggal :

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

PENGARUH *LEVERAGE*, PROFITABILITAS, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN CSR PADA PERUSAHAAN SEKTOR *FOOD AND BEVERAGE*

Ovi Nofrita
STIE Perbanas Surabaya
Email: 2014310545@students.perbanas.ac.id
Jl. Nginden Semolo 34-36 Surabaya

ABSTRACT

This study aims to determine how the variables are Leverage, Profitability and firm size on the disclosure of Corporate Social Responsibility in the Food and Beverage industry sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange in the 2013-2016 period. The sample used in this study is saturated samples or the entire sample is 15 companies of the Food and Beverage industry sector for the period 2013-2016. based on the results of the calculation of multiple linear regression analysis, among others, F test, t test that has been done, the results of this study that Leverage does not affect the disclosure of corporate social responsibility, Profitability affects the disclosure of corporate social responsibility, The Size of the company affects the disclosure of corporate social responsibility.

Keywords: *corporate social responsibility, leverage, profitabilitas, firm size, ROA, DER*

PENDAHULUAN

Seiring dengan berkembangnya perusahaan besar di Indonesia, lingkungan sosial menjadi peranan penting sehingga semakin banyak tuntutan bagi perusahaan baik dari lingkungan sosial juga lingkungan masyarakat. seringkali perusahaan mengabaikan atau melalaikan hal ini, tanpa menyadari pentingnya peran lingkungan yang sangat mempengaruhi berlangsungnya perusahaan tersebut. Informasi di butuhkan masyarakat mengenai aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan, sehingga masyarakat dapat mengetahui kontribusi apa yang diberikan perusahaan terhadap masyarakat. Saat ini sangat banyak perusahaan swasta yang mengembangkan *Corporate Sosial Responsibility* (CSR).

Penerapan CSR bukan dianggap sebagai *cost*, namun dijadikan sebagai investasi. Tanggung jawab sosial perusahaan mencakup pada kepatuhan perusahaan terhadap hak asasi manusia, pemburuhan, perlindungan konsumen, lingkungan hidup dan pembangunan kesejahteraan masyarakat di daerah sekitar perusahaan. Di dalam aspek investasi, para investor akan menanamkan modal pada perusahaan yang memiliki kepedulian terhadap masalah sosial dengan meningkatkan kualitas hidup masyarakat di sekitar lingkungannya. Sedangkan dari aspek hukum, perusahaan harus taat terhadap peraturan pemerintah yang mengharuskan perseroan melaksanakan aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan (Rustriarini, 2011).

CSR diungkapkan di dalam laporan yang disebut Sustainability Reporting. Laporan tersebut merupakan pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh, serta kinerja organisasi dalam konteks pembangunan bekelanjutan.

Sustainability Reporting harus menjadi dokumen strategis yang berlevel tinggi, yang menempatkan isu, tantangan, dan peluang *Sustainability Development* menuju kepada core business perusahaan. Di Indonesia sendiri, landasan hukum tanggung jawab sosial perusahaan sangat kuat. Hal tersebut dibuktikan dengan disahkannya UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Pada Pasal 74 ayat 1 disebutkan bahwa Perseroan Terbatas yang menjalankan usaha di bidangdan/atau bersangkutan dengan sumber daya alam wajib menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Pengungkapan ada yang bersifat wajib *(mandatory)* yaitu pengungkapan informasi wajib dilakukan oleh perusahaan yang didasarkan pada peraturan atau standar tertentu, dan ada yang bersifat sukarela *(voluntary)* yang merupakan pengungkapan informasi di luar persyaratan minimum dari peraturan yang berlaku. Setiap unit atau pelaku ekonomi selain berusaha memenuhi kepentingan pemegang saham dan mengonsentrasikan diri pada pencapaian laba juga mempunyai tanggung jawab sosial, dan hal itu perlu diungkapkan dalam laporan tahunan. Pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan umumnya bersifat sukarela *(voluntary)*, belum diaudit *(unaudited)*, dan tidak dipengaruhi oleh peraturan tertentu (*unregulated)*.

Tujuan adanya laporan pengungkapan sosial, lingkungan dan bidang ekonomi yang terdapat di laporan tahunan perusahaan adalah sebagai wujud rasa tanggung jawab perusahaan bagi investor atau *stakeholder*. Selain itu juga dengan melakukan pengungkapan sosial pada investor atau *stakeholder* diharapkan akan terjalin hubungan dan komunikasi yang baik antara perusahaan dengan investor.

Di dalam mengungkapkan CSR, perusahaan dapat menumbuhkan kepercayaan pada masyarakat sehingga dari respon yang positif maka perusahaan dapat meningkatkan kekuatan keuangannya untuk jangka panjang. Sekarang ini sudah banyak perusahaan yang sahamnya dimiliki oleh masyarakat (*public*). Kondisi ini menyebabkan pengungkapan CSR menjadi penting, karena public atau masyarakat memiliki hak pada perusahaan dan perusahaan memiliki kewajiban untuk melaporkan atau memberikan informasi mengenai keadaan perusahaan.

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan diatas, maka penelitian ini dimaksudkan untuk mengembangkan konsep tentang pengaruh pengungkapan corporate social responsibility atau tanggung jawab sosial perusahaan. Peneliti ingin meneliti dalam bentuk skripsi yang berjudul"Pengaruh leverage, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR padaperusahaan sektor food and beverage"

KERANGKA TEORITIS HIPOTESIS

Legitimacy theory

Legitimacy Theory teori legitimasi ini muncul atau timbul dari implikasi kontrak sosial antara perusahaan dan masyarakat. Hal ini dikarenakan oleh harapan masyarat tentang perilaku suatu perusahaan. Sejalan dengan karakternya yang berdekatan dengan ruang dan waktu, legitimasi mengalami pergeseran bersamaan dengan perubahan dan perkembangan lingkungan dan masyarakat di mana perusahaan berada. Perubahan nilai dan norma social dalam masyarakat 12 sebagai konsekuensi perkembangan peradaban manusia,juga menjadi motovator perubahan legitimasi perusahaan di samping juga dapat menjadi tekanan bagi legitimasi perusahaan Nor Hadi (2011,88)

Nor Hadi berpendapat bahwa legitimasi ini di anggap penting bagi perusahaan karena legitimasi masyarakat

terhadap perusahaan menjadi faktor yang strategi bagi perkembangan perusahaan kedepan

Agency Theory

Suwardjono (2013) Teori agensi mendeskripsikan adanya satu hubungan kontraktual antara pemegang saham (*stakeholder*) sebagai *principal* dan manajemen sebagai *agent.* Dalam hal ini agen memiliki hak atas adanya bertindak atas kepentingan prinsipal dan atas adanya tindakan tersebut maka akan mendapatkan imbalan tertentu dari pihak prinsipal.

Signaling Theory

Signaling theory (teori sinyal) menjelaskan tentang bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Sinyal ini berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan oleh menejemen untuk merealisasikan keinginan pemilik. Sinyal ini dapat berupa promosi atau infromasi lain yang menyatakan bahwa perusahaann tersebut lebih baik daripada perusahaan lain.

Pada waktu informasi di umumkan dan semua pelaku pasar sudah menerima informasi tersebut, para pelaku pasar terlebih dahulu menginterpretasikan dan menganalisis informasi tersebut sebagai sinyal baik (*good news*) atau sinyal buruk (*bad news*) (Jogiyanto, 2010).

Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure

Menurut Untung (2008) mengemukakan bahwa *corporate social responsibility* merupakan komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggungjawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial dan lingkungan.

Contoh dari tanggungjawab tersebut bermacam macam, mulai dari melakukan kegiatan yang dapat mensejahterakan masyarakat dan perbaikan lingkungan, pemberian beasiswa, pemberian dana pemeliharaan fasilitas umum, sumbangan untuk fasilitas masyarakat yang bersifat sosial dan berguna untuk masyarakat banayak, khususnya masyarakat yang berada disekitar perusahaan tersebut.

Global Reporting Initiative (GRI)

Global Reporting Initiative (GRI) adalah lembaga independen yang didirikan pada tahun 1997 di Boston, AS dengan keanggotaan multi profesional seperti akuntan, pengusaha, investor, organisasi lingkungan hidup, organisasi HAM, lembaga riset dan organisasi buruh berbagai Negara. GRI merupakan sebuah pedoman laporan keberlanjutan, pada pedoman tersebut terdapat prinsip-prinsip pelaporan, pengungkapan standar, dan panduan penerapan penyusunan laporan keberlanjutan untuk perusahaan (GRI-G4, 2013).

Pengetahuan Perpajakan

Leverage merupakan alat yang digunakan untuk mengukur seberapa besar perusahaan mempunyai tingkat risiko hutang tak tertagihnya pada kreditur yang nantinya akan digunakan dalam membiayai aset perusahaan.

Scott (2000) menyampaikan pendapat yang mengatakan bahwa semakin tinggi *Leverage* kemungkinan besar perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak utang, maka manajer akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba dimasa depan. Perusahaan yang memiliki rasio *Leverage* tinggi akan lebih sedikit mengungkapkan CSR supaya dapat melaporkan laba sekarang yang lebih tinggi.

Pengaruh Profitabilitas terhadap CSR Disclosure

Rasio Profitabilitas menunjukan keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Keuntungan yang dapat dibagikan kepada pemegang saham adalah keuntungan setelah bunga dan pajak. Semakin besar keuntungan yang diperoleh makan semakin besar kemampuan perusahaan untuk membayarkan deviden, tapi juga akan mendapat power atau kekuatan yang lebih besar untuk mementukan kebijakan perusahaan.

Berdasrkan teori legitimasi, salah satu pendapat dalam hubungan antara profitabilitas dan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial adalah ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan menganggap tidak perlunya melaporkan hal-hal yang dapat menganggu informasi tentang kesuksesan dari perusahaan tersebut. Sebaliknya jika pada tingkat profitabilitas rendah, perusahaan berharap para pengguna laporan akan membaca kinerja perusahaan, missal dalam lingkup sosial sehingga investor dan calon investor akan tetap berinvestasi di perusahaan tersebut.

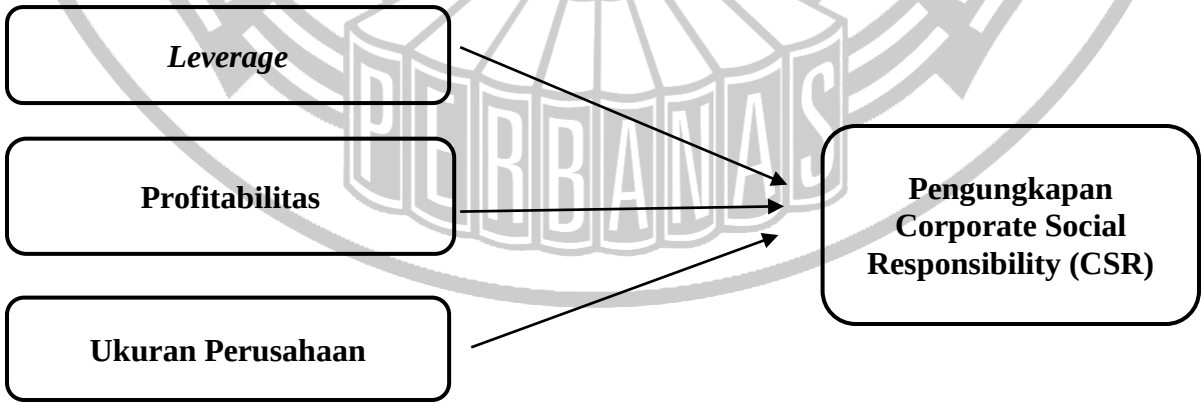
Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap CSR Disclosure

Ukuran perusahaan dapat menggambarkan besar atau kecilnya sebuah perusahaan. Pada perusahaan besar umumnya lebih mendapat sorotan dari masyarakat. Hal ini disebabkan karena perusahaan besar memiliki kegiatan usaha yang lebih kompleks dan mungkin menimbulkan dampak yang besar bagi masyarakat dan lingkungan di sekitarnya. Menurut Anggraeni (2012) perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disorot oleh masyarakat, dengan pengungkapan yang lebih besar menjadi wujud tanggung jawab sosial perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan maka akan semakin besar juga pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan tersebut.

Hal ini dikaitkan dengan teori agensi, dimana perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar sehingga untuk mengurangi biaya keagenan tersebut perusahaan akanmengungkapkan informasi yang lebih luas.

Kerangka Pemikiran

Berdasarkan landasan teori yang sudah dijelaskan di atas, maka dapat digambarkan alur pemikiran penelitian dalam kerangka teoritis yang disusun sebagai berikut :



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran Teoritis

Hipotesis Penelitian

H_1: *Leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR

H_2: Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR

H_3: Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Uji statistik yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Penelitian ini menggunakan sumber data, Pengumpulan data menggunakan laporan keuangan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indinesia (BEI). penelitian ini menggunakan sampel perusahaan sektor *food and beverage* yang terdaftar di BEI.

Identifikasi Variabel

Variabel penelitian yang digunakan terdiri atas variabel dependen dan independen dengan rincian sebagai berikut :

1. Variabel dependen (Y) dalam penelitian ini yaitu pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).
2. Variabel independen (X) yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :
   X_1 :Leverage
   X_2 : Profitabilitas
   X_3 : Ukuran Perusahaan

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut Said *et al*. (2009) pengungkapan CSR merupakan informasi yang diungkapkan perusahaan berkaitan dengan aktivitas sosial yang dilakukan perusahaan. Pengungkapan CSR merupakan informasi yang diungkapkan perusahaan berkaitan dengan aktivitas sosial yang dilakukan perusahaan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis isi (*Conten analisys)* untuk pengungkapan CSR. Yaitu dengan mengamati informasi yang terdapat dalam *annual report* yang berhubungan dengan pengungkapan *corporate social responsibility. Disclousure index*

Indeks GRI terbagi menjadi 3 indikator yaitu aspek ekonomi/keuangan, aspek lingkungan dan aspek sosial. Pengukuran pengungkapan CSR dilakukan dengan cara mengamati ada atau tidaknya item informasi yang ditentukan dalam GRI yang diungkapkan dalam *annual report*. Bila informasi tersedia maka akan diberi skor 1, sementara jika tidak ada akan diberi skor 0.

$$\textbf{CSDI:} \frac{\textit{Jumlah CSR disclosure yang diungkapkan}}{\textbf{91 } \textit{disclosure merurut GRI } \textbf{4}}$$

Leverage

Leverage dapat diartikan sebagai tingkat ketergantungan perusahaan terhadap hutang terhadap modal atau aset dalam membiayai kegiatan operasinya, dengan demikian *leverage* juga mencerminkan tingkat resiko keuangan perusahaan (Sembiring, 2005).

Dalam penelitian ini, *leverage* diukur dengan menggunakan *Debt to Assets Ratio* menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{DAR} = \frac{Total\ Hutang}{Total\ Aset}$$

Profitabilitas

Rasio Profitabilitas menunjukan keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan.Keuntungan yang dapat dibagikan kepada pemegang saham adalah keuntungan setelah bunga dan pajak. Semakin besar keuntungan yang diperoleh makan semakin besar kemampuan perusahaan untuk membayarkan deviden, tapi juga akan mendapat power atau kekuatan yang lebih besar untuk mementukan kebijakan perusahaan. *Return on Asset* (ROA) merupakan rasio antara laba

bersih terhadap total aset dengan rumus sebagai berikut :

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

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan diukur dengan total aktiva yang dimiliki perusahaan, kemudian akan ditransformasikan dalam logaritma natural untuk menyamakan nilai dengan variabel proftabilitas dan *leverage* dikarenakan total aktiva perusahaan nilainya besar dibandingkan variabel profitabilitas dan *leverage* dalam penelitian ini dengan tujuan agar data total aset dapat terdistribusi dengan normal

Firm size= Log natural (total aset).

Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor *Food and Beverage* yang terdaftar di BEI dari tahun 2013-2016. Sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan sampel jenuh.

Data dan Metode Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan adalah data sekunder. Sumber data dalam penelitian ini adalah laporan keuangan perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverage* yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2013-2016.

Teknik Analisis Data

Data yang telah siap diolah dalam penelitian ini akan diuji dengan beberapa alat uji statistik yaitu :

Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi linier berganda dilakukan, makadiperlukan uji asumsi klasik terlebih dahulu untuk memastikan apakahmodel tersebut tidak terdapat masalah normalitas, multikolinieritas, autokorelasi dan heteroskedastisitas jika terpenuhi maka model analisis layak untuk digunakan.

Pengujian asumsi yang harus dipenuhi agar persamaan regresi dapat digunakan dengan baik sebagai berikut :

1. **Uji Normalitas**

   Uji normalitas digunakan untuk melihat apakah model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduannya mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas dapat dilakukan untuk menguji residual dari persamaan regresi dengan menggunakan uji Kolmogorov Smirov. Uji ini digunakan untuk mengetahui kenormalan distribusi beberapa data

2. **Uji Heterokedastisitas**

   Uji Heterokedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi yang digunakan pada penelitian ini terjadi kesamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Variabel yang digunakan dapat dikatakan heterokedastisitas apabila nilai probabilitas signifikasinya lebih besar dari 0,05. Model dapat dikatakan baik apabila pada model regresi ini tidak terjadi heterokedastisitas.

3. **Uji autokorelasi**

   Uji autokorelasi adalah adanya korelasi antara nilai data pada suatu waktu dengan nilai data pada waktu yang lain pada periode sebelumnya. Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Deteksi adanya autokorelasi dapat dilihat dari angka DW (*Durbin-Waston*).

4. **Uji Multikolinearitas**

   Uji Multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah terjadi kolerasi antara variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen). Model regresi dapat dikatakan baik apabila terjadi kolerasi diantara variabel bebas

(independen). Cara mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi adalah dilihat dari *variance inflation factor* (VIT) pada variabel *Leverage* (X1), Profitabilitas (X2), dan Ukuran Perusahaan (X3) < 10, maka tidak terjadi multikolinearitas.

Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh atau tidak pengaruh penelitian tersebut. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda karena variabel independen dalam penelitian lebih dari dua. Teknik ini digunakan untuk mengetahui hubungan dan seberapa besar pengaruh antara variabel-variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen). Model persamaan dapat dirumuskan sebagai berikut

Kepatuhan wajib pajak digunakan regresi linier berganda dengan model sebagai berikut:

$$Y = a + b1X1 + b2X2 + b3X3 + e$$

Keterangan :

a : Konstanta
Y : Pengungkapan CSR
X1 : Leverage
X2 : Profitabilitas
X3 : Ukuran Perusahaan
e : error

Uji Hipotesis

1. **Uji Statistik F**

Uji F menunjukan apakah variabel independent mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Dalam uji F kesimpulan diambil adalah dengan melihat signifikan alpha (α = 5%) dengan ketentuan:

a. Jika tingkat signifikan F < 0.05, maka H_0 di tolak. Hal tersebut berarti salah satu variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, model regresi fit.
b. Jika tingkat signifikan F ≥ 0.05, maka H_0 diterima. Hal tersebut berarti seluruh variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, model regresi tidak fit.

2. **Koefisien Determinasi**

Koefisien determinasi digunakan untuk menentukan seberapa besar kemampuan variabel independent mempengaruhi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabelindependen dalam menjelaskan variabel-variabel dependen terbatas.

3. **Uji Statistik t**

Uji statistik t menunjukan seberapa jauh pengaruh satu independen terhadap dependen. Dalam uji t kesimpulan diambil berdasarkan perbandingan nilai t hitung masing-masing koefisien t regresi dengan t tabel sesuai dengan tingkat signifikan yang digunakan (α = 5%).

a. Jika t hitung < -t tabel atau t hitung > t tabel atau tingkat signifikan α < 0,05, maka H0 ditolak. Berarti variabel dependen mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
b. Jika -t tabel ≤ t tabel atau tingkat signifikan α ≥ 0.05, maka H0 diterima. Berarti variabel independen tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Tabel 1
HASIL ANALISIS DESKRIPTIF

	N	Minimum	Maksimum	Mean	Std. Deviation
CSR	60	.000	.121	.04963	.031311
LEVERAGE	60	.155	20.040	.80703	2.528568
PROFIT	60	-.045	2.307	.14880	.307457
SIZE	60	26.434	34.061	28.63495	1.593829
Valid N (listwise)	60				

Sumber: Lampiran SPSS (Data diolah)

Tabel 1 di atas merupakan pengujian deskriptif dari variabel dependen pengungkapan CSR terhadap variabel dependen. Dalam hal ini CSR diukur menggunaka CSR disclosure index. Tabel diatas menjelaskan pengungkapan CSR selama empat tahun periode pengamatan dari tahun 2013-2016 diperoleh sampel 60 dari perusahaan sektor *Food and Beverage*. Nilai minimum CSR 0,000 sedangkan nilai maksimum 0,121. Nilai minimum CSR dimiliki oleh PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk, perusahaan tersebut memiliki jumlah pengungkapan CSR sebesar 0 item dari 91 item pengungkapan pada tahun 2012 dan 2013.

Nilai maksimum sebesar 0,121 yaitu perusahaan PT Indofood Sukses Makmur Tbk yang memiliki jumlah pengungkapan CSR sebesar 11 item dari 91 item pengungkapan pada tahun 2014. nilai rata-rata sebesar 0,04963 yang artinya perusahaan mengungkapkan item CSR rata-rata pada Laporan tahunannya sebesar 0,04963 dari item GRI-G4, dari nilai rata-rata tersebut diketahui masih kecilnya kesadaran perusahaan untuk mengungkapkan informasi sosial pada masyarakat.

Leverage dalam penelitian ini dihitung menggunakan *Debt to Asset Ratio*. Pada tabel diatas menunjukkan jumlah sampel 60 pada sektor industri *Food and Beverage*, nilai minimum sebesar 0,155 yang terdapat pada perusahaan PT Delta Jakarta Tbk. Nilai maksimum sebesar 20,040 yang terdapat pada perusahaan PT Indofood Sukses Makmur Tbk.

Nilai rata-rata *Leverage* perusahaan adalah 0,80703 pada rata-rata perusahaan dapat memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dalam penelitian ini dapat menggunakan rasio *Debt Ratio* dapat diketahui tingkat resiko hutang tak tertagihnya suatu perusahaan pada tahun 2013-2016 relatif tinggi. Standar Deviasi adalah sebesar 2,528568.

Profitabilitas pada tabel di atas Profitabitas ini diukur dengan menggunakan ROA selama periode pengamatan tahun 2013-2016 diperoleh sampel sebanyak 60 pada perusahaan sektor industri *Food and Beverage*. Nilai minimum profitabilitas adalah sebesar -0,045 yaitu pada perusahaan PT Prasidha Arika Niaga Tbk. Nilai maksimum sebesar 2,307 yaitu pada perusahaan PT Indofood Sukses Makmur Tbk. Perusahaan tersebut di tahun 2014. Nilai rata-rata pengungkapan profitabilitas (ROA) perusahaan adalah 0,14880. Standar Deviasi adalah sebesar 0,307457 yang dapat diartikan bahwa rentang data profitabilitas satu dengan data lainnya sebesar 0,307457. Hal ini menandatakan sebaran data bersifat heterogen dikarenakan nilai rata-rata lebih kecil daripada nilai standar deviasi.

Ukuran perusahaan pada tabel di atas Selama periode pengamatan tahun 2013-2016 terdapat sebanyak 60 sampel perusahaan sektor industri *Food and Beverage.* Nilai minimum sebesar 26,434 yaitu terdapat pada perusahaan PT Sekar Laut Tbk pada tahun 2013. Nilai maksimum yaitu sebesar 34,061 yaitu pada perusahaan PT Prasidha Arika Niaga Tbk pada tahun 2015. Nilai rata-rata pengungkapan ukuran perusahaan adalah sebesar 28,63495 . Standar Deviasi adalah sebesar 1,593829. Hal ini menandatakan sebaran data bersifat homogeny dikarenakan nilai rata-rata lebih besar daripada nilai Standar deviasi.

Hasil dan analisis pembahasan

Tabel 2
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.238	.059		-4.071	.000
	LEVERAGE	-.003	.003	-.277	-1.065	.292
	PROFIT	.065	.027	.636	2.440	.018
	SIZE	.010	.002	.500	4.815	.000

Sumber: SPSS 23 (data diolah)

Berdasarkan pada tabel 2 variabel independen yang masuk dalam model adalah sebagai berikut :,

1. Konstanta sebesar -0,238 yang artinya pengaruh terhadap *Corporate Sosial Responsibility* menghasilkan nilai negatif untuk peningkatan variabel independennya.
2. Koefisien regresi *Leverage* memiliki nilai sebesar -0,003 hal ini menggambarkan pengaruh negatif dari leverage terhadap pengungkapan CSR, yaitu jika *Leverage dinaikan sebesar satuan* maka akan menyebabkan CSR mengalami penurunan dengan keadaan variabel independen lainnya dianggap konstan.
3. Koefisien regresi Profitabilitas memiliki nilai sebesar 0,065 hal ini menggambarkan bahwa profitabilitas

memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, jika jumlah

4. Koefisien regresi Ukuran Perusahaan memiliki nilai sebesar 0,010 hal ini menggambarkan pengaruh positif Ukuran perusahaan terhadap CSR yaittu jika ukuran perusahaan dinaikan sebesar satu satuan, maka akan menyebabkan kenaikan pengungkapan CSR dengan variabel lainnya dianggap konstan.

Pengaruh Leverage terhadap pengungkapan CSR

Leverage menggambarkan hubungan hutang perusahaan terhadap modal maupun aset. *Leverage* menunjukan kemampuan perusahaan dalam melakukan pengelolaan terhadap sumber dana baik yang berasal dari hutang atau pun dari aset yang dimiliki perusahaan. Berdasarkan teorinya, apabila suatu perusahaan pembiayaannya lebih banyak menggunakan utang, hal ini beresiko akan terjadi kesulitan pembayaran dimasa yang akan datang akibat utang yang dimiliki lebih besar dari aset yang dimiliki. Apabila tingkat *Leverage* tinggi kemungkinan besar perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak utang, maka manajer akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba dimasa depan. Perusahaan yang memiliki rasio *Leverage* tinggi akan lebih sedikit mengungkapkan CSR supaya dapat melaporkan laba sekarang yang lebih tinggi.

Hasil uji t menunjukan bahwa variabel *leverage* tidak berpengaruh terhadap *Corporate Sosial Responsibility*. Nilai signifikansi *leverage* sebesar 0,292 yang menunjukan nilai yang lebih besar dari 0,05, dimana jika signifikansi lebih besar dari 0,05 maka dapat dijelaskan bahwa variabel tersebut tidak berpengaruh terhadap variabel *Corporate Sosial Responsibility*.

Pengaruh Profitabilitas terhadap pengungkapan CSR

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba pada suatu periode. Profitabilitas juga digunakan untuk mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dan hubungannya dengan penjualan maupun investasi. Sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Berdasarkan teori legitimasi, salah satu pendapat dalam hubungan antara profitabilitas dan tingkat pengungkapantanggung jawab sosial adalah ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan menganggap tidak perlunya melaporkan hal-hal yang dapat menganggu informasi tentang kesuksesan dari perusahaan tersebut. Sebaliknya jika pada tingkat profitabilitas rendah, perusahaan berharap para pengguna laporan akan membaca kinerja perusahaan, missal dalam lingkup sosial sehingga investor dan calon investor akan tetap berinvestasi di perusahaan tersebut. Hasil uji t variabel profitabilitas menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap *Corporate Sosial Responsibility*. Nilai signifikansi profitabilitas sebesar 0,018 yang menunjukan nilai lebih kecil dari 0,05 dimana nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05 maka variabel tersebut berpengaruh terhadap variabel *Corporate Sosial Responsibility*.

Pengaruh Ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR

Ukuran perusahaan dapat menggambarkan besar atau kecilnya sebuah perusahaan. Pada perusahaan besar umumnya lebih mendapat sorotan dari masyarakat. Hal ini disebabkan karena

perusahaan besar memiliki kegiatan usaha yang lebih kompleks dan mungkin menimbulkan dampak yang besar bagi masyarakat dan lingkungan di sekitarnya.

Hasil uji t variabel Ukuran Perusahaan menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap *Corporate Sosial Responsibility* . Nilai signifikansi profitabilitas sebesar 0,000 yang menunjukkan nilai yang lebih kecil dari 0.05, dimana jika signifikansi lebih kecil dari 0.05 maka variabel tersebut berpengaruh terhadap variabel *Corporate Sosial Responsibility*.

Ukuran perusahaan banyak digunakan untuk menjelaskan pengungkapan tanggung jawab sosial dalam laporan tahunan perusahaan. Berkaitan dengan Teori agensi, dimana perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar sehingga untuk mengurangi biaya keagenan tersebut perusahaan akanmengungkapkan informasi yang lebih luas.

KESIMPULAN DAN KETERBATASAN

Berdasarkan analisis pada pembahasan diatas hasil pengolah pengolahan data dan perhitungan analisis regresi linier berganda antara lain uji F, uji t yang telah dilakukan dalam penelitian dapat disimpulkan:

1. *Leverage* dengan nilai signifikansi 0,292 dimana artinya bahwa nilai signifikan yang lebih besar dari 0,05 yang dapat disimpulkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap *Corporate Sosial Responsibility*.

2. Profitabilitas dengan nilai signifikan sebesar 0,018 yang menunjukan nilai lebih kecil dari 0,05 dimana nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05 maka variabel tersebut berpengaruh terhadap variabel *Corporate Sosial Responsibility*.

3. Ukuran Perusahaan memiliki nilai signifikan sebesar 0,000 yang menunjukan nilai lebih kecil dari 0,05 dimana nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05 maka variabel tersebut berpengaruh terhadap variabel *Corporate Sosial Responsibility*.

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah terjadinya heteroskedastisitas pada variabel Ukuran Perusahaan sehingga hal ini menjadi sebuah keterbatasan oleh penulis. Heteroskedastisitas terjadi karena nilai signifikansi ≤ 0,05. Berdasarkan penelitian ini terjadi heteroskedastisitas pada variabel ukuran perusahaan dengan nilai signifikansi 0,093 maka nilai koefisien signifikansi lebih kecil dari tingkat signifikansi.

DAFTAR RUJUKAN

Almira Ma'rif Robiah, Teguh Erawati. 2017."Pengaruh Leverage, Size, dan Kepemilikan Manajemen terhadap Corporate Sosial Renponsibility Disclosure". Akuntansi Dewantara. VOL. 1 NO.1: April 2017.

Anggraini, Fr. Reni Retno. 2006."Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan". (Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang terdaftar Bursa Efek Jakarta). Simposium Nasional Akuntansi IX.

Azwir Nasir, Pipin Kurnia dan Teguh Dheki Hakri. 2013. "Pengaruh Kepemilikan Manajerial, *Leverage*, Profitabilitas, Ukuran, Dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Informasi Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan Pada Perusahaan Food And Beverage Yang Terdaftar Di BEI". Jurnal Ekonomi. Volume 21. Nomor 4. Desember 2013.

Castelo M, Lima L. 2006."Corporate social responsibility and araesource Based

Perspective".Journal of Business Ethics. 69: 111-132.

Daniri. 2008. "Standardisasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan", Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Esti Rafiqoh, Maswar Patuh Priyadi. 2016."Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI"Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi. Volume 5.Nomor 10.

Fariati. 2012. "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada Perusahaan Industri Dasar dan Kimia yang Terdaftar di BEI Periode 2010-2011".

Fibrianti dan Wisada. 2015. "Pengaruh hutang, Profitabilitas, dan Taanggung Jawab Lingkungan Pada CSR Disclosure". Jurnal Akuntansi.Universitas Udayana 11.(2): 341- 355.

Fifi Swandari, Ali Sadikin. 2016. "Pengaruh Struktur Kepemilikan, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) pada perusahaan yang terdaftar di BEI periode tahun 2012". Binus Business Review. Vol 7. No 3.

Gusti Ayu Dyah Indraswari dan Ida bagus putra astika. 2014. "Pengaruh Profitabilias, Ukuran Perusahaan, Dan Kepemilikan Saham Publik Pada Pengungkapan CSR". E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana. 9.3.816-828.

Hackston dan Milne. 1996, "Some Determintants of Social and Enviromental Disclosures in New Zealand Companies". Accounting, Auditing and Accountability Journal. Vol. 9 No. 1:77-108.

Hesti Dyah Permatasari. 2014. "Pengaruh Leverage, Tipe Industri, Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR)". Skripsi Sarjana tak diterbitkan, Universitas Diponegoro Semarang.

Imam Ghazali. 2006."Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS". Cetakan IV. Semarang. Universitas Diponegoro

Jogiyanto. 2010. "Analisis dan Desain Sistem Informasi". Edisi IV, Andi Offset, Yogyakarta.

Linda Santioso, Erline Candra. 2012. "Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, Umur Perusahaan, Dan Dewan Komisaris Independen Dalam Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)". Jurnal bisnia dan akuntansi. Vol 14. No 1.

Meita Wahyu Rindawati. 2015. "Pengaruh profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Kepemilikan Publik terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)". Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi. Vol 4. No 6.

Munawir. 2004. "Analisa Laporan Keuangan". Edisi Keempat. Cetakan Ketigabelas. Yogyakarta: Ekonisia.

Nur, Marzully, dan Denies Priantinah. 2012."Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan

Corporate Social Responsibiity di Indonesia" (Studi Empiris Pada Perusahaan Berkategori High Profile yang Listing di Bursa Efek Indonesia). Jurnal Nominal. Volume 1. No. 1: 22-34.

Nor Hadi. 2011. "Corporate Social Responsibility". Edisi Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.

O' Donavon, G. 2002. "Environmental Disclosure in the Annual Report: Extending the Aplicability and Predictive Power of Legitimacy Theory".Accounting, Auditing & Accountability Journal.Vol. 15.No. 3. pp. 344-371.

Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi. Vol 5. No 10: Oktober 2016

Rahmawati. 2012. "Teori Akuntansi Keuangan". Edisi Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Reka Maiyarni, Susfayetti, Misni Erwati. 2014. "Pengaruh Profitabilitas, Ukuran perusahaan. Likuiditas, dan *Leverage* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada perusahaan LQ-45 yang terdaftar di BEI periode tahun 2009-2012". Jurnal Cakrawala Akuntansi. ISSN 1979-4851. Vol. 6. No. 1, Februari 2014. hal. 79-94.

Ross Westerfield Jeff. 2012. Corporate Finance 9th Edition.

Rustiarini, 2011. "Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham pada Pengkukapan Corporate Social Responsibility". AUDI Jurnal Akuntansi dan Bisnis. 6(1), 104-119.

Said et al. (2009)."The Relationship Between Corporate Governance Characteristics in Malaysian Public Listed. Social Responsibility". Journal.Vol.5. No.2: hal.212-226.

Syailendra Eka Saputra. 2016. "pengaruh *Leverage*, Profitabilitas Dan Size terhadap jumlah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)". Journal of Economic and Economic Education. Vol.5. No.1 (75-89)

Scott, William R. 2000. "Financial Accounting Theory". USA:Prentice-Hall.

Sudana. (2011). Manajemen Keuangan Perusahaan Teori dan Praktek. Jakarta: Erlangga.

Suskim Riantani, Hafidz Nurzaman. 2015. "Analysis Of Company Size, Financial Leverage And Profitability And Its Effect to CSR Disclosure". Jurnal Dinamika Manajemen. Vol 6. No. 2.

Sukmawati Safitri. 2013. "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI". Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi. Vol. 2, No. 3.

Sugiyono. 2009. "Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan R&D)". Bandung: Alfa Beta.

Suwardjono. 2010. Teori Akuntansi: Pengungkapan dan Sarana Interpretatif. Edisi Ketiga. BPFE, Yogyakarta

Untung H.B. 2008. "Corporate Social Responsibility". Cetakan Pertama. Jakarta: Sinar Grafika.

Widyawati H. 2012. "Pengaruh Profitabilitas dan Leverage terhadap Return Saham". Jurnal Dinamika Manajemen. Vol. 2. No. 4: hal. 49-64

www.idx.co.id/id-id/beranda/perusahaantercatat/profilperusahaantercatat.aspx

www.indopos.co.id

www.metrotv..com

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
STIE
PERBANAS