

PENGARUH PROFITABILITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP
PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR
YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA

Entherthiman Galvani Tampubolon¹⁾, Dina Arfianti Siregar²⁾

^{1,2)}Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Medan

^{1,2)}entherthimantampubolon53@gmail.com, dinaarfianti28@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of profitability and company size on disclosure of social responsibility (CSR). Variable profitability and company size as an independent variable and disclosure of social responsibility (CSR) as the dependent variable. The number of samples used in this study were 35 manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2014 to 2018. This study uses secondary data. Data were collected using a purposive sampling method based on certain conditions. Data were analyzed using linear regression models. The results of this study indicate that profitability does not affect to disclosure of social responsibility (CSR), while the firm size affects the disclosure of social responsibility (CSR).

Keywords: *profitability; firm size; disclosure of social responsibility*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR). Variabel profitabilitas dan ukuran perusahaan sebagai variabel independen dan pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) sebagai variabel dependen. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 35 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2014 sampai 2018. Penelitian ini menggunakan data sekunder. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode *purposive sampling* yang berdasarkan syarat-syarat tertentu. Data dianalisis dengan menggunakan model regresi linear. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas tidak mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR), sedangkan ukuran perusahaan mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR).

Kata kunci: *profitabilitas; ukuran perusahaan; pengungkapan tanggung jawab sosial*

1. PENDAHULUAN

Tujuan utama perusahaan didirikan pada awalnya adalah mencari keuntungan sebesar-besarnya bagi para pemegang sahamnya (shareholders). Namun, seiring dengan perkembangan zaman, muncullah tekanan-tekanan yang semakin besar agar perusahaan juga memainkan peran sosialnya yang lebih nyata untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitarnya dan pemangku kepentingan (stakeholders) lainnya. Perusahaan dituntut melakukan kewajiban-kewajiban sosial kepada stakeholders, lebih sekedar tanggung jawab ekonomi kepada shareholder. Kewajiban sosial dapat merupakan interaksi langsung dengan tenaga kerja dan konsumen maupun interaksi tidak langsung kepada masyarakat yang bermukim di sekitar lokasi perusahaan (Risa dkk, 2011). Penerapan CSR di Indonesia adalah kewajiban yang dibebankan pada perseroan terbatas (PT) melalui UU No. 40, 2007 tentang Perseroan Terbatas, UU No. 25, 2007, dan Kepmen BUMN Nomor Kep236/MBU/2003 tentang Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan.

Dalam hal ini seharusnya perusahaan mengerti bahwa hal tersebut berpengaruh terhadap kelangsungan usahanya. Masyarakat lingkungan sekitar perusahaan membutuhkan informasi mengenai aktivitas sosial yang dilakukan perusahaan, sehingga masyarakat dapat mengetahui kontribusi apa yang diberikan perusahaan pada masyarakat. Saat ini banyak sekali perusahaan swasta yang mengembangkan *Corporate Sosial Responsibility (CSR)*. Diterapkannya CSR bukan dianggap sebagai *cost*, namun dijadikan sebagai investasi. Pertanggungjawaban sosial yang dilakukan perusahaan perlu disampaikan kepada *stakeholder*.

Mudjiyanti dan Maulani (2013) menyatakan bagi pihak-pihak diluar manajemen suatu perusahaan, laporan keuangan merupakan sumber informasi yang memungkinkan mereka untuk mengetahui kondisi suatu perusahaan pada suatu masa pelaporan. Secara konseptual *Corporate Sosial Responsibility* adalah sebuah pendekatan yang mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis perusahaan dan dalam interaksi dengan pemangku kepentingan (*stakeholder*) berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan.

Dengan berkembangnya nilai perusahaan diharapkan perusahaan akan mendapatkan laba untuk jangka panjang.

Kristi (2013) menyatakan beberapa faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, salah satunya adalah profitabilitas dan ukuran perusahaan. Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan dalam memperoleh laba untuk meningkatkan nilai pemegang saham. Tingkat profitabilitas yang semakin tinggi mencerminkan kemampuan entitas dalam menghasilkan laba yang semakin tinggi, sehingga entitas mampu untuk meningkatkan tanggungjawab sosial, serta melakukan pengungkapan tanggung jawab sosialnya dalam laporan keuangan dengan lebih luas. Perusahaan yang memiliki kondisi keuangan yang kuat, juga akan mendapatkan tekanan yang lebih dari pihak eksternal perusahaan untuk mengungkapkan tanggungjawab sosial secara luas. Perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi maka semakin besar tingkat pengungkapan tanggungjawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan (Purwanto, 2011).

Ukuran perusahaan juga merupakan faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial. Menurut Yulfaida (2012) terkait dengan teori agensi, perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut. Sedangkan alasan lainnya bila dihubungkan dengan teori stakeholder bahwa perusahaan besar mempunyai jumlah stakeholder yang banyak sehingga akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mendapatkan dukungan dari para stakeholder (Widyatmoko, 2011). Suropto (1999) menyatakan bahwa dengan besarnya ukuran perusahaan, hal itu akan berpengaruh pada banyaknya karyawan, penggunaan sistem yang lebih canggih, besarnya laba yang diperoleh, produksi barang yang banyak, serta luasnya area lingkungan masyarakat yang dipergunakan, sehingga banyak pihak yang harus mendapatkan haknya yaitu adanya pengungkapan yang transparan dari perusahaan. Dalam hal ini perusahaan *high profile* jauh lebih memperhatikan dan mengutamakan pengungkapan sosial di banding perusahaan *low profile*. Ukuran perusahaan dapat dikatakan sangat mempengaruhi terlaksananya pengungkapan sosial, hal itu dikarenakan dengan semakin besarnya ukuran perusahaan maka tanggungjawab perusahaan juga akan berpengaruh pada pengungkapan yang harus dilakukan.

Hasil penelitian Purwanto (2011) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Hal ini konsisten dengan penelitian Indraswari dan Astika (2015). Sedangkan penelitian Kurnianingsih (2013) menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang berarti besar

kecilnya perusahaan tidak akan mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: 1)Apakah profitabilitas berpengaruh pada pengungkapan tanggung jawab sosial?2)Apakah ukuran perusahaan berpengaruh pada pengungkapan tanggung jawab sosial?Adapun tujuan penelitian ini adalah: 1)untuk mengetahui pengaruh profitabilitas pada pengungkapan tanggung jawab sosial dan 2) untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan pada pengungkapan tanggung jawab sosial.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Teori Stakeholder (Stakeholder Theory)

Teori stakeholder menjelaskan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun perusahaan juga harus dapat memberikan manfaat bagi stakeholdernya. Stakeholder merupakan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan yang meliputi karyawan, konsumen, pemasok, masyarakat, pemerintah selaku regulator, pemegang saham, kreditur, pesaing, dan lain-lain (Purwanto, 2011). Konsep tanggung jawab perusahaan sudah dikenal pada tahun 1970, dikenal dengan istilah stakeholder theory didefinisikan sebagai kumpulan kebijakan dan praktik yang memiliki hubungan dengan stakeholder, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat dan lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan. Jessica dan Toly (2014) mengatakan Teori stakeholder menyatakan bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab sosial yang mengharuskan mereka untuk mempertimbangkan kepentingan semua pihak yang terkena dampak tindakan mereka. Agar perusahaan mampu berkembang dan bertahan lama di dalam masyarakat maka perusahaan membutuhkan dukungan dari para stakeholder-nya. Perusahaan tidak hanya bertanggung jawab terhadap para pemilik (shareholder) dengan sebatas pada indikator ekonomi namun bergeser menjadi lebih luas yaitu sampai pada ranah sosial kemasyarakatan (stakeholder) dengan memperhitungkan faktor-faktor sosial (social dimensions), sehingga muncul istilah tanggung jawab sosial (social responsibility) (Sari, 2012).

2.2. Teori Legitimasi (Legitimacy Theory)

Teori legitimasi adalah suatu gagasan tentang kontrak sosial antara perusahaan dengan masyarakat dimana teori legitimasi memberikan alasan yang logis tentang legitimasi organisasi dimana pengaruh masyarakat luas dapat menentukan alokasi sumber keuangan dan sumber ekonomi lainnya. Legitimasi masyarakat merupakan faktor strategis bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan ke depan. Hal itu, dapat dijadikan sebagai wahana untuk mengonstruksi strategi perusahaan. Teori legitimasi juga memfokuskan perusahaan terhadap interaksinya dengan masyarakat, sehingga

sebuah organisasi mampu untuk menciptakan keselarasan antara nilai-nilai sosial yang melekat pada kegiatannya dengan norma-norma perilaku yang ada dalam sistem sosial masyarakat di mana organisasi adalah bagian dari sistem tersebut (Mudjianti dan Maulani, 2017). Praktik pengungkapan sosial dan lingkungan dapat dipandang sebagai wujud akuntabilitas perusahaan kepada publik untuk menjelaskan berbagai dampak sosial dan lingkungan yang ditimbulkan oleh perusahaan baik dalam pengaruh yang baik maupun dampak yang buruk (Putri dan Christiawan, 2014). Teori legitimasi (*legitimacy theory*) menyatakan bahwa hal yang penting bagi perusahaan, batasan-batasan yang ditekankan oleh norma-norma dan nilai-nilai sosial dan reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya analisis perilaku dengan memperhatikan lingkungan sebagai tanggungjawab sosial (Yulfaida, 2012).

2.3. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* adalah suatu kewajiban perusahaan yang tidak hanya menyediakan barang dan jasa, baik bagi masyarakat maupun dalam mempertahankan kualitas lingkungan sosialnya secara fisik maupun memberikan kontribusi secara positif terhadap kesejahteraan masyarakat dimana mereka beroperasi. CSR adalah gagasan yang membuat perusahaan tidak hanya bertanggungjawab dalam hal keuangannya saja, tetapi juga terhadap masalah sosial dan lingkungan sekitar perusahaan agar perusahaan dapat tumbuh secara berkelanjutan. ISO 26000 menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah bentuk kepedulian sosial perusahaan yang saat ini menjadi aspek penting dalam rangka meningkatkan kinerja perusahaan. Jadi, tanggung jawab perusahaan tidak hanya terhadap pemilikinya atau pemegang saham saja tetapi juga terhadap para stakeholders yang terkait dan atau terkena dampak dari keberadaan perusahaan. Putri (2017) mengatakan ISO 26000 adalah standar internasional untuk tanggung jawab sosial dan bersifat guideline (pedoman). Komponen ISO 26000 terdiri dari enam komponen yaitu: hak asasi manusia, praktik perburuhan, lingkungan, praktik operasi yang adil, masalah konsumen, keterlibatan dan pengembangan masyarakat.

2.4. Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (*Corporate Social Responsibility Disclosure*)

Pengungkapan adalah pengeluaran informasi yang ditujukan bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Sari (2012) mengatakan tujuan dari pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility Disclosure*) adalah agar perusahaan dapat menyampaikan tanggung jawab sosial yang telah dilaksanakan perusahaan dalam periode tertentu. Penerapan CSR dapat diungkapkan perusahaan dalam media laporan tahunan (*annual report*) perusahaan yang berisi laporan tanggung jawab sosial perusahaan selama kurun waktu satu tahun berjalan.

Pengungkapan CSR perusahaan melalui berbagai macam media dilakukan sebagai bentuk pertanggung jawaban kepada para pemangku kepentingan dan juga untuk menjaga reputasi. Pengungkapan ada yang bersifat wajib (mandatory) yaitu pengungkapan yang harus dilakukan perusahaan berdasarkan aturan tertentu, pengungkapan lainnya yaitu pengungkapan yang bersifat sukarela (voluntary), yang merupakan pengungkapan informasi melebihi persyaratan minimum dan peraturan yang berlaku (Suparjan dan Mulya, 2012).

2.5. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

1) Ukuran Perusahaan

Menurut Sembiring (2005) Ukuran perusahaan merupakan variabel penduga yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Hal ini dikaitkan dengan teori agensi, dimana perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut. Di samping itu perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan.

2) Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan dalam memperoleh laba untuk meningkatkan nilai pemegang saham (Kurnianingsih, 2013). Penelitian ilmiah terhadap hubungan profitabilitas dan pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan memperlihatkan hasil yang sangat beragam. Akan tetapi Putri dan Christiawan (2014) mengatakan Profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham, sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka akan semakin besar pula pengungkapan informasi sosialnya.

2.6. Penelitian Terdahulu

2.6.1 Profitabilitas dan Pengungkapan CSR

Putri (2017) melakukan penelitian dengan menggunakan sampel perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2012 hingga 2014 di mana total sampel digunakan oleh 25 perusahaan. Hasil penelitian penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Ramdhaningsih dan Utama (2013) menemukan bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas, semakin tinggi pula tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Tingkat profitabilitas perusahaan yang semakin tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang semakin tinggi, sehingga entitas mampu untuk meningkatkan tanggungjawab sosial, serta melakukan

pengungkapan tanggungjawab sosialnya dalam laporan keuangan secara lebih luas.

2.6.2 Ukuran Perusahaan dan Pengungkapan CSR

Santioso dan Chandra (2012) melakukan penelitian dengan menggunakan sampel 45 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2008 hingga 2010 di mana total sampel digunakan oleh 135 perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Purnasiwi (2011) melakukan penelitian dengan menggunakan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2009. Dari 402 perusahaan yang terdaftar hanya 123 perusahaan yang memenuhi kriteria untuk dijadikan sampel. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Menurut Sari (2012) secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan, dan perusahaan yang lebih besar dengan aktivitas operasi dan pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat mungkin akan memiliki pemegang saham yang memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan sehingga pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan akan semakin luas.

2.7. Kerangka Pemikiran

2.7.1 Hubungan Profitabilitas dengan Pengungkapan CSR

Profitabilitas merupakan rasio kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dalam suatu periode. Profitabilitas dapat mempengaruhi pengungkapan tanggungjawab sosial karena semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan, maka mencerminkan kemampuan entitas dalam menghasilkan laba yang semakin tinggi, sehingga entitas mampu untuk meningkatkan tanggung jawab sosial (CSR), serta melakukan pengungkapan tanggungjawab sosialnya (CSR) dalam laporan keuangan dengan lebih luas (Ramdhaningsih dan Utama, 2013). Perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi maka semakin besar tingkat pengungkapan tanggungjawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan (Purwanto, 2011).

2.7.2 Hubungan Ukuran Perusahaan dengan Pengungkapan CSR

Perusahaan besar mempunyai jumlah stakeholder yang banyak sehingga akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mendapatkan dukungan dari para stakeholder (Widyatmoko, 2011). Ukuran perusahaan dapat dikatakan sangat mempengaruhi terlaksananya pengungkapan sosial, hal itu dikarenakan dengan semakin besarnya ukuran perusahaan maka tanggungjawab perusahaan juga akan berpengaruh pada pengungkapan yang harus dilakukan. Dalam hal ini perusahaan *high profile* jauh lebih memperhatikan

dan mengutamakan pengungkapan tanggungjawab sosial di banding perusahaan *low profile* (Rahajeng, 2010).

2.8. Hipotesis penelitian

H_1 : Profitabilitas berpengaruh secara parsial terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.

H_2 : Ukuran perusahaan berpengaruh secara parsial terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.

3. METODOLOGI

Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah profitabilitas, ukuran perusahaan, dan pengungkapan tanggungjawab sosial. Data yang digunakan berupa data sekunder yang diperoleh dari laporan tahunan (*annual report*) perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2018 dengan jumlah populasi sebanyak 166 perusahaan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik pemilihan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria yaitu perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di BEI dan mengalami profit/laba pada tahun 2014-2018, perusahaan tersebut menyediakan laporan keuangan dan *annual report* pada tahun 2014-2018, menggunakan mata uang Rupiah (Rp) dan perusahaan tersebut memiliki data yang lengkap terkait dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian. Dari kriteria tersebut diperoleh sampel sebanyak 35 perusahaan. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik dokumentasi dan data dianalisis dengan analisis regresi linier.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Uji Asumsi Klasik

4.1.1. Uji Normalitas

Berdasarkan pada grafik histogram, residual data telah menunjukkan kurva normal yang membentuk lonceng sempurna. Begitu pula, pada grafik normal P-P Plot residual penyebaran data berada di sekitar wilayah garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini memenuhi syarat normal histogram dan probability plots sehingga modal regresi dalam penelitian memenuhi asumsi normalitas (berdistribusi normal).

4.1.2. Uji Multikolinieritas

Dari hasil uji multikolinieritas dapat dilihat bahwa nilai *tolerance value* variabel Profitabilitas sebesar 0.997, begitu juga dengan ukuran perusahaan yaitu sebesar 0.997. Sedangkan nilai *VIF* variabel profitabilitas sebesar 1,003, begitu juga dengan nilai ukuran perusahaan sebesar 1,003 yang artinya nilai *tolerance* >0,10 dan nilai *VIF* < 10 maka terbebas dari multikolinieritas.

4.1.3. Uji Autokorelasi

Pada penelitian ini uji autokorelasi menggunakan *uji Runs Test* dengan melihat Asymp.Sig. (2-tailed) pada *Runs Test*, jika nilai Asymp.Sig. (2-tailed) > dari 0,05 maka data tersebut bebas dari autokorelasi. Dari hasil pengujian terlihat bahwa Asymp.Sig. (2-tailed) pada *Runs Test* bernilai 0,939 > 0,05 yang artinya data dalam penelitian ini tidak terjadi autokorelasi.

4.1.4. Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan titik-titik tidak membentuk pola yang jelas. Titik-titik menyebar secara acak, diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu *Regression Studentized Residual*. Oleh karena itu, maka berdasarkan uji heteroskedastisitas dapat disimpulkan bahwa pada model regresi yang terbentuk tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

4.2. Pengujian Hipotesis

4.2.1. Koefisien Determinasi (R²)

Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₁ : Profitabilitas berpengaruh secara parsial terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.

H₂ : Ukuran perusahaan berpengaruh secara parsial terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa diperoleh nilai adjusted R² sebesar 8,8%. Hal ini berarti 8,8% kemampuan variabel independen yaitu profitabilitas (X₁), ukuran perusahaan (X₂) dalam mempengaruhi variabel terikat yaitu CSR (Y) dan sisanya 91,2% dipengaruhi variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

4.2.2. Uji Parsial (t-test)

Uji Parsial atau uji t bertujuan untuk melihat apakah masing-masing variabel independen yang dalam penelitian ini yaitu profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu pengungkapan CSR. Uji ini dapat dilihat dari kolom nilai signifikansi masing-masing variabel. Apabila nilai signifikansi < 0,05 maka variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen. Persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$CSR = -0,169 - 0,13 (\text{Profit}_n) + 0,12 (\text{U}_\text{Per}_n) + e$$

Dari hasil pengolahan SPSS menunjukkan bahwa:

1. Interpretasi dari persamaan regresi tersebut dapat dilihat bahwa nilai Konstanta (α) sebesar -,169 artinya apabila semua variabel independen yaitu Profitabilitas (X₁), Ukuran Perusahaan (X₂), dianggap konstan atau bernilai 0, maka CSR (Y) sebesar -,169
2. Hasil uji t pada variabel profitabilitas nilai signifikansinya sebesar 0,262 yang berarti lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan CSR (Y). Sedangkan hasil uji t pada variabel ukuran perusahaan nilai signifikansinya sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa

ukuran perusahaan berpengaruh secara parsial terhadap pengungkapan CSR (Y).

4.3. Pembahasan Hasil Penelitian

4.3.1. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,262 > 0,05. Berdasarkan data penelitian, perusahaan AMFG mengalami penurunan profitabilitas dari tahun 2014 – 2018, begitu juga perusahaan CPIN mengalami kenaikan profitabilitas setiap tahunnya, tetapi hal tersebut tidak mempengaruhi pengungkapan CSR nya. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kurnianingsih (2013) dan Putri dan Christiawan (2014). Salah satu argumen dalam hubungan antara profitabilitas dan tingkat pengungkapan CSR adalah ketika perusahaan memiliki laba yang tinggi, perusahaan tidak perlu melaporkan hal-hal yang mengganggu informasi tentang suksesnya keuangan perusahaan, namun pada saat tingkat profitabilitas rendah perusahaan berharap para pengguna laporan akan membaca *good news* dari kinerja sosial dan lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan (Kurnianingsih, 2013). Sebaliknya pengungkapan CSR tidak ditentukan dari tinggi rendahnya laba yang diperoleh suatu perusahaan melainkan melalui keputusan manajemen. Selain itu, hasil penelitian yang menunjukkan bahwa ROA tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, hal demikian dikarenakan sekarang banyak perusahaan yang sudah sadar akan kepentingan lingkungan dan sosial dan tidak hanya semata mencari keuntungan untuk perusahaan sendiri, sehingga tinggi rendahnya tingkat profitabilitas tidak mempengaruhi pengungkapan CSR (Sudana, 2011). Namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Indraswari dan Astika (2015), Ramdhaningsih dan Utama (2013), Mudjianti dan Maulani (2017), Yuliansyah (2017) yang menyatakan bahwasannya semakin tinggi tingkat profitabilitas maka semakin besar tingkat pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan.

4.3.2. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.

Hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Berdasarkan data penelitian, perusahaan HMSP mengalami kenaikan total aset setiap tahunnya maka dapat dikatakan bahwa ukuran perusahaan HMSP mengalami kenaikan. Begitu juga

pengungkapan CSR pada perusahaan HMSP mengalami kenaikan setiap tahunnya. Maka dapat dikatakan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Purwanto (2011) dan Indraswari dan Astika (2015). Hasil penelitian ini membuktikan bahwa variabel pertanggungjawaban sosial dipengaruhi oleh ukuran perusahaan dimana perusahaan besar cenderung mengungkapkan pertanggungjawaban sosial yang lebih luas (Djakman dan Machmud, 2008). Selain itu, juga mendukung premis bahwa perusahaan besar merupakan emiten yang paling banyak disoroti oleh publik sehingga pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan (Sembiring, 2005). Namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kurnianingsih (2013) dan Alfarizi (2016) menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang berarti besar kecilnya perusahaan tidak akan mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Perusahaan besar tidak akan selalu melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial lebih banyak agar mempunyai pengaruh pada pihak-pihak internal maupun eksternal yang mempunyai kepentingan terhadap perusahaan. Perusahaan kecil pun juga melakukan pengungkapan kegiatan CSR dengan baik guna pelaksanaan tanggung jawab sosialnya untuk dilingkungan di sekitar operasional usahanya bergerak. Hal ini dikarenakan tanggung jawab sosial perusahaan bukan lagi menjadi sekedar kegiatan, tetapi merupakan sebuah kewajiban bagi perusahaan yang berguna untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan, sehingga besar kecilnya ukuran perusahaan tidak mempengaruhi besarnya tingkat tanggung jawab sosial. Oleh sebab itu baik perusahaan besar maupun perusahaan yang kecil diharapkan bisa melaksanakan pengungkapan CSR yang lebih baik. Harapannya size perusahaan baik besar maupun kecil agar turut menciptakan iklim penerapan kegiatan CSR dengan baik.

5. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan, terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2014-2018. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial, hal ini menunjukkan bahwa perusahaan dengan tingkat ROA yang tinggi, belum tentu mengalokasikan dananya tersebut pada kegiatan sosial dan

lingkungan sehingga tingkat pengungkapan pertanggungjawaban sosial yang dilakukan masih rendah.

2. Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial, hal ini menunjukkan bahwa pertanggungjawaban sosial dipengaruhi oleh ukuran perusahaan dimana perusahaan besar cenderung mengungkapkan pertanggungjawaban sosial yang lebih luas. Selain itu, juga menunjukkan bahwa perusahaan besar merupakan emiten yang paling banyak disoroti oleh publik sehingga pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan. Dengan demikian maka, semakin besar perusahaan, maka inisiatif dalam melakukan dan mengungkapkan pertanggungjawaban sosial semakin tinggi.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, disadari masih terdapat keterbatasan penelitian, maka diberikan beberapa saran untuk pengembangan penelitian selanjutnya:

1. Penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan periode pengamatan yang lebih lama sehingga akan memberikan kemungkinan yang lebih besar untuk memperoleh kondisi yang sebenarnya serta menambah jumlah sampel.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan atau menggunakan variabel lain untuk menemukan suatu model standar pendugaan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfarizi, Aditya Gusma. 2016. Pengaruh *Media Exposure*, Ukuran Perusahaan, Leverage Dan Struktur Kepemilikan Saham Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2013-2015).
- Indraswari, Gusti Ayu Dyah, dan Astika, Ida Bagus Putra. 2015. Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Kepemilikan Saham Publik terhadap Pengungkapan CSR. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*.
- Jesicca dan Toly, Agus Arianto. 2014. Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Agresivitas Pajak. *Tax & Accounting Review. Vol. 4 No.1*.
- Kristi, Agatha Aprinda. 2013. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Publik di Indonesia”, *Jurnal Akuntansi Universitas Brawijaya*.
- Kurnianingsih, Heni Triastuti. 2013. Pengaruh Profitabilitas Dan Size Perusahaan Terhadap

- Corporate Social Responsibility, Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, Vol 13. No. 1.
- Mudjiyanti, Rina dan Maulani, Salis Saevi. 2013. Pengaruh Likuiditas Dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Tedaftar Di Bursa Efek Indonesia, *Jurnal Manajemen dan Bisnis Media Ekonomi Volume XVII, NO. 1 Januari 2017*.
- Purnasiwi, Jayanti. 2011. Analisis Pengaruh *Size*, Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Pengungkapan CSR Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *eprints.undip.ac.id*.
- Putri, Rafika Angraini dan Christiawan, Yulis Jogi. 2014. Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Dan *Leverage* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Studi Pada Perusahaan-perusahaan yang mendapat penghargaan ISRA dan *Listed(Go-Public)* di Bursa Efek Indonesia (BEI) 2010-2012), *Bussiness Accounting Review. Vol. 2. No. 1. 2014*.
- Putri, Rindu Kurnia. 2017. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Likuiditas Dan Basis Kepemilikan Terhadap *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode Tahun 2012-2014. *JOM Fekon Vol. 4 No. 1*.
- Purwanto, Agus. 2011. Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, terhadap *Corporate Social Responsibility*. *Jurnal Akuntansi & Auditing*, 8(1), November 2011, h: 1-94.
- Rahaj Rahajeng, Rahmi Galuh. 2010. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapa Sosial (Social Disclosure) Dalam Laporan Tahunan Perusahaan. *eprints.undip.ac.id*.
- Rhamdhaningsih, Amalia dan Utama, I Made Karya. 2013. Pengaruh Indikator Good Corporate Governance Dan Profitabilitas Pada Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 3.2. Hal 368-386.
- Risa, N., Sulastri, T., & Pramono, J. (2011). Corporate Social Responsibility Perusahaan Kepada Masyarakat Studi Kasus Pada PT Gold Coin Specialities. *JRAK: Jurnal Riset Akuntansi dan Komputersasi Akuntansi*, 2(2), 73-83.
- Santioso, Linda dan Chandra, Erlin. 2012. Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Umur Perusahaan, Dan Dewan Komisaris Independen Dalam Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*. Vol. 14.
- Sari, Rizkia Anggita. 2012. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia, *Jurnal Nominal / Volume I Nomor 1*.
- Sembiring, Eddy Rismada. 2005. Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial : Study Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta. *Simposium Nasional Akuntansi VII*.
- Sudana, I. Made, and Putu Ayu Arlindania. "Corporate governance dan pengungkapan corporate social responsibility pada perusahaan go-public di bursa efek Indonesia." *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan/ Journal of Theory and Applied Management* 4.1 (2011).
- Suparjan, Andika dan Mulya, Adi Sandy. 2012. Pengaruh Kinerja Sosial dan Kinerja Keuangan Perusahaan Dengan *Corporate Social Responsibility (CSR)* Sebagai Variabel *Intervening* Terhadap Nilai Perusahaan, *Media Riset Akuntansi, Auditing & Informasi. Vol.12 No.3*.
- Suripto, Bambang. 1999. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan Sukarela Dalam Laporan Tahunan. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*. Hal 31-44.
- Widyatmoko, Rendro. 2011. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Laporan Tanggung jawab Sosial (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia)*. Skripsi S1 Fakultas Ekonomi Undip.
- Yulfaida, Dewi. 2012. Pengaruh *Size*, Profitabilitas, *Profile, Leverage* Dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia.
- Yuliansyah, Rodita Fuguh. 2017. Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, *Growth, Media Exposure*, Dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Skripsi S1 Akuntansi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- GRI G4 SUSTAINABILITY REPORTING GUIDELINE**
- ISO 26000 *International Standard Guidance On Social Responsibility*
- Undang-Undang No 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas
- www.idx.co.id